

FIXA_RSE

EL BOLETÍN DEL OBSERVATORIO GALLEGO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



responsabilidade social empresarial

Consellería de Traballo e Benestar - octubre 2014— Nº 2

Contenido:

<i>La Comunicación de la RSE</i>	2
<i>Empleo y Medio Ambiente: de las 3R a la economía circular</i>	4
<i>#Tendencias en RSE</i>	8
El perfil de la RSE: Marta Durán, Directora Asociación Jóvenes Empresarios - AjeVigo	10
<i>¿Se concilia en España?</i>	14



TWEETS DESTACADOS

#Conciliar la vida laboral y familiar es vital para los responsables de RRHH de grandes empresas.

En fase de ejecución el 80% de los proyectos de **#Coruña** **#Smart City** <http://ow.ly/CMntN>

La **Universidad de Vigo** lanza el primer MBA oficial en Galicia que integra la **#RSE** en la gestión empresarial

EDITORIAL

¿Qué significa ser responsable?

La responsabilidad es una cualidad omnipresente en el discurso empresarial actual. Se trata de ser responsables, potenciarlo entre los grupos de interés y comunicarlo al mundo. Pero, ¿qué significa ser responsable?

Como empresa se viene hablando muchos años sobre cómo combinar la rentabilidad económica con el respeto ambiental y cuidando los aspectos sociales del trabajo. En nuestro país algunos de estos temas están más maduros; pero todavía se puede avanzar. Es necesario salir de la "zona de confort" de la RSE para avanzar significativamente, para que se produzcan los cambios económicos y sociales

que hagan posible un mejor desarrollo económico.

Comúnmente aceptado es el hecho de que, en el contexto actual, es necesario repensar las formas en que se trabaja, cómo se produce, cómo nos comunicamos. En una época en que todo parece cuestionable, quizás sea el momento de que se sienten en la misma mesa agentes que hasta el momento habían venido desarrollando su actividad de forma independiente. Sólo así las palabras y las sinergias permitirán que la sostenibilidad se haga efectiva. Las empresas pueden dialogar con el tercer sector, para poner en marcha acciones que complementen la acción pública; ésta debe priorizar la gestión de recursos en

pro de la eficiencia y atender a las nuevas demandas sociales. El consumidor, a su vez, debe ser consciente del papel que tiene como catalizador del cambio. Todo ello, sin la comunicación en su sentido más amplio, no podrá llevarse a cabo.

El proverbio dice que si se quiere llegar rápido, se vaya solo; y si se quiere llegar lejos, se vaya acompañado. Para lograr que la RSE sea un camino que lleve a todos lo más lejos posible, pongamos sobre la mesa todas nuestras energías y colaboremos, en favor de la responsabilidad compartida.

Un saludo,

Beatriz Mato Otero
Conselleira de Traballo e Benestar
Xunta de Galicia

¿QUÉ HACER PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN DE LA RSE?

Hablar de comunicación en materia de responsabilidad social es mucho más que publicar informes en base a modelos o guías y difundirlos en las webs corporativas.

En los últimos años, la tendencia ha seguido esta primera idea: las empresas se apresuran a publicar documentos con grandes volúmenes de información, cifras y gráficos. Sin entrar en conflicto con estas prácticas, cada vez más los diferentes grupos de interés demandan a las empresas poder conocer mayor detalle de la información que presentan, centrándose en aspectos que realmente les implican y afectan. En definitiva, la materialidad y la comunicación han ido encontrando sus cauces naturales.

Esta tendencia es ya una realidad, y progresivamente la información se presenta de manera disgregada, haciéndola más digerible y cercana.

Por estas razones, y atendiendo al último informe publicado por el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (de ámbito estatal), se pueden destacar

10 puntos a tener en cuenta a la hora de reportar la información de manera más eficaz y transparente.

(Cabe aclarar que, si bien el análisis realizado por el Observatorio se centra exclusivamente en la información contenida en las memorias de RSC de las empresas del IBEX 35 y otros documentos elaborados por las empresas como mecanismos de información, gestión y rendición de cuentas, es posible extraer aspectos que pueden ser de interés para el resto de las empresas y organizaciones)

“Las tendencias en la comunicación de la RSE hacen que ésta sea más comprensible por la mayor parte de los grupos de interés de una organización”

10 ASPECTOS A CUIDAR EN EL REPORTE DE INFORMACIÓN

1.- Si se quiere comunicar la imagen real de las empresas, se deberían reflejar de una manera más fidedigna sus actuaciones en **todos los países en los que mantienen actividad**; de forma que la dimensión del reporte se ajuste a la realidad.

2.- Pese a las dificultades a la hora de cuantificar el beneficio ambiental y social de sus actividades, se ha de profundizar más en **contar el impacto ambiental y social de esos países en los que actúa**. La tendencia debe ser a equiparar la madurez en el reporte de información económica con la información ambiental y social.

3.- La información relativa a los **riesgos a los que los grupos de interés de la organización están expuestos** por las actividades y cómo ésta los gestiona deben ser tenidos más en cuenta.

