



TRABAJO FIN DE GRADO

Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche



PROPUESTA DE MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD PARA LA EMPRESA GRUPO QUIVA.

Alumno: Sergio Leiva Godoy

Tutor: Abel Torrecillas Moreno

Universidad Miguel Hernández de Elche

Curso Académico 2021/202

ÍNDICE

Resumen/ Abstract.....	4- 5
1. Introducción a la RSC Y RSE.....	6- 10
1.2. Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa	8
1.3. Administraciones públicas y RSC.....	9- 10
2. Memorias de Sostenibilidad o RSC/RSE	10- 17
2.1. Grupos de interés o StakeHolders	12- 13
2.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible y Los Diez Principios del Pacto Mundial.....	13- 17
3. Datos de la empresa	17- 22
3.1. Principios para determinar la calidad de la memoria de acuerdo con el modelo GRI (Global Reporting Initiative).....	18- 19
3.2. Datos básicos de la empresa.....	19- 20
Nombre de la organización	19
Actividad Principal de la empresa	19
Propiedad y forma jurídica	19
Instalaciones. Ubicación y localización	20
Tamaño de la organización	20
Estructura de la organización	20
Mercados a los que se vende el producto	20
3.3 Estrategias de la organización	21- 22
Misión, visión y valores	21
Estrategias de negocio.....	21- 22
Posición ideológica.....	22
4. Indicadores de resultado y de gestión	22- 28
4.1. Indicadores económicos	22- 24
Ventas y otros ingresos.....	22
Retribución a empleados.....	22- 23
Donaciones e inversiones a la comunidad	23
Ayudas financieras recibidas de las Administraciones Públicas .	24
4.2. Indicadores Ambientales	24- 26
Política y gestión ambiental.....	24
Gestión de energía.....	24
Gestión del agua	25
Gestión de residuos	25
Contaminación	25

	Atmosférica.....	25
	Acústica	26
	Lumínica	26
4.3.	Indicadores Sociales	26- 28
	Empleo	26
	Conciliación de la vida personal y laboral.....	26
	Estabilidad de la plantilla	26- 27
	Formación y educación	27
	Seguridad e higiene en el trabajo.....	27
	Diversidad e igualdad de oportunidades	27- 28
5.	Propuestas de mejora en la gestión de la RSC/RSE	28- 32
6.	Conclusiones	33- 42
7.	Bibliografía	43- 45



RESUMEN

En los últimos tiempos el conocimiento sobre Responsabilidad Social ha crecido exponencialmente. Este es un término que, actualmente, las empresas han de tener muy presente debido a que la sociedad valora positivamente a las organizaciones que lo llevan a cabo.

La Responsabilidad Social Corporativa crea una obligación de implantar medidas y promover acciones, las cuales sean positivas en términos de objetivos y valores. En cierta forma se intenta que las empresas tomen conciencia y asuman las consecuencias de sus decisiones y actividades para con el medio ambiente y, en general, la sociedad.

En este trabajo se lleva a cabo un análisis de las distintas acciones de una empresa, con el objetivo de, principalmente, conocer el contenido de las memorias de sostenibilidad realizadas con indicadores GRI (Global Reporting Initiative).

Tras la introducción sobre Responsabilidad Social Corporativa y Empresarial y el papel que tienen las Administraciones Públicas sobre estos términos, así como el papel fundamental que tienen los stakeholders en el funcionamiento de la empresa, se procederá a una breve descripción de la organización para marcar unas líneas de actuación respecto a las decisiones y acciones de la empresa y, para concluir, se expondrán unas conclusiones sobre, tanto la Responsabilidad Social, como la normativa y las actuaciones de la empresa.

La realización de este trabajo me ha hecho tomar conciencia de lo importante que es que las empresas sean totalmente responsables y que miren más allá del beneficio económico. En general, del papel fundamental que tienen las empresas en cuanto a la responsabilidad y el medio ambiente.

ABSTRACT

In recent times, knowledge about Social Responsibility has grown exponentially. This is a term that, nowadays, companies have to be very aware of because society values positively the organizations that carry it out.

Corporate Social Responsibility creates an obligation to implement measures and promote actions, which are positive in terms of objectives and values. In a way, it is an attempt to make companies aware of and assume the consequences of their decisions and activities for the environment and, in general, for society.

In this work, an analysis of the different actions of a company is performed, with the objective of, mainly, knowing the content of the sustainable reports carried out with GRI (Global Reporting Initiative) indicators.

After the introduction on Corporate and Business Social Responsibility and the role of the Public Administrations on these terms, as well as the fundamental role of the stake holders in the operation of the company, we will proceed to a brief description of the organization to mark some lines of action regarding the decisions and actions of the company and, to conclude, we will present some conclusions on Social Responsibility, as well as the regulations and actions of the company.

Carrying out this work has made me aware of how important it is for companies to be fully responsible and to look beyond economic profit. In general, of the fundamental role that companies have in terms of responsibility and the environment.

1. INTRODUCCIÓN A LA RSC Y RSE.

1.1. CONCEPTO RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

La Responsabilidad Social Corporativa es un término que proviene del inglés: Corporate Social Responsibility. La traducción al castellano ha hecho que se pueda diferenciar dos tipos de responsabilidad: Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Existen distintas e importantes definiciones de Responsabilidad Social Corporativa:

“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Libro Verde de la Unión Europea. 2001)

“La manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La Responsabilidad Social Empresarial es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley” (La OIT y la Responsabilidad Social de la Empresa. Organización Internacional del Trabajo 2010)

“La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.

Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa

quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.” (Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa en España 2014.)

Por otro lado, Responsabilidad Social Empresarial:

“Situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley.” (Cansino C., y Morales, M. (2008) citando a Mc. Williams, Siegel, y Wright)

“Una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas.” (Sarmiento, S. (2010) citando a Baltazar, C.)

En definitiva, aunque en un principio pueden parecer términos similares, no lo son, presentan diferencias entre ellos. Mientras que, por un lado, la RSE solamente se refiere a la Responsabilidad Social por parte de las empresas, por el otro lado, la RSC embarca un nivel de actuación mucho mayor, desde empresas privadas o públicas, entidades sin ánimo de lucro, etc...

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una nueva perspectiva empresarial, en la que se trabajan, a la vez, distintas áreas. Lo que se conoce como Triple Balance, esto es: una forma de ver el impacto de las empresas a través de tres medidas: valor económico, impacto ambiental y responsabilidad socio- laboral

- Valor económico: Busca generar sostenibilidad financiera además de los cambios que la organización genera en el entorno que les rodea.
- Impacto ambiental: Busca generar impacto positivo en el entorno mediante sus actividades.
- Responsabilidad socio- laboral: Busca generar impacto positivo en las personas, tanto en su equipo como en el entorno que les rodea.

Además, la Responsabilidad Social Corporativa se aplica, en muchos casos, como una cuestión de rentabilidad. Este concepto se conoce como un

instrumento estratégico que hace ganar ventaja competitiva a una empresa en comparación con otra que no aplica este tipo de políticas.

1.2. BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- Aumento de la competitividad de la organización: Las empresas podrán diferenciarse de los competidores a través de la mejora de su posicionamiento en el mercado, consiguiendo atraer nuevos clientes y fidelizar los que ya tenía.
- Mejora de la imagen corporativa y la reputación de la empresa. Los clientes, cada vez más, valoran positivamente a los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social, es por esto por lo que, utilizar buenas prácticas aporta valor a la empresa. Las actuaciones de RSC hacen que la marca se vea fortalecida en el mercado, al mismo tiempo que genera una mayor aceptación en cuanto a productos, servicios y precios de la empresa.
- Previene riesgos: La Responsabilidad Social Corporativa se ha convertido en una herramienta eficaz para reducir los riesgos potenciales asociados a la actividad de la empresa. Establecer códigos de ética y conducta, establecer estándares responsables en la selección de proveedores o integrar consideraciones ambientales o de derechos humanos a lo largo de la cadena de valor reducen, en gran medida, el potencial de que las empresas estén expuestas a malas prácticas.
- Mejoría en el clima laboral y productividad: Además de atraer y retener el talento, una buena estrategia de Responsabilidad Social Corporativa repercute de forma muy positiva en la satisfacción y el compromiso de los empleados con la empresa. Mejora la motivación y la autoestima de los trabajadores, además fomenta el orgullo de formar parte de la empresa.
- Identificar nuevas oportunidades: La actitud de interés constante en sí mismo obliga a la empresa a superarse o, al menos intentarlo. Esto hace que la empresa pueda identificar las áreas que necesitan mejorar y tomar medidas para mejorarlas.

