

FIXA_RSE

O BOLETÍN DO OBSERVATORIO GALEGO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL



Consellería de Economía, Emprego e Industria - xaneiro 2016 – Nº 6– EDICIÓN ESPECIAL

Contido:

EDITORIAL

Innovación e pemes 6

Internacionalizar a
peme 16

Premios RSE Galicia 22



TWEETS DESTACADOS

O CERGI da
[@UniversidadeUSC](#)
organiza o Curso de
[#GobernoCorporativo](#).
Preinscrición ata o 16 de
febreiro
<http://ow.ly/Xxt8t>

A OMT e [@PactoMundial](#)
aliáanse para implicar a
empresas do [#turismo](#) en
iniciativas de [#RSC](#)
<http://ow.ly/Xu3dI>

O 72% dos asinantes da
Rede Española do
[@PactoMundial](#) son
pemes.
<http://goo.gl/imEmNF>

Pemes e RSE, un binomio perfecto

Desde as páxinas deste boletín Fixa_RSE sempre quixemos difundir que é a responsabilidade das empresas galegas e como traballan por facelo posible. Podemos afirmar, sen medo a equivocarnos, que as nosas empresas traballan diariamente por facer que non só o balance económico sexa positivo, senón que o respecto ao medio ambiente e a responsabilidade cara á cohesión social sexan compoñentes de peso no balance global de xestión. Por enriba das dificultades, as empresas galegas son exemplo de como enfocar a RSE cara á competitividade e a achega de valor engadido.

Neste eido, as pequenas e medianas empresas galegas destacan pola súa implantación no territorio, pola capilaridade, o que as converte en actores protagonistas á hora de trasladar conceptos

abstractos vinculados á RSE á realidade da cidadanía. Por todo iso, son as pemes as que poden lograr que a responsabilidade social teña impacto na sociedade.

Neste número especial de Fixa_RSE quixemos focalizar a atención sobre as pemes galegas. Inclúense entrevistas con algunhas das que xa traballan por xestionar a RSE e intégrala na organización, así como todo tipo de contido para que o lector sexa capaz de visualizar todas as opcións e vantaxes que a RSE representa para as pemes galegas.

Con este número especial queremos achegar ideas e exemplos sobre como se debería ter en conta a RSE, deseñar o marco de xogo para que todos os sectores (empresarial, administrativo e social) se relacionen dun xeito responsable.

Trátase, en definitiva, de poñer en marcha unha nova cultura que teña en conta as necesidades presentes e futuras desde o punto de vista da sustentabilidade. Porque cremos firmemente que esta é a mellor opción para desenvolver unha sociedade máis equilibrada, sustentable e socialmente cohesionada.

[Esperamos que este boletín vos anime e axude a impulsar a RSE tamén nas vosas organizacións.](#)

Un saúdo,

Covadonga Toca Carús

Secretaría xeral de Emprego

Consellería de Economía,
Emprego e Industria
Xunta de Galicia

CRÉDITOS | Edita: Secretaría Xeral de Emprego — Consellería de Economía, Emprego e Industria

Elaboración e maquetación: CIMAS | ISSN:2386-3951

Esta obra distribúese cunha licenza CC-Atribución — Compartir Igual 3.0 España de Creative Commons

Para ver unha copia da licenza, visite: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>



XUNTA DE GALICIA

O Pacto Mundial de Nacións Unidas como orientación para unha estratexia de RSE

O **Pacto Mundial de Nacións Unidas** (coñecido en inglés como *UN Global Compact*) naceu no Foro Económico Mundial de Davos en 1999.

Actualmente é a maior iniciativa voluntaria do mundo das súas características. O pacto trata de convidar á acción a aquelas organizacións que basean a súa xestión nos seus 10 principios universais (aspectos referidos, entre outros, a dereitos humanos, asuntos laborais, á protección do medio ambiente ou á loita contra a corrupción). Actúa como unha plataforma para a aprendizaxe, para compartir experiencias e intercambiar coñecementos. O pacto non vincula xuridicamente, non supervisa o comportamento da empresa nin regula a súa actuación. En España, máis de 2.500 entidades están adheridas, das cales 1.809 son pemes, o que converte á rede española nunha das máis activas e participativas que existen.

Que achega pertencer ao grupo de empresas adheridas ao pacto? As oportunidades que presenta o pacto supoñen para as pequenas e medianas empresas poder situarse fronte a outras, obtendo unha vantaxe competitiva en termos de reputación. En empresas de pequeno tamaño pode ser unha boa forma de anticiparse a regulacións que se aproben no futuro ou ás novas esixencias do mercado. As empresas poderán controlar riscos máis aló dos puramente financeiros, innovando en produtos ou servizos que acheguen valor engadido.

Que hai que facer para apoiar ao Pacto Mundial? As empresas que o desexen han de integrar os dez principios no seu desenvolvemento e formación, así como informar os seus grupos anualmente sobre como se está avanzando pola consecución dos obxectivos que a empresa teña en relación aos principios.

Cada vez máis, a cidadanía ten maior facilidade para intercambiar información, para coñecer que fan as empresas, incluídas as pemes. Nesta liña, a medida que a información flúe, as expectativas crecen; polo que as empresas ven incrementadas as necesidades de comunicación, se queren seguir mellorando a súa reputación. Nos últimos tempos, a RSE demostrou ser unha ferramenta eficaz para que as empresas poidan controlar que aspectos poden poñer en risco a súa imaxe e reputación, por tanto, aprender que deben ter en conta na xestión e estratexia a seguir.

O Pacto Mundial ofrece unha visión práctica de como afrontar estes temas. Dadas as súas características, **as pemes poden coñecer solucións para problemas e desafíos actuais nun contexto cada vez máis esixente co desenvolvemento sustentable**. É un modelo que aposta por unha visión da economía máis integradora, polo que as empresas que o utilizan poden colaborar non só ao seu crecemento económico, senón a que este se desenvolva dunha maneira máis sustentable.

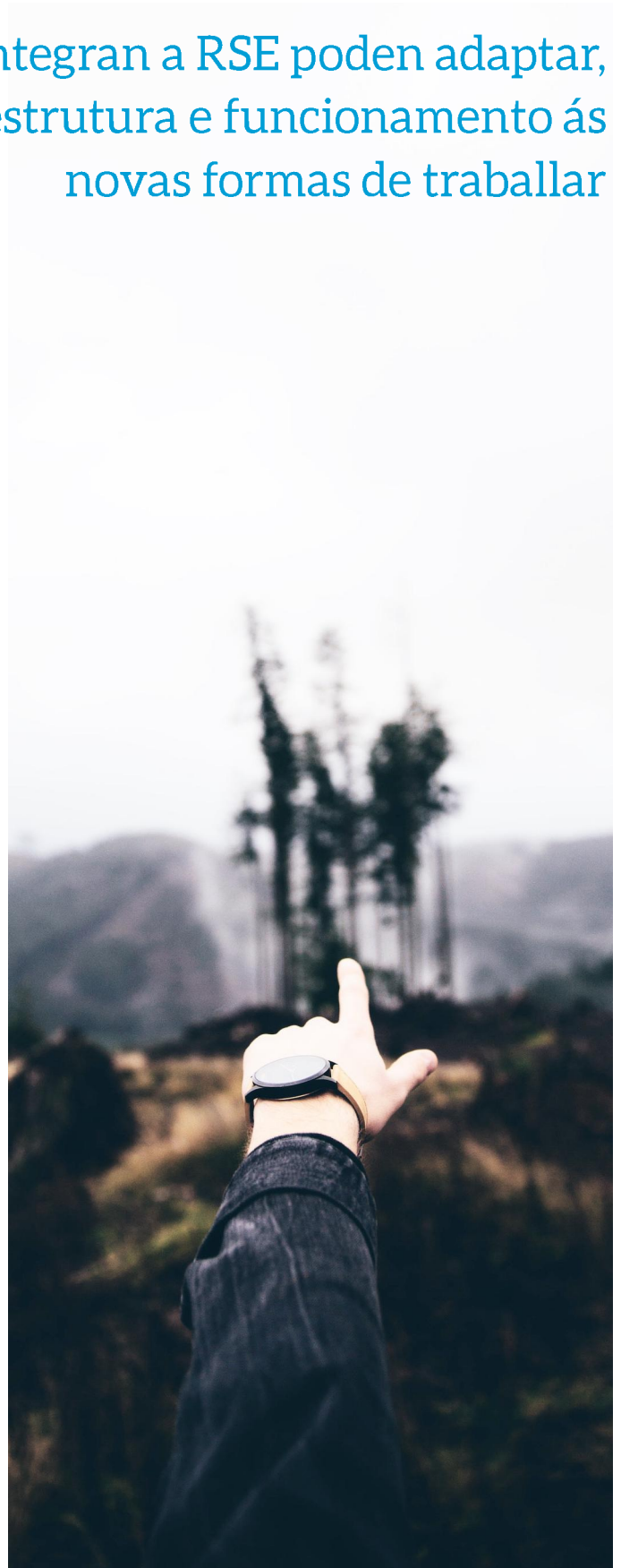
As pemes que integran a RSE poden adaptar, progresivamente, a súa estrutura e funcionamento ás novas formas de traballar

Por outra banda, o intercambio de coñecemento e experiencias sobre boas prácticas é unha regra clave do pacto. Se algo funciona nunha empresa, por que non aproveitalo e difundir o exemplo? A RSE é colaboración, polo que o coñecemento acumulado nestes temas é un intanxible de alto valor para as empresas, pero tamén para as administracións públicas e a cidadanía.

