



Universidad
de La Laguna
Facultad de Derecho



Grado en: Relaciones Laborales
Facultad de Derecho
Universidad de La Laguna
Curso: 2017 / 2018
Convocatoria: Julio

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: DIMENSIÓN INTERNA.

Realizado por el alumno/a: Carolina González Jiménez

Tutorizado por el Profesor Juan Carlos Martín Bello

Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica

Área de conocimiento: Organización de empresas

ABSTRACT

The Corporate Social Responsibility consists of the implementation of programs or responsible actions, on a voluntary basis, that the company develops to contribute to social and environmental welfare. Procedures that cover economic, legal, ethical and / or philanthropic aspects.

His background dates back to the 1920s. It has evolved from a minimum ethic, to expand its field of action by the commitment to meet the expectations of stakeholders, both external and internal.

Being of vital importance is the prior identification, organization and prioritization of the interested parties and the support of constant dialogue relations, based on transparency as a tool for good communication management.

Focusing on the responsibility that the company has with the internal interest groups, specifically with the workers. And the impact of socially responsible practices that contribute to sustainable human development through the commitment of the company.

RESUMEN

La Responsabilidad Social Corporativa consiste en la puesta en marcha de programas o acciones responsables, de manera voluntaria, que desarrolla la empresa para contribuir al bienestar social y medioambiental. Gestiones que abarcan aspectos económicos, legales, éticos y/o filantrópicos.

Sus antecedentes figuran desde los años veinte. Ha ido evolucionado desde una ética mínima, hasta ampliar su campo de actuación por el compromiso de cumplir las expectativas de los grupos de interés o *Stakeholders*, tanto externos e internos.

Son de vital importancia la previa identificación, organización y priorización de las partes interesadas y el sustento de unas relaciones de diálogo constantes, basadas en la transparencia como herramienta de una buena gestión de la comunicación.

Nos hemos centrado en la responsabilidad que tiene la empresa con los grupos de interés interno, concretamente con los trabajadores. Igualmente, en el impacto de las prácticas socialmente responsables que contribuyan al desarrollo humano sostenible a través del compromiso de la empresa.

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN:.....	5
2. CONCEPTO Y DEFINICIÓN DE RSE:.....	5
3. GRUPOS DE INTERÉS. STAKEHOLDERS.	10
3.1 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON LOS STAKEHOLDERS	13
4. DIMENSIÓN INTERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	14
4.1. GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS.	14
4.1.1. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON LOS TRABAJADORES	15
4.2. GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS Y RSE	16
5. MEMORIAS E INFORMES DE RSE	17
6. TRABAJO DE CAMPO: Análisis de la RSE en: CEPSA y CCC.	19
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	41
8. CONCLUSIÓN.	43
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
10. ENLACES	47
11. ANEXO:	47

1. INTRODUCCIÓN:

La Responsabilidad Social Empresarial, en adelante (RSE) se ha convertido en un aspecto fundamental para el desarrollo de las empresas, yendo más allá de los beneficios económicos. A pesar de no ser un término nuevo en el área empresarial, podemos observar cómo ha ido evolucionando hasta afianzarse, como pieza clave de gestión empresarial, eficaz, para dotar de valor añadido a las organizaciones.

El principal objetivo de este trabajo se centra en analizar los beneficios de las prácticas socialmente responsables, desde un punto de vista amplio, centrándonos en el impacto de las mismas en la dimensión interna de las empresas.

2. CONCEPTO Y DEFINICIÓN DE RSE:

Un primer acercamiento exige la delimitación de su avance y evolución en las últimas décadas; desde una concepción de ética mínima de la organización, hasta difundir su campo de actuación con el compromiso por el bienestar social y ambiental de la empresa con el entorno.

La puesta en marcha de estas prácticas socialmente responsables, que han ido evolucionando y afianzándose, tienen lugar como consecuencia de los cambios

económico-sociales que se producen en la globalización y de la actuación de la economía a nivel mundial.

Así pues, sus antecedentes se remontan a los años veinte, con la idea de que las empresas administran recursos sociales y cobra fuerza con el incremento del tamaño y poder de las empresas, en los años cincuenta. Y es entonces, cuando en los setenta se plantea la Responsabilidad Social Corporativa como elemento decisivo para incorporarse a los procesos de gestión estratégica y competitividad responsable de las empresas (Cortina, 2010). Solo hasta los años ochenta la sociedad comenzó a interrogar a las organizaciones por sus comportamientos (Toro, 2006). Para los años noventa la cuestión se abría en torno a la función social de las empresas y su responsabilidad con la sociedad en general y el medioambiente (William & Avendaño, 2013).

La Responsabilidad Social Empresarial se definía como un conjunto de obligaciones o responsabilidades. Se puede entender el significado de responsabilidad como: “Obligación de justificar la propia actuación con respecto a criterios o reglas y en caso de juicio negativo, el deber, de soportar la correspondiente sanción” (Larrañaga, 1995).

Con la publicación de Archie Carroll, “*The Pyramid of Corporate Social Responsibility*” difundió el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, dividiéndolo en cuatro responsabilidades:

La primera, **económicas** y como base del resto, se refiere a las ganancias de la empresa que obtiene por la propia actividad; la segunda, **legales** tiene que ver con el cumplimiento de la ley y reglas básicas; la tercera, **éticas** obligación de hacer lo justo

y razonable; y por último, las responsabilidades **filantrópicas**, comprende las acciones corporativas entendidas como la participación activa de la empresa en actividades que promueven el bienestar social y mejoran la calidad de vida (Wordpress, 2014).

“Por lo tanto, la filantropía crea un mejor perfil de la empresa, el cual no puede ni debe dejar de lado el comportamiento del entorno, y que obliga a la empresa a actuar en relación con sus objetivos, sin afectar sus ganancias” (Sarmiento del Valle, 2010).

Respecto a otras definiciones más divulgadas, encontramos la de la Organización Internacional del Trabajo: “La Responsabilidad Social Empresarial es la forma en la que las empresas tienen en cuenta las repercusiones de su actividad en la sociedad, afirmando los principios y valores por los que se rigen; rebasando el mero cumplimiento de la ley” (OIT, 2010).

“Un aspecto clave es que la responsabilidad social no es individual, es decir, no es una acción de cada miembro de una empresa, sino la realización de actividades previamente delineadas por la institución, de forma conjunta, donde se resalten valores sociales” (Sarmiento del Valle , 2010).

El concepto actual de Responsabilidad Social Empresarial, junto a sus ventajas en el ámbito empresarial, se ha ido reforzando con la ayuda de planteamientos por diversos autores, poniendo cada uno de manifiesto su argumento frente a la noción de RSE. Podemos extraer una serie de rasgos comunes, que consolidan la visión actual de este término.

En primer lugar, todas las empresas se caracterizan por contar con una ética mínima basada en el cumplimiento de la normativa. “Los conceptos de Responsabilidad Social y Ética van estrechamente ligados entre sí, ya que la ética es el saber que nos orienta la conducta reflexivamente y cuyo fin es la toma de decisiones prudentes y justas” (Viteri Moya, 2010). Pero la Responsabilidad social va más allá, integrando el término de conducta voluntaria para cumplir las expectativas de la organización a largo plazo. La RSE se define como: “Fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente” (Forética, 2008).

Otro rasgo importante es que las prácticas voluntarias de RSE, mencionadas anteriormente, estén integradas en la cultura organizacional, en la estrategia, misión y valores de la empresa. Generando a medio y largo plazo una ventaja competitiva, presentando en su memoria la imagen de cómo son (Redondo Helena, 2005).

Este aspecto hace referencia a la integración de las prácticas en RSE a la gestión empresarial. Porter y Kramer (2002, 2006) proyectan la idea de que una empresa debe contar con las actividades necesarias de RSC para obtener a largo plazo un aumento del valor y productividad. Mencionan el concepto de *filantropía estratégica* como la implicación para alcanzar unos objetivos focalizados en el contexto de la competitividad y estrategia empresarial.

Sarmiento del Valle (2010) expone en su artículo sobre “*Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas*”, que el desarrollo de acciones propias de responsabilidad social permite una mayor competitividad como resultado de una correcta gestión estratégica. Originando beneficios como: el adecuado posicionamiento estratégico, sus productos en el mercado y mejor eficiencia.

Uno de los aspectos más relevantes de la RSE es la interacción y diálogo de la empresa con sus grupos de interés. Muchos ejemplos de empresas que dicen actuar de manera responsable, en realidad no han cumplido con los niveles de expansión ética en ellas. Estos niveles son los grupos de interés, vinculados a la organización (Viteri, 2010). Se contempla la coincidencia por varios autores de clasificar a estos grupos de interés o *Stakeholders*, en una dimensión externa e interna, que se explicará más adelante. Para Lutz (1996) en el artículo “*A Resourced-Based-Viewed of the Socially Responsible Firm*”, “la gestión de los recursos organizacionales bajo el compromiso de acciones socialmente responsables permite la mejor utilización y conocimiento de la relación entre la empresa y los grupos de interés.”

Cabe destacar la influencia directa y positiva de la RSE en la imagen de la empresa como empleador. Planteadas desde la literatura del Marketing. Según el estudio empírico de Herrera y Schelesinger (2008), “los factores clave para conseguir una buena imagen y reputación corporativas son, ser socialmente responsable, pues la percepción de los aspectos económicos, éticos y discrecionales de la RSE (...) influyen directa y significativamente en la imagen de la marca, y a través de ella en la reputación de la compañía”. La aclaración a esta definición se apoya en la capacidad de la mente del público, como principal protagonista, para la construcción de esta imagen; el papel de la empresa es, inducir a ello según sus propósitos (Guardia & Llorente Barroso, 2009).

Cuando una empresa lleva a cabo acciones para gestionar su marca como empleador, se califica con el concepto de *Employer Branding*. Este concepto de marca corporativa surge en España en el Siglo XXI. También es utilizada para la atracción y retención del talento. “Employer Branding parte de definir los valores de la organización como empleador, como lugar en el que las personas trabajan y se

desarrollan” (Jiménez, 2015). Desde el punto de vista interno, permite que los empleados se sientan más identificados con la empresa, y orgullosos de trabajar en ella. “En definitiva, el principal beneficio es disponer de talento comprometido que nos ayudará al negocio y al mejor posicionamiento de la marca corporativa” (Jiménez, 2015).