1.3. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Como explicaba anteriormente, la Responsabilidad Social Corporativa significa una nueva forma de gestionar las externalidades empresariales (económicas, sociales y medioambientales). La implantación de restricciones puede afectar a la política empresarial, pero esto no quiere decir que no tenga influencia en los poderes públicos puesto que todas las restricciones afectarán a todos los ámbitos, tanto poderes públicos como privados. La Responsabilidad Social Corporativa trae consigo la aparición de desafíos y oportunidades en el ámbito público, lo que obliga a las Administraciones a crear nuevas propuestas políticas para controlar esta materia.

De igual modo, la Comisión Europea fomenta el desarrollo y la implantación de políticas nacionales relacionadas con la Responsabilidad Social, políticas comunitarias, así como con las normas internacionales. (AECA, 2007).

Ante la aparición de estas nuevas oportunidades, se crean dos perspectivas de actuación sobre las Administraciones Públicas. Por un lado, la creación de prácticas empresariales voluntarias y, por otro, se propone la obligatoriedad de medidas. Desde la primera actuación se ampara que las Administraciones Públicas deben crear un punto de referencia para que se puedan crear políticas. Sin embargo, la segunda vertiente puede hacer que, al introducir medidas obligatorias en las políticas de Responsabilidad Social, se pierda la naturalidad de donde nace, debido a que este tipo de políticas comienzan donde acaban todos los requisitos de las normas públicas.

Conforme a lo que AECA (2007) mantiene, se distinguen cuatro posibles funciones que las Administraciones Públicas pueden elaborar en materia de Responsabilidad Social Corporativa: obligar, facilitar, colaborar y promocionar.

Obligar: Las Administraciones Públicas han de definir unos estándares mínimos y un control de su cumplimiento. Es decir, crear una legislación de obligación y control y beneficiar o castigar, mediante sanciones e incentivos legales y fiscales.

Facilitar: Crear una legislación facilitadora de actuaciones junto a un buen apoyo financiero. Aumentar la concienciación.

Colaborar: Implicar a los stakeholders y crear diálogos.

Promocionar: Reconocimiento y apoyo político en las actuaciones en relación con la Responsabilidad Social Corporativa.

Con estas tres últimas la Administración Pública busca incentivar y crear comportamientos socialmente responsables de las empresas.

Además, las autoridades también pueden reforzar las medidas de autorregulación empresarial, formando y compartiendo buenas prácticas empresariales y facilitando, con ello, un proceso de diálogo entre empresa y stakeholders (AECA, 2007)

2. MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD O RSC/RSE.

Una memoria de sostenibilidad es un resumen donde se proporciona toda la información sobre los distintos aspectos de la empresa: económico, ambiental, social y de gestión de una organización. Es decir, sobre los pilares que forman la Responsabilidad Social.

El objetivo principal de las memorias de sostenibilidad es conseguir la máxima transparencia en cuanto a las acciones que toma, relacionadas con el desarrollo sostenible.

Ventajas de realizar una memoria de sostenibilidad:

- Ayuda a tener una mejor gestión sobre la manera de organización de la empresa. Una memoria de sostenibilidad ayuda a encontrar oportunidades y analizar riesgos.

- Mejora la imagen y la reputación de la empresa al vincular a la organización con el avance de la sostenibilidad mediante acciones positivas en este ámbito.

- Crea una unión de grupo y favorece el orgullo de pertenecer a una empresa específica, puesto que, muchos de los empleados no conocen las acciones que toma la empresa.

- Hace que todas las relaciones que pueda mantener la empresa, desde financieras, hasta clientes sin olvidar a proveedores y trabajadores, mejoren.

- Hace que la misión de la empresa sea vista como un mensaje firme y transparente a que, todo aquel que quiera conocer cualquier tipo de información sobre la empresa la tendrá a su disposición.

Para poder elaborar una memoria de sostenibilidad se han creado distintos estándares, en forma de guía, para poder elaborar la memoria sin que se olvide ningún aspecto fundamental. La Norma ISO 26000 y los Estándares GRI son aquellos modelos oficiales para crear una correcta memoria.

Norma ISO 26000: Obtener la certificación por cumplir con los requisitos de esta norma demuestra que la empresa está cumpliendo con su plan de Responsabilidad Social Corporativa y alcanzado los objetivos propuestos.

Estándares GRI: Es el modelo más utilizado debido a su sencilla adaptación. Este modelo se basa en los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

La memoria de sostenibilidad debe tener unos contenidos mínimos, básicos. Perfil, enfoque de dirección e indicadores de desempeño.

Perfil sería aquella información que, de forma general, define y ayuda a entender el desempeño de la empresa. El enfoque de la dirección es la información que explica el modelo de gestión que emplea la empresa para abordar temas específicos y explica el contexto de la empresa para poder entender sus acciones. Mientras que, los indicadores de desempeño son aquellos que permiten obtener información sobre el desempeño en las tres vertientes (económico, ambiental y social) para poder compararlos.

Para elaborar una memoria de sostenibilidad completa se deben estudiar los grupos de interés, puesto que, son un pilar fundamental a la hora de conseguir los objetivos marcados por la empresa.

2.1. GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS.

Freeman explica que el término stakeholder se usa por primera vez en el año 1963 en el Stanford Research Institute, y fue definido como "aquellos grupos o

personas que son de importancia vital para la existencia de una organización.” El término Stakeholder, también denominado grupos de interés, incluye: accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, prestamistas y sociedad en general.

Por lo tanto, los stakeholders de una organización serían todas aquellas personas o entidades que, en mayor o menor medida, se ven afectadas por las actividades, productos, decisiones o, simplemente, tienen un impacto en ella que permiten el perfecto funcionamiento de la empresa.

Algunos factores útiles para determinar los diferentes stakeholders de la organización son los siguientes parámetros:

- Por cercanía: Estos son los equipos que trabajan en estrecha colaboración con la organización, incluidas los grupos internos.

- Por influencia: Los grupos de interés influyen, o pueden influir, en el desarrollo de las operaciones de la empresa.

- Por responsabilidad: Aquellos grupos con los que se tiene algún tipo de vinculación legal.

- Por dependencia: Son aquellos grupos que dependen de las actividades de la empresa.

Por lo general, los grupos de interés pueden diferenciarse en dos tipos: internos y externos:

- Grupos de interés internos: Son aquellos que encontramos dentro de la propia organización como son los empleados, los accionistas y los propietarios.

- Grupos de interés externos: Son aquellos que encontramos fuera de la estructura de la organización, es decir, aquellos que no pertenecen a ella. Como son los clientes, proveedores, agentes sociales, administraciones públicas y empresas competidoras.

Además de la clasificación anterior, los stakeholders se pueden clasificar en dos diferentes grupos.

- Stakeholders primarios: Esta clasificación se refiere a todas aquellas personas que forman parte del normal funcionamiento de la empresa y que, sin su presencia, la organización no podría funcionar. Son una parte imprescindible.

- Stakeholders secundarios: Estos, sin embargo, se refiere a aquellos que su participación en la empresa no es directa pero que, sin pertenecer al grupo, se ven influenciados por los resultados. Un claro ejemplo de stakeholders secundarios son los competidores.

Dentro del grupo de stakeholders internos existe, también, el término shareholders. Este término define a los accionistas de la empresa, por lo tanto, un shareholders es alguien que posee acciones de esa empresa.

Debido a la gran implicación y el estrecho vínculo que un accionista tiene con la empresa, como decíamos, este término es un tipo de stakeholder interno y primario que tiene gran parte de responsabilidad en la toma de decisiones de la empresa.

Por otro lado, al igual que podemos distinguir los grupos de interés se pueden distinguir los tipos de necesidades de estos grupos a satisfacer por la organización. Existen necesidades genéricas, son aquellas que generan un beneficio mutuo para organización y grupo, es decir, lo externo a la empresa. Mientras que, las necesidades específicas son aquellas que incluyen las necesidades de los empleados, propietarios, clientes, proveedores..., es decir, los perteneciente al ámbito interno de la empresa.

2.2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y Los Diez Principios del Pacto Mundial sirven para marcar una guía a la Responsabilidad Social. Marca unos mínimos a nivel mundial que toda empresa ha de cumplir.

Son la base para conseguir un futuro totalmente sostenible, donde se relacionan entre sí todos los desafíos a los cuales la sociedad, a nivel mundial, se enfrenta cada día y los cuales hay que erradicar.

A continuación, se desarrollan los diferentes objetivos y los diez principios.

- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son una iniciativa creada por Naciones Unidas. Estos objetivos fueron adoptados para erradicar la pobreza, proteger el

planeta y asegurar la prosperidad dentro de una agenda de desarrollo sostenible, en este caso, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Ésta conlleva un compromiso universal y común.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son **universales**, es decir, se aplican en todos los países. Son, también, **transformadores** del modelo tradicional hacia un desarrollo sostenible que integra las 3 vertientes, económica, social y medioambiental. Y son **civilizatorios**, esto quiere decir, buscan crear un mundo donde el respeto sea lo primero hacia un modelo de igualdad y cero discriminaciones.