As pemes que integran a RSE poden adaptar, progresivamente, a súa estrutura e funcionamento ás novas formas de traballar.

Os empregados do futuro teñen un perfil completamente diferente ao coñecido ata agora, polo que as empresas deberán integrar as novas esixencias sociais. Estas estruturas novas, máis estables, permitirán tamén que a clientela se sinta máis atraída e, a longo prazo, será posible construír vínculos máis sólidos.

En todo este terreo as pemes teñen moito que dicir, e moito exemplo a dar; polo que iniciativas como o Pacto Mundial se converten nun marco idóneo para seguir construíndo empresas máis responsables.



Contribución das pemes para unha sociedade máis sustentable

A finais de 2015, no [Cume do Clima en París](#), adoptouse o primeiro acordo global para intentar poñer fin ao incremento na emisión de gases de efecto invernadoiro. A repercusión do pacto é que non só admite que o problema do cambio climático é real, senón que o aumento da temperatura é responsabilidade do ser humano. Este acordo chega para substituír, a partir de 2020, ao coñecido Protocolo de Kioto, que unicamente logrou cubrir o 11% das emisións en todo o mundo.

O Acordo de París, en último termo, derivará en que todos os países e, por extensión, todas as rexións e cidades, deberán poñer en marcha ambiciosas accións para contribuír aos obxectivos globais de redución das emisións de gases. Uns axentes clave no dinamismo de todo territorio son as súas empresas, tamén as súas pemes. Neste sentido, tradicionalmente, cando unha empresa reflexiona acerca de como pode contribuír á redución dos efectos do cambio climático, a primeira estratexia pasa polo [control e redución do consumo enerxético](#). É certo que a xestión eficiente da enerxía nunha pequena ou mediana empresa pode supoñer un importante impacto sobre o medio ambiente e, tamén, sobre os gastos económicos que derivan dela.

Segundo o Instituto para a Diversificación e o aforro da enerxía, en España aínda se pode



optimizar máis o consumo enerxético.

Segundo os seus cálculos, as pemes españolas teñen un potencial de aforro do 20% do seu consumo enerxético, tan só aplicando medidas e hábitos de consumo máis eficientes. A cuantificación deste beneficio estímase nunha cifra de 1.550 millóns de euros ao ano.

Ademais do aspecto enerxético, as pemes teñen unha oportunidade de aproveitar o cume de París para adoptar medidas máis innovadoras e ser máis competitivas. A lectura do acordo non só debe quedar nas cuestións enerxéticas, senón que se poden adoptar medidas máis enfocadas a potenciar a economía circular, a eficiencia dos

Para as pemes, a economía circular pode servir como vía para introducir cambios na produción de bens e servizos



recursos materiais e a innovación, tamén, no sector ambiental.

Un dos enfoques que máis percorrido ten é a [economía circular](#). Este concepto significa poder *pechar o círculo* dos ciclos de vida dos produtos a través dun maior reciclaxe e reutilización, o que supón beneficios tanto ao medio ambiente como á economía. A Comisión Europea puxo en marcha un ambicioso paquete de novas medidas para axudar as empresas e os consumidores europeos na transición a unha economía máis sólida e circular, onde se utilicen os recursos de xeito máis sustentable.

Para as pemes, a economía circular pode servir como vía para introducir cambios na produción de bens e servizos. Estes cambios poden xurdir da incorporación de materiais reciclados ou materias primas secundarias nos procesos, traballando en ecodeseño desde a concepción do produto (e non só ao final da vida útil deste) ou potenciando a reparación e reciclaxe dos produtos.

Este concepto está vinculado tamén ao potencial xerador de postos de traballo, especialmente en sectores vinculados á [recuperación de materiais](#), a [xestión de residuos](#) e a súa transformación para o posterior uso destes. A Unión fixou medidas concretas para promover a [reutilización](#) e estimular a [simbiose industrial](#), convertendo os subprodutos dunha industria de materias primas doutra; así como incentivos económicos para que os produtores poñan no mercado produtos máis ecolóxicos e apoio aos réximes de recuperación e reciclaxe (por exemplo, de envases baterías, aparellos eléctricos e electrónicos, vehículos)

Esta situación non ten que pasar desapercibida para as pemes, que poden atopar novas oportunidades para a innovación e o desenvolvemento a través da xeración de emprego verde, sustentable.

Innovación e pemes

Manual de uso

En España, un dos retos para as pemes é poder reducir a diferenza entre a cantidade que se produce e o valor do que se produce. Para as pemes, a innovación aínda non é algo prioritario, non se integra na súa estratexia; a pesar de que cada vez máis empresas asumen que a competitividade pasa pola innovación.

Tres alicerces son básicos á hora de formularse como innovar na peme.

Os **persoal**: a comunicación interna é unha das claves. As persoas que traballan na empresa son as que mellor coñecen como funciona, que aspectos poderíanse mellorar e que ideas poderían supoñer unha vantaxe. En ocasións, a reflexión desde dentro é un bo punto de partida.

A **clientela**: coñecen o mercado, que ofrecen as diferentes empresas e, sobre todo, que lles gustaría recibir para incrementar a súa satisfacción. Falar con eles máis aló das condicións do produto ou os

prezos do servizo pode ser unha forma rápida de coñecer que aspectos mellorar.

A **contorna**: a competencia, outras empresas, prescrites... Ver que fan outras organizacións, que temas importan no sector de actividade en que se desenvolva a actividade ou que innovación se produce en campos diferentes ao habitual son formas de ampliar a capacidade de aprendizaxe e captación de novas ideas.

Estes tres compoñentes poden ser combinados en función da realidade de cada empresa, pero todos eles poden dar lugar a que a inspiración para o cambio xurda na peme. A cultura empresarial do século XXI debe ser máis flexible aos cambios, máis aberta á innovación e á **creatividade**. Débense expor os cambios froito das novas tendencias no consumo, analizando que ocorreu no mercado na última década e anticiparse ao que pode necesitar a clientela nos próximos anos.

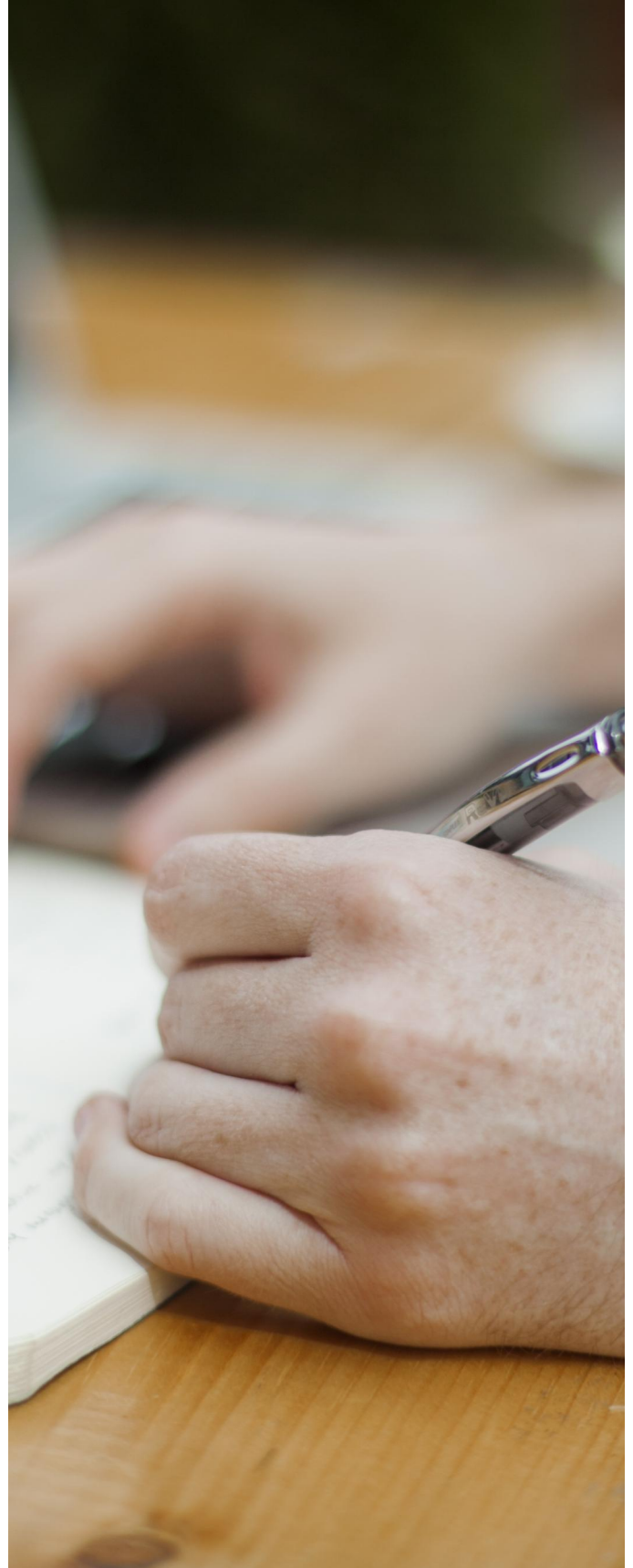


Non se trata só de analizar o mercado como se realizou ata agora, senón de profundar nas tendencias globais que, cada vez máis, acaban impactando nos negocios locais. Observar que fan outros como vía para mellorar o desempeño tanto económico, como social e ambiental.

