

Guía de Aplicación NORMAPME

para PYMES Europeas

de la Norma

ISO 26000

Guía de Responsabilidad Social

Primera Edición, Julio de 2011



**With the financial support of
the European Commission**

Este documento ha sido elaborado por (en orden alfabético):

Marc Brundelius –Centro de Estudios y Asesoramiento Metalúrgico (CEAM), España

Sarah Burke – Organización Europea del Artesanado y de las Pequeñas y Medianas Empresas para la Normalización (European Office for Crafts, Trades and Small and Medium-Sized Enterprises for Standardisation, NORMAPME), Bruselas

Jan Dannenbring- Asociación Central del Artesanado Alemán y de las Pequeñas Empresas (ZDH-Zentralverband des Deutschen Handwerks), Alemania

Guido Gürtler – NORMAPME (Bruselas) experto y CCI (París) observador de ISO 26000

Helmut Haybach – Centro Tecnológico para la Industria de Madera S.L.(Technologie-Zentrum Holzwirtschaft GmbH), Alemania

Nuria Moyes Prellezo – Confederación General de Pequeñas y Medianas Empresas (Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises), Francia

NORMAPME desea expresar su aprecio por los comentarios de apoyo sobre esta Guía de Aplicación para PYMES recibidos por parte de los líderes del grupo de trabajo responsable para el desarrollo de la ISO 26000 (ISO/TMB/WG SR Social Responsibility), y de la secretaría central de la ISO.

Índice

Introducción	4
1 Principios	6
Rendición de cuentas	6
Transparencia	7
Comportamiento ético	7
Gestión de redes	7
2 Guía en materias fundamentales de responsabilidad social.....	9
Derechos Humanos	9
Prácticas laborales.....	10
Medio ambiente.....	10
Prácticas justas de operación	10
Asuntos de consumidores	11
Participación activa y desarrollo de la comunidad.....	11
3 Practicar la responsabilidad social	12
Comprender la responsabilidad social de una PYME.....	12
Enfoque colectivo	12
Comunicación	13
Iniciativas voluntarias	13

Introducción

La presente *Guía de Aplicación para PYMES de NORMAPME* está pensada para prestar apoyo al uso eficiente de la norma ISO 26000 por parte de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Mientras que la ISO 26000 sigue un enfoque más bien global, la presente guía incluye solamente aquellas recomendaciones que pueden ser relevantes para las PYMES europeas.

¿Qué es la Norma ISO 26000, “Guía sobre Responsabilidad Social”?

El objetivo de la ISO 26000 es ofrecer una guía sobre responsabilidad social a todos los tipos y tamaños de organizaciones. Está redactada en forma de recomendaciones, consejos, propuestas y orientaciones. Es un documento de 100 páginas que pretende ser aplicable globalmente. Sólo de manera formal se le llama “norma”. Por un lado sigue un enfoque de aplicabilidad global para todo tipo de organizaciones, pero por otra parte reconoce que cada caso puede ser específico:

“Al aplicar esta Norma Internacional, es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como las diferencias en las condiciones económicas, siempre que sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento.”¹

¿Qué no es la ISO 26000?

En el apartado de “Objeto y campo de aplicación” se explica, entre otras, la siguiente limitación:

Esta Norma Internacional *no es una norma de sistemas de gestión. No es adecuada, ni pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual. Cualquier oferta de certificación o petición para obtener una certificación conforme a la Norma ISO 26000 se consideraría una tergiversación del propósito e intención de esta Norma Internacional y una mala utilización de la misma. Dado que esta Norma Internacional no contiene requisitos, ninguna certificación constituiría una demostración de conformidad respecto de esta Norma Internacional.*^{2 3}

Como consecuencia, no se puede hacer alusión a ISO 26000 en contratos o en reglamentos gubernamentales, y – como no contiene requisitos- no se puede usar para la evaluación o certificación de una organización. Una evaluación significaría que se tienen que asignar distintas valoraciones a los asuntos de la ISO 26000 (por ejemplo la valoración del grado de cumplimiento de un asunto en particular) y como consecuencia las líneas directrices se convertirían en requisitos medibles. Particularmente las PYMES deberían ser conscientes de ello, porque algunas instituciones de certificación podrían ofrecer una evaluación, un “Certificado ISO 26000” o incluir la ISO 26000 en otros paquetes de certificación, lo que sería un mal uso evidente de esta norma internacional.