Indagando mejor en las definiciones sobre RSE, y especificando con mayor claridad sobre el tema de investigación de este trabajo, que es la Responsabilidad Social Empresarial interna, las empresas deben tener como principal grupo de interés a los trabajadores, siendo el capital humano el principal recurso de la compañía. Consiste en respetar sus derechos humanos y laborales a través de diferentes proyectos de inversión para mejorar su calidad de vida o bienestar.

Por tanto, no existe una definición universal para definir el concepto, pero, son muchas y similares las explicaciones que podemos encontrar para configurar, finalmente, el término por el cual las empresas contribuyen a la sostenibilidad social, económica y ambiental. Con el objetivo de ir más allá de la mejora de su imagen y reputación, centrándose en demostrar un mayor interés y compromiso con sus trabajadores. Constituida por los valores que sustentan la misión y visión de la empresa.

3. GRUPOS DE INTERÉS. STAKEHOLDERS.

El principal objetivo de las empresas es dar respuesta a las necesidades que demandan las personas. De acuerdo con Freeman (1984), los grupos de interés son: “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa.”

Tras un planteamiento que Caballero (2001) lleva a cabo, AECA (2015) explica que, para el éxito de la empresa, y su adecuado posicionamiento socialmente responsable, es primordial la correcta identificación de los grupos de interés, su organización y priorización. Igualmente, el compromiso de alcanzar las expectativas de estos grupos, conociendo cuáles son sus valores e intereses. Basándonos en una relación de confianza, apoyando sus necesidades, junto a valores como: la transparencia, el diálogo y la comunicación.

Cada organización debe comprometerse a descifrar las consecuencias de su actividad sobre los grupos de interés, externos e internos, atendiendo a estándares normativos propios. “Su cumplimiento requiere una adecuada gestión que incluya el desarrollo de una serie de procesos que permitan determinar, implementar y evaluar la capacidad de la organización para anticipar, responder y manejar los temas y problemas que surgen de las diversas demandas y expectativas sociales de cada uno de los grupos de interés” (Sarmiento del Valle , 2010).

Ya hemos visto cómo los *Stakeholders* son grupos de interés que tienen determinadas aspiraciones con la empresa. Dawkins y Lewis (2003) los clasifican en *primarios* y *secundarios*. Primarios, “aquellos grupos de interesados sin los cuales la empresa no podría seguir operativa y actuante en el mercado.” Y secundarios, “aquellos que no están directamente involucrados en las actividades económicas de la empresa, pero que, si se tercia, pueden ejercer algún tipo de influencia sobre ella o que, en todo caso, pueden verse afectados por la actividad” (Fernández Fernández & Bajo Sanjuán, 2012).

Por otro lado, podemos hacer una segunda clasificación, en la que coinciden varios autores, como Stakeholders en una dimensión interna y externa. Según AECA (2004) y Moneva (2005).

Ilustración 1: Stakeholders Internos y Externos.

Stakeholders Internos

- Accionistas
- Directivos
- Trabajadores

Stakeholders Externos

- Clientes
- Proveedores
- Competidores
- Agentes sociales
- Administraciones Públicas
- Comunidad local
- Sociedad y público en general
- Medioambiente

Fuente: Elaboración propia. A partir de Moneva (2005)

Es importante destacar el término de Stakeholder como *válido* para Elsa, en su artículo “*La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa*” establece que, no serán comprendidos únicamente como afectado si no como, *interlocutor válido*. “No es solo un reclamante pasivo sino que, trata de influir en las decisiones y actividades de la empresa” (González Esteban, 2007).

“Desde el punto de vista de la estrategia y la RSE, los Stakeholders son importantes por su posibilidad de intervenir sobre la actividad y los resultados de la organización (...), además se fortalece la posibilidad de generar ventajas competitivas, mejorando el clima y reputación de la organización o promoviendo el aprendizaje y la innovación” (Granda Revilla & Trujillo Fernández , 2011)

3.1 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON LOS STAKEHOLDERS

Como ya se ha planteado, es importante cumplir con las expectativas de los grupos de interés, tanto internos como externos. La primera acción, al introducir la Responsabilidad Social Empresarial, es la gestión de la comunicación desde un punto de vista estratégico, yendo más allá de la simple transmisión de un conjunto de políticas. Y garantizar los canales de comunicación y diálogo, permitiendo una interconexión eficaz entre la empresa y el entorno.

Con el fin de difundir la información de la empresa al interior y exterior, “la organización comunica de forma implícita (exposición de sus acciones y prácticas) y explícita (discurso y/o reflexión consciente sobre la RSE)” (Orjuela, 2011).

La manera en que la empresa comunica va a determinar su cultura organizativa y por consiguiente, también influirá en su identidad, imagen y reputación. Proyecta información de su misión, objetivos y valores ayudándose del *feedback* que le proporcionen los grupos de interés.

“Las organizaciones actuales tienen una gran responsabilidad como generadoras de cultura a través de sus mensajes y acciones (...) la comunicación va mucho más allá:

Una herramienta, una táctica; no sólo como un proceso o un elemento más dentro del engranaje de la empresa” (Orjuela, 2011).

4. DIMENSIÓN INTERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La RSE interna puede describirse como “la forma actual, de organización de la actividad económica que ha llevado a la vinculación indisoluble entre la vida personal y trabajo, por lo que la calidad de vida de una persona vendrá condicionada por su calidad de vida laboral” (Fernández, 2005).

O como “una nueva filosofía de gestión, plasmada en un conjunto de actuaciones de naturaleza voluntaria, ya sean de naturaleza económica, social o medioambiental que tiene el foco de atención en el ámbito interno de la organización, pero cuyo efecto es determinante en la satisfacción de los agentes externos y, por ende, en la responsabilidad externa de la entidad” (Moneva Abadía , Gallardo Vázquez, & Sánchez Hernández, 2015).

4.1. GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS.

Como ya hemos clasificado anteriormente, los grupos de interés internos se componen de: Accionistas, Directivos y Trabajadores. Pero el objetivo de este trabajo pone como principal punto de interés a los trabajadores en la dimensión interna de RSE, desde la óptica de Gestión de los Recursos Humanos (GRH).

Es de vital importancia la satisfacción de las necesidades del capital humano y su implicación con la responsabilidad de la empresa para garantizar la satisfacción de consumidores y resto de *Stakaholders* externos. “Es por eso que el estudio de los grupos de interés internos resulta necesario, siendo la RSI un antecedente de la RSE” (AECA, 2015).

“La empresa debe ser consciente de que contar con un grupo de empleados supone disponer de capital intelectual en acción, en definitiva, con unos activos intangibles de gran valor para la organización” (AECA, 2015). Calificando la relación entre empresa-empleado como circular, consiguiendo una creación de valor para cada una de ellas, alineando los objetivos de la organización y los particulares de los grupos, tal y como señala la Teoría de los *Stakeholders*.

4.1.1. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON LOS TRABAJADORES

Welch y Jackson (2007) definen la comunicación interna como: “la gestión estratégica de las interacciones y relaciones entre las partes interesadas de todos los niveles dentro de las organizaciones” (en Bribiescas, Zizaldra & Jiménez, 2016). La gestión de la comunicación con los trabajadores puede llevarse a cabo en dos direcciones: por un lado, directamente, mediante entrevistas individuales, encuestas de clima laboral, intranet, boletín interno. Por otro lado, de una manera indirecta, por medio de la actuación de los representantes laborales y sindicatos (Forética, 2009).

Auditar la comunicación interna supone grandes beneficios para la empresa. Desde el aumento de sus beneficios y mejora de la productividad: disminución del nivel de absentismo, calidad en los servicios, aumenta la motivación, da a conocer los logros de la empresa, promueve la confianza o mejora el clima organizacional.

Es necesario que la comunicación sea entendida como el eje transversal de alineación entre la estrategia y la cultura organizacional convirtiéndose en el motor para motivar, informar, generar sentido de pertenencia, promoviendo la inclusión de la ética (Orjuela, 2011)

4.2. GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS Y RSE

La gestión responsable de los empleados contribuye positivamente a la implantación de correctas prácticas en RSE. “Se observa cómo las políticas responsables de RRHH son, o deberían ser, el punto de arranque de la gestión responsable en las organizaciones y que en esencia, constituye la puesta en práctica de la Responsabilidad Social Interna” (Moneva Abadía, Gallardo Vázquez, & Sánchez Hernández, 2015).

Es por ello que la participación de los empleados se convierte en pieza clave así como, la identificación de sus deseos y necesidades y cómo la organización puede satisfacerlas con el desarrollo de las políticas de RRHH más adecuadas y cohesionadas con los objetivos de la organización.

El desarrollo de las funciones de RRHH y la implantación de la RSE puede actuar como generando sinergias. Entendiendo este término, según la RAE como: “Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales” Es necesaria la alta relación entre los RRHH y la RSE “estando en la visión de los líderes, siendo valores compartidos por todos y que sus postulados estén plasmados en la misión de la organización de forma explícita” (AECA, 2015). No obstante, la Responsabilidad Social es entendida desde un punto de vista transversal a la organización, debiendo ser compartida por todas las áreas de la empresa.

Atendiendo a la reflexión de Guzmán (2016), el sistema de Gestión de Recursos Humanos alineado a la RSE, entiende a la contribución del recurso humano (conductas, destrezas, habilidades, actividades, conocimientos y experiencia) como principal grupo de interés interno. Garantizando el bienestar integral mediante el establecimiento de políticas en cuanto a relaciones laborales, Derechos humanos, salud y seguridad, conciliación de trabajo, familia y tiempo libre; clima organizacional y calidad de vida.

Es importante entender que las organizaciones deben ir más allá de administrar los recursos materiales y humanos. Deben invertir en el desarrollo personal y profesional de los trabajadores, mejorar las condiciones y calidad de vida en el trabajo, equilibrar la vida laboral y familiar y respeto a los derechos humanos y laborales (Guzmán González, 2016).

5. MEMORIAS E INFORMES DE RSE

La comunicación de la información social puede considerarse como informes anuales tradicionales (Moneva y Llena, 2016). Se trata de un instrumento de transparencia sobre los compromisos y acciones realizados por las empresas.

Existen diversas iniciativas, entre las que destacamos la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad” del Global Reporting Initiative (GRI) o el “Código de Gobierno de la Empresa Sostenible” siguiendo los principios del Global Compact de Naciones Unidas. Pretenden establecer unas pautas para la elaboración de informes por las empresas sobre su sostenibilidad, tanto económica, social y medioambiental (Server Izquierdo & Villalonga Grañana, 2005).