En ocasións, a peme non pode destinar recursos económicos ou materiais á innovación. Nestes casos, pódense aproveitar as oportunidades que expoñen as **oficinas de innovación**, as axencias ou institutos tecnolóxicos. Hai diferentes organismos, pero todos se encargan de xestionar fondos europeos e estatais para a innovación aplicada a diferentes ámbitos: tecnolóxico, desenvolvemento de produto, procesos novos, coñecemento... Nesta liña, tamén é importante que as empresas colabores, se coordinen e estean abertas a impulsar proxectos relacionados coa innovación de forma conxunta con outras empresas locais, nacionais ou internacionais (cabe destacar que actualmente a maior parte das axudas e subvencións en materia de I+D+i se conceden de maneira prioritaria a equipos formados pola colaboración entre distintos organismos, institucións e empresas de diferentes países)

É por iso que, en resumo, as pemes non deben pensar na innovación como algo alleo ao seu traballo. Pero tampouco centrala unicamente naquilo que producen ou venden. A innovación é unha forma de xestionar, un enfoque que permite que a empresa sexa máis permeable á incorporación de coñecemento, ao desenvolvemento de novas áreas ou dimensións da empresa e, en definitiva, a poder ser máis competitivas nun mercado cada vez máis global.

Xerar valor para todos os grupos de interese pode ser unha realidade se a innovación está presente nas empresas.



Comunicar cando es unha peme

É común pensar na comunicación como algo secundario nas pemes ou unha cuestión máis propia das grandes empresas que poden dedicar recursos a este tema. Pero xestionar correctamente a comunicación no ámbito das pequenas e medianas empresas pode axudar a mellorar a súa imaxe, fidelizar a clientela e, en último termo, incrementar as vendas.

As empresas de menor tamaño poden ver na comunicación unha ferramenta eficaz para poder dar a coñecer a súa imaxe, a súa marca. O obxectivo é que esa clientela se acabe comportando máis como unha comunidade que interactúa coa empresa que en só compradores de produtos ou servizos. Unha comunidade que integre o persoal, a clientela, os provedores. Desta forma, os diferentes colectivos que interactúan coa organización se converterán en alt falantes de como traballa a empresa e construírán, entre todos, a reputación corporativa da peme.

Comunicar, tamén, en clave interna. Mesmo cando as pemes poñen en marcha campañas de comunicación, estas adoitan estar deseñadas pensando na clientela ou na sociedade en xeral como público obxectivo. Sen perder este punto de vista, é importante destacar a necesidade de toda empresa de contar con persoas motivadas, orgullosas de pertencer á organización. Persoas, en definitiva, que sintan a cultura da empresa como súa. Para facelo posible, a comunicación debe ter unha perspectiva interna cara a todos os traballadores e traballadoras.

É necesario que as persoas sintan como a empresa dá resposta ás súas necesidades, como integra as súas expectativas e trata de xestionalas da mellor maneira posible. En ocasións trátase de contar como se toman as decisións, como afectan e que accións se poñen en marcha. Todo iso fai que o sentimento de pertenza saia reforzado.



A comunicación cara ao persoal tamén ha de percibirse como unha forma de mellorar a eficacia do traballo, grazas a que as persoas traballan mellor cando senten que o seu desempeño é tido en conta, que as súas opinións teñen validez e cando se senten parte integrante dun equipo. Tamén é importante reducir os rumores e informacións falsas que se dan en todas as empresas, independentemente do tamaño que teñan. Para isto, a comunicación interna é, igualmente, unha boa ferramenta de xestión. Manual de acollida, reunións periódicas, revistas ou newsletters internas e o uso das novas tecnoloxías son opcións para transmitir as mensaxes entre todos os compoñentes da empresa.

Novos medios e novas formas de comunicar. Ás formas habituais de intercambiar información e contidos, uníronse novas formas e linguaxes en comunicación. A coñecida como *revolución dixital* está a acelerar a transición dos modelos de negocio cara a outros con fronteiras máis difusas, acompañado dun cambio de mentalidade nas pequenas e mediana empresas. Estas organizacións, como xa ocorre coas grandes, inclúen nas súas estratexias a xestión da reputación dixital e a xeración de contidos pensando, en exclusiva, nestes novos medios.

Nunha sociedade cada vez máis conectada, cada vez se ten máis en conta estas novas formas de comunicar para atraer a talento novo, para captar nova clientela. Neste terreo, o principal reto das pemes pasa por profesionalizar a comunicación, ben internamente ou ben colaborando con profesionais externos, de forma que a relación cos diferentes grupos de interese estea máis organizada e sexa máis competente. O márketing online e a presenza en redes sociais han de ser, igualmente, compoñentes imprescindibles para poder interactuar coas novas xeracións e competir en igualdade de condicións, co resto do mercado. En función de como se comunique unha organización, así será o feedback que recibirá. Por iso é tan importante dedicar tempo á comunicación. Só así os negocios poderán expor estratéxicas que, no medio e longo prazo, permitan desenvolver a actividade dunha forma estable.

A clave é que as persoas sintan como a empresa dá resposta ás súas necesidades, como integra as súas expectativas e trata de xestionalas do mellor xeito posible



Pemes responsables: Galega de Economía Social

Raquel Alvite , directora comercial

Preséntanos a empresa. Quen sodes e que vos fai diferentes?

Galega de Economía Social, SL (GES) é a matriz do grupo de empresas participado pola ONG de ámbito autonómico COGAMI, (Confederación Galega de Persoas con Discapacidade). O grupo empresarial está composto por 9 centros especiais de emprego (CEE).

GES constitúese no ano 2003, e trátase dun conxunto de empresas fundadas na década dos anos noventa co obxectivo de consolidarse como un grupo empresarial forte e competitivo.

O noso trazo diferenciador é que todas as empresas que forman o grupo están cualificadas como centros especiais de emprego, isto quere dicir que máis do 70% dos nosos traballadores e traballadoras son persoas con discapacidade. GES naceu co obxectivo de dar debido cumprimento aos principais obxectivos do grupo: a promoción e creación de emprego de calidade para as persoas con discapacidade, ofrecéndolles un amplo abano de oportunidades laborais e a formación e experiencia adecuadas na procura da posterior transición á empresa ordinaria.

O emprego é un dos elementos de maior eficacia na aposta pola inclusión social das persoas con discapacidade. Non só é unha fonte de ingresos, senón que constitúe unha condición estratéxica para a integración social, a calidade de vida e a autonomía deste grupo social que en Galicia supera as 235.000 persoas.

O traballo proporciona ás persoas identidade social, independencia, seguridade económica, capacidade para transformar a vida propia e, ademais, valores de autorrealización. Por iso non é aceptable que para unha parte, cada vez máis importante da poboación, o seu acceso sexa, simplemente, unha conquista imposible.



Cal é a estratexia da vosa organización?

A estratexia fundamental da nosa organización é a de ter un grupo de empresas de marcado carácter social, que consagren os seus esforzos no impulso e potenciación dos obxectivos dos centros especiais de emprego sen ánimo de lucro. Pero, ao mesmo tempo, presente en sectores estratéxicos de actividade, competindo de forma profesionalizada e prestando servizos de calidade, con calquera outra empresa que opere no mercado con principios puramente económicos.

O primordial para GES é que as entidades que conforman o grupo empresarial deben constituír un medio de integración do maior número de persoas con discapacidade ao réxime de traballo normal.

Así os centros especiais de emprego (empresas de economía social) desempeñan un significativo papel na estrutura de mercado, contribuíndo de forma decisiva á xeración de valor engadido social. As súas características non lucrativas e os seus procesos participativos e de decisión democrática achegan un plus de fiabilidade, facendo dos centros especiais de emprego un importante instrumento canalizador da responsabilidade social no tecido empresarial.

Como entrastes a formar parte do programa Galicia RSE Peme?

COGAMI leva colaborando coa administración desde o seu nacemento, hai 25 anos, facendo a GES partícipe e coñecedora destas actuacións conxuntas. Sendo fieis a unha filosofía de mellora

“A ética empresarial fai que todos gañemos”

continua, GES manifestou o seu interese en participar no programa Galicia RSE Peme, así como en calquera actuación que se desenvolvese sobre RSE. Posteriormente os responsables do programa contactaron connosco e decidiuse cales eran as empresas do grupo que deberían empezar esa escalada para formalizar esta participación.