¹ ISO 26000:10: Capítulo 1 - Objeto y campo de aplicación, párrafo 3

² ISO 26000:10: Capítulo 1 - Objeto y campo de aplicación, párrafo 4

³ El texto es una cita de la norma ISO 26000:2010, reproducido con el permiso de la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se puede obtener esta norma a través de los miembros de ISO y de la página Web de la Secretaría de ISO: www.iso.org. ISO tiene los derechos de autor.

¿Qué es una PYME europea?

Europa comparte valores comunes, una tradición de naciones y constituciones, leyes y reglamentos que están desarrollados particularmente en las áreas del derecho laboral y medioambiental, una cultura de cumplimiento, mecanismos eficientes de ejecución que incluyen las leyes penales, una infraestructura tecnológica altamente desarrollada y un alto nivel de educación y talentos inventivos. Las PYMES europeas son conocidas por practicar el cumplimiento legal como parte inherente de su responsabilidad social.

En Europa, las empresas *medianas* tienen hasta 250 empleados, las *pequeñas* empresas hasta 50 y las *micro* empresas hasta 10. Su volumen de ventas anuales no debe exceder los 50 millones de Euros o su balance anual los 43 millones de Euros.⁴ La gran mayoría de los 20 millones de PYMES europeas⁵ está caracterizada por la propiedad personal, siendo ésta gestionada por el propietario y con *estructuras informales*. Mientras que un 10% exporta productos y servicios, la mayoría de PYMES europeas están insertas en un contexto local donde la comunidad en la que operan observa y examina constantemente su comportamiento frente a la sociedad.

El fuerte específico de las PYMES europeas es la relación personalizada con su entorno. A través del aporte personal del dueño y gerente éstas pueden contribuir a un futuro mejor.

¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

El término RSE se refiere a los comportamientos voluntarios responsables de las empresas hacia la sociedad, y presupone el cumplimiento de la ley por parte de éstas. Las sociedades se distinguen por varios factores, entre los cuales destacan la nación, la historia, la cultura, el idioma, la religión, el nivel educativo, la manera de pensar, la densidad de regulaciones. En los países europeos, muchas actividades relacionadas con la RSE están reglamentadas legalmente, una diferencia significativa con otras regiones. Las diferentes sociedades quieren desarrollarse pero también mantener su carácter especial. Como consecuencia, la responsabilidad social de las empresas está marcada por muchas dinámicas, pues las necesidades y exigencias de las sociedades son específicas en cada lugar y están sujetas a cambios continuos. Mientras que el éxito y la prosperidad económica son prerrequisitos cruciales para realizar contribuciones a la sociedad, la pregunta clave es: ¿en qué puede contribuir una PYME europea al desarrollo de su sociedad? La respuesta es específica para cada PYME, según su situación particular, sus posibilidades y las necesidades prioritarias de “su” sociedad.

¿Por qué una PYME debería practicar la RSE?

Los mayores beneficios que las PYMES pueden obtener de un comportamiento socialmente responsable son:

- Una motivación y productividad más alta por parte de los empleados
- Un aumento de la reputación y de la confianza, lo que lleva a una apreciación elevada por parte de los clientes y proveedores, y por lo tanto a un mayor éxito económico

⁴ Recomendación de la Comisión 2003/361/EC sobre la definición de PYMES

⁵ Datos de Eurostat

- Ser reconocido como interlocutor válido, dado que operar públicamente en la sociedad implica para la PYME considerar las intenciones de los clientes, de los representantes de la comunidad local, de los bancos, y de otras partes interesadas importantes
- Ser reconocido por su compromiso auténtico, porque la RSE no es una vía rápida hacia el éxito económico, sino una inversión que es rentable a largo plazo
- La aceptación dentro de la comunidad, porque la RSE permite a la PYME adaptarse más rápidamente a las necesidades de su entorno, inclusive al de sus clientes.