Existen 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

1.- Fin de la pobreza. El 10% de la población mundial vive en una situación de extrema pobreza, no pudiendo satisfacer sus necesidades básicas. La agenda 2030 intenta garantizar una vida digna.

2.- Hambre cero. Cerca del 8,9% de la población mundial padecen hambre. La agenda 2030 intenta garantizar alimentos para hacer disminuir esta tasa mediante la ayuda solidaria de todos los países.

3.- Salud y bienestar. Garantizar una vida saludable y promover esto, en todas las edades, es esencial para el desarrollo.

4.- Educación de calidad. En 2018 había más de 260 millones de niños sin escolarizar. Una buena educación es clave para salir de la pobreza, es clave para la evolución. Promueve una movilidad socioeconómica.

5.- Igualdad de género. Un mundo basado en un modelo igualitario es fundamental para construir un futuro. La igualdad es mucho más que un derecho, la agenda 2030 lucha para conseguir una igualdad plena en todos los países del mundo.

6.- Agua limpia y saneamiento. Dos de cada cinco personas no disponen de acceso a agua potable y más de 670 millones no disponen de un lugar apropiado para hacer sus necesidades. Se ha conseguido progresar mucho, pero queda mucho por hacer y, después de la COVID-19 mucho más.

7.- Energía asequible y no contaminante. El objetivo número 7 es el que más ha avanzado, la energía se está volviendo sostenible y más disponible en lugares donde no lo era. El acceso libre a la energía ha empezado a acelerarse.

8.- Trabajo decente y crecimiento económico. Un buen crecimiento económico y, sobre todo, sostenible es clave para impulsar el progreso. Creando empleos decentes y mejorando los estándares de vida.

9.- Industria, innovación e infraestructura. Junto a la innovación la industria es quien puede abrir el paso a crear empleados y aumentar los ingresos.

10.-Reducción de las desigualdades. La agenda 2030 intenta garantizar que nadie, en ningún país, esté en desigualdad con el resto. Todos deben y debemos estar en el mismo lugar, nadie detrás.

11.- Ciudades y comunidades sostenibles. Las ciudades contribuyen al 60% del PIB mundial, este porcentaje es el mismo si hablamos del uso de recursos e inferior si hablamos de las emisiones de carbono mundiales que provocan las ciudades. La creciente urbanización tiene como consecuencia el empeoramiento del aire y un crecimiento urbano incontrolado.

12.- Producción y consumo responsables. Cerca de 1300 millones de toneladas, cada año, acaba pudriéndose en los cubos de basura. El progreso ha ido de la mano de una degradación del medio ambiente que pone en peligro todos los sistemas naturales de los cuales depende el futuro.

13.- Acción por el clima. Aunque debido a la COVID-19 las emisiones de carbono se redujeron, el cambio climático no para. La agenda 2030 intenta abordar la emergencia climática con el objetivo de salvar medios naturales y vidas. Es necesario tomar medidas con gran urgencia.

14.- Vida submarina. La agenda 2030 impulsa una buena gestión de este recurso clave para hacer de la tierra un lugar sostenible. En este momento existe un deterioro de las aguas debido a la contaminación que afecta a la biodiversidad y al funcionamiento de los ecosistemas marinos.

15.- Vida de ecosistemas terrestres. La agenda 2030 intenta garantizar y modernizar la gobernanza ambiental a nivel mundial para garantizar una recuperación de los ecosistemas y una sostenibilidad.

16.- Paz, justicia e instituciones sólidas. El acceso limitado a la justicia supone un problema para muchas personas y muchos países donde los recursos son insuficientes. En 2018 más de 70 millones de personas huyeron de algún tipo de conflicto y, en 2019, hubieron más de 350 asesinatos de defensores de los derechos humanos. La agenda 2030 promueve el acceso a la justicia a aquellos más necesitados y una digna seguridad.

17.- Alianzas para lograr los objetivos. La agenda 2030 solo puede conseguir todos los objetivos mediante la unión de todos los países. Unión y cooperación es lo que se necesita para que el programa se cumpla.

- Los Diez Principios del Pacto Mundial.

Los Diez Principios del Pacto Mundial proceden de declaraciones de Naciones Unidas en materias referidas a: derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción. Estos principios gozan de consenso universal.

Estos principios son los valores principales desde que nació esta iniciativa. Las empresas deben aplicar estos 10 principios a nivel interno en su organización y respetar, tanto los derechos humanos como las normas laborales, además de conservar el medio ambiente y actuar con transparencia en todas sus operaciones. Las empresas, dependiendo el sector en el que trabajen, deben identificar qué capacidad de influencia tienen y realizar acciones para contribuir a la consecución de estos objetivos, a nivel nacional e internacional.

Los principios trabajan, fundamentalmente, en incorporar el impacto positivo en las organizaciones. Esto es, no es suficiente con no cometer acciones negativas, sino que, es importante lo contrario, crear un modelo positivo donde las empresas actúen de forma totalmente responsable y creen un desarrollo sostenible.

El Pacto Mundial persigue que sean todas las empresas del mundo quienes incorporen estos principios.

Los dos primeros principios están relacionados con los derechos humanos:

Principio 1: <<Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia>>.

Principio 2: <<Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos>>.

Los siguientes principios están relacionados con las normas laborales:

Principio 3: <<Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva>>.

Principio 4: <<Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción>>.

Principio 5: <<Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil>>.

Principio 6: <<Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación>>.

Los siguientes principios están relacionados con el medioambiente:

Principio 7: <<Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente>>.

Principio 8: <<Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental>>.

Principio 9: <<Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente>>.

El último principio está relacionado con la anticorrupción:

Principio 10: <<Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno>>

3. DATOS DE LA EMPRESA.

La organización entiende que elaborar una memoria de sostenibilidad es una manera de dar una respuesta clara, directa y de forma sencilla a todos sus grupos de interés sobre su manera de trabajar y dirigir la empresa. Además, es una buena opción para agrupar todas las acciones y medidas que la empresa lleva a cabo y poder obtenerla fácilmente.

Elaborar una memoria de sostenibilidad es una forma de demostrar que la empresa utiliza buenas técnicas y no esconde nada. Las memorias de sostenibilidad es la manera que tienen los clientes de conseguir una confianza plena hacia la organización.

3.1. PRINCIPIOS PARA DETERMINAR LA CALIDAD DE LA MEMORIA DE ACUERDO CON EL MODELO GRI.

MODELO GRI (GLOBAL REPORTING INICIATIVE): Global Reporting Initiative es una organización cuyo objetivo es incitar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de empresas y localizaciones. Este modelo define las pautas que han seguir para poder crear informes sobre una correcta y eficaz gestión de las organizaciones totalmente sostenibles.

Los Estándares GRI reflejan las mejores prácticas que la empresa puede realizar. Existen unos principios que intentan garantizar la calidad de la memoria de sostenibilidad. Estos principios que analizaremos son de acuerdo con el estándar del Global Reporting Initiative (GRI):

Equilibrio: La memoria debe mostrar todos los aspectos del desempeño de la organización, tanto positivos como negativos, con el fin de conseguir una evaluación bien argumentada sobre el desempeño general.

El contenido de la memoria ha de presentar una imagen fiel e imparcial del desempeño de la organización. Se han de evitar los datos que puedan influenciar .en la opinión de los lectores.

Comparabilidad: La organización debe elegir, agrupar y difundir la información de manera sistemática. La información ha de presentarse de forma que los grupos de interés puedan analizar y comparar el desempeño entre diferentes organizaciones.

Comparar es necesario para poder valorar el desempeño de la organización. En este caso, los grupos de interés que hagan uso de la memoria deben comparar datos con: datos anteriores, objetivos y desempeño de otras organizaciones.

Precisión: La información ha de ser lo suficientemente clara y precisa para que se pueda evaluar el desempeño de la organización.

Puntualidad: La organización ha de presentar la memoria de sostenibilidad de acuerdo con calendario marcado, para que los grupos de interés puedan tener la información y tomar decisiones.

Son muy importantes los tiempos de transmisión de la memoria debido a que, esto marcará que los grupos de interés puedan integrarla eficazmente en sus procesos de tomas de decisión.

Transparencia: La organización debe facilitar la información de forma que los grupos de interés a los que va dirigida la memoria de sostenibilidad puedan acceder y comprenderla perfectamente.

La información se ha de formular de forma accesible para los grupos de interés que tienen un conocimiento moderado sobre la organización y a la actividad que se dedica.

Como hemos comentado en el apartado anterior, la transparencia no se trata solo de un principio de Responsabilidad Social Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial, sino que es un objetivo donde la información juega un papel imprescindible en las políticas de responsabilidad.

