

FIXA_RSE

EL BOLETÍN DEL OBSERVATORIO GALLEGO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



Consellería de Economía, Empleo e Industria - enero 2016 – Nº 6 – EDICIÓN ESPECIAL

Contenido:

Innovación y pymes	6
Internacionalizar la pyme	16
Premios RSE Galicia	22



TWEETS DESTACADOS

El CERGI de la @UniversidadeUSC organiza el Curso #GobiernoCorporativo. Preinscripción hasta 16.02.16 <http://ow.ly/XxtkY>

La OMT y @PactoMundial se alían para implicar a empresas de #turismo en iniciativas de #RSC <http://ow.ly/Xu2Yx>

El 72% de los firmantes de la Red Española de @PactoMundial son pymes. <http://goo.gl/jmEmNF>

EDITORIAL

Pymes y RSE, un binomio perfecto

Desde las páginas de este boletín Fixa_RSE siempre hemos querido difundir qué es la responsabilidad de las empresas gallegas y cómo trabajan por hacerlo posible. Podemos afirmar, sin miedo a equivocarnos, que nuestras empresas trabajan diariamente por hacer que no sólo el balance económico sea positivo, sino que el respeto al medio ambiente y la responsabilidad hacia la cohesión social sean componentes de peso en el balance global de gestión. Por encima de las dificultades, las empresas gallegas son ejemplo de cómo enfocar la RSE hacia la competitividad y la aportación de valor añadido.

En este campo, las pequeñas y mediana empresas gallegas destacan por su implantación en el territorio, por la capilaridad, lo que las convierte en actores protagonistas a la hora de

trasladar conceptos abstractos vinculados a la RSE a la realidad de la ciudadanía. Por todo ello, son las pymes las que pueden lograr que la responsabilidad social tenga impacto en la sociedad.

En este número especial de Fixa_RSE hemos querido focalizar la atención sobre las pymes gallegas. Se han incluido entrevistas con algunas de las que ya trabajan por gestionar la RSE e integrarla en la organización, así como todo tipo de contenido para que el lector sea capaz de visualizar todas las opciones y ventajas que la RSE representa para las pymes gallegas.

Con este número especial queremos aportar ideas y ejemplos sobre cómo se debería tener en cuenta la RSE, diseñar el marco de juego para que todos los sectores (empresarial, administrativo y social)

se relacionen de una manera responsable. Se trata, en definitiva, de poner en marcha una nueva cultura que tenga en cuenta las necesidades presentes y futuras desde el punto de vista de la sostenibilidad. Porque creemos firmemente que ésta es la mejor opción para desarrollar una sociedad más equilibrada, sostenible y socialmente cohesionada.

Esperamos que este boletín os anime y ayude a impulsar la RSE también en vuestras organizaciones.

Un saludo,

Covadonga Toca Carús

Secretaria general de Empleo

*Consellería de Economía,
Empleo e Industria*

Xunta de Galicia

CRÉDITOS | Edita: Secretaría General de Empleo – Consellería de Economía, Empleo e Industria

Elaboración y maquetación: CIMAS | ISSN:2386-3951

Esta obra se distribuye con una licencia CC-Atribución – Compartir Igual 3.0 España de Creative Commons

Para ver una copia de la licencia, visite: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>



XUNTA DE GALICIA

El Pacto Mundial de Naciones Unidas como orientación para una estrategia de RSE

El **Pacto Mundial de Naciones Unidas** (conocido en inglés como *UN Global Compact*) nació en el Foro Económico Mundial de Davos en 1999.

Actualmente es la mayor iniciativa voluntaria del mundo de sus características. El pacto trata de invitar a la acción a aquellas organizaciones que basan su gestión en sus 10 principios universales (*aspectos referidos, entre otros, a derechos humanos, asuntos laborales, a la protección del medio ambiente o a la lucha contra la corrupción*). Actúa como una plataforma para el aprendizaje, para compartir experiencias e intercambiar conocimientos. El pacto no vincula jurídicamente, no monitoriza el comportamiento de la empresa ni regula su actuación. En España, más de 2.500 entidades están adheridas, de las cuales 1.809 son pymes, lo que convierte a la red española en una de las más activas y participativas que existen.

¿Qué aporta pertenecer el grupo de empresas adheridas al pacto? Las oportunidades que presenta el pacto suponen para las pequeñas y medianas empresas poder posicionarse frente a otras, obteniendo una ventaja competitiva en términos de reputación. En empresas de pequeño tamaño puede ser una buena forma de anticiparse a regulaciones que se aprueben en el futuro o a las nuevas exigencias del mercado. Las empresas podrán controlar riesgos más allá de los puramente financieros, innovando en productos o servicios que aporten valor añadido.

¿Qué hay que hacer para apoyar al Pacto Mundial?

Las empresas que lo deseen han de integrar los diez principios en su desarrollo y formación, así como informar a sus grupos de anualmente sobre cómo se está avanzando por la consecución de los objetivos que la empresa tenga en relación a los principios.

Cada vez más, la ciudadanía tiene mayor facilidad para intercambiar información, para conocer qué hacen las empresas, incluidas las pymes.

En esta línea, a medida que la información fluye, las expectativas crecen; por lo que las empresas ven incrementadas las necesidades de comunicación, si quieren seguir mejorando su reputación. En los últimos tiempos, la RSE ha demostrado ser una herramienta eficaz para que las empresas puedan controlar qué aspectos pueden poner en riesgo su imagen y reputación, por tanto, aprender qué deben tener en cuenta en la gestión y estrategia a seguir.

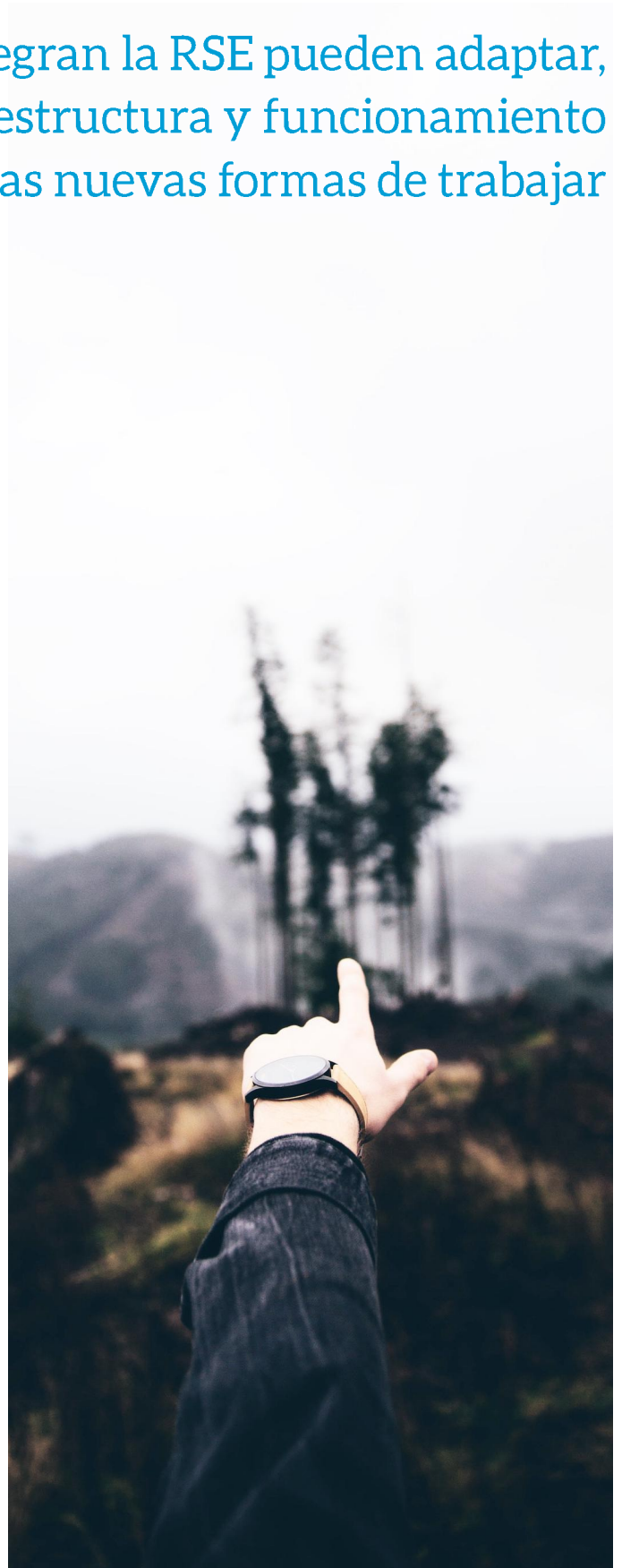
El Pacto Mundial ofrece una visión práctica de cómo afrontar estos temas. Dadas sus características, **las pymes pueden conocer soluciones para problemas y desafíos actuales en un contexto cada vez más exigente con el desarrollo** sostenible. Es un modelo que apuesta por una visión de la economía más integradora, por lo que las empresas que lo utilizan pueden colaborar no sólo a su crecimiento económico, sino a que éste se desarrolle de una manera más sostenible.