¿De qué manera puede ayudar esta guía?

Esta guía de aplicación pretende ayudar a identificar aquellas recomendaciones de la ISO 26000 que son relevantes para las PYMES europeas. No es su intención prescribir requisitos o imponer cargas adicionales ya que la RSE practicada está alineada con los objetivos de negocio de la empresa.

Paralelamente a este análisis de posibles acciones se recomienda un enfoque colectivo, por ejemplo a través de las organizaciones patronales o cámaras. Estas organizaciones también pueden ayudar a representar los puntos de vista de la PYME frente a entidades gubernamentales u otros interlocutores en el entorno de la empresa.

1 Principios

Los principios básicos de la responsabilidad social para las pequeñas y medianas empresas son la rendición de cuentas, la transparencia y el comportamiento ético, así como la comunicación dentro de la red de personas, grupos y organizaciones que tienen un interés en la PYME.

Rendición de cuentas

La rendición de cuentas significa que la PYME está dispuesta a asumir la responsabilidad del impacto que puede generar en su entorno específico. El propietario o gerente debe ser capaz de explicar y justificar la decisión que toma. Rendir cuentas es importante en el caso de decisiones que afectan a clientes, empleados, proveedores, vecinos o la comunidad local en aspectos económicos, sociales y medioambientales.

Rendir cuentas supone, además, la disposición y la capacidad de revisar y corregir decisiones incorrectas, asumir la responsabilidad de los daños causados y adoptar medidas preventivas. De este modo se ayuda a que las empresas encuentren el modo de que se comprendan sus decisiones por parte de sus interlocutores y por lo tanto es una vía para aumentar su credibilidad y reputación.

Por ejemplo, una PYME puede rendir cuentas cuando responde:

- a las autoridades, explicando las causas de un accidente laboral y tomando medidas de mejora
- a acusaciones debido a que el personal que trabaja para la empresa ha vertido aguas residuales en un área verde
- a clientes que piden una explicación por los cambios en la política de precios de la empresa.

Transparencia

Transparencia quiere decir que la empresa hace accesible la información sobre sus decisiones y actividades respecto a los aspectos sociales, económicos y medioambientales relevantes de sus opera-

ciones. Tal información puede ser proporcionada de manera ad hoc, pero las PYMES deben evaluar si hay un interés legítimo y fuerte en establecer un flujo de información más regular hacia sus clientes, colaboradores, empleados, u otras personas y organizaciones en su red de interlocutores.

Ejemplos:

- un taller mecánico informa sobre el número de aprendices admitidos cada año
- una PYME comparte con sus empleados los principales resultados de la última encuesta de satisfacción laboral
- una guardería infantil informa sobre los ingredientes y calorías contenidas en la alimentación para los niños.

Comportamiento ético

Una empresa debe comportarse éticamente, lo que implica que todas las decisiones deberían tomarse e implementarse de manera honesta, justa y fiable, sin aceptar beneficios ilegales o conflictos de interés. Esto incluye tanto las operaciones económicas de la PYME, como la preocupación por las personas y el medio ambiente. El comportamiento ético está influido en gran medida por los valores personales y el sentido de responsabilidad del dueño-gerente, que se refleja por ejemplo en su disposición a tratar a las personas como iguales y con dignidad, a cumplir con su palabra o a ayudar a los demás. Solamente si el comportamiento ético es practicado de manera continuada en la vida diaria de la PYME generará reciprocidad y confianza, de tal modo que los receptores de este comportamiento adoptarán a su vez estas actitudes.