Fiabilidad: La organización ha de agrupar, almacenar, examinar y publicar, tanto la información como los procesos que se siguen para elaborar la memoria para que, de esta manera, se pueda evaluar la información.

3.2. DATOS BÁSICOS DE LA EMPRESA.

Nombre de la organización: Grupo Quiva

Actividad principal de la empresa: Gestión de fincas varias (viviendas, garajes, locales, naves, terrenos y solares)

Promoción Inmobiliaria.

Inversiones Inmobiliarias y Financieras.

Propiedad y forma jurídica: Sociedad limitada de la empresa matriz. Empresa familiar gestionada, actualmente, por 5 socios propietarios con una participación de 20% cada uno.

Instalaciones. Ubicación y localización: Oficina central ubicada en el centro histórico de Elche.

Tamaño de la organización: Organización de pequeño tamaño:

- 1 Empresa matriz + 2 filiales
- 5 Socios. De los cuales 4 son hombres y 1 es mujer.
- 5 Empleados. De los cuales 4 son hombres y 1 es mujer.

Estructura de la organización.

El Consejo de Administración está formada por 5 socios, con un 20% de participaciones cada uno.

Existen 5 departamentos en la empresa:

- Por un lado, el departamento fiscal y financiero está formado por un jefe de departamento que, a la vez, es socio y por un empleado especializado en la materia.

- En segundo lugar, el departamento de administración está formado por un jefe de departamento que, también, es socio y por un empleado.

- En tercer lugar, el departamento jurídico está formado por dos empleados especializados en la materia. Un abogado experto en derecho civil y otro en mercantil.

- En cuarto lugar, el departamento comercial está formado por dos de los socios.

- En quinto lugar, el departamento técnico está formado por un jefe de departamento, que ocupa el puesto de socio en la empresa y por un empleado experto en servicios informáticos.

Mercados a los que se vende el producto:

La empresa opera en el mercado español, siendo éste el mercado principal del grupo, a la vez que gestiona proyectos a nivel europeo.

3.3. ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Misión, Visión y Valores.

La organización tiene el fin de crear hogares eficientes y sostenibles con absoluto respeto con el medio ambiente. Creando para ello viviendas luminosas, innovadoras, equipadas y técnicamente estables. Así como llevar a cabo una gestión rentable del patrimonio de la empresa como distintas inversiones estratégicas.

La misión del Grupo es crear una satisfacción al cliente por encima de sus expectativas. Utilizando para ello un trato cercano y flexible ante lo que, la organización considera, la compra más importante de sus vidas.

Para llegar a conseguir su misión, el Grupo lleva a cabo sus actividades conforme a los valores que la forman:

Orientación al cliente: Para el grupo el cliente es el mayor activo que existe y es en él en quien orienta todas las prácticas de la empresa.

Transparencia: El Grupo sabe que la transparencia ha de ser el pilar fundamental en la relación, tanto con clientes como con los empleados. Con miras a conseguir la mayor confianza por parte del tercero.

Marca: La continua renovación de la marca a lo largo de los años, su presencia en el mercado y su larga vida empresarial ha conseguido que el grupo sea reconocido como un referente en el sector. El grupo ha conseguido un reconocimiento y una diferenciación frente a otros competidores.

Excelencia: La empresa tiene implantado un modelo empresarial que busca la mayor excelencia en cuanto a resultados, es decir, cuida de todo tipo de detalles para que el resultado final sea de mayor calidad.

Creación de valor y proactividad: La adaptación al cambio que ha demostrado el grupo y el saber anticiparse a distintos cambios abala el enfoque de la empresa hacia una creación de valor constante (crecimiento de ingresos, beneficios, proyectos, etc...).

Estrategia de negocio.

La estrategia del grupo es extender la presencia geográfica, dentro del ámbito nacional, en distintas comunidades mediante grandes proyectos, donde prime la

innovación, se potencie el equipo humano de la empresa y se cuide el medio ambiente.

En la estrategia del grupo la formación no queda fuera, sino que, es un elemento clave para el propio funcionamiento interno de la empresa. Tanto los servicios y la propia gestión de la organización están siempre sujetos a modernizaciones, como los trabajadores, que se preparan de forma continuada para estar totalmente capacitados para usar estos servicios.

Posición ideológica

La posición ideológica del Grupo es neutral. El grupo no se inclina hacia ningún partido o posicionamiento de ámbito político de cualquier tipo, tanto la empresa en sí como los trabajadores o directivos de la misma. Por eso, en el grupo no existe ninguna actividad relacionada con ideologías políticas.

4. INDICADORES DE RESULTADO Y DE GESTIÓN

4.1. INDICADORES ECONÓMICOS.

Los indicadores económicos muestran unos datos que nos facilitan el estudio de la situación de la empresa a nivel financiero. Estos tienen como objetivo, por un lado, indicarnos la salud económica de la empresa y por otro, mostrar el comportamiento de variables económicas principales.

VENTAS Y OTROS INGRESOS.

Ventas netas, prestación de servicios y otros ingresos. TOTAL: 2.291.106,95€

701 VENTAS DE TERRENOS Y SOLARES: 1.700.000,00€

702 VENTAS DE OBRAS TERMINADAS: 285.000,00€

706 INGRESOS ARRENDAMIENTOS INMUEBLES: 304.606,95€

759 INGRESOS POR SERVICIOS DIVERSOS: 1.500,00€

RETRIBUCIÓN EMPLEADOS.

La siguiente tabla corresponde al coste de personal del mes de enero de 2022, de las tres empresas que componen el grupo empresarial. Son 14 pagas por empleado (1 por mes más 2 extras, de navidad y de verano)

TABLA NÚMERO 1. TABLA SALARIAL EMPLEADOS.

GRUPO QUIVA		
TRABAJADORES	SALARIO BRUTO	SALARIO NETO
EMPLEADO 1	3575,88€	2696,59€
EMPLEADO 2	2755,61€	2002,57€
EMPLEADO 3	2795,13€	2029,02€
EMPLEADO 4	2791,13€	2050,94€
EMPLEADO 5	2804,63€	2058,60€
EMPLEADO 6	1800,00€	1417,74€
EMPLEADO 7	1800,00€	1454,16€
EMPLEADO 8	1800,00€	1434,88€
EMPLEADO 9	2050,00€	1594,02€
EMPLEADO 10	2100,00€	1625,80€

Fuente: Elaboración Propia.

* Los datos reflejados en la tabla son datos reales, pero por petición de la empresa se sustituye el nombre del trabajador por una simple numeración para guardar su privacidad.

* En la tabla anterior se marcan de distinto color las empleadas que son mujeres, con el objetivo de poder hacer un análisis correcto de sueldos en la empresa.

DONACIONES O INVERSIONES A LA COMUNIDAD

La empresa no realiza donaciones o inversiones a la comunidad de forma habitual. Pero sí que en distintas ocasiones ha realizado donaciones, no de forma económica, sino que se ha donado locales sin ningún tipo de cargo para labores formativas de instituciones locales y, por otra parte, se ha aportado alguna donación para rehabilitación y reforma de mobiliaria urbano, juegos infantiles y plaza pública.

AYUDAS FINANCIERAS RECIBIDAS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.

La organización en toda su vida empresarial ha recibido dos ayudas de parte del ayuntamiento de Elche.

- Ayuda/Subvención para renovación de sistema informático.
- Ayuda/Subvención con motivo de la pandemia COVID, de 1.400€ recibida en el ejercicio anterior (2021)

4.2. INDICADORES AMBIENTALES.

Los indicadores ambientales es un resumen de información ambiental que se puede analizar e interpretar, de forma que se pueda reflejar el grado de compromiso de la organización en este aspecto. Estos tienen como objetivo, básicamente, poder utilizar estos datos para futuras acciones de mejora.

POLÍTICA Y GESTIÓN AMBIENTAL.

Las instalaciones centrales de Grupo Quiva están situadas en el centro de la ciudad de Elche, por lo que, no están cerca de ningún espacio natural protegido ni hace peligrar ningún tipo de especie en peligro de extinción.

Por su actividad, el Grupo Quiva puede causar impactos importantes en la biodiversidad. Conociendo los daños que se pueden causar, el grupo apuesta por la protección de la biodiversidad y el medio ambiente en el que se elaboran sus proyectos.

Nuestra empresa tiene muy presente siempre la frase de Herman Dal, un economista del desarrollo sostenible “Es un error tratar a la Tierra como si fuera un negocio en liquidación.”

GESTIÓN DE ENERGIA

El Grupo Quiva emplea para el pleno funcionamiento de su actividad electricidad, la cual es proporcionada en baja tensión por la empresa IBERDROLA. Con la electricidad no se lleva a cabo ninguna acción para reducir el uso de electricidad, más allá de utiliza bombillas de bajo consumo y una actitud responsable de apagar todas las herramientas de trabajo siempre que no se estén utilizando

GESTIÓN DEL AGUA.