El modelo de la “Global Reporting Initiative” (GRI) se inicia para “crear un marco global para la información voluntaria sobre los impactos económicos, sociales y medioambientales de las empresas y gradualmente, de otras organizaciones” (White, 1999, a partir de Moneva Abadía J. , 2007).

En el Código de Gobierno “se indica que su misión es desarrollar una herramienta que pueda ayudar a los máximos órganos de gobierno de las empresas españolas a integrar en sus actividades y decisiones los principios del desarrollo sostenible” (Server Izquierdo y Villalonga Grañana, 2005).

Ilustración 2: Evolución de la información sobre Responsabilidad Social Corporativa.

Información sobre la RSC	<u>1970-80</u> Auditoria Social: Informe financiero de impactos medioambientales y laborales. Balance Social: Sobre aspectos de interés para interlocutores de la organización
	<u>1990-2000</u> Informes medioambientales: Resultantes de la implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental Información financiera medioambiental: Normas de contabilidad sobre aspectos medioambientales
	<u>2000-2005</u> Informes de sostenibilidad: Informes que integran aspectos económicos, sociales y medioambientales de las organizaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de Moveda (2005)

Según Moveda (2005), la evolución de la publicación de informes de sostenibilidad (en porcentajes) en España es del 11% en 2002, y del 25% en 2005. Donde más de 750 organizaciones de todo el mundo estaban ya registradas como informantes en la GRI.

El proceso seguido por el GRI para elaborar la guía ha sido global. Evolucionando desde 1997 con las primeras reuniones organizativas; en 1999 con un periodo de prueba y observación; hasta el año 2002, con el establecimiento de la institución independiente GRI. Con el fin de homogeneizar las pautas de su confección y propagar el valor de las memorias para las empresas y usuarios (Server Izquierdo & Villalonga Grañana, 2005).

6. TRABAJO DE CAMPO: Análisis de la RSE en: CEPSA y CCC.

Se trata de una investigación de orientación teórica, realizada mediante un análisis cualitativo acerca de cómo las empresas (Compañía Cervecera de Canarias y Compañía Española de Petróleos S.A) gestionan la Responsabilidad Social. Desde el punto de vista de los trabajadores, como principal grupo de interés.

Por medio de una búsqueda bibliográfica, la realización de una entrevista con el responsable de cada organización, y la recopilación de datos en sus respectivas memorias anuales de Responsabilidad Social Corporativa, sirvieron como soporte para precisar los términos más relevantes acerca del tema de este trabajo.

Compañía Española de Petróleos. S.A (CEPSA)

Nacimos en España y poco a poco fuimos creciendo e internacionalizándonos hasta estar presentes en los 5 continentes. Paso a paso fuimos desarrollando nuevas actividades y productos y nos convertimos en lo que somos hoy, una de las compañías de referencia más importantes del sector energético a escala mundial. Construimos la primera refinería española en Tenerife (1930) y nos convertimos en el primer suministrador español de combustibles marinos. Este mismo año, además, impulsamos nuestros primeros acuerdos con distribuidoras de África y Portugal.

- **QUÉ ENTIENDE CEPSA POR RSE:**

“Seguimos un plan de Responsabilidad Social Corporativa desde 2013, para nosotros trabajar con honestidad y dar respuesta a nuestros grupos de interés es nuestro principal objetivo. Por la parte de los RRHH la empresa está certificada como empresa familiarmente responsable y esa certificación se les da por cumplir una serie de condiciones y otro de los grandes proyectos es la empresa saludable, potenciando hábitos de vida saludable. Actividad física, alimentación sana...”

Para promover una gestión empresarial responsable y en línea con nuestros objetivos estratégicos de crecimiento, seguimos un Plan Director de Responsabilidad Corporativa y gestionamos los riesgos y oportunidades de nuestras actividades bajo una estrategia común. También nos unimos a diferentes iniciativas externas que nos ayudan a alcanzar este objetivo.

En 2013 lanzamos nuestro primer Plan Director. Desde entonces contamos con una hoja de ruta para reforzar la gestión responsable de nuestras actividades y desarrollar las mejores prácticas en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa.

Para consolidar las pautas de gestión responsable contamos con una hoja de ruta, el Plan Director de Responsabilidad Corporativa. Nos ayuda a tomar decisiones de forma ética, dar una respuesta a las expectativas de nuestros grupos de interés y respetar el entorno social y medioambiental de nuestras actividades. El fin último es contribuir a conseguir los objetivos de crecimiento de largo plazo de la compañía.

En 2017 hemos apostado por un nuevo Plan que impulse nuestra estrategia de crecimiento sostenible. A partir de análisis internos y externos, y teniendo en cuenta las expectativas de nuestros grupos de interés, hemos detectado los temas más importantes que debemos recoger en nuestro Plan. Los hemos estructurado en 10 bloques de actuación y hemos diseñado acciones concretas para llevarlos a cabo: Gobierno corporativo; ética y cumplimiento; transparencia; crecimiento sostenible; innovación; seguridad; talento; medioambiente; cadena de suministro responsable; y bienestar social.

La Responsabilidad Social en el centro de trabajo de Santa Cruz de Tenerife es gestionada por los departamentos de Dirección de Recursos Humanos y comunicación. La evolución en este principio ético se refleja, anualmente, en los informes de Responsabilidad Social Corporativa de la compañía. El primero fue elaborado en 2001 y el último en el 2016.

Para Cepsa, los principios institucionales que constituyen la base de su comportamiento empresarial son:

Ilustración: 3 CEPSA, Valores de la marca

Seguridad	<ul style="list-style-type: none">•Salud y bienestar - Integridad de las instalaciones y procesos - Minimización de riesgos - Prevención - Seguridad dentro y fuera del ámbito laboral.
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none">•Compromiso con el mediocambiente - Bienestar de la sociedad - ética y transparencia con los grupos de interés
Solidaridad	<ul style="list-style-type: none">•Generando valor dentro y fuera de la organización - interés global - resilientes.
Mejora continua	<ul style="list-style-type: none">•Desarrollo y retención del talento y conocimiento - Actitud abierta al cambio - Anticipación y afán de superación - Innovación tanto en procesos actuales como en la identificación de nuevos retos o proyectos.
Liderazgo	<ul style="list-style-type: none">•Reconocimiento - carrera profesional - comunicación homogénea y transparente - defensa de los intereses de grupo - compromiso con la excelencia y trabajo en equipo.

Fuente: Elaboración propia a partir del informe de Responsabilidad Social Corporativa (2016).

Por medio de las encuestas de clima, a sus trabajadores, se aprecia un alto compromiso con la cultura organizativa, por parte de los empleados con la compañía.

Mantienen cada mes reuniones con los representantes de los trabajadores formando una comisión de relaciones laborales, además de una resolución de conflictos pactada en Convenio Colectivo. Así como una correcta comunicación interna con los empleados basada en la transparencia.

Disponemos de canales de comunicación adaptados a las necesidades de nuestros grupos de interés, que nos permiten identificar sus expectativas y mantener relaciones de confianza. Uno de nuestros objetivos es el de generar la confianza de nuestros grupos de interés. En Cepsa trabajamos para construir relaciones sólidas y transparentes basadas en la comunicación y el diálogo, con el fin de conocer qué esperan de nosotros y mejorar cada día.

Con los empleados: • Canal de Consulta Ético. • Encuesta de clima y compromiso. • Canal Think Box de ideas y sugerencias. • Intranet corporativa. • Procesos de comunicación directa.

La comunicación interna es una herramienta que permite a una gran empresa disponer de un trato cercano con sus trabajadores. El jefe de Recursos Humanos de CEPSA afirma que mantener un trato cercano es “por las personas que trabajan en la empresa. Aquí es primordial el trabajo del departamento de selección, si quieres dar un trato cercano debes buscar personas alineadas a esos valores.”

Existe una importante relación entre los grupos de interés interno puesto que “desde el año 2012, cuando IPIC nos compró la manera de trabajar cambió y a partir de ahí se estableció una manera de trabajo transversal y cada área tiene su dirección dando soporte y relacionándose con las demás áreas.” Afirma el Jefe de Recursos Humanos.

- **SEGURIDAD Y SALUD LABORAL:**

Cuentan con un servicio de prevención propio, “qué forma e informa en las medidas de seguridad, y dependiendo del puesto tienen simulacro semanal y uno anual donde se invita a las autoridades.”

CEPSA trabaja por la gestión de riesgos y oportunidades:

Somos proactivos. Trabajamos con un Sistema para la Gestión Integral de Riesgos que nos ayuda a conocer los riesgos del entorno que puedan afectar a nuestra actividad y poder dar así una respuesta rápida y eficaz. Porque solo las empresas responsables tienen mejores perspectivas de crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

CEPSA se preocupa por la formación e información en materia preventiva hacia sus empleados.

La formación en Prevención de Riesgos Laborales, ampliándose en 2016 para aquellos empleados que se han acogido al programa de Teletrabajo, dotándoles de la formación necesaria para realizar la evaluación básica de riesgos de su puesto de trabajo y mejorar la seguridad implícita en su día a día. También hemos realizado un esfuerzo para impulsar la obtención de la titulación relativa a Prevención de Riesgos Laborales, consiguiendo que 731 empleados hayan alcanzado una titulación básica o superior en esta materia

Por medio del servicio médico, realizan controles médicos, periódicos y seguimientos de accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

- DESARROLLO DE COMPETENCIAS:

CEPSA programa los planes de formación en base a las necesidades de la empresa, puesto y persona. En su mayor medida, dentro de la jornada laboral. Teniendo siempre en cuenta la opinión, necesidad, preferencia y disponibilidad de los empleados.

Según el informe de RSC de 2016, han invertido 2.546 miles de euros en formación, siendo el 81% formación interna. Impartida en Seguridad y Salud, Producción,

idiomas, gestión empresarial o programas en desarrollo de habilidades. Permitiendo la promoción interna de sus trabajadores.

Cabe destacar la presencia de planes de carrera, o desarrollo profesional, “sobre todo para puestos claves de responsabilidad y vital importancia”. Así como el apoyo y/o asesoramiento por el departamento de Recursos Humanos en casos de jubilación o despido.

En cuanto a la plantilla que compone a la empresa CEPSA, según el informe de RSC de 2016, el 97% de la plantilla son empleados a jornada completa y el 92% empleados con contrato indefinido.