Las pymes que integran la RSE pueden adaptar, progresivamente, su estructura y funcionamiento a las nuevas formas de trabajar

Por otra parte, el intercambio de conocimiento y experiencias sobre buenas prácticas es una regla clave del pacto. Si algo funciona en una empresa, ¿por qué no aprovecharlo y difundir el ejemplo? La RSE es colaboración, por lo que el conocimiento acumulado en estos temas es un intangible de alto valor para las empresas, pero también para las administraciones públicas y la ciudadanía.

Las pymes que integran la RSE pueden adaptar, progresivamente, su estructura y funcionamiento a las nuevas formas de trabajar. Los empleados y empleadas del futuro tienen un perfil completamente diferente al conocido hasta ahora, por lo que las empresas deberán integrar las nuevas exigencias sociales. Estas estructuras nuevas, más estables, permitirán también que el cliente se sienta más atraído y, a largo plazo, será posible construir vínculos más sólidos.

En todo este terreno las pymes tienen mucho que decir, y mucho ejemplo a dar; por lo que iniciativas como el Pacto Mundial se convierten en un marco idóneo para seguir construyendo empresas más responsables.



Contribución de las pymes a una sociedad más sostenible

A finales de 2015, en la Cumbre del Clima en París, se adoptó el primer acuerdo global para intentar poner fin al incremento en la emisión de gases de efecto invernadero. La repercusión del pacto es que no solo admite que el problema del cambio climático es real, sino que el aumento de la temperatura es responsabilidad del ser humano. Este acuerdo llega para sustituir, a partir de 2020, al conocido Protocolo de Kioto, que únicamente logró cubrir el 11% de las emisiones en todo el mundo.

El Acuerdo de París, en último término, derivará en que todos los países y, por extensión, todas las regiones y ciudades, deberán poner en marcha ambiciosas acciones para contribuir a los objetivos globales de reducción las emisiones de gases. Unos agentes clave en el dinamismo de todo territorio son sus empresas, también sus pymes. En este sentido, tradicionalmente, cuando una empresa reflexiona acerca de cómo puede contribuir a la reducción de los efectos del cambio climático, la primera estrategia pasa por el **control y reducción del consumo energético**. Y es cierto que la gestión eficiente de la energía en una pequeña o mediana empresa puede suponer un importante impacto sobre el medio ambiente y, también, sobre los gastos económicos que derivan de ella. Según el Instituto para la Diversificación y el ahorro de la energía, en España todavía se puede optimizar más el consumo energético.



Según sus cálculos, las pymes españolas tienen un potencial de ahorro del 20% de su consumo energético, tan sólo aplicando medidas y hábitos de consumo más eficientes. La cuantificación de este beneficio se estima en una cifra de 1.550 millones de euros al año.

Además del aspecto energético, las pymes tienen una oportunidad de aprovechar la cumbre de París para adoptar medidas más innovadoras y ser más competitivas. La lectura del acuerdo no sólo debe quedarse en las cuestiones energéticas, sino que se pueden adoptar medidas más enfocadas a potenciar la economía circular, la eficiencia de los recursos materiales y la innovación, también, en el sector ambiental.

Para las pymes, la economía circular puede servir como vía para introducir cambios en la producción de bienes y servicios



Uno de los enfoques que más recorrido tiene es la **economía circular**. Este concepto significa poder «cerrar el círculo» de los ciclos de vida de los productos a través de un mayor reciclado y reutilización, lo que supone beneficios tanto al medio ambiente como a la economía. La Comisión Europea ha puesto en marcha un ambicioso paquete de nuevas medidas para ayudar a las empresas y los consumidores europeos en la transición a una economía más sólida y circular, donde se utilicen los recursos de modo más sostenible.

Para las pymes, la economía circular puede servir como vía para introducir cambios en la producción de bienes y servicios.

Estos cambios pueden surgir de la incorporación de materiales reciclados o materias primas secundarias en los procesos, trabajando en ecodiseño desde la concepción del producto (y no sólo al final de la vida útil del mismo) o potenciando la reparabilidad y reciclabilidad de los productos.

Este concepto está vinculado también al potencial generador de puestos de trabajo, especialmente en sectores vinculados a la **recuperación de materiales**, la **gestión de residuos** y su transformación para el posterior uso de los mismos. La Unión ha fijado medidas concretas para promover la reutilización y estimular la **simbiosis industrial**, convirtiendo los subproductos de una industria de materias primas de otra; así como incentivos económicos para que los productores pongan en el mercado productos más ecológicos y apoyo a los regímenes de recuperación y reciclado (por ejemplo, de envases, baterías, aparatos eléctricos y electrónicos, vehículos).

Esta situación no ha de pasar desapercibida por la pymes, que pueden encontrar nuevas oportunidades para la innovación y el desarrollo a través de la generación de empleo verde, sostenible.

Innovación y pymes

Manual de uso

En España, uno de los retos para las pymes es poder reducir la diferencia entre la cantidad que se produce y el valor de lo que se produce. Para las pymes, la innovación todavía no es algo prioritario, no se integra en su estrategia; a pesar de que cada vez más empresas asumen que la competitividad pasa por la innovación.

Tres pilares son básicos a la hora de plantearse cómo innovar en la pyme.

El **personal**: la comunicación interna es una de las claves. Las personas que trabajan en la empresa son los que mejor conocen cómo funciona, qué aspectos se podrían mejorar y qué ideas podrían suponer una ventaja. En ocasiones, la reflexión desde dentro es un buen punto de partida.

La **clientela**: conocen el mercado, qué ofrecen las diferentes empresas y, sobre todo, qué les gustaría recibir para incrementar su satisfacción. Hablar con ellos más allá de las condiciones del producto o los precios del servicio puede ser una forma rápida de conocer qué aspectos mejorar.

El **entorno**: la competencia, otras empresas, prescriptores... Ver qué hacen otras organizaciones, qué temas importan en el sector de actividad en que se desarrolle la actividad o qué innovación se produce en campos diferentes al habitual son formas de ampliar la capacidad de aprendizaje y captación de nuevas ideas.

Estos tres componentes pueden ser combinados en función de la realidad de cada empresa, pero todos ellos pueden dar lugar a que la inspiración para el cambio surja en la pyme. La cultura empresarial del siglo XXI debe ser más flexible a los cambios, más abierta a la innovación y a la **creatividad**.



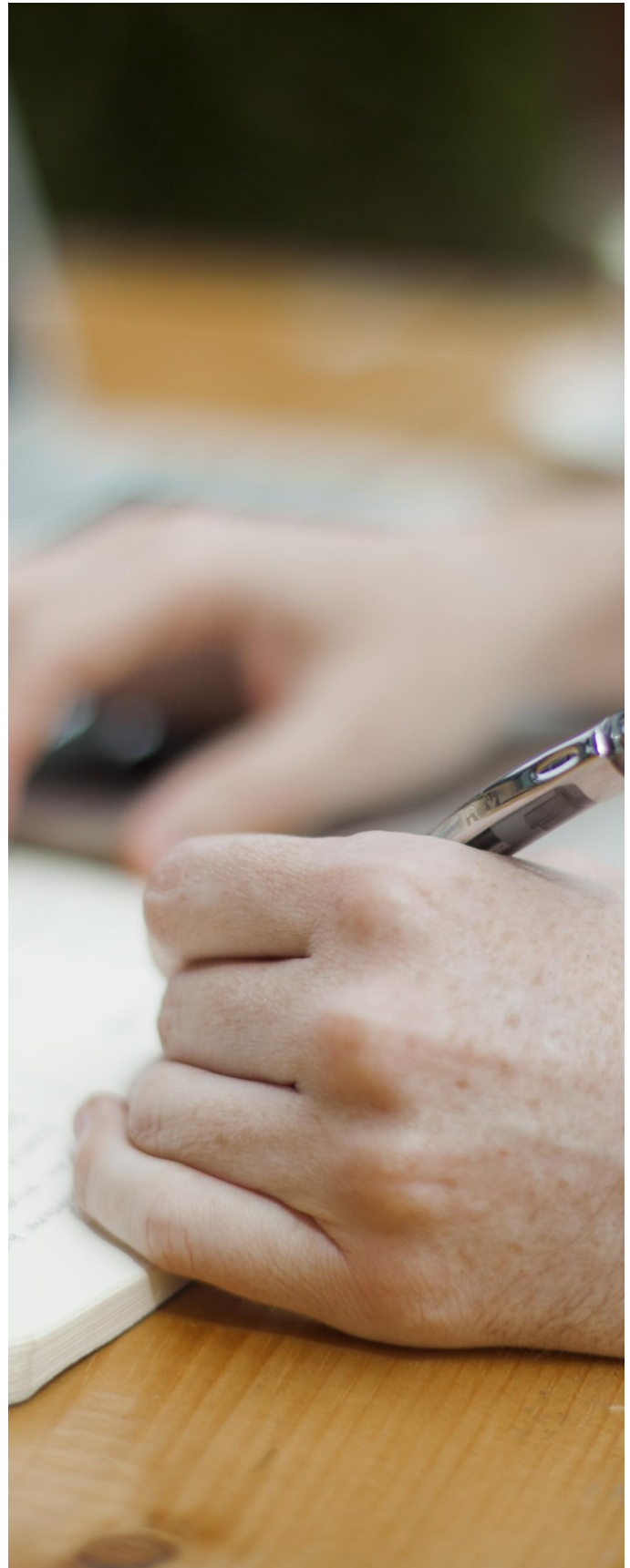
Se deben plantear los cambios fruto de las nuevas tendencias en el consumo, analizando qué ha ocurrido en el mercado en la última década y anticiparse a lo que puede necesitar el cliente en los próximos años. No se trata sólo de analizar el mercado como se ha realizado hasta ahora, sino de profundizar en las tendencias globales que, cada vez más, acaban impactando en los negocios locales. Observar que hacen otros com vía para mejorar el desempeño tanto económico, como social y ambiental.