El agua que se utiliza para el funcionamiento de la actividad económica principal del Grupo Quiva proceden de la Red Municipal. Esta Red la gestiona la empresa "Aigües D'Elx". Se utiliza, principalmente, tanto para labores cotidianas de limpieza, aseos y gasto de personal como para el desarrollo de la actividad.

La captación de agua se hace mediante la red general de abastecimiento municipal, siempre con licencia administrativa previa.

En cuanto a la reutilización y reciclaje de agua, en el Grupo no se lleva a cabo ningún proceso de reutilización o reciclaje de aguas.

GESTIÓN DE RESIDUOS

El Grupo Quiva dispone de varios vehículos de empresa que utilizan combustible tipo gasóleo y diésel. No existe ningún vehículo de tipo eléctrico en la empresa.

Los residuos generados por el grupo, si son en pequeñas cantidades, son reciclados por los propios empleados de la empresa mediante el sistema básico de reciclaje (contenedores de reciclaje de colores, dependiendo el tipo de residuo) y, si son en mayor cantidad el Grupo Quiva tiene contratado un servicio de reciclaje para todos esos residuos.

Respecto al papel, el grupo trabaja con folios no reciclados. Es decir, no se hace uso de papel sucio o reciclado más que para tomar algún tipo de nota o explicación en sucio. Pese a eso, la empresa sí que trabaja con una organización cuya actividad se dedica a recoger el papel de las empresas y reciclarlo para darle una segunda oportunidad.

CONTAMINACIÓN

La contaminación ambiental se produce al introducir distintas acciones negativas en un medio donde residen todo tipo de seres vivos, afectando directamente a su vida. Ocasionando un impacto muy negativo en la estabilidad de los seres vivos.

CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA:

El grupo no genera ningún tipo de emisión perjudicial para la atmósfera o el mundo, en general. No emite ninguna emisión que sobrepase los límites marcados por las leyes.

CONTAMINACIÓN ACÚSTICA:

La empresa en su oficina central no genera ningún impacto acústico debido a que no se excede el nivel permitido de decibeles.

Debido a la actividad de la empresa, en el momento de reforma y o construcción de alguna vivienda sí que se emiten ruidos y vibraciones continuos durante un periodo concreto de tiempo.

CONTAMINACIÓN LUMÍNICA:

La empresa tiene carteles informativos del nombre de la empresa y su actividad, pero no son luminosos. No existen ningún alumbrado exterior que genere algún tipo de impacto, ya sea mínimo o no, sobre la salud o la vida de algún ser vivo.

4.3. INDICADORES SOCIALES

Los indicadores sociales es un sistema de recopilación de datos que muestra la situación social y de condiciones de trabajo de la empresa.

EMPLEO

La empresa tiene, actualmente, 10 empleados. Todos los puestos de trabajo son a jornada completa con un contrato indefinido.

CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL.

El grupo no tiene ninguna medida concreta en este sentido. Los trabajadores son quienes organizan su trabajo de la manera que mejor crean conveniente y son ellos quienes comparten ideas con el jefe de departamento que corresponda.

El jefe de departamento estudia la propuesta del trabajador para poder aceptarla y cubrir lo antes posible su puesto para que no pueda crear un perjuicio para la empresa.

Debido a naturaleza familiar de la que nace la empresa los trabajadores, aunque desde casa, sea de la forma que sea su jornada en ese momento, siempre están pendientes de la empresa y de sus compañeros por si en algún momento se hiciera necesaria su ayuda.

ESTABILIDAD DE LA PLANTILLA.

La empresa tiene una plantilla totalmente estable. El rango de edad de los trabajadores oscila entre los 35 y los 55 años. Trabajamos con personal

cualificado y con una vida personal, dentro de las variaciones que puedan existir, tranquila y asentada.

El trabajador que menos tiempo trabaja en el grupo tiene 9 años de experiencia con nosotros.

FORMACIÓN Y EDUCACIÓN.

Los trabajadores de la empresa están formados con grados universitarios relacionados con el puesto que ocupan. Dicho esto, en la empresa están en continua formación mediante cursos o postgrados en base a su puesto de trabajo.

La formación, siempre que va a ser positiva para su puesto de trabajo y, por lo tanto, va a generar algún tipo de beneficio para la empresa, es costeadada al completo por el grupo.

SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO.

En cuanto a la prevención de riesgos laborales, por la actividad principal que tiene el grupo, las cuestiones relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales son muy importantes y necesarias, por eso están en continuo desarrollo y actualización. La empresa dispone de su propio Plan de Prevención de Riesgos Laborales, siempre siguiendo los requisitos que dictamina la ley.

Debido a la gran importancia que el grupo considera que tiene el plan de Prevención de Riesgos Laborales, los accidentes de trabajado provocados por falta de información, seguridad o salud en el trabajo son, prácticamente, inexistentes.

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.

La empresa no hace ninguna distinción entre hombres y mujeres. Cada puesto de trabajo se consigue mediante una competición de méritos, competición donde no influye ni edad ni sexo. Así como, no existe ninguna barrera que haga a la mujer estancarse, sino que, todo lo contrario, se da la oportunidad de crecer al igual que se le da a los hombres.

En la empresa debido a su tamaño no existe ningún plan de igualdad. En este momento hay activos 8 hombres y 2 mujeres. Aunque el número de empleados no es 50% de cada sexo no tiene nada que ver con discriminación en cuanto a

sexos. Cada empleado tiene un salario acorde con el puesto de trabajo que ocupa.

5. PROPUESTAS DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE RSC/RSE.

Las líneas de actuación que se detallan en las siguientes páginas son un conjunto de medidas para promover, en la empresa privada, el buen desarrollo de un plan de Responsabilidad Social.

1. Conseguir alcanzar y mantener un nivel alto de calidad ambiental tanto, en la construcción de edificios y viviendas, como en el propio desarrollo de la actividad económica.

- Prevención de los procesos de contaminación derivados de los residuos producidos por los materiales de construcción y por la maquinaria necesaria para llevarlos a cabo.

- Conservación y reutilización de materiales.

- Conservación y protección de recursos naturales, lugares y paisajes.

2. Promover el desarrollo sostenible de las actividades económicas vinculadas con el desarrollo de la actividad principal de la empresa.

- Fomento de las empresas del sector que utilizan diferentes actuaciones para el cuidado del medio ambiente, así como aquellas que ofrecen educación ambiental en el ámbito interno de la organización.

- Mejora en la transformación y comercialización de productos de construcción.

- Mantenimiento de los usos tradicionales de uso de aguas y energías, siempre bajo modalidades económica y ambientalmente viables.

3. Promover una correcta gestión sobre la igualdad, la inserción laboral o la conciliación de la vida laboral con la vida familiar.

- Creación de un plan de igualdad, que elimine todas las diferencias en el ámbito interno de la empresa entre hombres y mujeres.

- Valorar siempre por méritos propios de la persona y no por otras cuestiones que no van a influir en la actividad económica.

- Implantar distintas acciones que permitan a los trabajadores hacer su trabajo de la mejor forma posible a la vez que disfrutan de su vida personal.

4. Integración de los objetivos anteriores en todo el grupo empresarial, siendo la empresa "madre" quien debe gestionar y coordinar las diferentes líneas de actuación optimizando las inversiones.

- Formación, cualificación y difusión de todas las líneas de actuación que se desarrollan en el plan entre los directivos de la sociedad, trabajadores de la empresa, empresas colaboradoras, etc...

ACTUACIONES SOCIALES

- PROMOVER LA DIVERSIDAD SOCIAL, IGUALDAD, DESEMPLEO E INSERCIÓN.

1. Programa de promoción del empleo para mujeres y sectores desfavorecidos.

- Promocionar y difundir todo tipo de información sobre las actuaciones que se lleven a cabo en el ámbito municipal o de otras instituciones privadas como, por ejemplo: cursos de formación, charlas, seminarios, etc... que estén orientadas a la mujer y a sectores en situación de desempleo.

- Promover la sensibilización social sobre temas sobre la igualdad de sexos o trabajadores mayores, ya sea a partir de campañas propias o mediante la divulgación municipal de campañas de otras instituciones (públicas o privadas).

- Valorar la implicación de las empresas colaboradoras, públicas o privadas, en los procesos de contratación con la igualdad de oportunidades.

- Promover y realizar programas de empleos y empleabilidad con los sectores más desfavorecidos.

2. Creación de programas de formación, reciclaje y promoción para aquellos empleos de colectivos con necesidades de formación.

- Promoción y organización de cursos que traten temas de aprendizaje básico como la informática, destinado sobre todo a un público mayor y con menor información.

