



## **“HACIA UNA RIOJA MÁS RESPONSABLE” JORNADA SOBRE RESPONSABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL CONCLUSIONES**

La jornada ha cumplido las expectativas con las que fue diseñada en materia de asistencia, y confiamos en que también hemos cumplido el objetivo de informar a los asistentes a cerca de la realidad de la RSC, y de mostrar a las PYMEs y autónomos de nuestra comunidad una nueva vía de gestión para sus empresas que les permita diferenciarse de cara al consumidor y ser más competitivas.

También ha quedado clara la implicación y el apoyo que tanto el Gobierno de La Rioja como las organizaciones empresariales FER y Cámara de Comercio brindan a las empresas riojanas para que puedan desarrollar iniciativas en esta materia.

Dentro del gran número de aportaciones de valor realizadas dentro de la jornada, especialmente queremos destacar las siguientes:

- El mayor potencial de la RSC se encuentra en la PYME. Los indicadores así lo muestran: más del 50% de las empresas firmantes del Global Compact son pequeñas empresas y micro empresas. Pero sobretodo porque la PYME es la parte fundamental de entramado económico y social en España y de La Rioja, y también pueden realizar acciones que mejoren la triple cuenta de resultados de ingresos, social y ambiental.
- No existe todavía un concepto claro por parte de la PYME de la RSC, son necesarios más herramientas, metodologías y políticas para entenderla e implantarla.
- La RSC involucra a los consumidores. Los consumidores, debido al carácter voluntario de sus compras, son los que tienen en su mano el último y más potente eslabón de la cadena para demandar responsabilidad en los productos y servicios.
- En estos momentos la RSE, como nueva tendencia o movimiento se observa desde diferentes puntos de vista: El de problema o coste asociado a la gestión empresarial, el de posibilidad de cambio y de diferenciación y ventaja competitiva, y algo que es necesario cuidar para conseguir un mundo más sostenible.
- En España, un 53% de los consumidores quisieran premiar a los productos y servicios responsables, aunque son un 18% los que se estima que realmente lo hacen.
- La crisis ha servido de freno para que muchas empresas dejen de aplicar medidas de RSC, pero también para dar oportunidad a las que apuesten por ello.





- Para el futuro desarrollo de la RSC, se necesita el trabajo conjunto del Regulador, la industria y la ciudadanía, para crear respectivamente un marco donde la RSC pueda crecer, y para que ciudadanos y empresas asuman su responsabilidad en el avance de la sostenibilidad del planeta y de la sociedad.
- Todo parece indicar que la gestión de la RSC en la empresa pasará por cumplir con diferentes estándares, como los ya existentes (GRI, Global Compact, FTS4GOOD, DOWJONESSUSTAINABILITY) y otros nuevos que vendrán y que llevarán asociados sus correspondientes sellos, logotipos y políticas de imagen.
- Para sacar partido a la RSC no basta con ser bueno, hay que parecerlo, y por lo tanto hay que hacer un esfuerzo por comunicar correctamente las acciones que se llevan a cabo. Los diferentes estándares comentados como GRI, GLOBAL COMPACT son una herramienta para hacerlo, pero la RSC no es ajena a la aplicación de un marketing empresarial y social.
- A través de la RSC, “Ser bueno” es un FIN pero también un MEDIO para generar valor a la empresa.
- La RSC tiene un multienfoque, que permite que sea un buen terreno para lograr ventajas competitivas y ser fuente de innovación. La innovación en este aspecto, debe ir dirigida a conseguir el mismo precio, pero de forma responsable. Para ello el consumidor, las personas, necesitan estar convencidas de que lo que les venden es verdad y detrás hay una ética, de que haya una tercera parte o procesos transparentes que lo avalen.
- Debido a este valor multienfoque, la RSC es un buen lugar para el aprendizaje y la mejora continua.
- La RSC reta a las empresas y les permite ir delante de la normativa, es algo que los gobiernos desean, puesto que empresas responsables, suponen empresas transparentes, empresas limpias y empresas rentables.
- Para trabajar en la RSC desde el punto de vista del Regulador y de las Instituciones públicas, se deben aplicar medidas transversales. Un ejemplo es el que se ha expuesto en esta jornada, donde la D.G de Calidad Ambiental y Agua, la D.G de Función Pública, la D.G. de Trabajo y la Agencia de Desarrollo Económico, realizan iniciativas y poseen ayudas que se complementan para impulsar la RSC en la Rioja.





- Por parte del Gobierno de La Rioja existen numerosas herramientas como el Foro Riojano de Responsabilidad Empresarial, el Plan Concilio, La Marca “La Rioja, Reserva de la Biosfera” y competencias suficientes para impulsar y apoyar de forma destacada la RSC en la Rioja. Los resultados ya obtenidos y los trabajos actuales son un gran aliciente para seguir trabajando en conseguir mejores resultados y nuevas herramientas.
- El futuro de las empresas, inmediato y a largo plazo, pasa ya por la sostenibilidad tanto en sus resultados como en sus relaciones con el medio ambiente y la sociedad.
- La sostenibilidad para las empresas puede ser un coste, pero no únicamente. También puede ser una oportunidad para la gestión y reducción del riesgo con proveedores, mejorar las relaciones con ONGs y el impacto en los clientes, para la atracción del talento, para la diferenciación frente a la competencia, para captar más ayudas de las administraciones públicas. Y para que a fin de cuentas, las empresas puedan ser más competitivas y mejorar la cuenta de resultados.