Da una gran importancia a la promoción interna de sus empleados, potenciando su desarrollo profesional.

- **EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.**

CEPSA evalúa el desempeño por el sistema MIDE (evaluación del rendimiento por objetivos), cuenta con unos objetivos generales por cada una de las áreas de negocios y unos objetivos personales a cada uno de los empleados.

Con el fin de detectar y mejorar el desarrollo profesional de los empleados, la Dirección de Recursos y la Organización ha desarrollado en 2013 un nuevo modelo de evaluación llamado MIDE (Modelo Integrador de Evaluación), que tiene en cuenta tanto el desempeño profesional como las capacidades de la persona. MIDE permite obtener información actualizada y objetiva de aquellas capacidades y

habilidades que hacen mejorar y crecer profesionalmente a las personas en el ejercicio de sus funciones.

Realizamos evaluaciones del desempeño individualizadas, que nos permiten valorar la aportación que realizan nuestros profesionales y, de este modo, mejorar la ejecución de sus tareas y aumentar su motivación

El compromiso de CEPSA es reforzar la capacidad para atraer y retener grandes profesionales. En 2016 trabajaron por mejorar su desempeño para: Fortalecer el compromiso con los empleados; reforzar su posición como empleadores y fomentar el orgullo de pertenencia a la marca. Realizan procesos de selección interna y externa, y promueven las movilidades de sus empleados.

- INSERCIÓN SOCIOLABORAL

Apuestan por la atracción de talento joven mediante un programa “Challenging U”. Ofreciendo becas a 274 jóvenes que han tenido la oportunidad de realizar prácticas profesionales con la empresa durante 2016.

También han firmado un convenio de colaboración científico y educativa para la creación de la Cátedra Fundación Cepsa de Innovación y Eficiencia Energética de la Universidad de La Laguna (Canarias, 2018).

- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES:

“La mayor parte de los puestos de este centro son de trabajo de campo y está cubierto por hombres, a medida que asciende la escala hay más mujeres”. Además de una política de igualdad fijada en Convenio Colectivo.

La igualdad de oportunidades y la no discriminación forman parte de la cultura corporativa de CEPSA, basada en la integridad y en la transparencia, y son un objetivo prioritario de la gestión de personas en todo el Grupo. Además, desde la publicación de la Ley de Igualdad, la Compañía ha reforzado su apuesta de forma clara por la igualdad de oportunidades y ha implantado en las distintas empresas del Grupo planes de igualdad, que en diciembre de 2013 han alcanzado al 87% de la plantilla.

- BIENESTAR SOCIAL/OBRA SOCIAL:

Según el informe de Responsabilidad Social Corporativa de 2016 refleja las cifras de: 39 proyectos premiados, 850 participantes en voluntariados, 33 iniciativas de voluntariado y 4,5 millones de euros invertidos en proyectos e iniciativas sociales.

Cuentan con un programa internacional de Voluntariado Corporativo llamado “Voluntas”.

“Voluntas, nuestro Programa internacional de voluntariado corporativo, tiene como objetivo enmarcar todas las actividades que realizamos en este ámbito, canalizando las inquietudes solidarias de los profesionales de Cepsa y alineándose con los objetivos de la Fundación.

El Programa se centra en cinco focos de actuación: fomento del empleo y la educación, atención a las necesidades básicas, apoyo a la cultura, cuidado del medio ambiente, y promoción del deporte y la salud. Se dirige a la atención de los siguientes colectivos: personas con discapacidad, niños y adolescentes vulnerables y

jóvenes. A través de Voluntas los profesionales de Cepsa contribuyen con su tiempo, talento y energía al desarrollo de las comunidades en las que estamos presentes. Nuestra mejor energía es la solidaridad de nuestros voluntarios.

No obstante, la implicación de los trabajadores en esta actividad debería mejorar “al ser un aspecto voluntario no existe forma de contribuir a esa participación.”

Trabajamos para que nuestras operaciones generen valor en las comunidades del entorno de nuestras instalaciones, entre otras formas, a través de actuaciones que contribuyen a su desarrollo socioeconómico sostenible, y a mejorar su calidad de vida y su bienestar.

En octubre de 2016 se constituyó la Fundación Cepsa, una entidad de interés general y sin ánimo de lucro que canaliza la acción social de Cepsa y su grupo de empresas. Los fines de la Fundación están alineados con la Política de Acción Social de Cepsa. La Fundación está presente en España, Portugal, Colombia, Perú, Brasil y Canadá.

“Todos los años, por medio de la fundación CEPESA establece un concurso de premio al valor social donde todas las entidades sin ánimo de lucro se elige a una de ellas y se le da un premio en metálico y cada vez son más las entidades que se presentan, con el premio los trabajadores pueden ser padrinos de ella.”

El objetivo de los Premios es reconocer e impulsar iniciativas sociales que favorezcan la inclusión y el bienestar de aquellos colectivos o personas menos favorecidas, así como promover estos valores solidarios entre los profesionales de nuestra Fundadora, Cepsa. Los proyectos tienen que estar representados por un

empleado de la Compañía, pero si las entidades no conocen a ninguno, desde la Fundación Cepsa haremos todo lo posible por asignar un padrino o madrina solidario a dichos proyectos”.

La inversión en Acción Social es tanto social como cultural, medioambiental y deportivo. Llevan a cabo otros proyectos como:

Canarias Conduce Segura: Campaña de concienciación y sensibilización sobre seguridad vial, a través de talleres en colegios e institutos de las Islas, así como mediante acciones destinadas a empresas y a las familias.

Peque huertos y alimentación sana (Tenerife): programa educativo en colegios de la capital que pretende inculcar valores relacionados con el desarrollo sostenible y el respeto por el medio ambiente a través de la preparación de una planta en el aula, la observación de su crecimiento y la enseñanza de lo importante que es llevar una dieta saludable, fomentando, así mismo, el conocimiento de la biodiversidad y el ciclo de la vida.

- PATROCINIOS, DONACIONES:

Con los patrocinios deportivos buscamos la asociación directa e inmediata de nuestra marca a valores tan positivos como el esfuerzo, la superación de metas, el éxito personal y profesional, o la ejemplaridad. Además, tenemos en cuenta la repercusión y el impacto en la reputación que conllevan estos patrocinios, tanto a un nivel nacional como internacional.

Cepsa presenta su apuesta por la cultura apoyando un total de 15 conciertos en Tenerife y Gran Canaria de artistas de talla internacional, entre el 30 de este mes y el 26 de noviembre (Avisos, 2017).

Colabora con: Fundación Lealtad (*que tiene como objetivo fomentar la confianza de particulares y empresas en asociaciones y fundaciones de acción social, cooperación al desarrollo, acción humanitaria y medio ambiente.* Y Fundación Energía sin Fronteras o con la Cruz Roja (*cuya misión es la de extender y facilitar el acceso a los servicios energéticos y de agua potable a los que carecen de ellos, o los tienen en condiciones precarias.*

- **CONCILIACIÓN Y APOYO FAMILIAR:**

CEPSA tiene regulado, en el Convenio Colectivo por el que se rige, una política de conciliación de la vida personal, familiar y profesional. Dotando a sus empleados de beneficios como “licencia por asuntos propios o descanso compensatorio para el personal a turno rotativo” dando la posibilidad de tomarse por horas o días completos. Además, la refinería de Santa Cruz de Tenerife ofrece a sus trabajadores la posibilidad de finalizar la jornada laboral de los viernes a la 13:30 horas. Así como, la posibilidad de traslado por razones de conciliación laboral y familiar.

Ofrece la posibilidad de excedencias para el cuidado de familiares o voluntaria. Según lo fijado en Convenio Colectivo, el requisito para la excedencia voluntaria es

una antigüedad de un año en la empresa para disfrutar una excedencia mínima de 4 meses y máxima de 5 años.

Además de beneficios sociales y ayudas a sus empleados. “Contamos con un premio presencia regulado en Convenio para destacar el cumplimiento de la jornada anual. Es individual pero también hay grupal y un premio extraordinario de presencia. Y conceptos de la obra social que se aprecian en el Convenio Colectivo”

Becas para hija/os de los empleados, ayuda escolar, ayuda al transporte, ayuda especial, servicios sociales, servicios de orientación social, medallas (oro, al personal con 35 años de servicio; plata, 25 años y bronce, 15 años en la empresa), plan de pensiones, jubilación anticipada, jubilación parcial contrato relevo, ayuda vivienda.

Por último, CEPSA permite el teletrabajo “cada trabajador cuenta con un ordenador portátil propio que le permite trabajar desde casa en situaciones especiales.”

CEPSA apoya y promueve la conciliación entre la vida personal y familiar de sus profesionales, procurando las condiciones laborales óptimas en cada caso y la igualdad de oportunidades. Dentro de sus acciones de apoyo familiar, es destacable el Plan Familia, programa gestionado por la Fundación Adecco, que está dirigido a los hijos de los profesionales del Grupo que presentan alguna discapacidad. Gracias a este plan, se han desarrollado acciones personalizadas que han permitido incrementar la autonomía e integración social y laboral de estos jóvenes.

Compañía Cervecera de Canarias. S.A (CCC)

1994 marca un hito en la historia del sector cervecero canario y español. En ese año las dos principales empresas cerveceras de las islas Canarias, la Compañía Cervecera de Canarias y Sical, fundadas en las islas de Tenerife y Gran Canaria respectivamente, deciden fusionarse para crear uno de los mayores grupos industriales del archipiélago: la Compañía Cervecera de Canarias, S.A. Fue un 7 de agosto de 1939 cuando un grupo de empresarios canarios encabezado por Maximino Acea Perdomo fundó en Santa Cruz de Tenerife la primera empresa cervecera de la isla.

Las once marcas que comercializa la Compañía Cervecera de Canarias (CCC) han estado presentes en Expohostel y la Feria de la Alimentación, de la capital tinerfeña. Las cervezas Dorada, Tropical, Carlsberg, Peroni, Guinness, Kilkenny, Pilsner Urquell y Miller, junto a las bebidas Appletiser, Granini y Red Bull, han participado en este encuentro exclusivo de profesionales, donde la compañía ha prestado especial atención a las cualidades nutricionales que presenta Appletiser.