En ocasiones, la pyme no puede destinar recursos económicos o materiales a la innovación. En estos casos, se pueden aprovechar las oportunidades que plantean las [oficinas de innovación](#), las agencias o institutos tecnológicos. Hay diferentes organismos, pero todos se encargan de gestionar fondos europeos y estatales para la innovación aplicada a diferentes ámbitos: tecnológico, desarrollo de producto, procesos nuevos, conocimiento...

En esta línea, también es importante que las empresas colaboren, se coordinen y estén abiertas a impulsar proyectos relacionados con la innovación de forma conjunta con otras empresas locales, nacionales o internacionales (cabe destacar que actualmente la mayor parte de las ayudas y subvenciones en materia de I+D+i se conceden de manera prioritaria a equipos formados por la colaboración entre distintos organismos, instituciones y empresas de diferentes países)

Es por ello que, en resumen, las pymes no deben pensar en la innovación como algo ajeno a su trabajo.

Pero tampoco centrarla únicamente en aquello que producen o venden. La innovación es una forma de gestionar, un enfoque que permite que la empresa sea más permeable a la incorporación de conocimiento, al desarrollo de nuevas áreas o dimensiones de la empresa y, en definitiva, a poder ser más competitivas en un mercado cada vez más global. [Generar valor para todos los grupos de interés puede ser una realidad si la innovación está presente en las empresas.](#)



Comunicar cuando eres una pyme

Es común pensar en la comunicación como algo secundario en las pymes o una cuestión más propia de las grandes empresas que pueden dedicar recursos a este tema. Pero gestionar correctamente la comunicación en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas puede ayudar a mejorar su imagen, fidelizar la clientela y, en último término, incrementar las ventas.

Las empresas de menor tamaño pueden ver en la comunicación una herramienta eficaz para poder dar a conocer su imagen, su marca. El objetivo es que esa clientela se acabe comportando más como una comunidad que interactúa con la empresa que en sólo compradores de productos o servicios. Una comunidad que integre a los empleados, a la clientela y a los proveedores. De esta forma, los diferentes colectivos que interactúan con la organización se convertirán en altavoces de cómo trabaja la empresa y construirán, entre todos, la reputación corporativa de la pyme.

Comunicar, también, en clave interna. Incluso cuando las pymes ponen en marcha campañas de comunicación, ésta suelen estar diseñadas pensando en la clientela o en la sociedad en general como público objetivo. Sin perder este punto de vista, es importante destacar la necesidad de toda empresa de contar con personas motivadas, orgullosas de pertenecer a la organización. Personas, en definitiva, que sientan la cultura de la empresa como suya. Para hacerlo posible, la comunicación debe tener una perspectiva interna hacia todos los trabajadores y trabajadoras.

Es necesario que las personas sientan cómo la empresa da respuesta a sus necesidades, cómo integra sus expectativas y trata de gestionarlas de la mejor manera posible. En ocasiones se trata de contar cómo se toman las decisiones, cómo afectan y qué acciones se ponen en marcha. Todo ello hace que el sentimiento de pertenencia salga reforzado.



La comunicación hacia el personal también ha de percibirse como una forma de mejorar la eficacia del trabajo, gracias a que las personas trabajan mejor cuando sienten que su desempeño es tenido en cuenta, que sus opiniones tienen validez y cuando se sienten parte integrante de un equipo. También es importante reducir los rumores e informaciones falsas que se dan en todas las empresas, independientemente del tamaño que tengan. Para esto, la comunicación interna es, igualmente, una buena herramienta de gestión. Manual de acogida, reuniones periódicas, revistas o newsletters internas y el uso de las nuevas tecnologías son opciones para transmitir los mensajes entre todos los componentes de la empresa.

Nuevos medios y nuevas formas de comunicar. A las formas habituales de intercambiar información y contenidos, se han unido la irrupción de las nuevas formas y lenguajes en comunicación. La conocida como *revolución digital* está acelerando la transición de los modelos de negocio hacia otros con fronteras más difusas, acompañado de un cambio de mentalidad en las pequeñas y mediana empresas. Estas organizaciones, como ya ocurre con las grandes, incluyen en sus estrategias la gestión de la reputación digital y la generación de contenidos pensando, en exclusiva, en estos nuevos medios.

En una sociedad cada vez más conectada, cada vez se tiene más en cuenta estas nuevas formas de comunicar para atraer a talento joven, para captar nueva clientela. En este terreno, el principal reto de las pymes pasa por profesionalizar la comunicación, bien internamente o bien colaborando con profesionales externos, de forma que la relación con los diferentes grupos de interés esté más organizada y sea más competente.

El marketing online y la presencia en redes sociales han de ser, igualmente, componentes imprescindibles para poder interactuar con las nuevas generaciones y competir en igualdad de condiciones, con el resto del mercado. En función de cómo se comunique una organización, así será el feedback que recibirá. Por eso es tan importante dedicar tiempo a la comunicación. Sólo así los negocios podrán plantear estrategias que, en el medio y largo plazo, permitan desarrollar la actividad de una forma estable.

*La clave es que las personas
sientan cómo la empresa da
respuesta a sus necesidades,
cómo integra sus
expectativas
y trata de gestionarlas de la
mejor manera posible*



Pymes responsables: Galega de Economía Social

Raquel Alvite , directora comercial

¿Quiénes sois y qué os hace diferentes?

Galega de Economía Social, S.L., (GES) es la matriz del grupo de empresas participado por la ONG de ámbito autonómico COGAMI, (*Confederación Galega de persoas con discapacidade*). El grupo empresarial está compuesto por 9 Centros Especiales de Empleo.

GES se constituye en el año 2003, y se trata de un conjunto de empresas fundadas en la década de los años noventa con el objetivo de consolidarse como un Grupo Empresarial fuerte y competitivo.

Nuestro rasgo diferenciador es que todas las empresas que forman el grupo están calificadas como Centros Especiales de Empleo, esto quiere decir que más del 70% de nuestros trabajadores/as son personas con discapacidad. GES nació con el objetivo de dar debido cumplimiento a los principales objetivos del Grupo: la promoción y creación de empleo de calidad para las personas con discapacidad, ofreciéndoles un amplio campo de oportunidades laborales y la formación y experiencia adecuadas en la búsqueda de la posterior transición a la empresa ordinaria.

El empleo es uno de los elementos de mayor eficacia en la apuesta por la inclusión social de las personas con discapacidad. No sólo una fuente de ingresos, sino que constituye una condición estratégica para la integración social, la calidad de vida y la autonomía de este grupo social que en Galicia supera las 235.000 personas.

El trabajo proporciona a las personas identidad social, independencia, seguridad económica, capacidad para transformar la vida propia y, además, valores de autorrealización. Por eso no es aceptable que para una parte cada vez más importante de la población, su acceso sea, simplemente, una conquista imposible.



¿Cuál es la estrategia de vuestra organización?