4.- Para dar respuesta al punto anterior, se debe prestar mayor atención a la **materialidad**.

El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (Observatorio de RSC), es una organización sin ánimo de lucro que nace en el año 2004 de la mano de varias organizaciones de la sociedad civil con el objetivo de trabajar en el impulso de la correcta aplicación de la responsabilidad social corporativa (RSC).

Desde sus inicios funciona como una plataforma para la cooperación e investigación para potenciar la RSC en las empresas, de sensibilización y de seguimiento de las políticas públicas y sus aplicaciones prácticas.

Los socios del Observatorio de RSC son organizaciones de la sociedad civil con un amplio respaldo social que trabajan por la transformación social: ONG, asociaciones de consumo y sindicatos. Todas ellas trabajan en diferentes ámbitos de la responsabilidad social y legitiman con su apoyo

La reciente versión de la guía GRI incidía sobre este aspecto, y el estudio del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa así lo explicita: no se están realizando de manera correcta los estudios de materialidad, es decir, qué información es relevante desde una perspectiva de responsabilidad social para todos sus grupos de interés.

5.- En relación al primer punto, se ha de profundizar en la comunicación de cómo las empresas prestan atención y aseguran el **cumplimiento de los derechos laborales en todos esos países en los que se opera** (haciendo hincapié en la forma en que se vigila y garantiza el cumplimiento de estos derechos)

6.- Un tema que ha ido ganando protagonismo en la comunicación de la RSE, y teniendo en cuenta las informaciones aparecidas en los últimos años, es todo aquello relacionado con **corrupción**.

Lo que es deseable, y así lo destaca el Observatorio, es que en un ejercicio de transparencia y de rendición de cuentas con las que las empresas del IBEX35 dicen

estar comprometidas, éstas informen de manera amplia y de forma transparente sobre estas cuestiones.

7.- **Se continúa confundiendo los términos responsabilidad social y acción social**. Este hecho pone de manifiesto la diferencia de discurso entre empresas y grupos de interés. De hecho, en ocasiones las actividades filantrópicas no repercuten sobre las comunidades que más soportan los impactos de la empresa, por lo que el alcance de esas acciones queda, en parte, desvirtuado.

8.- Los documentos e información que se suministra debe generar un escenario real del entorno de la empresa. Y como todo entorno **presentará aspectos positivos, pero también negativos**. La respuesta a esos desafíos negativos y las acciones que se pongan en marcha permitirán que el reporte de información sea más cercano y efectivo.

9.- No se deben descuidar los canales utilizados. Las demandas de información de los diferentes grupos son cada vez más dinámicas, flexibles y complejas. El éxito de la

comunicación dependerá también de saber adaptarse a esa realidad: **nuevos formatos, nuevos discursos y vías de comunicación más directas son aspectos a cuidar**.

10.- Por último, **conviene no confundir acceso a la información con acceso a la documentación**. Con ello, las organizaciones (especialmente las grandes empresas) deberían cuidar la facilidad y trazabilidad de la información que publican permitiendo que el lector sea capaz de obtener la información que busca y no la que encuentra.

Todos estos puntos resumen un objetivo básico: generar confianza en los grupos de interés, en los ciudadanos en definitiva, hacia las empresas. Un valor que cada vez resulta más complejo de gestionar, pero al que todos coinciden en señalar como uno de los que más interés despiertan tanto en emisores como en receptores. Confianza y respeto como principios básicos de toda comunicación responsable.



EMPLEO Y MEDIO AMBIENTE: DE LAS "3R" (REDUCIR, RECICLAR Y REUTILIZAR) A LA ECONOMÍA CIRCULAR

La economía ha crecido en las últimas décadas basándose en un modelo que ahora está en entredicho. Y la UE quiere impulsar un cambio, para que el nuevo modelo pase del *usar-tirar* al *usar-reutilizar*. Esta nueva economía, conocida como economía circular, propugna una nueva forma de repensar los procesos de producción, haciendo que desde el principio no se creen residuos, sino que éstos formen parte de nuevo del ciclo productivo, cerrando el ciclo. En definitiva, alcanzar el conocido residuo cero. Además de los beneficios ambientales que conlleva, la parte positiva implica que este punto de vista innovador puede generar

nuevos nichos de empleo, por diferentes motivos: por la sustitución de algunos empleos actuales existentes, por la redefinición de otros y por la aparición de nuevos nichos de empleo en el mercado.

Para poder ayudar a que estos objetivos se conviertan en acciones, la UE desarrolla varias iniciativas al alcance de las empresas, como Edificios sostenibles o **"Acción verde para las pymes"**.

Este último plan materializa la idea de transformar los imperativos ambientales en nuevos nichos de actividad económica. Para ello se presenta una serie de medidas

propuestas en la escala europea y enfocadas a las pymes, con el fin de ayudarles a explotar las oportunidades económicas que ofrece la transición hacia una economía verde, mejorando la eficacia de los recursos de las pequeñas y medianas empresas europeas, favoreciendo el emprendimiento verde, explotando las posibilidades de cadenas de valor más sostenibles y permitiendo a las pymes que sean sostenibles acceder más fácilmente al mercado.