Era a vosa primeira aproximación a estes temas de RSE?

Non. Pola nosa misión, sempre estivemos moi implicados coa responsabilidade social empresarial, xa que, a maior parte das empresas que contan con esta premisa nos seus modelos de

xestión, adoitan incorporar a dimensión da discapacidade aos seus recursos humanos ou contratan servizos con provedores que son centros especiais de emprego. Para moitos dos nosos actuais clientes, é un factor primordial á hora de traballar connosco, o feito de que as nosas empresas son CEE sen ánimo de lucro, o que significa que máis do 70% do persoal son persoas con discapacidade. Por outra banda, a difusión da RSE para as empresas foi desde sempre un labor no que investimos moito esforzo, todo iso baseado na importancia do emprego como media de inclusión social. Nesta liña, colaboramos con organismos tanto públicos como privados: colexios, institutos, universidades, consultoras, asociacións de empresarios, cámaras de comercio, clúster, etc.

Desde o voso punto de vista, que retos vos presenta a RSE?

Galega de Economía Social estivo sempre centrada no grupo social das persoas con discapacidade, e pode dicirse que ten un coñecemento amplo sobre este concepto e o que iso carrega, con todo, existen outros eidos importantes en materia de RSE, que a nosa organización necesita desenvolver. É necesario crear un plan director en materia de RSE que se difunda a toda a organización e que traballe a RSE en toda a súa amplitude formando parte do modelo de xestión e cultura empresarial. A comunicación é outro aspecto importante a desenvolver, por unha banda, a comunicación interna, de difusión do propio plan para poder aplicar unha forma de traballar común en toda a organización, e por outra banda, externa, en forma de memoria e retorno da actividade.



Pemes responsables: Galega de Economía Social

Raquel Alvite , directora comercial

Tedes algúns obxectivos neste sentido?

En materia de RSE temos obxectivos de cara ao exterior e ao interior. De cara ao exterior, queremos seguir traballando en demostrar que existe outra forma de facer empresa, que é a economía social, conseguindo empresas solventes e competitivas, baseadas na creación de oportunidades para grupos sociais con especiais dificultades.

Internamente, a RSE exponnos varios retos, aínda que os máis importantes poderían resumirse na necesidade de concienciar á propia organización de que a RSE é un concepto amplo que debemos desenvolver e que temos moitas áreas de mellora por exemplo: a integración da RSE, a implicación cos empregados, as relacións cos provedores, a análise dos impactos económicos na economía local, o establecemento dun modelo de comunicación e reporting da RSE.

Para iso necesitamos crear un plan de RSE común para toda a organización e que abarque todos os aspectos desta e é esencial comunicalo con éxito, tanto dentro, como fóra da organización

Como credes que vos pode axudar empezar a integrar a RSE na empresa?

Aínda que a RSE estivo sempre presente nas nosas actuacións, non sempre fomos conscientes da

amplitude desta e nos centramos en aspectos concretos sen desenvolver outros igual de importantes. Integrar a RSE na nosa organización fainos conscientes de todos os ámbitos de actuación e permitirá establecer as bases para alcanzar melloras palpables na relación con todos os nosos grupos de interese: traballadores, clientes, provedores, institucións e sociedade en xeral, facendo máis coherente aínda o noso labor.

Por último, a modo de reflexión; como vedes o desenvolvemento da RSE en Galicia? Que oportunidades de mellora pode ter?

En Galicia cada vez son máis as empresas implicadas coa responsabilidade social empresarial, pero debido ás características do noso tecido empresarial, formado por moita pequena empresa, (e microempresa) trátase dun concepto que aínda é valorado por moitos destes empresarios e empresarias como un gasto e non como un investimento. Quizais queda aínda por traballar que a RSE non é simplemente unha estratexia máis de marketing, senón que ten que estar disolta en calquera modelo de xestión que busque a eficiencia. A ética empresarial fai que todos gañemos. •



Descubre todo o relacionado coa
responsabilidade social en Galicia
en rse.xunta.es

Pemes responsables:

CLESA, Agrupaciones Cooperativas Lácteas S.L

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

Quen somos e que nos fai diferentes?

Con máis de 70 anos de traxectoria no sector, en Clesa contamos cunha dilatada experiencia dedicados á elaboración de iogures e sobremesas lácteos. A nosa planta de Caldas de Reis (Pontevedra), actual sede da compañía, ten a súa orixe en Lácteas do Atlántico, unha sociedade fundada a finais dos anos 70, filial do Grupo Centrais Leiteiras Españolas SA (Clesa).

O proxecto actual de Clesa dá comezo en 2012, liderado por 10 cooperativas lácteas galegas unidas en ACOLACT, Agrupación de Cooperativas Lácteas SL. Esta nova etapa nace coa vontade de dar continuidade á planta de Caldas de Reis e convertela nunha empresa sólida e con futuro.

Temos un firme compromiso co sector lácteo galego, a calidade e a innovación. Por iso, mantemos en Galicia o proceso de fabricación dos nosos derivados lácteos, desde a mellor materia prima 100% galega procedente das granxas das nosas cooperativas.

Móvennos os valores propios do cooperativismo, como a colaboración, o apoio mutuo, a solidariedade e a responsabilidade social.

Enfocámonos ao consumidor, ofrecendo sempre as máximas garantías de calidade certificada desde a orixe e preocupándonos por unha constante innovación nos nosos produtos, promovendo ademais unha alimentación saudable.

Cal é a vosa estratexia da organización?

Os alicerces estratéxicos son a calidade (galega 100%) a innovación (gama) e a responsabilidade social (produto lácteo sustentable).

A responsabilidade social e a xestión ética son valores que exercemos na nosa forma de ser como



entidade e que impulsamos a través de instrumentos como código de conduta, protocolo de prevención e actuación fronte a calquera tipo de acoso no traballo, ou coa adhesión a iniciativas como Rede de Pacto Mundial, Produtos Lácteos Sustentables...

Como entrastes a formar parte do proxecto Galicia RSE Peme?

Entramos neste proxecto da man de Feiraco, empresa referente en materia de responsabilidade social e tamén grazas á Secretaría de Igualdade que impulsan moi ben o desenvolvemento de accións nesta materia.

É a vosa primeira aproximación a estes temas de RSE?

Non. Facemos RSC desde o inicio, Banco de alimentos, formación responsable, participación en eventos de apoio ao concello, traballamos na mellora ambiental dos nosos envases, o concepto de pegada ou de proximidade coa nosa subministración de leite, acción de control dos provedores...

Que retos vos supón a RSE??

- Tolerancia 0 aos comportamentos non éticos.
- A rendibilidade é a base da sustentabilidade. Sen rendibilidade non hai sustentabilidade pero para unha cooperativa ser rendible é tamén ser responsable e consecuente cos seus valores.
- As persoas son o corazón de calquera empresa co que apoiar tanto o seu desenvolvemento persoal como profesional sempre desde a igualdade de oportunidades e facer posible a conciliación do seu plano laboral co familiar.
- As empresas crecen ao mesmo ritmo que as persoas que a integran, co que se orientarán esforzos á capacitación, adestramento, formación e promoción.
- Racionalización e consumo responsable dos recursos en todos os niveis e ámbito da empresa. A reflexión sobre o impacto ambiental das nosas accións e a nosa orientación á compensación dos danos e a minimización destes é unha parte ineludible da nosa responsabilidade como tecido produtivo.
- A empresa perde a súa esencia se non se analiza en relación aos seus grupos de interese que configuran a súa cadea de valor. Neste sentido, o reto é establecer para a xestión de calquera relación partindo do concepto de alianzas e socios. As esixencias éticas e de responsabilidade social han de ser igualmente requisito de partida para

establecer relacións sostidas con provedores, distribuidores, colaboradores...

- Aumentar o nivel de compromiso da empresa cos consumidores responsables, animando este tipo de condutas sensibilizando e premiando.
- Converterse en exemplo e modelo a seguir a través da posta en marcha e desenvolvemento de boas prácticas, medidas e actuacións que promoven os cambios oportunos para conseguir unha sociedade mellor.

Que obxectivos tedes neste sentido?

Mellorar en calidade do emprego, mellorar en seguridade e saúde e sobre todo na calidade de vida do equipo humano que formamos esta empresa.

Como crees que pode axudar o integrar a RSE na empresa?

Axuda a ser coherente e consecuente cos valores da túa organización.

Axuda a orientar o resultado e os obxectivos. Axuda a definir as colaboracións e os socios que nos acompañan no camiño día a día, axuda a enfocar as áreas de mellora internas e externas. Axuda a todo pois, sendo consecuente cun mesmo, conséguese unha parte da sustentabilidade. Ser rendible e ser consecuente co que es. ●



Paso a paso para internacionalizar a peme

Os últimos anos estiveron marcados por condicións económicas difíciles, especialmente para as pemes. Precisamente neste contexto complexo, moitas delas sentiron a necesidade (ou viron a oportunidade) de saír fóra, ampliar as súas fronteiras e internacionalizarse. Non é un proceso sinxelo, pero coas capacidades adecuadas é posible afrontalo.