Ejemplos:

- Evitar todo tipo de corrupción, tal como el soborno para acelerar los procedimientos o el fraude fiscal; dar o recibir sólo regalos de bajo valor y de manera no frecuente, limitar y definir el tipo de entretenimiento que se acepta, decidir no operar en países donde no se respetan los derechos fundamentales del trabajo establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Competencia justa: especialmente a nivel local, las prácticas comerciales fiables son la base del éxito de todos, por ejemplo una PYME no debe engañar deliberadamente a un competidor.

Posibles beneficios, entre otros:

- Los clientes o proveedores prefieren a la PYME “ética”, especialmente aquellos que tienen una postura similar
- Los empleados son más leales a la empresa incluso en tiempos difíciles
- La gente de la comunidad local tenderá a apoyar a una PYME que se encuentre en una situación difícil como respuesta a la ayuda recibida por parte de la empresa.

Gestión de redes

La gestión activa de redes es un principio cada vez más importante para el éxito de las PYMES, ya que puede asegurar la comunicación y resolver posibles conflictos de manera más eficaz. Una PYME debería identificar qué interlocutores pueden tener un interés en sus decisiones y actividades para entender cuál puede ser el posible impacto de éstas y cómo responder a ello. Este análisis no debería limitarse a la relación con clientes y proveedores, porque cada PYME depende de una infraestructura eficiente y de una red basada en la sociedad. Otros individuos o grupos también pueden tener derechos, exigencias o intereses específicos que pueden afectar el trabajo diario de la PYME y que deber-

ían tomarse en cuenta. Cada empresa debe concebirse como parte de su correspondiente estructura local o regional, según su tamaño y capacidades. La gestión de redes de las PYMES puede darse en distintas áreas de actividades.

Redes basadas en los clientes

Cada empresa necesita clientes. Por lo tanto es necesario que entienda cuáles son sus redes respectivas y sus valores. Las PYMES deben estar informadas sobre los grupos y asociaciones con los que están comprometidos sus clientes y mantener el contacto con ellos. Esto varía según si la PYME es proveedora de clientes industriales, o si más bien trabaja con usuarios y consumidores locales o regionales.

Redes basadas en las personas

La personalidad del dueño determina en gran medida la forma que adoptará la PYME. A menudo, actividades privadas y actividades de negocio están vinculadas. Las redes personales y las asociaciones locales son importantes para el intercambio de ideas. Muchos problemas relacionados con el trabajo diario de una PYME sólo pueden ser resueltos a través de un esfuerzo común y en una atmósfera de confianza. Para construir estas redes de confianza, en que todos se conocen, se puede incluir por ejemplo el club de fútbol, así como el grupo local de empresas.

Redes basadas en la sociedad

Las empresas forman parte de la sociedad: esto significa, por ejemplo, que los vecinos y grupos ambientales siguen muy de cerca los posibles cambios o molestias cuando analizan el impacto que puede tener una PYME en su entorno. Los intereses de la PYME pueden estar afectados fuertemente por interlocutores que forman redes basadas en la sociedad. Una participación activa en debates públicos permite una mejora de la situación y ayuda a encontrar soluciones adecuadas y compromisos.

Debido al envejecimiento de las sociedades occidentales, se necesitan esfuerzos comunes para mejorar el desarrollo profesional de los empleados y estudiantes. Las PYMES pueden sacar beneficios de una cooperación con colegios, institutos y universidades, obteniendo acceso a empleados mejor calificados. Esto les brinda muchas oportunidades, ya que les permite mejorar su imagen pública y tener acceso a nuevas ideas y tecnologías.

Hay que tomar en consideración algunos elementos clave a la hora de construir las redes:

- Cualquier comunicación con las redes está basada en un interés personal por intercambiar ideas
- Construir redes es más que marketing: implica el compromiso de comprender a los interlocutores y de responder adecuadamente con el fin de elaborar soluciones concretas a los problemas
- Gestionar redes no es una actividad puntual: se trata de una actividad que requiere continuidad. La manifestación de compromiso es clave para la generación de confianza, el intercambio de información y la puesta en marcha de acciones conjuntas.