La estrategia fundamental de nuestra organización es la tener un grupo de empresas de marcado carácter social, que consagren sus esfuerzos en el impulso y potenciación de los objetivos de los Centros Especiales de Empleo sin ánimo de lucro. Pero al mismo tiempo, presente en sectores estratégicos de actividad, compitiendo de forma profesionalizada y prestando servicios de calidad, con cualquier otra empresa que opere en el mercado con principios puramente económicos.

Lo primordial para GES es que las entidades que conforman el Grupo Empresarial deben constituir un medio de integración del mayor número de personas con discapacidad al régimen de trabajo normal.

Así los centros especiales de empleo (empresas de economía social) desempeñan un significativo papel en la estructura de mercado, contribuyendo de forma decisiva a la generación de valor añadido social. Sus características no lucrativas y sus procesos participativos y de decisión democrática aportan un plus de fiabilidad, haciendo de los centros especiales de empleo un importante instrumento canalizador de la responsabilidad social en el tejido empresarial.

¿Cómo entrasteis a formar parte del programa Galicia RSE Pyme?

COGAMI lleva colaborando con la administración desde su nacimiento hace 25 años, haciendo a GES partícipe y conocedora de estas actuaciones

“La ética empresarial hace que todos ganemos”

conjuntas. Siendo fieles a una filosofía de mejora continua, GES manifestó su interés en participar en el programa Galicia RSE Pyme, así como en cualquier actuación que se desarrolle sobre RSE. Posteriormente los responsables del programa contactaron con nosotros y se decidió cuales eran las empresas del grupo que deberían empezar esa escalada para formalizar esta participación.

¿Es vuestra primera aproximación a estos temas de RSE?

No. Por nuestra misión, siempre hemos estado muy implicados con la Responsabilidad Social Empresarial, ya que la mayor parte de las empresas que cuentan con esta premisa en sus modelos de gestión, suelen incorporar la dimensión de la discapacidad a sus RRHH o contratan servicios con proveedores que son Centros Especiales de Empleo. Para mucha de nuestra actual clientela, es un factor primordial a la hora de trabajar con nosotros, el hecho de que nuestras empresas son CEE sin ánimo de lucro, lo que significa que más del 70% de la plantilla son personas con discapacidad. Por otra parte, la difusión de la RSE de cara a las empresas ha sido desde siempre una labor en la que hemos invertido mucho esfuerzo, todo ello basado en la importancia del empleo como media de inclusión social. En esta línea, hemos colaborado con organismos tanto públicos como privados: colegios, institutos, universidades, consultoras, empresariado, cámaras de comercio, clúster, etc.

Desde vuestro punto de vista, ¿Qué retos os plantea la RSE?

Galega de Economía Social ha estado siempre centrada en el grupo social de las Personas con Discapacidad, y puede decirse que tiene un conocimiento amplio sobre este concepto y lo que ello acarrea, sin embargo, existen otros campos importantes en materia de RSE, que nuestra organización necesita desarrollar. Es necesario crear un plan director en materia de RSE que se difunda a toda la organización y que trabaje la RSE en toda su amplitud formando parte del modelo de gestión y cultura empresarial. [...]



Pymes responsables: Galega de Economía Social

Raquel Alvite , directora comercial

La comunicación es otro aspecto importante a desarrollar, por una parte, la comunicación interna, de difusión del propio plan para poder aplicar una forma de trabajar común en toda la organización, y por otra parte, externa, en forma de memoria y retorno de la actividad.

¿Tenéis algunos objetivos en este sentido?

En materia de RSE tenemos objetivos de cara al exterior y al interior. De cara al exterior, queremos seguir trabajando en demostrar que existe otra forma de hacer empresa, que es la economía social, consiguiendo empresas solventes y competitivas, basadas en la creación de oportunidades para grupos sociales con especiales dificultades.

Internamente, la RSE nos plantea varios retos, aunque los más importantes podrían resumirse en la necesidad de concienciar a la propia organización de que la RSE es un concepto amplio que debemos desarrollar y que tenemos muchas áreas de mejora como por ejemplo: la Integración de la RSE, la Implicación con el personal, las relaciones con los proveedores, el análisis de los impactos económicos en la economía local, el establecimiento de un modelo de comunicación y reporting de la RSE...

Para ello necesitamos crear un plan de RSE común para toda la organización y que abarque todos los aspectos de la misma y es esencial comunicarlo con éxito, tanto dentro, como fuera de la organización.

¿Cómo creéis que os puede ayudar haber empezado a integrar la RSE en la empresa?

Aunque la RSE ha estado siempre presente en nuestras actuaciones, no siempre hemos sido conscientes de la amplitud de la misma y nos hemos centrado en aspectos concretos sin desarrollar otros igual de importantes. Integrar la RSE en nuestra organización nos hace conscientes de todos los ámbitos de actuación y permitirá establecer las bases para alcanzar mejoras palpables en la relación con todos nuestros grupos de interés: trabajadores, clientela, proveedores, instituciones y sociedad en general, haciendo más coherente aún nuestra labor.

Por último, a modo de reflexión; ¿Cómo veis el desarrollo de la RSE en Galicia? ¿Qué oportunidades de mejora puede plantear?

En Galicia cada vez son más las empresas implicadas con la Responsabilidad Social Empresarial, pero debido a las características de nuestro tejido empresarial, formado por mucha pequeña empresa, (y microempresa) se trata de un concepto que todavía es valorado por el empresariado como un gasto y no como una inversión. Quizás queda todavía por trabajar que la RSE no es simplemente una estrategia más de marketing, sino que tiene que estar disuelta en cualquier modelo de gestión que busque la eficiencia. La ética empresarial hace que todos ganemos.●



Descubre todo lo relacionado con la
responsabilidad social en Galicia
en rse.xunta.es

Pymes responsables:

CLESA, Agrupaciones Cooperativas Lácteas S.L

Pablo Gómez, gerente de Clesa
Iria Antas, dpto. RR.HH de Feiraco

Quiénes somos y qué nos hace diferentes?

Con más de 70 años de trayectoria en el sector, en Clesa contamos con una **dilatada experiencia dedicados a la elaboración de yogures y postres lácteos**. Nuestra planta de Caldas de Reis (Pontevedra), actual sede de la compañía, tiene su origen en Lácteas del Atlántico, una sociedad fundada a finales de los años 70, filial del Grupo Centrales Lecheras Españolas S.A. (Clesa).

El proyecto actual de Clesa da comienzo en 2012, liderado por 10 cooperativas lácteas gallegas unidas en ACOLACT, Agrupación de Cooperativas Lácteas SL. Esta nueva etapa nace con la voluntad de dar continuidad a la planta de Caldas de Reis y convertirla en una empresa sólida y con futuro.

Tenemos un firme compromiso con el sector lácteo gallego, la calidad y la innovación. Por eso, mantenemos en Galicia el proceso de fabricación de nuestros derivados lácteos, desde la mejor materia prima 100% gallega procedente de las granjas de nuestras cooperativas.

Nos mueven los valores propios del cooperativismo, como la colaboración, el apoyo mutuo, la solidaridad y la responsabilidad social.

Nos enfocamos al consumidor, ofreciendo siempre las máximas garantías de calidad certificada desde el origen y preocupándonos por una constante innovación en nuestros productos, promoviendo además una alimentación saludable.

¿Cuál es la estrategia de la organización?

Los pilares estratégicos son la calidad (galega 100%) la innovación (gama) y la responsabilidad social (producto lácteo sostenible).

La responsabilidad social y la gestión ética son valores que ejercemos en nuestra forma de ser como entidad y que impulsamos a través de



instrumentos como código de conducta, Protocolo de Prevención y Actuación frente a cualquier tipo de acoso en el trabajo, o con la adhesión a iniciativas como Red de Pacto Mundial, Productos Lácteos Sostenibles...

¿Cómo entrasteis a formar parte del proyecto Galicia RSE Pyme?

Entramos en este Proyecto de la mano de **Feiraco**, empresa referente en materia de Responsabilidad Social y también gracias a la Secretaría de Igualdad que impulsan muy bien el desarrollo de acciones en esta materia.

¿Es vuestra primera aproximación a estos temas de RSE?

No. Hacemos RSE desde el inicio: banco de alimentos, formación responsable, participación en eventos de apoyo al Concello, trabajamos en mejora del medio ambiental de nuestros envases, el concepto de huella o de proximidad con nuestro suministro de leche, acción de control de los proveedores...

¿Qué retos os plantea la RSE?

1-Tolerancia 0 a los comportamientos no éticos.

2-La rentabilidad es la base de la sostenibilidad. Sin rentabilidad no hay sostenibilidad pero para una cooperativa ser rentable es también ser responsable y consecuente con sus valores.