- **QUÉ ENTIENDE LA CCC POR RSC:**

El informe de la Compañía Cervecera de Canarias muestra como la misión de la empresa es promover la sociabilidad entre los consumidores y contribuir al desarrollo de Canarias.

Esto significa favorecer el empleo, estimular el progreso, promover el consumo responsable de alcohol y ser buen administrador del agua y otros recursos naturales.

La estrategia empresarial está alineada a los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) delimitados por las Naciones Unidas. Cuando invertimos, compramos,

fabricamos y vendemos nuestros productos, no sólo estamos satisfaciendo a nuestros consumidores, sino que estamos creando empleo, contribuyendo con impuestos, pagando a otras empresas y formando a profesionales cualificado. Según el Consejo Delegado.

En cuanto a las acciones externas que la empresa lleva a cabo para gestionar su marca corporativa, Luis Durango destaca las “charlas en la universidad, por el consejero delegado, para explicar qué perfiles necesita para la empleabilidad de Cervecera.” Además de jornadas de puertas abiertas “Dorada tour” donde cualquiera puede apuntarse en su plataforma para poder visitar la fábrica.

La gestión de la RSC depende del departamento de Recursos Humanos y del responsable del área de comunicación. Evaluada anualmente desde 2011 hasta el último informe de 2016.

Los valores principales que la empresa tiene en cuenta en sus trabajadores son principios institucionales como el esfuerzo, la responsabilidad, el ahorro... “La principal misión es unir a los Canarios por una Canarias mejor.” (Durango, 2018)

Cuentan con una relación de comunicación transparente, en torno a objetivos comunes, con reuniones trimestrales. Además de un protocolo de resolución de conflictos fijado en Convenio Colectivo. Mediante procedimientos de comunicación interna, con sus trabajadores, se les informa de las prácticas que desarrolla la empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial; no obstante, el responsable del área de comunicación de la compañía, determina que deberían estar mejor informados.

Destacar la importancia de una gran empresa por el cuidado y trato cercano con su principal grupo de interés interno, los trabajadores. Luis Durango afirma que “estamos en un proceso de cambio cultural la característica es que son más cercanos

y es más informal (a la hora de la vestimenta también), el trato con el jefe también es distinto. El concepto de, todo el mundo en la misma sala es una idea de interacción entre trabajadores que mejorará el clima laboral.” Las reuniones internas, continuas, mejoran la interacción con los trabajadores.

*“Se han potenciado las sesiones de información e intercambio de impresiones, **Cervezaciones**, en la que se buscaban canales abiertos de comunicación, en ambas direcciones, lideradas por el Consejero Delegado y en las que se tratan cuestiones relacionadas con el negocio, con el mercado y con nuestras marcas. Trata sobre la evolución de la operación acordada entre SABMiller y AB InBev y sobre cómo podría afectarles.”*

La empresa, anualmente, evalúa el clima laboral. Donde cada área hace sus planes y cada directivo se encarga de las mejoras.

- **SEGURIDAD Y SALUD LABORAL.**

Las dos fábricas cuentan con cartelera de comunicación interna además de simulacros anuales. Con un seguimiento y control de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y controles médicos a sus empleados.

El inicio de la implantación de un nuevo sistema de prevención de riesgos laborales, el incremento en las inversiones en nuestras instalaciones y los programas de formación enfocados a la sensibilización en la responsabilidad individual para mejorar nuestra propia seguridad o la de nuestros compañeros han sido los factores que han contribuido a una mejora sustancial de los índices de seguridad de nuestros empleados. Además, se han puesto en marcha sistemas de gestión de control de acceso del personal de contratas y de las actividades de riesgos que realizan en el interior de nuestros centros de trabajo. Esto ha dado como resultado un nuevo descenso del índice de accidentabilidad (-21%), con un único caso con baja,

motivado por un accidente de tráfico. funciones. A pesar de ello, hemos superado en un 8% el número de horas (8.087 frente a 7.484 del año anterior), siendo el índice de extensión levemente inferior al conseguido el año anterior, que en cualquier caso ha superado el 80% de la plantilla.

- DESARROLLO DE COMPETENCIAS:

El departamento de Recursos Humanos desarrolla planes de formación teniendo en cuenta las necesidades de los trabajadores y permitiendo la promoción interna. “La última modalidad en formación, constante, que llevan a cabo es “in the job” se da la formación trabajando cada persona en su puesto de trabajo más que desde el punto de vista teórico de acudir a un curso.”

Somos conscientes del valor de la gestión de los conocimientos y habilidades desde una óptica experiencial, on the job, frente al modelo clásico en el aula, ya que se garantiza mejor la adquisición de las competencias necesarias. Esta formación no se traduce siempre en horas impartidas al no registrarse formalmente, sin embargo, sí está vinculada a los planes de desarrollo individual de los empleados, o bien a necesidades derivadas de cambio de puesto o de asunción de nuevas.

También elaboran planes de carrera, o desarrollo profesional partiendo de las expectativas de sus empleados con la empresa. Y apoyo en caso de jubilación.

Gran parte del tiempo dedicado a la formación ha estado a cargo de los propios profesionales de la Compañía quienes han contribuido a desarrollar nuestro talento interno, apostando por acciones de desarrollo del conocimiento como el Beer Ambassadors. Este programa, aún en ejecución, está orientado al conocimiento de

la cultura cervecera, el modo de servir excelentemente nuestros productos, nuestras marcas, los consumidores y el mercado.

Las iniciativas de formación más destacadas estuvieron vinculadas al plan de inmersión de todos los puestos de las áreas comerciales y mandos de la compañía en materias de cultura financiera relacionadas con inversiones, descuentos y rentabilidad. Actualizar la formación a los equipos de Marketing, Trade Marketing y Comercial, así como a las agencias de comunicación.

Existe un sistema de evaluación del desempeño de sus empleados. “Existe una parte de retribución variable, por objetivos y reconocimiento por correos o premios que se dan a los trabajadores.”

- **INSERCIÓN SOCIOLABORAL:**

La Compañía Cervecera de Canarias está por encima del 2%, que exige la ley, en contratación de personas con discapacidad. Así como la adaptación de las instalaciones para personas con movilidad reducida, en las oficinas.

Ataretaco, Fundación Canaria para la Formación Integral e Inserción Sociolaboral, trabaja desde hace más de tres décadas en la inclusión de colectivos desfavorecidos a través de la mejora de sus condiciones personales y laborales.

“Desde Cervecera de Canarias queremos hacer visible su causa, fundamental para trabajar día a día en el fomento de una sociedad más inclusiva y cohesionada.”

Apuestan por el acceso de los más jóvenes en la empresa y la contratación de estudiantes en prácticas.

Han ingresado un total de 54 personas en un año en prácticas en todas las islas. Nuestras instalaciones han acogido a 49 jóvenes graduados que han tenido la oportunidad de completar su formación académica realizando prácticas laborales en áreas como proyectos comerciales, contabilidad, compras, tesorería, marketing, gestión de ventas, prevención de riesgos laborales, mantenimiento, legislación técnico-reglamentaria o laboratorio. Algunos de ellos fueron incorporados a la plantilla de la Compañía al finalizar el periodo de prácticas.

Hemos renovado nuestra apuesta por el talento joven, reclutando a graduados con reducida experiencia laboral que puedan desarrollar su carrera con nosotros tanto en el área Técnica (Technical Graduate Programme) como en las áreas comerciales (Commercial Trainee Programme). De las 7 personas incorporadas durante el año, 4 de ellas han pasado a formar parte de la plantilla

- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES:

Cuentan con una política de igualdad regulada en Convenio Colectivo. Existe mayor presencia de hombres pero el sistema de retribución, tal y como fija el convenio, es el mismo para ambos. “La presencia de la mujer es del 18 por ciento. Es bajo, respecto a la media europea del grupo, pero cada vez habrán más”

Entre los objetivos de la empresa destaca: *dar visibilidad a las políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en Tenerife, promover la corresponsabilidad de los agentes políticos, sociales y económicos para mejorar la calidad de vida de mujeres y hombres y conformar una red de cooperación en este ámbito con entidades públicas y privadas.*

- BIENESTAR SOCIAL/OBRA SOCIAL:

La Compañía Cervecera de Canarias desempeña acciones o labores voluntarias con el objetivo de “colaborar con la comunidad y mejorar la relación con los empleados. Estas acciones generan empatía, complicidad, cercanía.” Tal y como afirma Luis Durango.

Uno de los últimos voluntariados corporativos fue la limpieza de uno de los senderos del Parque Rural de Anaga, en colaboración con la Fundación Santa Cruz Sostenible. Con la implicación de aproximadamente, 50 empleados. No obstante esta participación siempre podría ser mejor. “Se ha desarrollado una encuesta interna para ver en qué áreas les gustaría trabajar, horarios, localización geográfica o que les vendrían mejor.”

Los trabajadores de Compañía Cervecera de Canarias desarrollarán un proyecto de voluntariado corporativo en la Asociación Aldeas Infantiles SOS, tras el convenio suscrito esta mañana entre ambas partes y el Cabildo de Tenerife, a través de la Oficina de Voluntariado que gestiona Sinpromi y la Federación Plataforma de ONG's de Voluntariado de Tenerife. 70 trabajadores de la entidad desarrollen acciones en las instalaciones de Aldeas Infantiles en El Tablero y La Laguna, entre las que se encuentra la limpieza y acondicionamiento de jardines, la preparación del terreno y plantación, así como talleres de cocina.

La finalidad de estas colaboraciones es “fomentar la imagen de la marca con el logotipo no por interés comercial. Contribuir con una Canarias más próspera.” (Durango, 2018)

- PATROCINIOS, DONACIONES:

Numerosas actividades culturales y deportivas de las islas han contado con nuestra participación hasta superar 80 eventos de pequeña y media escala entre carreras, fiestas populares, exposiciones, congresos, clubes deportivos, torneos benéficos de diversos deportes y actividades en la naturaleza entre otros. A gran escala, hemos sido testigo de excepción en el ascenso a primera división de fútbol de la UD Las Palmas, con quien mantenemos un acuerdo que va más allá del patrocinio habitual para convertirnos en un promotor del equipo y en el “mejor amigo oficial”. También hemos sido, un año más, patrocinador oficial del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife y de Santa Cruz de La Palma, de las Fiestas Lustrales de esta isla, además de un estrecho colaborador del ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria en manifestaciones culturales y deportivas de gran envergadura.”