La capacidad de una PYME para construir redes está basada en la personalidad de su dueño. En muchos casos resulta en actividades más informales y relacionadas con las personas, tales como:

- Días de puertas abiertas para el público
- Participación en debates
- Talleres para estudiantes de colegios, institutos y universidades
- Foros en Internet (debate e información)
- Presentación de la empresa en Internet.

2 Guía en materias fundamentales de responsabilidad social

Según la ISO 26000 las materias fundamentales son: el gobierno organizacional, los derechos humanos; las prácticas laborales; el medio ambiente; las prácticas justas de operación; los asuntos de consumidores; la participación activa y el desarrollo de la comunidad.

Otros asuntos, como los factores económicos, los aspectos relacionados con la salud y la seguridad, la cadena de suministro o asuntos de género se tratan transversalmente en las materias fundamentales. Una empresa debe revisar todas las materias fundamentales, aunque para las PYMES no todas son igualmente relevantes.

Derechos Humanos

Hay dos categorías amplias de derechos humanos: la primera se refiere a los derechos civiles y políticos y a la igualdad ante la ley. La segunda se refiere a los derechos económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al trabajo, a la educación y a la alimentación. La mayoría de las leyes sobre los derechos humanos se refieren a la relación entre el Estado y el individuo, pero también las empresas privadas, como las PYMES, pueden tener un efecto sobre los derechos humanos.

En la Unión Europea, el respeto de los derechos humanos es un principio fundamental establecido por las Constituciones de los Estados miembros y por varios textos de la Unión Europea, como por ejemplo, la Carta Europea sobre los derechos fundamentales. La protección legal de los derechos humanos está garantizada por las normas legales y el funcionamiento de los sistemas judiciales. Por lo tanto, los asuntos relativos a los derechos humanos serán mucho menos relevantes para PYMES europeas que operen en un contexto local, regional o nacional que para aquellas PYMES que sean activas a nivel internacional, especialmente en países en vías de desarrollo.

Los siguientes asuntos referentes a los derechos humanos deberían ser considerados:

- **Situaciones de riesgo en materia de derechos humanos fuera de Europa:** Las empresas deberían ser conscientes de las circunstancias y de los entornos que ponen en riesgo los derechos humanos (por ejemplo, en situaciones de inestabilidad política, pobreza, después de desastres naturales, corrupción, no presencia de derechos civiles y políticos). Además, las empresas deberían comportarse de tal manera que eviten toda complicidad con la violación de los derechos humanos. Deberían informarse sobre las condiciones sociales y medioambientales en que se producen determinadas mercancías
- **Discriminación y grupos vulnerables:** Una empresa debería tener en cuenta todos los grupos sociales y especialmente los grupos vulnerables, para evitar su exclusión y discrimina-

ción. Los grupos vulnerables pueden estar constituidos, entre otros, por mujeres, personas con alguna discapacidad e inmigrantes.

Prácticas laborales

Las prácticas laborales incluyen, entre otros asuntos, la contratación de empleados, la finalización del contrato, la formación, los salarios, la salud y seguridad en el trabajo. En los Estados miembros de la Unión Europea todos los estándares laborales relevantes han sido adoptados por la legislación o a través de convenios colectivos. Los asuntos prioritarios deberían ser:

- **Condiciones laborales y protección social:** Una empresa debería asegurarse de que las condiciones laborales cumplan con la legislación nacional y/o los estándares establecidos por los convenios colectivos (por ejemplo, los salarios, las jornadas, las vacaciones, las prácticas de despido, la protección de la maternidad y el acceso a los sistemas de seguridad social)
- **Diálogo social:** Las empresas deberían respetar e implementar los resultados del diálogo social, teniendo en cuenta el marco legal existente y las tradiciones nacionales
- **Salud y seguridad en el trabajo:** Con el fin de prevenir enfermedades, heridas o incluso las muertes relacionadas con el empleo, una empresa debería desarrollar, implementar y mantener una política de salud y seguridad ocupacional que cumpla con la legislación nacional respectiva o que voluntariamente vaya más allá
- **Desarrollo humano y formación:** Las PYMES deberían permitir a sus trabajadores desarrollar sus aptitudes y acceder a la formación cuando ello sea posible.