3-Las personas son el corazón de cualquier empresa, por lo que apoyar tanto su desarrollo personal como profesional siempre desde la igualdad de oportunidades y hacer posible la conciliación de su plano laboral con el familiar.

4-Las empresas crecen al mismo ritmo que las personas que la integran, con lo que se orientarán esfuerzos a la capacitación, entrenamiento, formación y promoción.

5-Racionalización y consumo responsable de los recursos en todos los niveles y ámbitos de la empresa. La reflexión sobre el impacto ambiental de nuestras acciones y nuestra orientación a la compensación de los daños y la minimización de los mismos es una parte ineludible de nuestra responsabilidad como tejido productivo.

6-La empresa pierde su esencia si no se analiza en relación a sus grupos de interés que configuran su cadena de valor. En este sentido, el reto es establecer para la gestión de cualquier relación partiendo del concepto de alianzas y socios. Las exigencias éticas y de responsabilidad social han de

ser igualmente requisito de partida para entablar relaciones sostenidas con proveedores, distribuidores, colaboradores...

7-Aumentar el nivel de compromiso de la empresa con los consumidores responsables, animando este tipo de conductas sensibilizando y premiando.

8-Convertirse en ejemplo y modelo a seguir a través de la puesta en marcha y desarrollo de buenas prácticas, medidas y actuaciones que promueven los cambios oportunos para conseguir una sociedad mejor.

¿Qué objetivos tenéis en este sentido?

Mejorar en calidad del empleo, mejorar en seguridad y salud y sobre todo en la calidad de vida del equipo humano que formamos esta empresa

Para terminar, ¿cómo crees que ayuda el integrar la RSE en la empresa?

Ayuda a ser coherente y consecuente con los valores de tu organización; a orientar el resultado y los objetivos. Ayuda a definir las colaboraciones y los partners que nos acompañan en el camino día a día, ayuda a enfocar las áreas de mejora internas y externas.

Ayuda a todo, pues siendo consecuente con uno mismo, se consigue una parte de la sostenibilidad. Ser rentable y ser consecuente con lo que eres. ●



Paso a paso para internacionalizar la pyme

Los últimos años han estado marcados por condiciones económicas difíciles, especialmente para las pymes. Precisamente en este contexto complejo, muchas de ellas han sentido la necesidad (o han visto la oportunidad) de salir fuera, ampliar sus fronteras e internacionalizarse. No es un proceso sencillo, pero con las capacidades adecuadas es posible afrontarlo.

El punto de partida es claro: definir bien las [particularidades de la empresa](#) y qué se puede ofrecer, en términos de producto o servicio, que suponga una ventaja para el potencial cliente. En otras palabras, qué valor puede aportar la pyme en el mercado al que quiere acceder.

Internacionalizarse supone modificar la [estructura de la empresa](#), así como su gestión diaria. Conviene analizar si la empresa está preparada para dar el salto al exterior o necesita un rediseño previo. De igual forma, en ocasiones es necesario adaptar el producto o servicio a la potencial clientela a los que se destina el nuevo mercado. En este sentido, una buena práctica podría ser testar el producto a través de alguna [alianza comercial](#) con empresas del nuevo territorio, de modo que se pueda enfocar mejor ese producto antes de exportarlo en cantidades mayores. Estas acciones permiten conocer a otras empresas locales, de modo que se pueden generar futuras alianzas y colaboraciones que puedan hacer más sólida la comercialización en países extranjeros.

La [visión a largo plazo](#) es importante. La internacionalización es un proceso complejo que no depende únicamente de qué capacitación tenga la pyme, sino de otros factores externos que intervienen: idiomas, aspectos de transporte y logística, burocracia, cuestiones legales, fiscales, sanitarias o la adaptación cultural se han de tener

en cuenta antes de emprender la aventura de la exportación. Si la empresa necesita colaboradores para alguno de estos aspectos, es bueno ponerse en contacto con las cámaras de comercio, institutos de exportación u otros organismos oficiales que facilitan el paso a paso, especialmente a las pequeñas y medianas empresas. La implicación de la administración pública es clave para potenciar y dinamizar el tejido empresarial más allá del propio territorio gallego. La colaboración con otras pymes que ya se encuentren en el país objetivo, locales o extranjeras, así como la colaboración en redes sectoriales puede suponer una ventaja a la hora de instalarse y conocer la idiosincrasia del lugar.

La [financiación](#) es un aspecto clave. Con todos los campos anteriores analizados, es momento de buscar soporte económico. Un primer paso sería la consulta con las entidades financieras que operen tanto en el país de origen de la pyme como en el país en el que se desea desarrollar el negocio, ya que en estos casos la internacionalización es bien recibida por las entidades. También es posible entrar en contacto con socios institucionales, o con inversores privados. En estos casos, si el negocio integra aspectos de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social es probable que pueda captar fondos destinados a la inversión socialmente responsable. Una vez instalados, será momento de buscar apoyos también en instituciones financieras locales, de modo que la empresa encuentre una identidad propia también para la comunidad local en que se ubique.

Estos aspectos constituyen un mínimo necesario para planificar la internacionalización de la pyme. Con ello se comenzará a construir un modelo de gestión sólido en la pyme que sea capaz de alcanzar el éxito más allá del lugar de origen de la organización.



Pymes responsables: COMBINA SOCIAL

David Silva, gerente

Preséntanos la empresa. ¿Quiénes sois y qué os hace diferentes?

COMBINA SOCIAL S.L. es una empresa especializada en la prestación de servicios auxiliares a otras empresas poniendo en valor su principal fortaleza: las CAPACIDADES de las personas con discapacidad. Está catalogada como centro especial de empleo, lo que se traduce en que el 90% de sus 160 personas trabajadoras tiene alguna discapacidad. COMBINA SOCIAL nació hace cinco años para gestionar, en las cuatro provincias gallegas, servicios tales como control de accesos, grabación de datos, recepción y atención telefónica, conserjería-celaduría, gestión de stocks, limpieza industrial, etc. Estas tareas permiten a nuestros profesionales demostrar todo su potencial y profesionalidad y, a nuestra clientela, les facilita el poder centrarse en su actividad principal. Lo que nos hace diferentes es precisamente que les damos a las personas con discapacidad la oportunidad de demostrar todo su potencial, la oportunidad laboral para la que están perfectamente preparados y tremendamente motivados; en definitiva, les damos la oportunidad de que hagan lo que mejor saben hacer. Y la consecuencia directa de ello es la tranquilidad de nuestra clientela, que dejan esos servicios auxiliares en manos de unos profesionales responsables y de una empresa en la que confían.

¿Cuál es la estrategia de vuestra organización?

Somos una empresa de reciente creación, pero muy marcada por el hecho de pertenecer a una organización sin ánimo de lucro con una importante trayectoria de más de 25 años y de gran prestigio en Galicia. Por tanto, nacimos con unos férreos valores que han condicionado que



nuestra estrategia se base en poner en valor las capacidades de las personas que trabajan con nosotros, a través de la prestación de servicios auxiliares a nuestra clientela. Nuestro principal potencial son las capacidades de nuestros profesionales y eso es precisamente nuestro valor diferencial. Entramos en un sector tremendamente competitivo y muy copado por grandes compañías muy asentadas y de ámbito nacional, por lo que nuestra estrategia fundamental se basa en la diferenciación, en ofrecer servicios con un mayor valor añadido. Es importante señalar que en base a nuestro *leit motiv* no pretendemos acumular una gran cartera de clientes, sino que estamos enfocados en la búsqueda de empresas aliadas que entiendan y compartan nuestra misma filosofía marcada por ese fuerte carácter social.

¿Cómo entrasteis a formar parte del programa Galicia RSE Pyme?

Conocimos el programa a través de COGAMI, por las relaciones que ésta tiene con la Consellería y la Dirección Xeral de Relacións Laborais. Nos pareció una oportunidad magnífica de conseguir asesoramiento y formación de primera mano por parte de expertos en RSE. Conocemos lo que es la RSE pero no siempre contamos con las herramientas necesarias para poner en marcha medidas concretas que nos ayuden a avanzar en ese camino. Iniciativas como ésta son un buen ejemplo de lo mucho que se puede hacer desde las administraciones públicas para contribuir al avance de la RSE.

¿Era vuestra primera aproximación a estos temas de RSE?

COMBINA SOCIAL es una de las empresas de economía social de COGAMI (Confederación galega de persoas con discapacidade) que lleva más de 25 años trabajando en Galicia para conseguir la plena participación social de las personas con discapacidad. COGAMI tiene más experiencia en temas de RSE y como empresa 100% titularidad de la misma, también COMBINA SOCIAL ha tenido contactos previos con el mundo de la RSE.