“La mayoría de las donaciones son en especie pero en metálico con: San Juan de Dios y Aldeas infantiles. En especie o servicio colaboran con asociaciones como: AMATE de cáncer de mama tienen un desfile benéfico y les proporcionan vallas publicitarias y cerveza, gratis, para que ellos lo vendan.”

- **CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR:**

No existe una política de conciliación pero intentan en su mayor medida que se cumpla. El responsable del área de comunicación, Luis Durango expone que “Parece que a veces, si no trabajas 10 horas no haces bien tu trabajo”

A pesar de ello, el artículo 13 del Convenio Colectivo fija un acuerdo de compensación económica de horas extras para trabajos extraordinarios en aumentos de 1 a 4 horas superior a la jornada habitual, abonando el importe correspondiente a las horas realizadas más una gratificación extraordinaria de 9.83 euros.

Para los trabajadores que realicen una hora más, habitualmente, se les abonará dicha hora a 4,92 euros. Teniendo cada empleado una libreta donde se anotará el número de horas extraordinarias.

Por Convenio Colectivo se encuentra regulada la posibilidad de licencias retribuidas y no retribuidas (para el personal con más de un año de antigüedad por un plazo no inferior a 15 días ni superior a 60); excedencias y permisos (ausentarse hasta una hora y media para lactancia de un menor tanto para padres como madres)

La empresa permite el teletrabajo, “flexible relativamente” aunque no se encuentra pactado en Convenio, cada trabajador cuenta con un portátil propio para que cuando por motivos familiares, las circunstancias requieran que el empleado trabaje desde casa.

A continuación se exponen los beneficios sociales, recogidos del Informe de Desarrollo Sostenible de 2016.

- *Ayuda Escolar por hijo.*
- *Ayuda para estudios de empleados.*
- *Premio matrimonio.*
- *Premio por nacimiento de un hijo.*
- *Obsequio Navidad.*
- *Obsequio Reyes por hijo menor de 12 años*
- *Premios a la constancia en la Empresa: 20, 30 y 40 años de servicio.*
- *Seguro de Vida e Invalidez permanente.*
- *Plan de Pensiones.*
- *Bolsa de vacaciones.*
- *Cerveza.*
- *Ayuda vestuario.*
- *Fondo Social (para organización de actividades deportivas, Día de la Hermandad, etc).*
- *Licencias retribuidas: matrimonio, nacimiento hijo, enfermedad grave o intervención quirúrgica de familiares, cambio de residencia, asuntos propios y fallecimiento de familiares.*

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez finalizada la recopilación de información sobre cómo estas dos grandes empresas gestionan sus planes de Responsabilidad Social Corporativa; podemos concluir con una serie de similitudes que las caracterizan por su compromiso con los Derechos Humanos y Derechos fundamentales en el Trabajo.

Las cuales han llevado a que, tanto CEPSA como CCC, formen parte del Acta de Adhesión a la Red Canaria de Responsabilidad Social. Con el objetivo de fomentar la práctica empresarial sostenible y comprometida con la población y el territorio. Plasmando sus acciones, anuales, en la redacción de: Informe de Responsabilidad Social Corporativa en el caso de Cepsa e Informe de Desarrollo Sostenible en el caso de CCC.

Tal y como se ha explicado a lo largo del marco teórico, la RSE son prácticas voluntarias creadas a partir de una correcta cultura corporativa que se inicia a partir de valores. CEPSA y CCC, coinciden en principios como: la seguridad, solidaridad y sostenibilidad para satisfacer las necesidades de sus grupos de interés, alineado con un cumplimiento de las obligaciones éticas.

Tomando como base el concepto de RSE en la dimensión interna de la empresa. Se aprecia la coincidencia por ambas organizaciones con el interés y mejora continua en cuanto a: La evaluación de riesgos laborales, para garantizar la adecuada protección de la seguridad y salud de los trabajadores; la elaboración de procedimientos comunicativos continuos, caracterizados por la transparencia y coherencia; la sinergia entre el departamento de Recursos Humanos y las acciones de

RSE, para la elaboración de planes de formación y/o desarrollo profesional con el fin de crear mayor competitividad para las empresas generando en el trabajador un aumento de la motivación, productividad y contribuyendo a su mejor adaptación frente a posibles cambios.

Promocionan la igualdad como principio de la negociación colectiva, estableciendo en sus Convenios colectivos una política para alcanzar la igualdad de trato y oportunidad entre hombres y mujeres.

Realizan obras sociales con la comunidad en forma de voluntariados corporativos, destacados en los últimos años como eje principal de las acciones en materia de RSE. O la colaboración con entidades sin ánimo de lucro.

También por medio de patrocinio y donaciones, contribuyen a mejorar la marca corporativa.

Una de las pocas diferencias que se aprecian, es la composición de la plantilla. CEPSA, en el centro de trabajo de Santa Cruz de Tenerife, está formada por empleados con mayor antigüedad en la empresa. En cambio, CCC apuesta por un mayor ingreso de jóvenes tras finalizar sus estudios.

Las dos empresas consideran fundamental la conciliación de la vida laboral y familiar como elemento primordial en la gestión de capital humano. Generando múltiples beneficios como: la mejora en la satisfacción, salud y bienestar de los trabajadores o mejorando la imagen y prestigio de la empresa.

Pero sólo CEPSA, cuenta con la política de conciliación pactada en convenio colectivo.

Para finalizar, la acción en materia de RSE interna que destacan como la más importante para fomentar un buen clima laboral son:

Por un lado para CEPSA es la conciliación de la vida laboral y familiar además de los beneficios sociales que ofrece la compañía. Y para CCC los voluntariados corporativos y el reconocimiento del comportamiento de la compañía con la comunidad.

8. CONCLUSIÓN.

A lo largo del marco teórico y con la información práctica recopilada de las dos empresas, ha quedado clara la importancia en la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, tanto para la propia empresa, los grupos de interés que mantienen relaciones con ella, o para el entorno. No existe un único concepto universal pero podemos concluir, finalmente, con que trata de obligaciones o responsabilidades que rebasan el mero cumplimiento de la ley tomando como punto de partida las repercusiones de su actividad con los *Stakeholders* internos o externos.

Para garantizar su supervivencia a largo plazo, es importante que las acciones estén integradas a la cultura organizacional, estrategia misión y valores de la empresa. Generando ventaja competitiva además de una buena imagen corporativa y reputación.

La sociedad reclama, cada vez más, empresas socialmente responsables, para ello también es necesario que la empresa comunique sus iniciativas de Responsabilidad Social por medio de los adecuados canales de comunicación al exterior e interior. La



Universidad
de La Laguna

Facultad de Derecho



herramienta de comunicación, transparente, sobre los comportamientos responsables utilizados en este trabajo hay sido los informes anuales.

Para concluir con una reflexión sobre la Responsabilidad Social Interna en los empleados. La empresa debe entender a los trabajadores como capital intelectual, donde debe alinear sus expectativas y objetivos con los de la organización.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (s.f.). Obtenido de
<https://responsabilidadsocialempresarial2014.wordpress.com/2014/11/23/teoria-de-la-piramide-y-desarrollo-sostenible/>
- (s.f.). Obtenido de
<http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/jumormed/2013/05/17/los-empleados-y-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Adriana Aguilera, C., & Doria Patricia, P. B. (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Barranquilla: SciELO.
- Avisos, D. d. (2017). La energía de la música que mueve a Canarias este verano. *Diario de Avisos*.
- Bribiescas Silva, F., Zizaldrá Hernández, I., & Jiménez Terrazas, P. (2016). Redes de comunicación en Stakeholders internos en empresas de hospedaje-restaurante: caso Valencia, Venezuela. *Cultur*(3), 30-50.
- Canarias, A. (2018). Cepsa carga de energía el conocimiento académico en Canarias. *ABC*.
- Castillo Clavero, A. M. (1986). *La responsabilidad social de la empresa en el contexto social*. (T. d. Málaga, Ed.) Málaga.
- Cortina, A. (2010). *globalizacionydemocracia.udp*.
- Fernández Fernández, J., & Bajo Sanjuán, A. (2012). Teoría del Stakeholder o de los grupos de interés. *aDResearch ESIC*, 6(6), 130-143.
- Figueroa, O. Á. (2008). Obtenido de
<http://siare.clad.org/fulltext/0059739.pdf>
- García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. Madrid: ESIC.
- González Esteban, E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Revista de Filosofía y Teología*, 2(17), 205-224.
- Granda Revilla, G., & Trujillo Fernández, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. 71-76.
- Guardia, M. L., & Llorente Barroso, C. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa una estrategia para conseguir imagen y reputación. *Icono 14 Revista de comunicación y nuevas tecnologías*(13), 95-124.
- Guzmán González, M. (2016). Dimensión interna de la Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica de la gestión de los recursos

- humanos. *SABER. Revista Científica del Consejo de Investigación*, 28(4), 794-805.
- Herrera, A. A., & Waleska Schelesinger Díaz, M. (2008). *Dimensión de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y reputación*. Valencia.
- Jiménez, A. (2015). Employer Branding: 14 preguntas y una conclusión. *Capital Humano*, n° 302., 84-91.
- Kramer, p. M. (2006). *Estrategia y Sociedad*.
- Larrañaga, P. (1995). *Responsabilidad de los poderes públicos* (Vol. IV). Madrid: Civitas.
- Moneva Abadía, J. (2007). El marco de la información sobre responsabilidad social de las organizaciones. *Ekonomíaz*(65), 284-317.
- Moneva Abadía, J., Gallardo Vázquez, D., & Sánchez Hernández, M. (2015). *Responsabilidad Social Interna: Delimitación conceptual y ámbitos de alcance*. AECA.
- Nieto, B. G., & Martínez, R. D. (2006). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. *INSS*, 14 (28). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222016000100002
- Orjuela Córdoba, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias y análisis*, 138-156.
- Sarmiento del Valle, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad. *Dialnet*, 8(2), 24-37.
- Sarmiento del Valle, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad. *Dialnet*, 8(2), 24-37.
- Server Izquierdo, R., & Villalonga Grañana, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *CIRIEC, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(53), 137-161.
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.
- Trabajo, O. I. (2010). La OIT y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Helpdesk de la OIT*(1).
- Verde, L. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Viteri Moya, J. (2010). Responsabilidad Social. *Enfoque UTE*, 90-100.
- William, R., & Avendaño, C. (2013). *lasallista de investigación*, 10(1), 142-163.

