



20 CONCLUSIONES DEL 1º CONGRESO NACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Zaragoza, 27 y 28 de Mayo de 2010

1. La RSE forma parte del cambio que la sociedad está pidiendo a las estructuras económicas, empresariales y a las Administraciones Públicas.
2. La RSE es la búsqueda de la excelencia en todos los campos de la actividad empresarial con criterios de sostenibilidad. Sus objetivos últimos son la transparencia, la credibilidad y la confianza a través de comportamientos éticos en todas las actividades de la empresa.
3. La RSE engloba un amplio conjunto de actividades y estrategias, tanto internas como externas; no existe una única forma de ser empresa socialmente responsable.
4. La Administración pública debe intervenir en aquellos aspectos que favorezcan y estimulen la implantación de la RSE en PYMES y grandes empresas, sin olvidar el carácter voluntario de la misma. La apuesta de las Administraciones Públicas por la RSE redundará en beneficios no sólo para las empresas, sino también para toda la sociedad a la que sirven.
5. Un aspecto fundamental de la RSE en PYMES es el fomento de la interacción con los grupos de interés: las partes interesadas en el funcionamiento de la organización.
6. La RSE representa un valor añadido dentro de las actividades de la empresa. Por el contrario, el hacer las cosas mal en aspectos de responsabilidad social tiene un coste para la empresa. La RSE proporciona ventaja competitiva a la empresa que la incorpora a sus prácticas y cultura de empresa.
7. Las PYMES pueden y deben tener comportamientos socialmente responsables.
8. La cadena de valor de las estructuras empresariales constituye un camino de difusión e implantación de estrategias de RSE a las PYMES.
9. El mercado ofrece modelos y guías de actuación para orientar a PYMES a establecer sistemas de gestión de RSE. Cada empresa debe buscar su propio modelo de actuación y sus planes de gestión. Este proceso debe ser previo a la elaboración de los planes de sostenibilidad. Para ello, cada empresa debe reflexionar sobre su modelo sostenible.



27 y 28 de Mayo 2010 • Zaragoza.

10. La memoria de RSE es un instrumento que debe surgir de la gestión socialmente responsable de la PYME, lo que no debe incrementar los costes, sino apoyar la gestión.
11. La memoria de RSE puede constituir un vehículo de comunicación de la gestión socialmente responsable.
12. Debe evitarse que la memoria se realice sólo por imitación, y no sea útil.
13. Ante la triple crisis, ambiental, social y económica, se ha constatado la necesidad de crear un clima de diálogo y colaboración entre las ONGs y las empresas. Las ONGs son imprescindibles para diseñar los sueños, las empresas son imprescindibles para construirlos. El proceso que cada vez más empresas y ONGs están realizando va de la cooperación puntual a las alianzas estratégicas. El tiempo es ahora.
14. La colaboración con ONGs puede constituir otra herramienta de ejercer la RSE para las empresas.
15. La generación de beneficios tangibles a intangibles se produce por una gestión adecuada y un diálogo continuado con los grupos de interés, que permite anticiparse a las amenazas y aprovechar las oportunidades.
16. Hay que mejorar la comprensión de los conceptos de RSE desde el sistema educativo y los medios de comunicación. La aplicación de políticas de RSE debe hacerse desde la convicción, de otro modo no funcionará.
17. Contra y pese a la crisis, hay que reafirmar los valores de la RSE. Educación y cambio cultural son fundamentales, hay que adaptar los programas formativos desde la formación primaria hasta la universidad.
18. La universidad de 2015 ha de incluir el concepto de MODELO SOCIAL de Europa.
19. La RSE no constituye un seguro a todo riesgo, pero sí un instrumento para la gestión de la empresa imprescindible en el momento actual.
20. Los comportamientos éticos manifestados a través de la RSE son y serán un elemento clave de la sostenibilidad de cada empresa individualmente y del conjunto como elementos de la sociedad en la que se integra. Es necesario cambiar la forma de dirigir, gobernar y gestionar las empresas y los Estados para salir de la crisis económica, de valores y de confianza. El cambio es urgente.