El hecho de ser una empresa de economía social, nos hace sentir ya muy próximos, a la filosofía que está detrás del mundo de la RSE, basada en la convicción de que la gestión empresarial debe contribuir a un mundo mejor. No obstante, creo que la RSE es un proceso abierto, que nunca se acaba porque las empresas forman parte del contexto en el que se desarrollan, siendo éste cada vez más dinámico y más impredecible. Lo que considero más difícil es poder mantener contra viento y marea esa ética empresarial en el ADN de las organizaciones a pesar de las crisis y de las complicaciones que puedan surgir. En cualquier caso, ahora COMBINA SOCIAL, al igual que COGAMI, se propone demostrar a la sociedad gallega que el hecho de ser empresas socialmente responsables resulta, a largo plazo, mucho más rentable.

Desde vuestro punto de vista, ¿Qué retos os plantea la RSE?

Dado que somos una empresa de economía social, a menudo se da por hecho que ya somos socialmente responsables sin la necesidad de ir más allá. Nuestro principal reto en estos momentos es inculcar a nuestros variados grupos de interés, internos y externos, la idea de que ser socialmente responsables implica precisamente ir más allá, superar lo que ya somos para convertimos en empresas cada vez mejores. No se trata de publicar una memoria de sostenibilidad y basar nuestra transparencia en la existencia de información accesible a nuestros diversos públicos, sino que debemos potenciar una cultura corporativa basada en nuestros valores y contribuir desde nuestra acción empresarial a construir un mundo mejor. Se trata de generar un proceso de mejora constante pensando no tanto en el beneficio propio sino en el beneficio global, de toda la sociedad. Creo que para nosotros, como para la gran mayoría de las pymes gallegas, el reto que tenemos por delante es el de implementar la RSE con un enfoque estratégico transversal a todas nuestras acciones empresariales. [...]



Pymes responsables: COMBINA SOCIAL

David Silva, gerente

¿Tenéis algunos objetivos en este sentido?

COMBINA SOCIAL es una organización convencida de que hay otras formas de generar riqueza y de alcanzar el éxito empresarial. Y esas formas pasan necesariamente, por una parte, por aunar los objetivos de las personas profesionales con los de la empresa y, por la otra, por ofrecer a la clientela servicios de calidad y a la vez servicios responsables que generen un vínculo emocional. Pero somos conscientes de que este convencimiento debemos contagiarlo a nuestro entorno, empezando por nuestra clientela. Así, uno de nuestros objetivos es demostrar a otras empresas que merece la pena llegar a alianzas estables con organizaciones como COMBINA SOCIAL porque ello reportará beneficios compartidos en la misma línea. Otro objetivo pasaría por crear un modelo de conducta empresarial que pudiera ser referente en nuestro entorno y así contribuir a generar un cambio también en otras empresas del sector.

¿Cómo creéis que os puede ayudar haber empezado a integrar la RSE en la empresa?

Hasta ahora hemos estado muy centrados en ofrecer a nuestra clientela herramientas que contribuyan a mejorar su responsabilidad social. A medida que ha pasado el tiempo nos hemos dado cuenta de que, más allá de que nuestra propia razón de ser como empresa sea ya responsable, hay otras muchas cosas que debemos abordar en el plano interno. Debemos indagar posibles medidas que podamos poner en marcha en el plano de la sostenibilidad ambiental, así como algunas otras que contribuyan a mejorar la comunicación con nuestros grupos de interés.

Son varios los clientes que nos han confesado que trabajar con COMBINA SOCIAL ha mejorado su

clima laboral. El hecho de que la diversidad entre en la empresa enriquece a todas las personas que participan de la misma. Y ese es nuestro principal objetivo: contagiar la diversidad propia de COMBINA SOCIAL al confiar en las múltiples capacidades de las personas con discapacidad.

Por último, a modo de reflexión; ¿Cómo veis el desarrollo de la RSE en Galicia? ¿Qué oportunidades de mejora puede plantear?

Los últimos datos publicados en nuestro país señalan que la RSE retrocede entre las pequeñas empresas y se afianza entre las medianas y grandes compañías. En Galicia, el porcentaje de pymes y micropymes es enorme, con lo que el reto ya está sobre la mesa. Por otro lado, la crisis ha incidido negativamente sobre la RSE, algo que nos aleja del principal objetivo de la estrategia EUROPA 2020 para alcanzar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Creo que las instituciones gallegas deben poner en marcha medidas que contribuyan a paliar las deficiencias de nuestro modelo de crecimiento y la RSE puede aportar algunas respuestas. La capacidad que tienen las administraciones públicas para animar al tejido empresarial a potenciar la RSE es enorme. Una posible medida podría ser, por ejemplo, incluir cláusulas sociales en la contratación pública; otra medida muy necesaria pasaría por incrementar las ayudas públicas a la puesta en marcha de planes de RSE, especialmente para las pymes. En definitiva, es necesaria una sensibilización constante así como formación, información y ayudas para que el tejido productivo gallego se anime decididamente a apostar por una estrategia de crecimiento responsable e integrador. ●

¿QUIERE QUE SU PYME PARTICIPE EN EL PROGRAMA “GALICIA RSE PYME” ?

*Si está interesado en que su pyme participe en el programa
o desea recibir más información,
póngase en contacto a través de la web rse.xunta.es
Es gratis y podrá formar parte de una importante
iniciativa empresarial gallega para el impulso de la RSE.*



Entregados los Premios de Responsabilidad Social Empresarial de Galicia



En la imagen, representantes de las empresas premiadas y miembros de la Xunta de Galicia al finalizar el acto de entrega, el pasado 28 de enero, en Santiago de Compostela.

Los galardones, otorgados por la Xunta de Galicia a través de la Consellería de Economía, Emprego e Industria, han distinguido el trabajo de 9 empresas en los ámbitos social, económico y ambiental

El pasado año, la Xunta de Galicia creó los **Premios de RSE**. Estos premios pretenden ser un reconocimiento público a aquellas iniciativas y buenas prácticas desarrolladas por las empresas gallegas en cualquiera de las dimensiones o ámbitos (social, económico y/o ambiental) de la RSE. Se trata de difundir públicamente el esfuerzo que en este campo llevan a cabo las empresas gallegas en la comunidad donde desarrollan su actividad y, al mismo tiempo, sensibilizar al empresariado gallego sobre la importancia de incorporar la RSE en su gestión. Además, la opinión pública toma conciencia sobre la importancia de esta forma de gestión empresarial.

El pasado 28 de enero fueron entregados Premios RSE Galicia 2015. Uno galardones que son otorgados por la Xunta de Galicia a través de la Consellería de Economía, Emprego e Industria; y que en su primera edición han distinguido el trabajo de 9 empresas en los ámbitos social, económico y ambiental.

En la categoría de pequeña empresa, **Metal Ferrol** fue reconocida en el aspecto social por sus acciones encaminadas a alcanzar un empleo de calidad a través de la formación. En lo económico fue reconocida **Ambical Proyectos**, que integrada en su cultura empresarial el gobierno responsable y la RSE. En el aspecto ambiental, el premio fue compartido por **Encapsulantes de Valor Añadido** y **Generadores Europeos**, por el compromiso con la innovación y la reducción del impacto ambiental. También se entregó una mención a la empresa **Porto Muíños**, debido a su preocupación por la sostenibilidad de los recursos marinos que explota.

Respecto a las medianas empresas, **Feiraco** ganó en la modalidad social en reconocimiento de sus acciones encaminadas a la mejora de la calidad en el empleo y a la formación de su personal. Por su parte, **Autoridad Portuaria de A Coruña** destacó en el ámbito económico, por integrar en su gestión la responsabilidad social y por la rendición de cuentas a través de memorias de sostenibilidad y un Comité de Transparencia y Buen Gobierno.

En el apartado de grandes empresas, **Gadisa** recibió el galardón por su compromiso social. Esta empresa fomenta la creación de una sociedad integradora y el bienestar social, en particular por las distintas acciones que la empresa lleva a cabo para impulsar el consumo responsable y los hábitos de vida saludable. Por su parte, **Grupo Calvo** recibió el premio en la categoría ambiental y una mención en la categoría económica. En el primero destaca la implicación de la empresa en las buenas prácticas de pesca, a través de proyectos como *Calvoatún* o *CalvoShark*, así como por la compra responsable de atún. Desde la perspectiva económica, la mención responde a sus iniciativas de apuesta por el diálogo y la rendición de cuentas.