O punto de partida é claro: definir ben as **particularidades da empresa** e que se pode ofrecer, en termos de produto ou servizo, que supoña unha vantaxe para a potencial clientela. Noutras palabras, que valor pode achegar a peme no mercado ao que quere acceder.

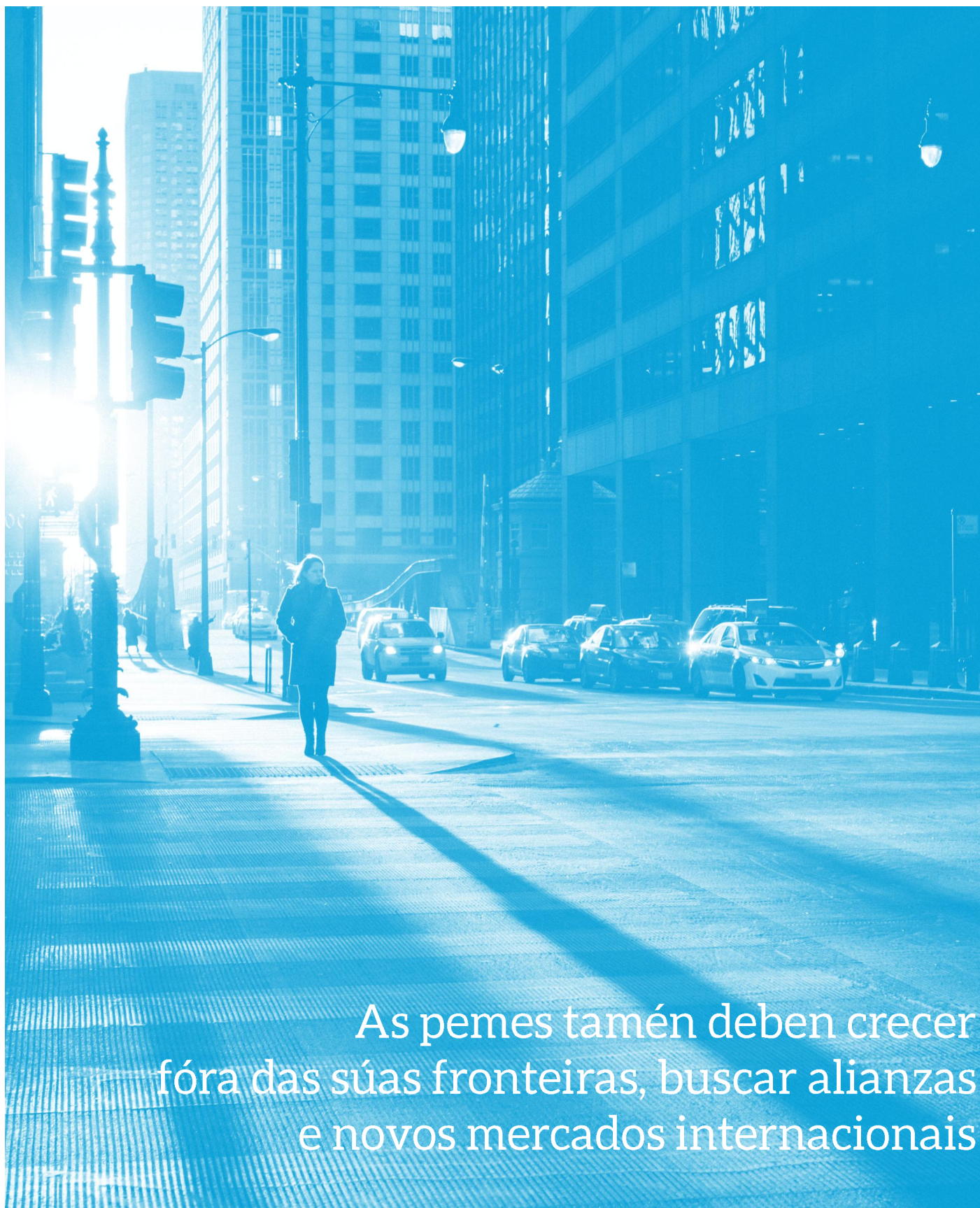
Internacionalizarse supón modificar a **estrutura** da empresa, así como a súa xestión diaria. Convén analizar se a empresa está preparada para dar o salto ao exterior ou necesita un **redeseño previo**. De igual forma, en ocasións é necesario adaptar o produto ou servizo aos potenciais clientes aos que se destina o novo mercado. Neste sentido, unha boa práctica podería ser testar o produto a través dalgunha alianza comercial con empresas do novo territorio, de modo que se poida enfocar mellor ese produto antes de exportalo en cantidades maiores. Estas accións permiten coñecer a outras empresas locais, de modo que se poden xerar futuras alianzas e colaboracións que poidan facer máis sólida a comercialización en países estranxeiros.

A **visión a longo prazo** é importante. A internacionalización é un proceso complexo que non depende unicamente de que capacitación teña a peme, senón doutros factores externos que interveñen: idiomas, aspectos de transporte e loxística, burocracia, cuestións legais, fiscais, sanitarias ou a adaptación cultural hanse de ter en conta antes de emprender a aventura da exportación. Se a empresa necesita colaboradores

para algún destes aspectos, é bo poñerse en contacto coas cámaras de comercio, institutos de exportación ou outros organismos oficiais que facilitan o paso a paso, especialmente ás pequenas e medianas empresas. A implicación da administración pública é clave para potenciar e dinamizar o tecido empresarial máis aló do propio territorio galego. A **colaboración con outras pemes** que xa se atopen no país obxectivo, locais ou estranxeiras, así como a colaboración en redes sectoriais pode supoñer unha vantaxe á hora de instalarse e coñecer a idiosincrasia do lugar.

O **financiamento** é un aspecto clave. Con todos os campos anteriores analizados, é momento de buscar soporte económico. Un primeiro paso sería a consulta coas entidades financeiras que operen tanto no país de orixe da peme como no país no que se desexa desenvolver o negocio, xa que nestes casos a internacionalización é ben recibida polas entidades. Tamén é posible entrar en contacto con socios institucionais, ou con investidores privados. Nestes casos, se o negocio integra aspectos de sustentabilidade ambiental e responsabilidade social é probable que poida captar fondos destinados ao investimento socialmente responsable. Unha vez instalados, será momento de buscar apoios tamén en institucións financeiras locais, de modo que a empresa atope unha identidade propia tamén para a comunidade local en que se sitúe.

Estes aspectos constitúen un mínimo necesario para planificar a internacionalización da peme. Con iso comezase a construír un modelo de xestión sólido na peme que sexa capaz de alcanzar o éxito máis aló do lugar de orixe da organización.



As pemes tamén deben crecer
fóra das súas fronteiras, buscar alianzas
e novos mercados internacionais

Pemes responsables: COMBINA SOCIAL

David Silva, xerente

Preséntanos a empresa. Quen sodes e que vos fai diferentes?

COMBINA SOCIAL, SL é unha empresa especializada na prestación de servizos auxiliares a outras empresas poñendo en valor a súa principal fortaleza: as CAPACIDADES das persoas con discapacidade. Está catalogada como centro especial de emprego, o que se traduce en que o 90% das súas 160 persoas traballadoras ten algunha discapacidade. COMBINA SOCIAL naceu hai cinco anos para xestionar, nas catro provincias galegas, servizos tales como control de accesos, gravación de datos, recepción e atención telefónica, conserxería-celadoría, xestión de stocks, limpeza industrial, etc. Estas tarefas permiten aos nosos profesionais demostrar todo o seu potencial e profesionalidade e, á nosa clientela, facilítalles o poder centrarse na súa actividade principal. O que nos fai diferentes é precisamente que lles damos ás persoas con discapacidade a oportunidade de demostrar todo o seu potencial, a oportunidade laboral para a que están perfectamente preparados e tremendamente motivados; en definitiva, dámoslles a oportunidade de que fagan o que mellor saben facer. E a consecuencia directa diso é a tranquilidade da nosa clientela, que deixa eses servizos auxiliares en mans duns profesionais responsables e dunha empresa na que confían.

Cal é a estratexia da vosa organización?

Somos unha empresa de recente creación, pero moi marcada polo feito de pertencer a unha organización sen ánimo de lucro cunha importante traxectoria de máis de 25 anos e de gran prestixio en Galicia. Polo tanto, nacemos cuns férreos valores que condicionaron que a nosa estratexia se basee en poñer en valor as



capacidades das persoas que traballan connosco, a través da prestación de servizos auxiliares á nosa clientela. O noso principal potencial son as capacidades dos nosos profesionais e iso é precisamente o noso valor diferencial. Entramos nun sector tremendamente competitivo e moi copado por grandes compañías moi asentadas e de ámbito nacional, polo que a nosa estratexia fundamental baséase na diferenciación, en ofrecer servizos cun maior valor engadido. É importante sinalar que en base ao noso leit motiv non pretendemos acumular unha gran carteira de clientes, senón que estamos enfocados na procura de empresas aliadas que entendan e compartan nosa mesma filosofía marcada por ese forte carácter social.