- Organización de cursos en distintos sectores como, por ejemplo: sector industrial, servicios, construcción, medio ambiente y administrativo.

3. Ayudas a personas con riesgo de exclusión social e iniciativa de inserción laboral.

- Realizar ayudas económicas a centros sociales donde se realizan cursos de inserción laboral. Ayudas económicas que pueden haberse conseguido mediante una única aportación de la empresa o, mediante una recaudación de fondos solidaria creada por la organización.

- Promover la contratación de personas con riesgo de exclusión social.

ACTUACIONES CONCILIACIÓN Y CALIDAD DE VIDA.

1. Promover e implantar medidas concretas dirigidas a mejorar la calidad de vida de los trabajadores con distintas prestaciones que no se recogen en el marco legal de convenios colectivos o estatutos de los trabajadores.

- Ayudas para la formación académica en todos los niveles (primaria, secundaria obligatoria o no obligatoria, módulos, grados o postgrados) de los propios trabajadores y de sus familias.

- Distintos tipos de seguros. Seguros médicos que aseguren una asistencia médica especializada, seguros de vida, etc...

- Planes de ahorro.

2. Promover e implantar acciones que favorezcan una correcta conciliación de la vida laboral con la familiar.

- Ayuda para guarderías. (Cheque guardería)

- Acomodar vacaciones laborales a las vacaciones escolares de los hijos.

- Uso de herramientas electrónicas para la realización de trabajo y o reuniones siempre que éstas se tengan que realizar en sitios distintos al del lugar de trabajo.

- Contabilizar los días de permiso en días laborables y no en días naturales.

- Crear un buzón de sugerencias para poder realizar sugerencias en cuanto a acciones para la conciliación y, además, un tablón o un manual donde recoja todas estas acciones que emplea la empresa.

- Teletrabajo. Aprovechar todas las novedades que existen hoy en día en cuanto a la era digital en el ámbito de conciliación de vida laboral con personal. El teletrabajo da la oportunidad de cambiar el trabajo de escenario.

- Flexibilidad horaria. Ofrecer la posibilidad de acomodar el horario a sus necesidades.

ACTUACIONES MEDIO AMBIENTE

- PROGRAMAS DE MOVILIDAD MÁS SOSTENIBLE.

1. Realizar campañas de sensibilización ciudadana y campañas de educación vial entre público adolescente – joven que promuevan la movilidad sostenible y, con ello, la reducción del uso del automóvil.

2. Promover el uso de sistemas de movilidad sostenible: transporte público, peatonal, bicicleta, etc...

3. Valorar y premiar tanto a trabajadores que hagan uso de los transportes públicos como a las empresas y clientes del círculo interno de la empresa que hagan menor uso de transportes contaminantes.

4. Creación de un apartado en la web del grupo para poder dar a conocer a todos los clientes y o visitantes de la página las novedades sobre temas medio ambientales y sostenibilidad. Además de poder mostrar las acciones que toma la empresa sobre este tipo de temas.

- DISMINUIR EL CONSUMO DE AGUA, ELECTRICIDAD Y OPTIMIZAR LOS RECURSOS.

1. Mejorar el control de abastecimiento de aguas y constante revisión de contadores, para conocer si hubiese alguna fuga o cualquier tipo de incidencia.

2. Introducir medidas de ahorro y consumo eficiente en las instalaciones de la empresa, así como aprobar que estas medidas se llevan a cabo a lo largo de toda la actividad económica.

3. Introducir medidas de reciclaje y reutilización del agua para no desaprovechar gran cantidad de litros en momentos innecesarios.

4. Sustituir la electricidad corriente por aquella que viene de fuentes renovables.



6. CONCLUSIONES

En su mayoría, exceptuando la parte relacionada con la empresa, la información se ha obtenido mediante fuentes secundarias, debido a que existen gran variedad de fuentes (webs, revistas, documentales) con información necesaria para poder desarrollar este TFG.

Teniendo en cuenta la anterior información, en este apartado se van a extraer conclusiones que harán comprender la importancia de la Responsabilidad Social y la memoria de sostenibilidad.

La empresa basa su actividad en base a unos stakeholders concretos. Considero que la organización debería abrir miras y comprender que existen más partes interesadas que las que han existido siempre. Estos, bajo mi punto de vista, podrían denominarse stakeholders deseados.

Los stakeholders deseados son aquellos que deberían verse afectados por las decisiones y las acciones que pueda tomar la empresa y no los que en realidad se ven. Estos son, entre otros:

- ONGs: La empresa debería de tener este stakeholder porque demostraría su implicación con la solidaridad y la ayuda en cuanto a la inserción laboral de cualquier colectivo desfavorable.

- Asociaciones: Este stakeholder haría participe al grupo en asociaciones relacionadas con el medio ambiente, la igualdad y cualquier aspecto del ámbito social.

- Medios de comunicación: Los medios de comunicación debería formar parte porque sería una buena de publicitar sus buenas prácticas, no solo a nivel empresarial, sino de publicitar todas las medidas que lleva a cabo la empresa en cuanto a medio ambiente, solidaridad, igualdad y responsabilidad.

En base a los datos disponibles en la web de Global Reporting Initiative, se puede destacar la evolución del proceso de elaboración de memorias de sostenibilidad a nivel, tanto internacional, como nacional. Además de un aumento considerable de acciones y medidas para reducir uso de emisiones, el impacto medio ambiental y la gestión de residuos.

Actualmente, la gestión de residuos forma parte de un debate que involucra a la sociedad en su conjunto. El reconocimiento de la necesidad de pasar a modelos de producción más sostenibles hace destacar, al mismo tiempo, los problemas y las oportunidades que surgen con una buena gestión de residuos.

En mi opinión, los sistemas de gestión ambiental deben tener como estrategia principal la reducción de los residuos generados en sus procesos. Pese a esto, en los últimos años ha quedado claro que hay más oportunidades de mejorar y evolucionar y que, los innovadores avances en los procesos y la mayor necesidad social de que las empresas se involucren obligan a que muchos o todos los procesos de gestión de residuos sean estudiados nuevamente

La empresa debería desarrollar un modelo de negocio flexible que se centre en los clientes y que tenga un claro enfoque sostenible. En esta línea, la estrategia medioambiental de las empresas debe reflejarse en una política de desarrollo sostenible, que debe incluir, entre otros, los principios medioambientales, en toda su cadena de producción. Estos principios deben englobar 3 políticas ambientales: energía, agua y biodiversidad, de la misma forma que también compromisos sobre acciones forestales.

La sostenibilidad debe estar integrada en todos y cada uno de los procesos de la organización, al igual que en las decisiones que se toman a lo largo de la cadena de valor. La sostenibilidad, desde mi punto de vista, debe estar integrada desde el diseño de los productos hasta la gestión de la empresa. Como una base común en todo el personal, sea cual sea su puesto de trabajo o su función. Con la sostenibilidad se busca crear una cultura conjunta en toda la compañía.

En la mayoría de los casos las medianas o pequeñas empresas no valoran la posibilidad de contratar empresas para obtener certificaciones que demuestren que hacen un buen trabajo. No valoran la posibilidad de crear, ya sea ellos mismos o mediante empresas especializadas, una memoria de sostenibilidad de su empresa para conocer los puntos que se pueden mejorar. Estas acciones las ven más costosas que beneficiosas a largo plazo. En mi opinión, es normal ese pensamiento de las empresas debido a que los ciudadanos o clientes no se rigen a la hora de comprar o acudir a un negocio por si son más o menos responsables

que sus competidores. Es decir, se rigen más por un criterio económico y reputacional que por un criterio responsable en cuanto a sostenibilidad.

En particular, esta empresa que tratamos es una pyme que cuida de sus trabajadores, del medio ambiente y del ámbito social dentro de lo que obliga la normativa. A continuación, analizaremos los puntos débiles de la empresa que se ha hecho el estudio:

En lo que respecta al **aspecto económico**, la empresa obtiene grandes ingresos por las diferentes actividades del grupo, obteniendo cifras positivas que demuestran una buena salud económica. La retribución de los empleados va acorde a cada puesto de trabajo y no en cuanto a su sexo o su edad, la empresa elimina por completo la brecha salarial entre trabajadoras y trabajadores.

Al igual que son prácticamente inexistentes sus ayudas económicas a la sociedad también son pocas las ayudas financieras que reciben. Una ayuda con motivo de la COVID en 2021 y aportaciones, más que económicas, de infraestructuras para distintas labores sociales.