Gracias a estos premios se ha reconocido y dado visibilidad a diferentes proyectos e iniciativas gallegas que consiguen implantar y desarrollar el concepto de responsabilidad social, dentro de las áreas de tipo social, medioambiental o económica. Se consigue, de esta forma, resaltar, impulsar, reconocer y promover iniciativas concretas que sirven de ejemplo para el tejido empresarial en Galicia, y que son indispensables para su fortalecimiento y adaptación a los nuevos entornos económicos.

Las pymes del sector cultural, inversión de futuro

Las condiciones y el entorno social son cada vez más flexibles, menos predecibles y más sujetas a los cambios del mercado. En este contexto, la **innovación** no debe ser vista únicamente como un elemento diferenciador de las industrias de generación de productos tangibles. **La industria cultural representa a un sector con capacidad para la movilización de una importante cantidad de recursos y la generación de puestos de trabajo.** Es, además, un sector en que la creatividad y la innovación forman parte de la gestión diaria de las empresas, lo que se traduce en un elemento dinamizador de la sociedad de vital importancia. La innovación aplicada a la cultura hace que las ideas y el conocimiento se transformen en productos de alto valor añadido que la ciudadanía debe comprender y valorar, de forma que supongan opciones empresariales reales.

Las conocidas como **Industrias culturales y creativas son un sector fundamental para la recuperación**, puesto que forman parte del tejido social y económico de las regiones. Así lo reconoce la propia Comisión Europea, quien establece en sus objetivos del Horizonte 2020 una salida a la crisis

que permita transformar la economía en un modelo más productivo y que apoye la cohesión social. Para este renacimiento, tanto a nivel europeo como, sobre todo, a nivel local y regional, es vital que se apoye al sector cultural a través de la colaboración entre diferentes sectores, instituciones y organismos.

Pero no se puede perder de vista que, en su mayoría, se trata de un sector integrado fundamentalmente por pymes, lo que se traduce en problemas como la infrafinanciación, las dificultades de acceso al crédito, las barreras para la internacionalización, falta de apoyos por parte de otros sectores; así como la escasez de protección y valoración de la propiedad intelectual.

Para poder impulsar a las pymes que desarrollan su trabajo en el sector cultural sería necesario poner en marcha una serie de medidas de diferente alcance. En primer lugar, se debería impulsar la cooperación entre las instituciones con el fin de buscar alianzas, intereses comunes y redes que soporten el tejido cultural.



Las pymes culturales son generadoras de empleo, conocimiento e innovación, además de dinamizadores sociales activos



En este sentido, las administraciones públicas deben promover el reconocimiento público del sector, como forma de acercar a empresa y público, incrementando el volumen de usuarios de la cultura. Se puede potenciar la comunicación entre los agentes que intervienen en el circuito cultural, de forma que cada vez más las empresas culturales sean autosuficientes económicamente.

Como toda sociedad europea avanzada, la gallega es una **comunidad con una diversidad cultural muy significativa**. En este sentido, la escasez de recursos no puede poner en peligro esta riqueza cultural. Por tanto, se hace todavía más importante la participación social para incrementar la participación público-privada en el impulso a las industrias culturales. Esto ha de conducir, en último término, a lograr que las pymes culturales y creativas ganen en competitividad y tengan un papel más relevante. Se debe lograr que la oferta y demanda se acerquen. Una vía para la participación social es el mecenazgo, un instrumento de interés para las empresas, en primer lugar, y para toda la sociedad civil; puesto que permite una mayor creación y,

en consecuencia, una mayor generación de opciones culturales para todos. También se debe apoyar la competitividad del sector, acercándolo a los mercados internacionales, cooperando y potenciando alianzas con empresas nacionales o extranjeras.

Apoyar a las empresas culturales puede traducirse en una medida de apoyo a la industria más general, ya que la implicación de la cultura en sectores como la hostelería o el turismo la colocan como elemento dinamizador clave del ámbito local. La colaboración entre los diferentes departamentos encargados de estas temáticas puede poner de relieve intereses comunes que beneficiarían a todas las pymes que forman parte y, en definitiva, al conjunto de la ciudadanía.

Potenciar la industria cultural permitirá desarrollar vínculos entre este sector y el resto de sectores, de forma que de los nuevos negocios y las estrategias comunes se generen mercados nuevos en campos tan diversos como la economía verde o la innovación cultural.

La inversión socialmente responsable en pymes

La **inversión socialmente responsable** (ISR) incorpora consideraciones ambientales, sociales o éticas junto a las financieras en la toma de decisiones de inversión, tanto por la empresa como por los agentes inversores externos. En su origen, era la conocida como banca ética la que permitía financiar determinados tipos de negocios o empresas con el denominador común de la responsabilidad ambiental y social. A medida que la demanda de este tipo de servicios financieros crece, lo ha hecho la inversión responsable. El diagnóstico es sencillo: cada vez más, aquellos que están dispuestos a invertir, lo quieren hacer en modelos de negocio que aseguren la sostenibilidad de su inversión. Dicho de otro modo: que el dinero invertido, además de rentabilidad, ofrezca la seguridad del respeto al medio ambiente, a la comunidad local, al personal de las organizaciones, etc. En los últimos años, la inversión socialmente responsable ha experimentado un importante crecimiento, cada vez en más países. Sobre todo, a consecuencia de la progresiva implantación de **regulación sobre transparencia en la aplicación de criterios de sostenibilidad en la gestión de los activos**. Igualmente el ahorrador o inversor está descubriendo esta nueva forma de inversión, como complementaria y alternativa a la tradicional, con mercados que crecen en este segmento de la ISR de forma exponencial. Este crecimiento también lo perciben los inversores enfocados hacia iniciativas de pymes, emprendedores y programas de actividad con un crecimiento en Europa.

Al hablar de rentabilidad de un producto financiero, ésta depende de multitud de factores. La mayor parte de estudios muestran que la inversión socialmente responsable es, como mínimo, tan eficiente desde el punto de vista de rentabilidad-riesgo como la inversión tradicional (sino mayor). La ISR plantea objetivos a largo plazo, por lo que se reducen potenciales riesgos y se proponen nuevas oportunidades de valor añadido, diferentes a las tradicionales (gestión responsable, nuevos productos y servicios, etc.) En este sentido, y pensado especialmente en los negocios de pequeño y mediano tamaño, **el Instituto de Crédito Oficial (ICO) realizó en enero de 2015 una primera emisión de bonos sociales; colocando en el mercado capital por importe de 1.000 millones de euros en estos productos**. Este producto forma parte de la ISR y tiene como objetivo financiar a pymes de regiones con un PIB per cápita inferior a la media española para que puedan mantener o crear empleo. Estos productos son especialmente interesantes para permitir que la financiación llegue a proyectos más sostenibles. De esta forma, el impacto de estas actividades permitirá alcanzar objetivos más ambiciosos en términos de desarrollo sostenible tanto en Galicia como en el resto del país. La ISR, por tanto, aparece como una alternativa para que aquellas pymes que desarrollan su actividad de forma responsable puedan contar con la confianza de los inversores y desarrollar su negocio de forma sostenible económica, ambiental y socialmente. **Puede encontrarse información completa acerca de la ISR en la web <http://www.spainsif.es/>**

A hand is shown from the wrist up, holding a small, fluffy white cloud. The background is a soft-focus sky with light clouds. The hand is wearing a dark blue sleeve.

BANCO DE IDEAS RESPONSABLES

¿TIENES UNA IDEA RESPONSABLE?

Todas las organizaciones, empresas o entidades que consideren que su iniciativa tiene que formar parte del banco de ideas, pueden completar el formulario en para que la información esté clasificada y sea accesible.

Inscríbete gratuitamente en rse.xunta.es

Biblioteca de recursos

Uno de los propósitos de la Xunta de Galicia es facilitar a las pymes que integren la RSE. A tal fin, se dispone de una serie de recursos gratuitos que los responsables de las empresas pueden explorar, incorporando los aspectos de la responsabilidad social en las empresas. En este apartado presentamos los recursos que la Xunta de Galicia pone a disposición de las pymes gallegas para implantar la RSE.

XUNTA PRO-RSE es una herramienta software que permite a las empresas la integración de las variables de la RSE en la gestión de su negocio, de una forma sencilla y gráfica. Las empresas podrán visualizar los indicadores de sus propias actuaciones, en materia socio-laboral, ambiental y económica, siguiendo diversos estándares, nacionales e internacionales, que promueven la RSE. Se basa en la versión de GRI-G4, con lo que se adapta al estándar internacional más utilizado para elaborar informes en materia de sostenibilidad.