Como entrastes a formar parte do programa Galicia RSE Peme?

Coñecemos o programa a través de COGAMI, polas relacións que esta ten coa consellería e a Secretaría Xeral de Emprego. Pareceunos unha oportunidade magnífica de conseguir asesoramento e formación de primeira man por parte de expertos en RSE. Coñecemos o que é a RSE pero non sempre contamos coas ferramentas necesarias para poñer en marcha medidas concretas que nos axuden a avanzar nese camiño. Iniciativas como esta son un bo exemplo do moito que se pode facer desde as administracións públicas para contribuír ao avance da RSE.

Era a vosa primeira aproximación a estes temas de RSE?

COMBINA SOCIAL é unha das empresas de economía social de COGAMI (Confederación Galega de Persoas con Discapacidade) que leva máis de 25 anos traballando en Galicia para conseguir a plena participación social das persoas con discapacidade. COGAMI ten máis experiencia en temas de RSE e como empresa 100% titularidade desta, tamén COMBINA SOCIAL tivo contactos previos co mundo da RSE.

O feito de ser unha empresa de economía social, fainos sentir xa moi próximos á filosofía que está detrás do mundo da RSE, baseada na convicción de que a xestión empresarial debe contribuír a un mundo mellor. Con todo, creo que a RSE é un proceso aberto, que nunca se acaba porque as empresas forman parte do contexto no que se desenvolven, sendo este cada vez máis dinámico e máis impredecible. O que considero máis difícil é poder manter contra vento e marea esa ética empresarial no ADN das organizacións a pesar das crises e das complicacións que poidan xurdir. En calquera caso, agora COMBINA SOCIAL, do mesmo xeito ca COGAMI, propónse demostrar á sociedade galega que o feito de ser empresas socialmente responsables resulta, a longo prazo, moito máis rendible.

Desde o voso punto de vista, que retos vos presenta a RSE?

Dado que somos unha empresa de economía social, a miúdo dáse por feito que xa somos socialmente responsables sen a necesidade de ir máis aló. O noso principal reto nestes momentos é inculcar aos nosos variados grupos de interese, internos e externos, a idea de que ser socialmente responsables implica precisamente ir máis aló, superar o que xa somos para convertemos en empresas cada vez mellores. Non se trata de publicar unha memoria de sustentabilidade e basear a nosa transparencia na existencia de información accesible aos nosos diversos públicos, senón que debemos potenciar unha cultura corporativa baseada nos nosos valores e contribuír desde a nosa acción empresarial a construír un mundo mellor. Trátase de xerar un proceso de mellora constante pensando, non tanto no beneficio propio senón no beneficio global, de toda a sociedade. Creo que para nós, como para a gran maioría das pemes galegas, o reto que temos por diante é o de implementar a RSE cun enfoque estratéxico transversal a todas as nosas accións empresariais.



Pemes responsables: COMBINA SOCIAL

David Silva, xerente

Tedes algúns obxectivos neste sentido?

COMBINA SOCIAL é unha organización convencida de que hai outras formas de xerar riqueza e de alcanzar o éxito empresarial. E esas formas pasan necesariamente, por unha banda, por axuntar os obxectivos das persoas profesionais cos da empresa e, pola outra, por ofrecer aos nosos clientes e clientas servizos de calidade e á vez servizos responsables que xeren un vínculo emocional. Pero somos conscientes de que este convencemento debemos contaxialo á nosa contorna, comezando pola nosa clientela. Así, un dos nosos obxectivos é demostrar a outras empresas que merece a pena chegar a alianzas estables con organizacións como COMBINA SOCIAL porque iso reportará beneficios compartidos na mesma liña. Outro obxectivo pasaría por crear un modelo de conduta empresarial que puidese ser referente na nosa contorna e así contribuír a xerar un cambio tamén noutras empresas do sector.

Como credes que vos pode axudar empezar a integrar a RSE na empresa?

Ata agora estivemos moi centrados en ofrecer á clientela ferramentas que contribúan a mellorar a súa responsabilidade social. A medida que pasou o tempo démonos conta de que, máis aló de que nosa propia razón de ser como empresa sexa xa responsable, hai outras moitas cousas que debemos abordar no plano interno. Debemos indagar posibles medidas que poidamos poñer en marcha no plano da sustentabilidade ambiental, así como algunhas outras que contribúan a mellorar a comunicación cos nosos grupos de interese.

Son varios os clientes que nos confesaron que traballar con COMBINA SOCIAL mellorou o seu clima laboral. O feito de que a diversidade entre na empresa enriquece a todas as persoas que participan nela. E ese é o noso principal obxectivo: contaxiar a diversidade propia de COMBINA SOCIAL ao confiar nas múltiples capacidades das persoas con discapacidade.

Por último, a modo de reflexión; como vedes o desenvolvemento da RSE en Galicia? Que oportunidades de mellora pode traer?

Os últimos datos publicados no noso país sinalan que a RSE retrocede entre as pequenas empresas e afiánzase entre as medianas e grandes compañías. En Galicia, a porcentaxe de pemes e micropemes é enorme, co que o reto xa está sobre a mesa. Doutra banda, a crise incidíu negativamente sobre a RSE, algo que nos afasta do principal obxectivo da estratexia EUROPA 2020 para alcanzar un crecemento intelixente, sustentable e integrador. Creo que as institucións galegas deben poñer en marcha medidas que contribúan a paliar as deficiencias do noso modelo de crecemento e a RSE pode achegar algunhas respostas. A capacidade que teñen as administracións públicas para animar ao tecido empresarial a potenciar a RSE é enorme. Unha posible medida podería ser, por exemplo, incluír cláusulas sociais na contratación pública; outra medida moi necesaria pasaría por incrementar as axudas públicas á posta en marcha de plans de RSE, especialmente para as pemes. En definitiva, é necesaria unha sensibilización constante así como formación, información e axudas para que o tecido produtivo galego se anime, decididamente, a apostar por unha •

QUERE QUE A SÚA PEME PARTICIPE NO PROGRAMA “GALICIA RSE PEME” ?

Se está interesado en que a súa peme participe no programa ou desexa recibir máis información, póñase en contacto a través da web rse.xunta.es. É gratis e poderá formar parte dunha importante iniciativa empresarial galega para o impulso da RSE.



Entregados os Premios de Responsabilidade Social Empresarial de Galicia



Na imaxe, representantes das empresas premiadas e membros da Xunta de Galicia ao finalizar o acto de entrega, o pasado 28 de xaneiro, en Santiago de Compostela.

Os galardóns, outorgados pola Xunta de Galicia a través da Consellería de Economía, Emprego e Industria, distinguiron o traballo de 9 empresas nos ámbitos social, económico e ambiental

O pasado ano, a Xunta de Galicia creou os [Premios de RSE](#). Estes premios pretenden ser un recoñecemento público a aquelas iniciativas e boas prácticas desenvolvidas polas empresas galegas en calquera das dimensións ou ámbitos (social, económico e/ou ambiental) da RSE. Trátase de difundir publicamente o esforzo que neste eido levan a cabo as empresas galegas na comunidade onde desenvolven a súa actividade e, ao mesmo tempo, sensibilizar o empresariado galego sobre a importancia de incorporar a RSE na súa xestión. Ademais, a opinión pública toma conciencia sobre a importancia desta forma de xestión empresarial.

O pasado 28 de xaneiro foron entregados Premios RSE Galicia 2015. Uns galardóns que son outorgados pola Xunta de Galicia a través da Consellería de Economía, Emprego e Industria; e que na súa primeira edición distinguiron o traballo de 9 empresas nos ámbitos social, económico e ambiental.

Na categoría de pequena empresa, [Metal Ferrol](#) foi recoñecida no aspecto social polas súas accións encamiñadas a alcanzar un emprego de calidade a través da formación. No económico foi recoñecida [Ambical Proxectos](#), que integra na súa cultura empresarial o goberno responsable e a RSE. No aspecto ambiental, o premio foi compartido por [Encapsulantes de Valor Engadido](#) e [Xeradores Europeos](#), polo compromiso coa innovación e a redución do impacto ambiental. Tamén se entregou unha mención á empresa Porto Muíños, debido á súa preocupación pola sustentabilidade dos recursos mariños que explota.

Respecto das medianas empresas, [Feiraco](#) gañou na modalidade social en recoñecemento das súas accións encamiñadas á mellora da calidade no emprego e á formación do seu persoal. Pola súa banda, [Autoridade Portuaria da Coruña](#) destacou no ámbito económico, por integrar na súa xestión a responsabilidade social e pola rendición de contas a través de memorias de sustentabilidade e un Comité de Transparencia e Bo Goberno.