10. ENLACES

<http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/jumormed/2013/05/17/los-empleados-y-la-responsabilidad-social-empresarial/>

<https://www.cepsa.com/es/compania/historia%E2%80%93cepsa>

<https://www.ccc.es/cervecera/es/historia>

<http://cerveceradecanarias.com/tag/rsc/>

http://www.abc.es/espana/canarias/abci-cepsa-carga-energia-conocimiento-academico-canarias-201804190217_noticia.html

https://fundacion.cepsa.com/fundacion/Ambitos_de_actuacion/Apoyo_Social/Voluntariado_corporativo/

https://fundacion.cepsa.com/fundacion/Ambitos_de_actuacion/Apoyo_Social/Premios_al_valor_Social/

<https://diariodeavisos.lespanol.com/2017/06/la-energia-la-musica-mueve-canarias-este-verano/>

<http://www.europapress.es/islas-canarias/noticia-ocho-empresas-suman-red-canaria-responsabilidad-social-20180207154001.html>

<http://www.insht.es/portal/site/PromocionSalud/menuitem.084224e92eb1cbede435b197280311a0/?vgnextoid=b7fc91802a6f4310VgnVCM1000008130110aRCRD&vgnnextchannel=71bdc4b793cc4310VgnVCM1000008130110aRCRD>

11. ANEXO:

ENTREVISTA SOBRE RSE INTERNA EN LA EMPRESA: COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE PETROLEOS. S.A.U

Al jefe de Relaciones Laborales Francisco J. Delgado Santana

- **¿Qué entiende la empresa por el concepto de RSE?**
- “Seguimos un plan de Responsabilidad Social Corporativa desde 2013, para nosotros trabajar con honestidad y dar respuesta a nuestros grupos de interés es nuestro principal objetivo. Por la parte de los RRHH la empresa está certificada como empresa familiarmente responsable y esa certificación se les da por cumplir

una serie de condiciones y otro de los grandes proyectos es la empresa saludable potenciando hábitos de vida saludable. Actividad física, alimentación sana...”

- **¿Registran premios y reconocimientos obtenidos?**
 - Gold award por un pionero sistema de descarga de productos químicos en los Edison Awards, Premio Especial de Seguridad de la Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE), Golden World 2016 en la categoría Technology de los Premios IPRA de comunicación empresarial, Premio Capital Humano a la Gestión de Recursos Humanos otorgado por Wolters Kluwer y Premio Válvula de Oro de Integraph, entre otros
- **¿Existe un comité de responsabilidad social? ¿Quiénes lo integran?**
 - “Existe una interacción entre el departamento de comunicación y el de RRHH.
- **¿Se evalúa temporalmente la evolución e impacto de la RSE en la empresa? ¿Qué efectos ha tenido?**
 - “La empresa elabora un informe anual, de responsabilidad social corporativa. El primero tuvo lugar en el año 2011, el último en el 2016.”

CON LOS TRABAJADORES:

- **¿Qué valores buscan en sus empleados?**
 - “Seguridad, sostenibilidad, solidaridad, mejora continua, liderazgo”
- **¿Los trabajadores están comprometidos con la cultura de la empresa? ¿En qué podrían mejorar?**
 - “Sí, lo determina la encuesta de clima cada dos años. Alto compromiso por parte de los trabajadores”
- **En cuanto a trabajadores “embajadores de la marca” ¿Cómo representaría la identificación y satisfacción de los empleados y su compromiso con la empresa?**
 - “Alta implicación”

COMUNICACIÓN TRANSPARENTE:

- **¿Existe una relación y comunicación transparente con el sindicato, en torno a objetivos comunes? ¿Cuándo o cada cuánto tiempo?**
 - “Todos los meses hay comisión de relaciones laborales”
- **¿Protocolo de resolución de conflictos?**
 - “Establecido por Convenio Colectivo.”
- **¿Los trabajadores, están informados de las prácticas de RSE?**
 - “Acceso a ellas por todos los trabajadores”
- **¿Cómo consigue una gran empresa tener un trato cercano con sus trabajadores?**
 - “Por las personas que trabajan en la empresa. Aquí es primordial el trabajo del departamento de selección si quieres dar un trato cercano debes buscar personas alineadas a esos valores.”
- **¿Existe interacción entre los grupos de interés internos? ¿Qué hace la empresa para potenciar las relaciones entre empleados y mejorar el trabajo en equipo?**
 - “Desde el año 2012, cuando ipic nos compró la manera de trabajar cambió y a partir de ahí se estableció una manera de trabajo transversal y cada área tiene su dirección dando soporte y relacionándose con las demás áreas.”
- **¿Evalúan el clima laboral con frecuencia?**
 - “Sí”

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL:

- **¿Cómo se informa y capacita a los trabajadores en las medidas de Prevención de Riesgos Laborales?**
 - “Contamos con un Servicio de Prevención propio. Qué forma e informa en las medidas de seguridad, y dependiendo del puesto tienen simulacro semanal y uno anual donde se invitan a las autoridades.”
- **¿Realizan controles médicos periódicos de la salud laboral y psicosocial de sus empleados?**
 - sí
- **¿Realizan un seguimiento del control de accidentes y enfermedades laborales?**

- Servicio médico

DESARROLLO DE COMPETENCIAS DE LOS TRABAJADORES:

- **¿Cómo se desarrollan los planes de formación en la empresa?**
- “En base a las necesidades del negocio y las actividades que necesite. Plan de formación por personas.”
- **¿Se tiene en cuenta (por medio de cuestionario) la opinión, necesidad, preferencia y disponibilidad de los trabajadores para desarrollar esa formación?**
- “Suelen ser en horarios laboral y si no, horas extras o descanso.”
- **¿Existe rotación de los trabajadores por diferentes puestos?**
- “Operador de unidades y ahora servicios técnicos.”
- **¿Acciones formativas específicas sobre RSE?**
- “Sí”
- **¿Los planes de formación son meramente complementarios a las actividades del puesto que desempeña o permiten la promoción interna de sus empleados?**
- “Si la permite.”
- **¿Qué peso o importancia tiene la promoción interna para la empresa?**
- “Alta.”
- **¿Desarrollan planes de carrera, (o desarrollo profesional) con los trabajadores, analizando los puestos a los que podrían alcanzar en un futuro? ¿Puede describir cómo se realizan esos planes?**
- “Sobre todo para puestos claves de responsabilidad y vital importancia”
- **¿Apoyo y asesoramiento en caso de jubilación, enfermedad o despido?**
- “Sí, por recursos humanos.”
- **¿Aplicación de contratos estables y minoración de contratos temporales? ¿En qué medida?**
- “No hay temporales.”

- **¿Cómo valoran o evalúan el desempeño de los trabajadores? ¿Premian de algún modo el mejor desempeño?**

- “El desempeño se evalúa por el sistema MIDE (evaluación del rendimiento por objetivos) cuenta con unos objetivos generales por cada una de las áreas de negocios y unos objetivos personales a cada uno de los empleados.”

INSERCIÓN SOCIOLABORAL:

- **¿Se apuesta por el acceso de los más jóvenes, o recién graduados a la empresa?**

- “Sí, hay un proyecto *CHALLENGING U - IN COMPANY.*”

- **¿Financiación de proyectos de investigación y becas?**

- “Sí, con la Universidad de La Laguna.”

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES:

- **¿Se procura una proporción equitativa de hombres y mujeres en todos los niveles de la organización, así como la igualdad de sus salarios? ¿Existe alguna política establecida para ello?**

- “La mayor parte de los puestos de este centro son de trabajo de campo y está cubierto por hombres, a medida que asciende la escala hay más mujeres. Contamos con una política de igualdad fijada en Convenio.”

- **¿Cómo es la presencia de la mujer en los puestos de responsabilidad?**

- “Alta, cada vez mayor presencia.”

COLABORACIÓN DE LA EMPRESA CON ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

BIENESTAR SOCIAL/OBRA SOCIAL:

- **¿Llevan a cabo acciones de voluntariado social?**

- “Sí. Un voluntariado corporativo al que llamamos Voluntas.”

- **¿Debería mejorar la implicación de los trabajadores en los voluntariados?**
“Siempre se debería de mejorar más, al ser un aspecto voluntario no existe forma de contribuir a esa participación.”
- **¿Hay algún tipo de acuerdo de colaboración con ONG con beneficio mutuo?**
 - “Todos los años por medio de la fundación cepsa establece un concurso de premio al valor social donde todas las entidades sin ánimo de lucro se elige a una de ellas y se le da un premio en metálico y cada vez son más las entidades que se presentan, con el premio los trabajadores pueden ser padrinos de ella.”
- **¿Patrocinios?**
 - “Sí”
- **¿Donaciones, en metálico o especie?**
 - “Colaboramos con: Fundación Lealtad y Fundación Energía sin Fronteras

CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL:

- **¿Existe en la empresa una política de conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores, en cuanto a: flexibilidad de horarios, reparto de trabajo equitativo y compatibilizar turnos y horas extras?**
 - “Tenemos pactado en Convenio Colectivo una serie de beneficios en cuanto a la jornada de trabajo como puede ser licencia por asuntos propios o descanso compensatorio para el personal a turno rotativo (con un mínimo de 72 horas de descanso compensatorio). Para ambos cabe la posibilidad de tomarse por horas o días completos. Además de un artículo que regula la conciliación de la vida personal, familiar y profesional. En este centro de trabajo, los viernes, la jornada finaliza a la 13:30 horas. Los empleados con hijos menores de 6 años cuentan con un número de días para su cuidado. También está regulado en Convenio la posibilidad de traslado por razones de conciliación laboral y familiar”
- **¿Dan la posibilidad a excedencias o reducciones de la jornada?**
 - “Sí, voluntaria, para el cuidado de familiares..”
- **¿De qué beneficios sociales o ayudas se benefician los empleados**
 - “Contamos con un premio presencia regulado en Convenio para destacar el cumplimiento de la jornada anual. Es individual pero también hay grupal y un

premio extraordinario de presencia. Y conceptos de la obra social que se aprecian en el Convenio Colectivo”

- **¿La empresa permite el teletrabajo?**
- “Lo permite, está regulado en Convenio. En la medida de lo posible, cada trabajador cuenta con un ordenador portátil propio que le permite trabajar desde casa en situaciones especiales.”
- **¿Qué acción en materia de RSE interna destacaría como la principal o la más importante para fomentar un buen clima laboral? O en otras palabras ¿Cuál es el ámbito de la RSE interna que tienden a valorar más los empleados?**
- “La conciliación la más valorada. y los beneficios sociales.”