GUÍAS SECTORIALES: una serie de guías prácticas, de fácil lectura y aplicación, orientadas a destacar los aspectos de RSE clave para cada sector, según sus características y especificidades propias. Se pueden encontrar guías publicadas para una gran variedad de sectores clave de la economía gallega: madera, automóvil, conservero, textil, sector TIC, bodeguero, turismo y construcción. Todas ellas, a través de un lenguaje accesible y claro, permiten comprender cómo la RSE puede mejorar el desempeño en cada uno de los sectores analizados.

OBSERVATORIO PERMANENTE DE LA RSE DE LAS EMPRESAS DE GALICIA. Evalúa las principales políticas, estrategias y prácticas que en materia de RSE se están desarrollando en las empresas de nuestra comunidad, así como hacer un seguimiento de la aplicación de la RSE.

BANCO DE IDEAS RESPONSABLES. El objetivo de este banco de ideas responsables es doble. Por una parte, pretende ser un canal para que las empresas, entidades y organizaciones gallegas puedan dar a conocer las acciones que llevan a cabo en materia de responsabilidad social. Así, seguro que sirven de ejemplo para las demás. Por otra parte, pretende informar a la sociedad en general de dichas acciones del tejido empresarial y social de Galicia.

RED TRANSREGIONAL DE IMPULSO A LA RSE

Difunde y promociona la RSE como una iniciativa pública de fomento de la participación e interrelación de las empresas. Su fin es crear un punto de encuentro de referencia, destacado en materia de la RSE más allá de las fronteras y con la apuesta firme y comprometida de ceder el testigo a la iniciativa privada en el desarrollo y evolución de la red que actualmente representa. La red está integrada por la Xunta de Galicia, el Gobierno de Navarra, El Excmo. Cabildo *Insular de Tenerife* y la *Uniminho/Associação do Vale do Minho Transfronteiriço*.

PREMIOS RSE DE GALICIA. Reconocen al proyecto, iniciativa o medida acometida por las empresas para implantar y desarrollar el concepto de responsabilidad social, dentro de las áreas de tipo social, medioambiental o económica. Se pretende así resaltar, impulsar y promover iniciativas concretas que sirvan de ejemplo para el tejido empresarial en Galicia e indispensables para su fortalecimiento y adaptación a los nuevos entornos económicos.

APOYO ECONÓMICO Y FINANCIERO. La Xunta de Galicia dispone de diferentes líneas de apoyo en áreas temáticas diversas. Están enfocadas a pymes que desarrollen proyectos relacionados con la sostenibilidad (desde la prevención de la contaminación a la sensibilización en RSE, pasando por la eficiencia energética, adhesión a EMAS, elaboración de memorias, etc.)

Todas estas iniciativas y mecanismos de apoyo, así como otros recursos de la administración pública, están disponibles en la web rse.xunta.es, que aglutina todo el conocimiento público de la RSE en el territorio gallego.

Las empresas y la RSE. Conclusiones del Observatorio de RSE de Galicia

Cada año, se elabora un análisis detallado de cómo aplican las empresas gallegas la responsabilidad social en las organizaciones. En el último estudio, el grado de conocimiento alcanza una valoración de 3,2 (en una escala de 1 a 5). El detalle de esta valoración muestra como las empresas gallegas, al igual que las del resto del estado, muestran una cierta desigualdad sobre su conocimiento. En general, las empresas de mayor tamaño dicen conocer mejor qué es la RSE. En cambio, 3 de cada 4 empresas (independientemente de su tamaño) consideran que la responsabilidad social está poco desarrollada.

Uno de los pilares básicos para integrar la RSE pasa por la formación a las empresas. En este sentido sólo el 20% de las empresas gallegas han participado en el último año en alguna acción formativa (ya sea un curso, asistir a un seminario o conferencia sobre RSE). Una de las principales barreras para que la RSE sea un instrumento de gestión más extendido es la falta recursos disponibles, principalmente económicos. En un porcentaje menor, la falta de personal capacitado en las organizaciones puede suponer también un menor desarrollo de la RSE en las empresas.

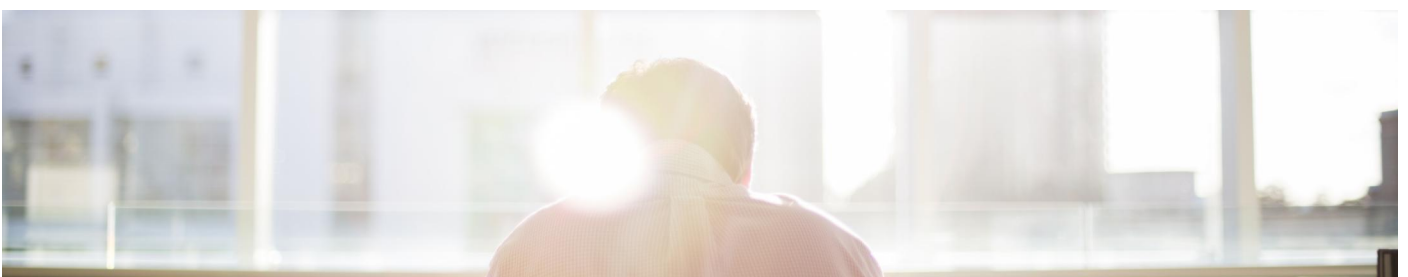
Por otra parte, la RSE también aporta beneficios intangibles, que las empresas objeto del estudio ponen de relieve. Principalmente se destaca la mejora del clima laboral en la organización y el incremento en la reputación de la empresa junto con el desarrollo de una ética empresarial. También es importante cómo la gestión de los aspectos sociales. Todos estos aspectos favorecen que, en último término, los grupos de interés de las empresas sientan mayor afinidad hacia la

organización. En el lado opuesto se encuentran aspectos como la obtención de beneficios económicos o la atracción de clientela, que aparecen como los beneficios menos esperados por las empresas. La lectura de los resultados hace que las empresas se muestren más receptivas hacia la RSE como herramienta para la mejora de aspectos éticos y sociales en la empresa que como una vía únicamente para la promoción comercial y el incremento de la rentabilidad.

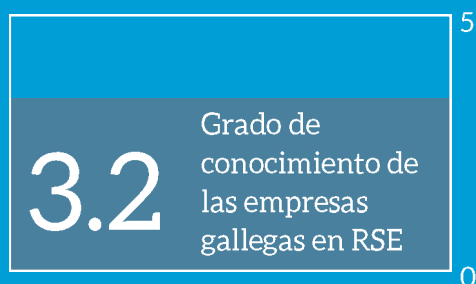
Otro dato significativo es que casi la mitad (el 47%) de las empresas gallegas afirman contar con políticas de buen gobierno corporativo. Esto es acorde con el hecho de que, en general, las empresas consideran que el desarrollo de la RSE ha alcanzado niveles altos, mostrando en los últimos años una tendencia positiva. La colaboración es una forma de mejorar el conocimiento acerca de la RSE, fomentando las buenas prácticas entre las empresas. Es destacable cómo más de las tres cuartas partes (76,8%) de las empresas entrevistadas se declaran favorables a colaborar con otras empresas y organizaciones para mejorar el desarrollo de la RSE.

Con estos resultados, no resulta complicado esperar que el recorrido de la responsabilidad empresarial en Galicia siga ampliándose, encontrando nuevos aliados y permita a las empresas ser más competitivas y más responsables en el futuro.

El estudio completo puede consultarse en la web del Observatorio permanente de la RSE.

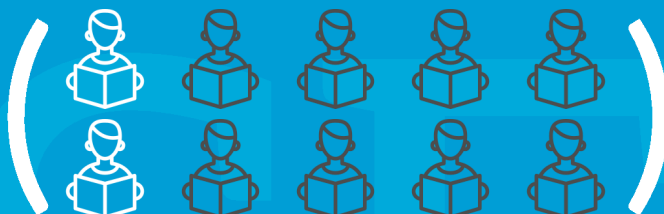


EMPRESAS Y RSE: EL OBSERVATORIO DE RSE DE GALICIA



3 de cada 4 empresas, independientemente de su tamaño, consideran que la RSE está poco desarrollada

Sólo el 20% de las empresas gallegas han participado, en el último año, en alguna acción formativa



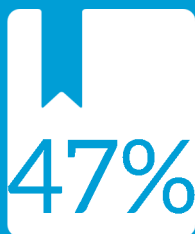
Mejora del clima laboral, de la reputación y de la ética empresarial

BENEFICIOS

BARRERAS

RSE

Falta de recursos (principalmente económicos) y de personal capacitado



Casi la mitad de las empresas gallegas (el 47%) afirman contar con políticas de buen gobierno corporativo

El 76,8% de las empresas entrevistadas se declaran favorables a colaborar con otras empresas y organizaciones para mejorar el desarrollo de la RSE



76.8%