No apartado de grandes empresas, [Gadisa](#) recibiu o galardón polo seu compromiso social. Esta empresa fomenta a creación dunha sociedade integradora e o benestar social, en particular polas distintas accións que a empresa leva a cabo para impulsar o consumo responsable e os hábitos de vida saudable. Pola súa banda, [Grupo Calvo](#) recibiu o premio na categoría ambiental e unha mención na categoría económica. No primeiro destaca a implicación da empresa nas boas prácticas de pesca, a través de proxectos como *Calvoatún* ou *CalvoShark*, así como pola compra responsable de atún. Desde a perspectiva económica, a mención responde as súas iniciativas de aposta polo diálogo e a rendición de contas.

[Grazas a estes premios recoñécense e danse visibilidade a diferentes proxectos e iniciativas galegas que conseguen implantar e desenvolver o concepto de responsabilidade social, dentro das áreas de tipo social, ambiental ou económica. Conséguese, desta forma, resaltar, impulsar, recoñecer e promover iniciativas concretas que serven de exemplo para o tecido empresarial en Galicia, e que son indispensables para o seu fortalecemento e adaptación ás novas contornas económicas.](#)

As pemes do sector cultural, investimento de futuro

As condicións e a contorna social son cada vez máis flexibles, menos predicibles e máis suxeitas aos cambios do mercado. Neste contexto, a **innovación** non debe ser vista unicamente como un elemento diferenciador das industrias de xeración de produtos tanxibles. **A industria cultural representa a un sector con capacidade para a mobilización dunha importante cantidade de recursos e a xeración de postos de traballo.** É, ademais, un sector no que a creatividade e a innovación forman parte da xestión diaria das empresas, o que se traduce nun elemento dinamizador da sociedade de vital importancia. A innovación aplicada á cultura fai que as ideas e o coñecemento se transformen en produtos de alto valor engadido que a cidadanía debe comprender e valorar, de forma que supoñan opcións empresariais reais.

As coñecidas como **industria culturais e creativas son un sector fundamental para a recuperación**, posto que forman parte do tecido social e económico das rexións. Así o reconece a propia Comisión Europea, quen establece nos seus obxectivos do Horizonte 2020 unha saída á crise

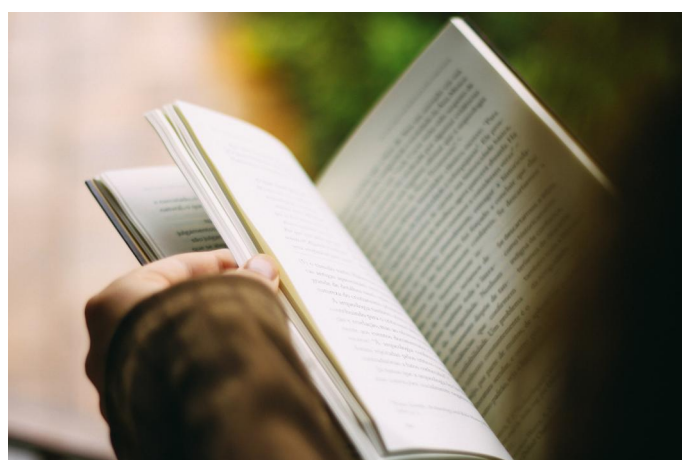
que permita transformar a economía nun modelo máis produtivo e que apoie a cohesión social. Para este renacemento, tanto a nivel europeo como, sobre todo, a nivel local e rexional, é vital que se apoie ao sector cultural a través da colaboración entre diferentes sectores, institucións e organismos.

Pero non se pode perder de vista que, na súa maioría, se trata dun sector integrado fundamentalmente por pemes, o que se traduce en problemas como a infrafinanciación, as dificultades de acceso ao crédito, as barreiras para a internacionalización, falta de apoios por parte doutros sectores; así como a escaseza de protección e valoración da propiedade intelectual.

Para poder impulsar as pemes que desenvolven o seu traballo no sector cultural sería necesario poñer en marcha unha serie de medidas de diferente alcance. En primeiro lugar, deberíase impulsar a cooperación entre as institucións co fin de buscar alianzas, intereses comúns e redes que soporten o tecido cultural. Neste sentido, as administracións públicas deben promover o



As pemes culturais son xeadoras de emprego, coñecemento e innovación, ademais de dinamizadoras sociais activas



recoñecemento público do sector, como forma de achegar a empresa e público, incrementando o volume de usuarios da cultura. Pódese potenciar a comunicación entre os axentes que interveñen no circuíto cultural, de forma que cada vez máis as empresas culturais sexan autosuficientes economicamente.

Como toda sociedade europea avanzada, a galega é unha **comunidade cunha diversidade cultural moi significativa**. Neste sentido, a escaseza de recursos non pode poñer en perigo esta riqueza cultural. Polo tanto, faise aínda máis importante a participación social para incrementar a participación público-privada no impulso ás industrias culturais. Isto ha de conducir, en último termo, a lograr que as pemes culturais e creativas gañen en competitividade e teñan un papel máis relevante. Débese lograr que a oferta e demanda se acheguen. Unha vía para a participación social é o mecenado, un instrumento de interese para as empresas, en primeiro lugar, e para toda a sociedade civil; posto que permite unha maior

creación e, en consecuencia, unha maior xeración de opcións culturais para todos. Tamén se debe apoiar a competitividade do sector, achegándoo aos mercados internacionais, cooperando e potenciando alianzas con empresas nacionais ou estranxeiras.

Apoiar as empresas culturais pode traducirse nunha medida de apoio á industria máis xeral, xa que a implicación da cultura en sectores como a hostalería ou o turismo colócanos como elemento dinamizador clave do ámbito local. A colaboración entre os diferentes departamentos encargados destas temáticas pode poñer de relevo intereses comúns que beneficiarían a todas as pemes que forman parte e, en definitiva, ao conxunto da cidadanía.

Potenciar a industria cultural permitirá desenvolver vínculos entre este sector e o resto de sectores, de forma que dos novos negocios e as estratexias comúns se xeren mercados novos en campos tan diversos como a economía verde ou a innovación cultural.

O investimento socialmente responsable en pemes

O **investimento socialmente responsable** (ISR) incorpora consideracións ambientais, sociais ou éticas xunto ás financeiras, na toma de decisións de investimento, tanto pola empresa como polos axentes investidores externos.

Na súa orixe, era a coñecida como banca ética a que permitía financiar determinados tipos de negocios ou empresas co denominador común da responsabilidade ambiental e social. A medida que a demanda deste tipo de servizos financeiros crece, fíxoo o investimento responsable. O diagnóstico é sinxelo: cada vez máis, aqueles que están dispostos a investir, quéroño facer en modelos de negocio que aseguren a sustentabilidade do seu investimento. Dito doutro xeito: que o diñeiro investido, ademais de rendibilidade, ofrezca a seguridade do respecto ao ambiente, á comunidade local, aos empregados das organizacións, etc.

Nos últimos anos, o investimento socialmente responsable experimentou un importante crecemento, cada vez en máis países. Sobre todo, a consecuencia da progresiva implantación de **regulación sobre transparencia na aplicación de criterios de sustentabilidade na xestión dos activos**. Igualmente o aforrador ou investidor está a descubrir esta nova forma de investimento, como complementaria e alternativa á tradicional, con mercados que crecen neste segmento da ISR de forma exponencial. Este crecemento tamén o perciben os investidores enfocados cara a iniciativas de pemes, emprendedores e programas de actividade cun crecemento en Europa.

Ao falar de rendibilidade dun produto financeiro, esta depende de multitude de factores. A maior

parte de estudos mostran que o investimento socialmente responsable é, como mínimo, tan eficiente desde o punto de vista de rendibilidade-risco como o investimento tradicional (senón maior). A ISR expón obxectivos a longo prazo, polo que se reducen potenciais riscos e se propoñen novas oportunidades de valor engadido, diferentes ás tradicionais (xestión responsable, novos produtos e servizos, etc.)

Neste sentido, e pensado especialmente nos negocios de pequeno e mediano tamaño, **o Instituto de Crédito Oficial (ICO) realizou en xaneiro de 2015 unha primeira emisión de bonos sociais; colocando no mercado capital por importe de 1.000 millóns de euros nestes produtos.**

Este produto forma parte da ISR e ten como obxectivo financiar a pemes de rexións cun PIB per cápita inferior á media española para que poidan manter ou crear emprego. Estes produtos son especialmente interesantes para permitir que o financiamento chegue a proxectos máis sustentables. Desta forma, o impacto destas actividades permitirá alcanzar obxectivos máis ambiciosos en termos de desenvolvemento sustentable tanto en Galicia como no resto do país.

A ISR, polo tanto, aparece como unha alternativa para que aquelas pemes que desenvolven a súa actividade de forma responsable poidan contar coa confianza dos investidores e desenvolver o seu negocio de forma sustentable económica, ambiental e socialmente.

Pode atoparse información completa acerca da ISR na 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 text is overlaid on this image.

BANCO DE IDEAS RESPONSABLES

TES UNHA IDEA RESPONSABLE?

Todas as organizacións, empresas ou entidades que consideren que a súa iniciativa ten que formar parte do banco de ideas, poden completar o formulario para que a información estea clasificada e sexa accesible.