Medio ambiente

Las actividades de las empresas pueden tener un impacto sobre el medio ambiente. Por lo tanto, deberían comportarse de manera responsable con el medio ambiente, aumentando la concienciación, analizando y minimizando su impacto potencial:

- **Prevenir la contaminación:** Implementar tecnologías o estrategias para reducir las emisiones contaminantes en el aire o en el agua, el uso y los residuos químicos y tóxicos peligrosos, y optimizar la gestión de residuos
- **Uso sostenible de recursos:** Los recursos no renovables (combustibles fósiles, metales etc.) deberían ser reemplazados por recursos renovables allí donde sea posible. Paralelamente, el uso de recursos debería ser minimizado en la medida de lo posible (energía, agua, materiales)
- **Atenuación del cambio climático:** Cada empresa debería considerar su posible contribución al cambio climático, con el objetivo de identificarla, reducirla y minimizarla
- **Protección de los ecosistemas:** Una empresa puede actuar de manera más socialmente responsable si protege y restaura el hábitat natural minimizando así el posible impacto de sus actividades.

Todas las actividades ambientales deberían ser tratadas a nivel local y regional en cooperación con los interlocutores afectados.

Prácticas justas de operación

Las empresas deberían operar de manera justa frente a sus clientes y socios, proveedores, instituciones de gobierno y otros. Los siguientes asuntos relativos a las prácticas justas de operación pueden ser relevantes:

- **Anticorrupción:** para prevenir la corrupción a todos los niveles, una PYME puede, por ejemplo, apoyar y formar a sus empleados y representantes con el fin de erradicar el soborno y la corrupción, aumentar la conciencia entre ellos y animarles a denunciar violaciones de las prácticas de anticorrupción
- **Competencia justa:** La empresa debería respetar las leyes y reglamentos relativos a la competencia, por ejemplo para prevenir el ‘dumping’ salarial o social
- **Promover la responsabilidad social en la cadena de valores:** La PYME debería- en aquellos casos donde sea posible, animar a otras empresas a integrar criterios éticos, sociales, ambientales y de igualdad de género en sus políticas empresariales.

Asuntos de consumidores

Las empresas que operan en el ámbito de los bienes y servicios de consumo deben proporcionar información correcta y transparente y promover el consumo sostenible. Hay algunos aspectos que éstas deberían tener en cuenta, aunque puede variar su relevancia según su tamaño:

- **Marketing justo, información objetiva e imparcial y prácticas contractuales justas:** La información debería ser proporcionada de forma entendible para los consumidores. Las PYMES deberían, por ejemplo, indicar de manera clara y transparente el precio total y los impuestos del producto, los términos y condiciones para la provisión y el uso de los bienes y servicios
- **Información:** Las PYMES deberían informar a los consumidores sobre todos los aspectos relevantes en lo que se refiere a la salud y a la seguridad
- **Consumo sostenible:** Las empresas deberían diseñar productos y envases que puedan ser fácilmente reutilizados, reparados o reciclados, con el objetivo de prolongar su ciclo de vida
- **Protección de datos del consumidor y privacidad:** Para prevenir la recaudación de datos personales las empresas deberían limitar tal recaudación de datos a lo esencial para el suministro de los productos
- Las PYMES deberían aplicar métodos cooperativos en la gestión de quejas con el objetivo de mejorar las relaciones con sus clientes.