Respecto al **medio ambiente**, el grupo lleva a cabo su actividad económica de forma poco sostenible. Es decir, bien es cierto que tiene muy presente el cuidado de las zonas naturales y las especies en peligro de extinción, pero, por el contrario, no se utilizan vehículos sostenibles. No se lleva a cabo ninguna acción de reciclaje de agua o aprovechamiento de luz, sino que, simplemente, se utilizan bombillas de bajo consumo. Que, sin dejar de ser importante, es escaso. En cuanto al reciclaje de residuos, el grupo hace lo correcto delegando la acción de tratamiento de estos materiales, pero, el papel ya usado se podría utilizar más que una sola vez. Por ejemplo, una vez impreso algún documento, para imprimir un nuevo documento en sucio se podría utilizar ese tipo de papel.

La empresa debería aplicar los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, esto promovería la responsabilidad social en su conjunto y demostraría el compromiso de la organización. Además, las entidades que se sumasen a la actividad de la empresa deberían comprometerse de forma voluntaria a añadir estos principios a su estrategia empresarial.

En cuanto a los **trabajadores**, la estabilidad de la plantilla es un aspecto destacable de la empresa. Todos tienen una larga experiencia en la empresa, con contrato indefinido y a jornada completa.

En estos tiempos, la conciliación de la vida familiar con la vida profesional se ha convertido en uno de los objetivos principales por el trabajador para conseguir una estabilidad laboral sin necesidad de disminuir el tiempo de la vida personal para cumplir con las obligaciones laborales.

La empresa no tiene ninguna medida detallada y concreta sobre la conciliación. Es el trabajador quien, en mayor o menor medida, se tiene que preocupar para poder cuadrar ambas agendas sin que exista ningún enfrentamiento entre ellas.

Dentro del marco normativo, es la empresa quien debe aceptar la propuesta de conciliación del trabajador. En caso de negarse tendría que justificar detalladamente por qué no lo acepta.

Si es cierto que, aunque no existe medidas concretas, la empresa ofrece facilidades para gestionar este proceso y no pone grandes impedimentos ante estas propuestas. Salvo causas ajenas a la empresa como, por ejemplo, no poder sustituir al trabajador por el horario que solicita la conciliación o que su función en la empresa sea muy difícil de sustituir, la empresa acepta la propuesta e intenta generar el mayor bienestar en la vida del trabajador.

Aunque la empresa haya pertenecido siempre a la misma familia no es correcto que los trabajadores o socios tengan que estar pendientes de la misma en sus periodos de descanso. La empresa debería cambiar esto, apartando al trabajador o sustituyéndolo en sus periodos de descanso si fuese necesario. Si se sigue pendiente en todo momento de la empresa no se está llevando a cabo una buena conciliación. No se está disfrutando de ese derecho.

En cuanto al teletrabajo (mencionado anteriormente en las líneas de actuación), bajo mi punto de vista es una opción muy útil para conciliar las dos vidas, pero hay que llevar mucho cuidado con los límites que se marcan. Es muy fácil trabajar de más, estando en casa y con los teléfonos móviles siempre operativos es muy difícil dejar de estar atentos a algún correo o whatsapp de trabajo.

Considero que la empresa ha de mejorar en cuanto a la motivación de los trabajadores, debido a que no se lleva a cabo ninguna medida en cuanto a este tema. Esto es muy importante, por ejemplo, para sentirse motivados la empresa puede recompensar a los trabajadores por su esfuerzo y dedicación en la empresa. La empresa debe crear una unión, un fuerte compromiso entre trabajadores y la propia organización para poder conseguir una mayor productividad. Los trabajadores han de sentir que forman parte de la empresa, esto creará en ellos una motivación que aumentará la competitividad.

Toda empresa debería llevar a cabo una política para garantizar el aprovechamiento del talento de sus trabajadores y favorecer el desarrollo interno de los mismos, asegurando con esta medida una buena gestión sobre el conocimiento de la empresa, lo que permitirá un mayor crecimiento, no solo de la empresa, sino que, también, de sus trabajadores al mismo tiempo.

Una medida muy importante que la empresa sí lleva a cabo es la formación continua, mediante cursos, seminarios o charlas para estar siempre renovando y actualizando conocimientos. De esta forma los trabajadores están cualificados para resolver todas las dificultades que le surjan.

Un aspecto que me parece destacable es que los socios de la empresa trabajan mano a mano con los trabajadores, por lo que, saben en todo momento lo que les incomoda, lo que se puede mejorar en la empresa o lo que crea motivación entre los trabajadores. Un punto que crea cierta unión con los trabajadores para que no los vean de forma inaccesible.

Respecto a los **materiales**, la empresa no tiene ningún plan ni acción sobre este tema.

La organización debería identificar las materias primas, ordenarlas mediante el uso que se les da y el impacto que provocan sobre el medio ambiente. Una vez obtenido esta información se deberían implantar medidas que promuevan un menor uso y, además, un uso responsable sobre esta clase de materiales.

Por ejemplo, se podría adoptar políticas relacionadas con el gasto de papel o tóner, reduciendo el gasto interno de impresoras a lo estrictamente necesario.

Esta medida es de fácil cumplimiento y sin ningún gasto adicional debido a la informática y a los documentos informatizados.

Por otra parte, al igual que el papel se recicla mediante una empresa externa y, aunque la empresa no nos ha hablado de esta medida, lo más adecuado sería contratar el servicio de una empresa especializada en reciclaje de cartuchos de impresora. No sólo porque pueden obtener una segunda vida sino porque nos aseguramos de que no irán a parar a cualquier parte.

Aunque la empresa, de vez en cuando, dona temporalmente distintos locales para cuestiones solidarias, se podría llevar a cabo una medida similar. Por ejemplo, se podría implantar una medida para buscar nuevas oportunidades a los materiales que, sin esto, acabarían siendo residuos. Los ordenadores es un material que podría adaptarse perfectamente a esta medida, aquellos que no estén en uso o que se hayan ido ralentizando de forma que, para la actividad principal no funcione, pero para otros servicios si, pudieran donarse a distintas asociaciones benéficas. Además de reducir el consumo de residuos generados, se estaría creando un beneficio para la empresa.

En la misma línea, en cuanto a materiales, el grupo podría eliminar por completo o disminuir el uso de forma significativa de botellas o vasos de plástico y sustituirlos por botellas de acero, vasos de cristal o cualquier otro material menos contaminante.

En cuanto a la **sociedad**, la empresa ha de entender el concepto de responsabilidad social como un fuerte compromiso con el desarrollo de acciones que aporten a la sociedad valores positivos y que, al mismo tiempo, hagan que el impacto negativo que pudiesen generar sea menor. Esto se consigue, básicamente, por medio del conocimiento y la creación de una conciencia social, tanto a nivel interno como externo.

En mi opinión, la empresa debería participar en proyectos cuyo fin fuese el desarrollo social y económico de la sociedad. Por ejemplo, en las acciones que se nombran en el apartado de las líneas de actuación.

Por otro lado, me parece correcta y acertada la posición de la empresa de no querer vincularse a ningún partido político o algún tipo de ideología política.

Tanto la organización como sus empleados tienen su propia opinión ante este debate, pero, su objetivo principal es buscar la satisfacción de las necesidades de todo el mundo, independientemente de las ideologías que tengan cada uno. Respetando a las personas y sus pensamientos, siempre que no vayan en contra de los principios básicos que tiene la organización.

No sería aconsejable para el buen funcionamiento de la empresa que trabajara con personas o empresas, por ejemplo, que muestren tanto en privado como en público, actitudes contrarias en cuanto a las libertades de las personas, en relación con su sexo, orientación sexual, creencias religiosas o etnias, entre otras, etc...

Los servicios de la empresa deberían desarrollarse al amparo de un código ético en favor de los derechos humanos, un código que se debe regir por la relación entre los distintos grupos de interés y la propia empresa.

En cuanto a **clientes y proveedores**, la empresa busca por encima de todo la satisfacción del cliente. Utilizando procesos innovadores, personal cualificado y con pasión por su trabajo, enfocados, también, a que el cliente siempre es lo primero.

En cuanto a la atención y trato considero que el grupo cumple todas las expectativas ante el cliente. Trabajos minuciosamente cuidados y personal atento a todo tipo de detalles. Pero, creo que sería de gran utilidad saber el grado de satisfacción que tiene el cliente, tanto con la empresa, con el personal como con el proyecto realizado.

Para conocer el grado de satisfacción la mejor herramienta sería enviar una encuesta de satisfacción a un determinado número de clientes. El objetivo de esto sería poder identificar cuáles son los puntos fuertes y los puntos débiles de la organización para poder mejorarlos.

También sería útil crear una herramienta para poder gestionar las quejas y reclamaciones que hubiera. Con el único objetivo de que esas quejas o reclamaciones no caigan en el olvido y puedan servir para mejorar de cara a futuros clientes o proyectos.