Inscribe a túa idea gratuitamente en rse.xunta.es

Biblioteca de recursos

Un dos propósitos da Xunta de Galicia é facilitar ás pemes que integren a RSE. A tal fin, dispónse dunha serie de recursos gratuítos que os responsables das empresas poden explorar, incorporando os aspectos da responsabilidade social nas empresas. Neste apartado presentamos os recursos que a Xunta de Galicia pon a disposición das pemes galegas para implantar a RSE.

XUNTA PRO-RSE é unha ferramenta software que permite ás empresas a integración das variables da RSE na xestión do seu negocio, dunha forma sinxela e gráfica. As empresas poderán visualizar os indicadores das súas propias actuacións, en materia socio-laboral, ambiental e económica, seguindo diversos estándares, nacionais e internacionais, que promoven a RSE. Baséase na versión de GRI-G4, co que se adapta ao estándar internacional máis utilizado para elaborar informes en materia de sustentabilidade.

GUÍAS SECTORIAIS: unha serie de guías prácticas, de fácil lectura e aplicación, orientadas a destacar os aspectos de RSE clave para cada sector, segundo as súas características e especificidades propias. Pódense atopar guías publicadas para unha gran variedade de sectores clave da economía galega: madeira, automóbil, conserveiro, téxtil, sector TIC, adegueiro, turismo e construción. Todas elas, a través dunha linguaxe accesible e clara, permiten comprender como a RSE pode mellorar o desempeño en cada un dos sectores analizados.

OBSERVATORIO PERMANENTE DA RSE DAS EMPRESAS DE GALICIA. Avalía as principais políticas, estratexias e prácticas que en materia de RSE están a desenvolverse nas empresas da nosa comunidade, así como facer un seguimento da aplicación da RSE.

BANCO DE IDEAS RESPONSABLES. O obxectivo deste banco de ideas responsables é dobre. Por unha banda, pretende ser unha canle para que as empresas, entidades e organizacións galegas poidan dar a coñecer as accións que levan a cabo en materia de responsabilidade social. Así, seguro que serven de exemplo para as demais. Por outra banda, pretende informar á sociedade en xeral das devanditas accións do tecido empresarial e social de Galicia.

REDE TRANSREGIONAL DE IMPULSO Á RSE.

Difunde e promociona a RSE como unha iniciativa pública de fomento da participación e interrelación das empresas. O seu fin é crear un punto de encontro de referencia, destacado en materia da RSE máis aló das fronteiras e coa aposta firme e comprometida de ceder a testemuña á iniciativa privada no desenvolvemento e evolución da rede que actualmente representa. A rede está integrada pola Xunta de Galicia, o Gobierno de Navarra, O Excmo. Cabildo Insular de Tenerife e a Uniminho/Associação do Vale do Minho Transfronteiriço.

PREMIOS RSE DE GALICIA. Recoñecen ao proxecto, iniciativa ou medida acometida polas empresas para implantar e desenvolver o concepto de responsabilidade social, dentro das áreas de tipo social, ambiental ou económica. Preténdese así resaltar, impulsar e promover iniciativas concretas que sirvan de exemplo para o tecido empresarial en Galicia e indispensables para o seu fortalecemento e adaptación ás novas contornas económicas.

APOIO ECONÓMICO E FINANCEIRO. A Xunta de Galicia dispón de diferentes liñas de apoio en áreas temáticas diversas. Están enfocadas a pemes que desenvolvan proxectos relacionados coa sustentabilidade (desde a prevención da contaminación á sensibilización en RSE, pasando pola eficiencia enerxética, adhesión a EMAS, elaboración de memorias, etc.)

Todas estas iniciativas e mecanismos de apoio, así como outros recursos da administración pública, están dispoñibles na web rse.xunta.es, que aglutina todo o coñecemento público da RSE no territorio galego.

As empresas e a RSE.

Conclusións do Observatorio de RSE de Galicia

Cada ano, elabórase unha análise detallada de como aplican as empresas galegas a responsabilidade social nas organizacións. No último estudo, o grao de coñecemento alcanza unha valoración de 3,2 (nunha escala de 1 a 5). O detalle desta valoración mostra como as empresas galegas, do mesmo xeito cás do resto do estado, mostran unha certa desigualdade sobre o seu coñecemento. En xeral, as empresas de maior tamaño din coñecer mellor que é a RSE. En cambio, 3 de cada 4 empresas (independentemente do seu tamaño) consideran que a responsabilidade social está pouco desenvolvida.

Un dos alicerces básicos para integrar a RSE pasa pola formación ás empresas. Neste sentido só o 20% das empresas galegas participaron no último ano nalguna acción formativa (xa sexa un curso, asistir a un seminario ou conferencia sobre RSE). Unha das principais barreiras para que a RSE sexa un instrumento de xestión máis estendido é os falta recursos dispoñibles, principalmente económicos. Nunha porcentaxe menor, a falta de persoal capacitado nas organizacións pode supoñer tamén un menor desenvolvemento da RSE nas empresas.

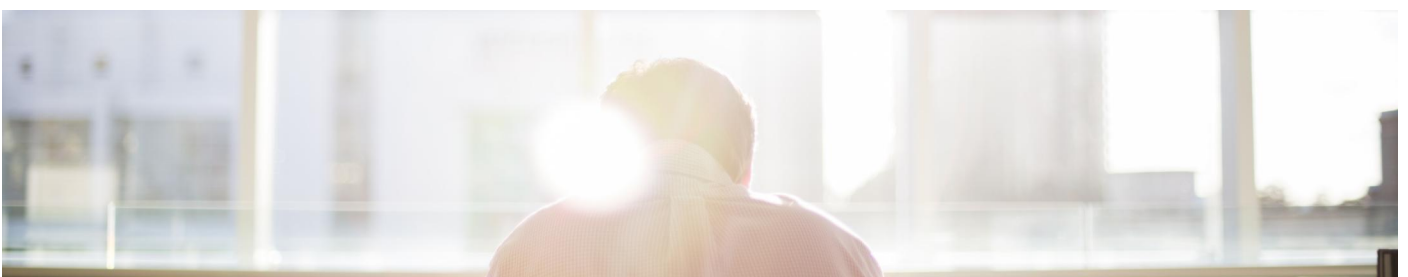
Por outra banda, a RSE tamén achega beneficios intanxibles, que as empresas obxecto do estudo poñen de relevo. Principalmente destácase a mellora do clima laboral na organización e o incremento na reputación da empresa xunto co desenvolvemento dunha ética empresarial. Tamén é importante como a xestión dos aspectos sociais.

Todos estes aspectos favorecen que, en último termo, os grupos de interese das empresas sintan maior afinidade cara á organización. No lado oposto atópanse aspectos como a obtención de beneficios económicos ou a atracción de clientes, que aparecen como os beneficios menos esperados polas empresas. A lectura dos resultados fai que as empresas se mostren máis receptivas cara á RSE como ferramenta para a mellora de aspectos éticos e sociais na empresa que como unha vía unicamente para a promoción comercial e o incremento da rendibilidade.

Outro dato significativo é que case a metade (o 47%) das empresas galegas afirman contar con políticas de bo goberno corporativo. Isto é acorde co feito de que, en xeral, as empresas consideran que o desenvolvemento da RSE alcanzou niveis altos, mostrando nos últimos anos unha tendencia positiva. A colaboración é unha forma de mellorar o coñecemento acerca da RSE, fomentando as boas prácticas entre as empresas. É destacable como máis das tres cuartas partes (76,8%) das empresas entrevistadas se declaran favorables a colaborar con outras empresas e organizacións para mellorar o desenvolvemento da RSE.

Con estes resultados, non resulta complicado esperar que o percorrido da responsabilidade empresarial en Galicia siga ampliándose, atopando novos aliados e permita ás empresas ser máis competitivas e máis responsables no futuro.

O estudo completo pode consultarse na web do [Observatorio permanente da RSE](#).

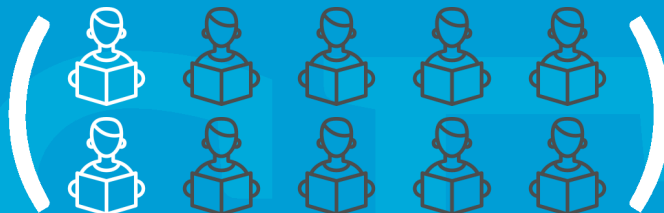


EMPRESAS E RSE: O OBSERVATORIO DE RSE DE GALICIA



3 de cada 4 empresas, independentemente do seu tamaño, consideran que a RSE está pouco desenvolvida

Só o 20% das empresas galegas participaron, no último ano, nalguna acción formativa



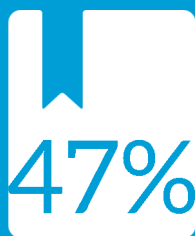
Mellora do clima laboral, da reputación e da ética empresarial

BENEFICIOS

BARREIRAS

RSE

Falta de recursos (principalmente económicos) e de personal capacitado



Case a metade das empresas galegas (o 47%) afirman contar con políticas de bo goberno corporativo

El 76,8% das empresas entrevistadas decláranse favorables a colaborar con outras empresas e organizacións para mellorar o desenvolvemento



76.8%