Participación activa y desarrollo de la comunidad

Las empresas están en relación con la comunidad en la que operan. A través de la participación activa y el desarrollo de la comunidad, las PYMES pueden contribuir a fortalecer la sociedad civil y elevar el bienestar de su comunidad. Los siguientes aspectos pueden ser relevantes:

- **Participación activa:** Las empresas pueden hacer un aporte a sus comunidades a través de su participación y de su apoyo a las instituciones civiles. Una PYME debería, por ejemplo, consultar a los grupos comunitarios, participar en asociaciones locales y mantener relaciones transparentes con los representantes del gobierno local, sin sobornos
- **Educación y cultura:** Una empresa debería apoyar la educación a todos los niveles (por ejemplo, favorecer el desarrollo de las habilidades profesionales de los grupos en riesgo de marginalización social, ofrecer puestos para aprendices, ofrecer formación continua), promover actividades culturales y ayudar a conservar y proteger el patrimonio cultural
- **Desarrollo tecnológico y acceso:** Las PYMES pueden hacer un aporte a la comunidad si comparten conocimiento, habilidades y tecnología
- **Inversión social:** Las empresas deberían invertir o comprometerse con programas dirigidos a aspectos sociales de la vida comunitaria (relacionados con la educación, la formación, la cultura, la salud). Deben considerar la posibilidad de cooperar de manera continua y acompañar a las comunidades, gobiernos, organizaciones empresariales o no gubernamentales (ONG) para maximizar sinergias.

3 Practicar la responsabilidad social

Las PYMES practican la RSE de una manera más informal, práctica y a menudo espontánea. Esto no implica necesariamente cambiar sus procesos. El dueño puede decidir sobre los procesos y estructuras según los requisitos, sin adoptar un sistema específico de toma de decisión e implementación.

La integración de RSE en una PYME implica compromiso y comprensión, lo cual debe iniciarse a nivel superior, es decir, del dueño. Para comprometerse exitosamente con la RSE hay que incluir a los empleados de manera adecuada. Ello puede requerir información, medidas y formación específicas así como la oportunidad para los empleados de expresar sus ideas, sugerencias y críticas.

Comprender la responsabilidad social de una PYME

- **Implicación personal:** La empresa debe identificar los potenciales impactos negativos sociales, ambientales y económicos de sus decisiones y actividades, para evitarlos o reducirlos. En el caso de las PYMES esto está basado en gran parte en la implicación personal del dueño
- **Determinar la relevancia de las materias y asuntos fundamentales:** Una empresa debería analizar la relevancia de las materias y asuntos fundamentales. En este análisis puede implicar a sus interlocutores para ampliar la perspectiva
- **La esfera de influencia de una PYME:** Las PYMES pueden ejercer su influencia de manera individual a través de sus competencias personales o adoptando un enfoque colectivo a través de sus asociaciones sectoriales
- **Una acción a la vez:** Una vez identificadas las materias fundamentales relevantes, los asuntos y la esfera de influencia, una PYME puede encontrar que diferentes aspectos pueden ser relevantes para desarrollar sus actividades. Sin embargo, para evitar ineficiencias, la PYME debe ser cuidadosa antes de empezar varias iniciativas a la vez. Más bien debería establecer prioridades y realizar una acción a la vez.

Enfoque colectivo

Adoptar un enfoque colectivo puede ayudar a una PYME a ser mejor percibida por la sociedad. Las PYMES deberían practicar el enfoque colectivo directamente con otras PYMES o con asociaciones. En este último caso, como primer paso, la PYME tiene que decidir qué asociación es relevante para ella. La transparencia y la toma de decisiones democrática son fundamentales para cualquier asociación.

En la percepción pública se reconoce a las PYMES como parte del sector específico en que trabajan. Están afectadas no solo por intereses locales y regionales sino que también se enfrentan a una amplia gama de obligaciones legales desarrolladas a un nivel nacional o europeo. Los convenios colectivos sobre salarios y condiciones laborales de los empleados se negocian a menudo a través de las federaciones nacionales. Los intereses comunes locales deberían ser organizados y presentados por asociaciones regionales profesionales. El enfoque colectivo como forma específica de gestión de redes puede mejorar las posibilidades individuales de las PYMES en cuanto a su nivel de influencia. Algunos ejemplos son:

- Apoyo a las actividades comunes en el sector industrial específico
- Fomento de las habilidades de calificación para un oficio y de los requisitos de la formación profesional
- Mejora de la reputación de la industria y fomento de la confianza pública

- Compartir conocimiento técnico e información, como por ejemplo el acceso a nuevas tecnologías
- Prevención o reducción de potenciales conflictos con los consumidores acerca de productos o servicios
- Una asociación funciona como “portavoz” de sus miembros respecto a varios temas, y puede representar sus intereses frente al gobierno, los sindicatos y otras asociaciones.