El grupo no explica detalladamente la relación que mantiene con los proveedores, pero, se deberían crear distintas formas de análisis para poder evaluar si los proveedores son fieles a los valores de la empresa y, a partir de ahí, contratar sus servicios. Una empresa no es 100% responsable por muchas medidas que implante dentro de sus instalaciones si no trabaja con proveedores que tienen los mismos valores.

Además, a la empresa les serviría para saber si la empresa a la que van a contratar para la compra de material o para la elaboración de algún proyecto es una empresa fiable.

En resumen, en vista de todo lo analizado y observado, podría decirse que las normativas existentes en materias de Responsabilidad Social en España, de igual forma que la Directiva Europea, no llegan a ser todo lo eficaz que podrían serlo. El principal motivo por el que no llegan a ser todo lo eficaces que deberían serlo, es que en ningún marco legal se especifican de forma exacta y definida las pautas a seguir. Es decir, se deja gran libertad a la interpretación por parte de las organizaciones, lo que conlleva que una empresa de prioridad a ciertos asuntos según les interese.

Después de estudiar acerca de este tema se crean distintas cuestiones: ¿Las empresas cuentan toda la verdad o, gracias a esa libertad, solo lo que les interesa? ¿La normativa, tanto española como europea, es todo lo exigente que debería con las empresas?

Desde mi punto de vista, siempre habrá verdad en lo que cuenten las empresas. Las acciones sobre Responsabilidad Social conllevan unos resultados que, difícilmente, se puedan conseguir inventándolos, pero, eso sí, es muy posible que se exagere esa información y se utilice en los momentos que más benefician a las empresas de cara a la imagen pública. Como si fuese una campaña de marketing, donde las campañas de solidaridad están más relacionadas con la publicidad que con la responsabilidad empresarial. La Responsabilidad Social no se trata de parecer una cosa, sino de serlo, de creer en ello.

Considero que promover el sistema de negocio sostenible significa fortalecer las instituciones y los sistemas legales en que se basan las empresas. Para tener un mercado efectivo se han de tener normativas fuertes. Aunque, por otro lado,

también significa el garantizar una combinación justa de los recursos (humanos, financieros y naturales) para poder aumentar la productividad.

Todo esto requiere nuevas formas de coordinación entre las empresas, la sociedad y el gobierno del país para, con esta unión, garantizar la mejor calidad de vida y empleo. Manteniendo la sostenibilidad del planeta, ahora y en un futuro.

Por otro lado, aunque en la misma línea, en el momento que nacieran leyes más exigentes de protección del medio ambiente, es necesario que, a la misma vez, aumentara la educación ambiental en todo tipo de estudios en particular, y de forma general crear campañas para sensibilizar a la población.

La respuesta a la segunda pregunta, como decía, desde mi opinión, es bastante clara y sencilla. La normativa no es nada exigente como debería o como es la de otros países. Aunque en los últimos años hemos dado avances, no puedo evitar que se me venga a la cabeza el caso Volkswagen al contestar esta pregunta. La ley no fue estricta, no hizo ningún tipo de seguimiento ni de comprobación, y la marca supo aprovechar esa oportunidad.

El caso Volkswagen, en resumen, se puede explicar como un fracaso de la Responsabilidad Social. Una forma de manipular la opinión social para mejorar su competitividad y poner a la compañía en el puesto número 1 de su sector a nivel mundial. Volkswagen se vendía como una marca ecológica mientras que, por detrás, envenenaba a todo el planeta trucando los motores de los vehículos para evitar los límites en las pruebas periódicas a las que debían someterse. Una ausencia total, tanto de ética como de moral. La forma de mentir siendo plenamente conscientes de ello tuvo grandes consecuencias: se cobró distintas dimisiones dentro de la junta directiva, la caída en el ranking de la compañía y, años más tarde, en 2021, Bruselas obligó a la marca a compensar a todos los consumidores afectados.

Obviando la sanción económica, la caída de la empresa y la destitución de algunos cargos, el grupo Volkswagen no ha pagado por el daño medio ambiental que causó. Y tampoco nunca se va a poder arreglar.

Pero, como comentaba, ese es el mayor problema de la Responsabilidad Social, dar la libertad a una empresa y unos directivos (que solo buscan el aumento de

la marca, en todos los sentidos) a que se autorregulen y cumplan con las directrices sin que nadie controle o compruebe, eso no siempre saldrá bien.

Para concluir, me gustaría acabar citando a R. Edward Freeman. Edward Freeman fue un filósofo experto en la parte ética de la empresa. Además, como comentaba en el apartado 2, Freeman fue el creador de la teoría de los stakeholder, quien defendía la necesidad de tener un dialogo continuo y claro con el público interesado por la organización. La siguiente frase, bajo mi punto de vista, es una frase que define muy bien lo que es Responsabilidad Social.

“Supongamos que vengo y te digo: Mira, tú haces productos y provees servicios. A la gente le gustan los productos y servicios que tú provees, hacen su vida mejor. Y mejor aún: los trabajadores quieren trabajar para ti. Hay una larga cola de gente que quiere trabajar para ti, porque le tratas bien, y ellos pueden manifestarse libremente, estar comprometidos y pueden ser innovadores. Los proveedores quieren trabajar para ti porque tú les haces mejores y ellos te hacen mejor a ti. Es una relación mutua. Las comunidades locales te quieren en su comunidad porque actúas como un buen ciudadano y, además, haces dinero. Creo que eso es Responsabilidad Social Corporativa. Es crear valor para los clientes, proveedores, empleados, comunidades locales y accionistas.” (R. Edward Freeman. 2009 – En documental No a la Venta del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa con UNED)

BIBLIOGRAFIA:

- AECA, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2007). *Gobierno y Responsabilidad Social de la Empresa*. <https://aeca.es/publicaciones2/documentos/responsabilidad-social-corporativa/rs4/>
- Boletín económico de ICE (2004). *El porqué de la responsabilidad social corporativa*. https://www.researchgate.net/profile/Marta-De-La-Cuesta/publication/28072857_El_porque_de_la_responsabilidad_social_corporativa/links/00b7d531db353615b5000000/El-porque-de-la-responsabilidad-social-corporativa.pdf
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro verde, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Global Reporting Initiative (2013). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. <http://www.mas-business.com/docs/Spanish-G4.pdf>
- Jiménez, T. (2017) "Las 10 ventajas de la Responsabilidad Social Corporativa" *INFORMACIÓN*. <https://www.informacion.es/economia/2017/10/01/10-ventajas-responsabilidad-social-corporativa-5871625.html>

- Organización Internacional del Trabajo (2021). *The future of diversity*. https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_831316/lang-es/index.htm
- Quirón Prevención. (2020). "¿Conoces los beneficios de la conciliación personal, familiar y laboral para las empresas?" *QUIRÓN PREVENCIÓN* <https://www.quironprevencion.com/blogs/es/prevenidos/conoces-beneficios-conciliacion-personal-familiar-laboral-e>

- ACCIONA. *Para qué sirve una memoria de sostenibilidad*. <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/para-que-sirve-una-memoria-de-sostenibilidad-i/>
- Economipedia. *Responsabilidad Social Corporativa*. <https://economipedia.com/definiciones/responsabilidad-social-corporativa.html>

- Global Reporting Initiative. *Standars*.
<https://www.globalreporting.org/>
 - Global Reporting Initiative. *How to use the GRI Standars*.
<https://www.globalreporting.org/>
 - International Dynamic Advisors. *¿Qué es el Global Reporting Initiative (GRI)?*
<https://www.intedya.com/internacional/282/noticia-que-es-el-global-reporting-initiative-gri.html>
 - Naciones Unidas. *Objetivos de desarrollo sostenible*.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
 - Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. *Global Reporting Initiative*.
<https://observatoriosc.org/global-reporting-initiative/>
 - Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. *Qué es RSC*.
<https://observatoriosc.org/>
 - Olberg Sanz, consultor de comunicación estratégica. *Principios para determinar la calidad de la memoria de sostenibilidad*.
<https://olbergsanz.wordpress.com/2015/02/22/principios-para-determinar-la-calidad-de-la-memoria-de-sostenibilidad/>
 - Organización Internacional del Trabajo.
<https://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>
 - Pacto Mundial Red Española. *Qué puedes hacer tú*.
<https://pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/ods/>
 - UNIR, la universidad en internet. *Acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC): ventajas y ejemplos*.
<https://www.unir.net/ingenieria/revista/acciones-responsabilidad-social-corporativa/>
-
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, “No a la venta” en YouTube.
<https://observatoriosc.org/no-a-la-venta-documental/>

- TEDx, Marcelo Tedesco, "Responsabilidad Social como Centro de la Estrategia Empresarial" en YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=aLJmPFI7dD0>
- El País, "Ciclo ciudades globales: Finanzas Sostenibles" en YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=iUvwKpDBE0c>