ENTREVISTA SOBRE RSE INTERNA EN LA EMPRESA: COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS. S.A.

Al responsable de Comunicación Corporativa y Relaciones Externas, Luis Durango.

- **¿Qué entiende la empresa por el concepto de RSE?**
- “Nos hemos sumado a la firma de 8 empresas del Acta de Adhesión a la Red Canaria de Responsabilidad Social para el fomento de la RS cumpliendo con los Derechos Humanos y con los Derechos Fundamentales”
- **¿Jornada de puertas abiertas?**
- “En la fábrica hay un dorada tour de unos 5, 10 euros. Que te puedes apuntar en la plataforma para poder visitarla.”
- **En cuanto a las acciones externas que la empresa lleva a cabo para gestionar la marca corporativa o también llamado “Employer Branding” ¿Cuáles destacaría?**
- “Charlas en la universidad por el consejero delegado para explicar qué perfiles necesita para la empleabilidad en cervecera “trabaja con nosotros” en la web para enviar currículum contratos en prácticas de formación y con las dos fundaciones universitarias
- **¿Registran premios y reconocimientos obtenidos?**
- Premio en dorada especial premios a la excelencia empresarial en 2017 primera empresa en canarias. Primera empresa en obtenerlo.

- **¿Existe un comité de responsabilidad social? ¿Quiénes lo integran?**
- “No existe un comité en sí pero se encarga tanto el departamento de RRHH como el responsable del área de comunicación.”
- **¿Se evalúa temporalmente la evolución e impacto de la RSE en la empresa? ¿Qué efectos ha tenido?**
- “Si, anualmente. Desde 2011 contamos con el primer informe y el último ha sido el de 2016.”

CON LOS TRABAJADORES:

- **¿Qué valores buscan en sus empleados?**
- “La principal misión es unir a los canarios por una Canarias mejor. Lo principal que tienen en cuenta es la cultura organizacional, el ahorro, esfuerzo, responsabilidad...”
- **¿Los trabajadores están comprometidos con la cultura de la empresa? ¿En qué podrían mejorar?**
- “Nos encontramos en un proceso de cambio y de integración de cultura actualmente.”
- **En cuanto a trabajadores “embajadores de la marca” ¿Cómo representaría la identificación y satisfacción de los empleados y su compromiso con la empresa?**
- Esta empresa se caracteriza por este concepto “cuando un trabajador va a un bar siempre pide la marca que comercializa incluso sabiendo que el bar no trabaja con esa marca”

COMUNICACIÓN:

- **¿Existe una relación y comunicación transparente con el sindicato, en torno a objetivos comunes? ¿Cuándo o cada cuánto tiempo?**
- “Trimestral”
- **¿Protocolo de resolución de conflictos?**
- “Si, en el convenio”
- **¿Los trabajadores, están informados de las prácticas de RSE?**
- “Si pero deberían estarlo más”
- **¿Cómo consigue una gran empresa tener un trato cercano con sus trabajadores?**
- “Estamos en un proceso de cambio cultural la característica es que son más cercanos y es más informal (a la hora de la vestimenta también), el trato con el jefe

también es distinto. El concepto de, todo el mundo en la misma sala es una idea de interacción entre trabajadores que mejorará el clima laboral.“

- **¿Existe interacción entre los grupos de interés internos? ¿Qué hace la empresa para potenciar las relaciones entre empleados y mejorar el trabajo en equipo?** Reuniones internas continuas.
- **¿Evalúan el clima laboral con frecuencia? En caso afirmativo ¿Qué medidas de mejora se han implantado para los resultados menos favorables obtenidos en las últimas encuestas?**
- “Se evalúa una vez al año, cada área está haciendo sus planes, cada directivo se encarga de las mejoras”

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL.

- **¿Cómo se informa y capacita a los trabajadores en las medidas de Prevención de Riesgos Laborales? ¿Cada cuánto tiempo?**
- “En las dos fábricas están llena de cartelería y comunicación interna una vez al año simulacro”.
- **¿Realizan controles médicos periódicos de la salud laboral y psicosocial de sus empleados?**
- Una vez al año sobre todo salud laboral y psicológica al equipo comercial
- **¿Realizan un seguimiento del control de accidentes y enfermedades laborales?**
- si

DESARROLLO DE COMPETENCIAS DE LOS TRABAJADORES:

- **¿Cómo se desarrollan los planes de formación en la empresa?**
- “El área de RRHH se encarga de este aspecto. La última modalidad en formación, constante, que llevan a cabo es “**in the job**” se da la formación trabajando cada persona en su puesto de trabajo más que desde el punto de vista teórico de acudir a un curso.
- **¿Se tiene en cuenta (por medio de cuestionario) la opinión, necesidad, preferencia y disponibilidad de los trabajadores para desarrollar esa formación?**
- Si
- **¿Existe rotación de los trabajadores por diferentes puestos?**
- Si
- **¿Acciones formativas específicas sobre RSE?**

- No, pero sí comunicación. Debería de haber más
- **¿Los planes de formación son meramente complementarios a las actividades del puesto que desempeña o permiten la promoción interna de sus empleados?**
- “Cuando hay cambios se hacen planes de carrera mirando cuáles son sus aspiraciones y la empresa evalúa si son correctas. Si ambas se ajustan se hace un plan.”
- **¿Qué peso o importancia tiene la promoción interna para la empresa?**
- No se puede promocionar a todo el mundo, pero se hace
- **¿Desarrollan planes de carrera, (o desarrollo profesional) con los trabajadores, analizando los puestos a los que podrían alcanzar en un futuro?**
- **¿Puede describir cómo se realizan esos planes? Si.**
- **¿Apoyo y asesoramiento en caso de jubilación, enfermedad o despido?**
- “Sí, en el caso de la jubilación.”

- **¿Cómo valoran o evalúan el desempeño de los trabajadores? ¿Premian de algún modo el mejor desempeño?**
- “Existe un sistema de evaluación del desempeño. La empresa está en un proceso de definición de habilidades, para ver qué necesidades de desarrollo tienen cada uno de sus empleados.. Están en el paso de la definición de competencias de cada persona para elaborar planes de formación.
- “Existe una parte de retribución variable, por objetivos y reconocimiento por correos o premios que se dan a los trabajadores.”

INSERCIÓN SOCIOLABORAL:

- **¿Contratación de personas discapacitadas o medidas alternativas?**
- Sí. Están por encima del 2 por ciento q exige la ley.
- **¿Adaptación de las instalaciones a personas con movilidad reducida?**
- Las oficinas centrales si, las fábricas no. Pero son avisados previamente.
- **¿Contratación de estudiantes en prácticas?**
- “Sí, un total de 49”
- **¿Se apuesta por el acceso de los más jóvenes, o recién graduados a la empresa?**
- “Sí de 7 personas que se han incorporado en el año, 4 han pasado a formar parte de la plantilla.”
- **¿Financiación de proyectos de investigación y becas?**
- “Anual con universidad las palmas y con ITC proyecto de moral.”

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES:

- **¿Se procura una proporción equitativa de hombres y mujeres en todos los niveles de la organización, así como la igualdad de sus salarios? ¿Existe alguna política establecida para ello?**
- “Si hay un plan pactado con los sindicatos desde hace mucho tiempo. Hay más hombres pero cobran lo mismo.”
- **¿Cómo es la presencia de la mujer en los puestos de responsabilidad?**
- “La presencia de la mujer es del 18 por ciento. Es bajo, respecto a la media europea del grupo, pero cada vez habrán más”

COLABORACIÓN DE LA EMPRESA CON ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

- **¿Llevan a cabo acciones de voluntariado social? SI. En afirmativo ¿Cuál es el objetivo de estos planes en cuanto a la dimensión interna de la empresa?**
- “Por un lado es colaborar con la comunidad y mejorar la relación con los empleados. Estas acciones generan empatía, complicidad, cercanía.”
- **¿Debería mejorar la implicación de los trabajadores en los voluntariados? ¿Qué método innovador participativo propiciaría?**
- “Si, se ha desarrollado una encuesta interna para ver en qué áreas les gustaría trabajar, horarios, localización geográfica o que les vendrían mejor.”
- **¿Hay algún tipo de acuerdo de colaboración con ONG con beneficio mutuo?**
- “Con beneficio mutuo no. Solo fomentar la imagen de la marca con logotipo no por interés comercial. Contribuir con una Canarias más próspera.”

OBRA SOCIAL:

- **¿Patrocinios?**
- “Muchos”
- **¿Donaciones, en metálico o especie?**
- “La mayoría de las donaciones son en especie pero en metálico con: San Juan de Dios y Aldeas infantiles. En especie o servicio colaboran con asociaciones como: AMATE de cáncer de mama tienen un desfile benéfico y les proporcionan vallas publicitarias y cerveza, gratis, para que ellos lo vendan.”

CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL:

- **¿Existe en la empresa una política de conciliación de la vida laboral y personal de sus trabajadores, en cuanto a: flexibilidad de horarios, reparto de trabajo equitativo y compatibilizar turnos y horas extras?**
 - “No existe política pero se intenta que se cumpla. Parece que a veces, si no trabajas 10 horas no haces bien tu trabajo”
 - “Regulación de horas extras en Convenio.”
 - **¿Dan la posibilidad a excedencias o reducciones de la jornada?**
 - “Sí, fijado en Convenio.”
 - **¿De qué beneficios sociales o ayudas se benefician los empleados?**
 - “Premio por nacimiento de hijo, por matrimonio, obsequio navidad... entre otras”
 - **¿La empresa permite el teletrabajo y cómo funciona?**
 - “Si flexible relativamente. Permite trabajar desde el domicilio habitual en caso de que por motivos familiares, por ejemplo, la circunstancia lo requiera. Cada trabajador cuenta con su portátil para ello.”

- **¿Qué acción en materia de RSE interna destacaría como la principal o la más importante para fomentar un buen clima laboral? O en otras palabras ¿Cuál es el ámbito de la RSE interna que tienden a valorar más los empleados?**
 - El Voluntariado y los empleados valoran mucho el compromiso de la empresa con temas sociales y medio ambientales. En cambio, siempre quieren más comunicación interna más conciliación pero lo que más, es el reconocimiento del comportamiento de la compañía con la comunidad.