Comunicación

La comunicación sobre el uso responsable de la ISO 26000 es de gran importancia. Sin embargo, cada empresa individual debe decidir cómo quiere comunicar, según sus recursos y prioridades.

Comunicar sobre RSE puede ser muy positivo tanto para la imagen interna como externa de la PYME: Permite entrar en diálogo con los interlocutores con más facilidad y puede motivar a los empleados. Para comunicar de manera efectiva, la información debe ser completa, entendible, exacta, puntual y accesible.

Ejemplos de comunicación interna:

- Convocar reuniones frecuentes con los empleados para informarles sobre el progreso hecho en temas de RSE
- Ofrecer a los empleados la posibilidad de formular sugerencias
- Comunicar los valores de la empresa, colocando carteles en oficinas o plantas de producción
- Producir un boletín de noticias interno.

Ejemplos de comunicación externa:

- Información en la página Web de la empresa sobre sus prácticas en materia de RSE
- Actualizar frecuentemente las listas de contactos para enviar correos electrónicos con información sobre las últimas prácticas relativas a la RSE
- Difundir folletos
- Organizar eventos para presentar iniciativas de RSE ejemplares.

La comunicación puede adoptar diferentes formas incluyendo reuniones, eventos públicos, boletines de noticias, publicidad, informes o blogs, entre otros.

La comunicación puede mejorarse considerablemente con la ayuda de las asociaciones sectoriales. En efecto, se pueden considerar las siguientes acciones conjuntas: las declaraciones públicas, el lobbying responsable y la gestión de las relaciones con los medios de comunicación de masas, la coordinación con los partidos políticos importantes y los proyectos comunes a nivel nacional o regional.

Iniciativas voluntarias

La RSE se construye sobre la base de iniciativas voluntarias y no se puede imponer a las PYMES por ley. Hay muchas asociaciones empresariales que han desarrollado iniciativas voluntarias con el fin de asistir a sus miembros en la optimización de su responsabilidad social, ya sean éstas códigos de conducta, recomendaciones o guías de aplicación. Una PYME debería evaluar si una determinada iniciativa podrá ayudarla en su responsabilidad social. Hay diferentes criterios que se pueden aplicar para decidir si se participa o no en tal iniciativa:

- la coherencia entre los principios de la iniciativa y los principios de la RSE
- la reputación de la asociación que desarrolla la iniciativa
- las posibilidades de participación que ofrece.

Ejemplos de tales iniciativas son:

- Guía de de la RSE desarrollada por la CGPME: CGPME es la Confederación General de Pequeñas y Medianas Empresas (Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises, Francia): http://www.cgpme.fr/fichiers/1262770100_8941.pdf (en francés 15/05/2011)
- Código de conducta de ZVEI: ZVEI es la asociación alemana de fabricantes de la industria eléctrica y electrónica; su código de conducta está disponible en varios idiomas: http://www.zvei.org/de/technik_umwelt_csr/zvei_code_of_conduct/ (en alemán, 15/05/2011)
- RSE Alemania (CSR Germany): se trata de un foro ofrecido por BDA (Confederación de las asociaciones patronales alemanas), BDI (Confederación de la industria alemana), DIHK (Cámara de comercio e industria alemana) y ZDH (Asociación Central del Artesanado Alemán y de las Pequeñas Empresas) donde se presentan y discuten las prácticas de RSE de las empresas: http://www.csrgermany.de/www/csr_cms_relaunch.nsf/id/home-de (en alemán 05/07/2011).

Se recomienda visitar la página Web de NORMAPME para conocer más ejemplos de actividades llevadas a cabo por PYMES en el ámbito de la RSE.

Esta guía de aplicación está disponible online en los siguientes idiomas EN, FR, DE, IT, PL en:

www.normapme.eu