**Toda la información sobre el programa de Acción verde para las pymes puede consultarse en [su página web](#).*



LA ECONOMÍA CIRCULAR PROMUEVE LA IDEA DE "RESIDUO 0":
TODO RESIDUO PUEDE CONSTITUIR UNA NUEVA MATERIA PRIMA
EN OTRO PROCESO PRODUCTIVO. CERRAR EL CICLO.



ACCIÓN REACCIÓN



responsabilidade social empresarial

CANDO A EMPRESA, INDEPENDENTEMENTE DO TAMAÑO E O SECTOR, COIDA O MEDIO SOCIAL, LABORAL E AMBIENTAL, CAUSA NO CONTORNO UN EFECTO POSITIVO. A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL INTEGRA PEQUENAS ACCIÓNS COTIÁS QUE XERAN GRANDES BENEFICIOS PARA TODOS. A ACCIÓN PARA UNHA REACCIÓN POSITIVA.

[HTTP://RSE.XUNTA.ES/](http://rse.xunta.es/)

PUBLICADA LA NUEVA " GUÍA SECTORIAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA IMPLANTACIÓN DE ACTUACIONES EN MATERIA DE RSE EN LA CADENA DE VALOR DE LA MADERA DE GALICIA "

En la línea de proporcionar herramientas gratuitas que faciliten la comprensión e integración de la RSE, recientemente se ha publicado la [Guía de RSE para el sector de la madera](#).

Esta guía se ha desarrollado con la colaboración entre la Xunta de Galicia, a través de la Dirección General de Trabajo y Economía Social, y el Cluster da Madeira de Galicia.

Se trata de un documento que aspira a ser el referente sectorial en lo relativo a la puesta en marcha de actuaciones responsables y estratégicamente competitivas por parte de las organizaciones que forman parte de este sector en Galicia.

La nueva publicación se enmarca dentro de las acciones impulsadas por el Plan Estratégico Gallego de Responsabilidad Social Empresarial 2012-2014 y continúa la serie iniciada con las guías sectoriales de RSE de los sectores textil, conservero y de la automoción.

Con esta guía, las empresas madereras y afines, estratégicas dentro de la economía gallega, adquirirán conocimientos para poner en marcha proyectos e iniciativas de RSE.

El contenido se vertebra a través de cinco capítulos, gracias a los cuales se introducen conceptos básicos de la RSE, se diagnostica la situación actual de las empresas de la cadena de valor de la madera en Galicia y se muestran diferentes herramientas para la implantación de la RSE en las empresas. Además, la guía se complementa con experiencias relevantes del sector, a modo de buenas prácticas y se incluye un banco de recursos (páginas web, guías técnicas, manuales de gestión...) en el cual las personas interesadas pueden ampliar información sobre alguno de los temas tratados en la guía.

Con este trabajo, la Xunta de Galicia apuesta por el impulso de acciones sostenibles en las empresas de la cadena de valor de la madera, acorde a los principios básicos de la nueva **Estrategia Forestal Europea**.



La Guía sectorial de buenas prácticas para la implantación de actuaciones en materia de RSE en la cadena de valor de la madera de Galicia está disponible para su descarga gratuita en

rse.xunta.es

NACE EL BANCO DE IDEAS RESPONSABLES

A lo largo de los últimos años, el **Observatorio Permanente sobre la Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Gallegas** publica resultados sobre el conocimiento, grado de implantación y desarrollo de la RSE en Galicia.

El **Banco de Ideas Responsables** supone avanzar y madurar el concepto desarrollado hasta el momento, a través de la creación de un espacio abierto que aglutine no sólo esos datos, sino iniciativas que las empresas, entidades y organizaciones gallegas están llevando a cabo en la materia.

Este *Banco*, conforme vaya creciendo y almacenando información, servirá de base de datos, abierta, ofreciendo la información de forma que sea accesible a la ciudadanía de forma segregada por áreas de conocimiento dentro de la RSE: por categoría o temáticas (*derechos humanos, trabajo y relaciones laborales, medio ambiente, transparencia, cadena de valor responsable, consumo responsable, desarrollo de la comunidad y conciliación laboral, personal y familiar*), por palabra clave, por actor social implicado, por

recursos destinados, criterios de innovación, etc.

El Banco de Ideas Responsables es también un “catálogo” de buenas prácticas en RSE en Galicia, un conjunto de acciones que las organizaciones comunican de forma voluntaria.

Este Banco de Ideas permite que todo ciudadano interesado en saber qué se hace por mejorar la sostenibilidad en Galicia pueda tener acceso y conocer, de primera mano, las acciones puestas en marcha por el tejido empresarial y social de Galicia.

Además de mejorar los niveles de transparencia, el Banco de Ideas supone una fuente de inspiración y motivación para que éstas puedan ser replicadas y mejorar el alcance del beneficio.

La realización de este banco público de datos de la RSE en Galicia permite incentivar a las empresas a que promuevan acciones encaminadas a la consolidación de la RSE.

**SI TIENES UNA
IDEA O PROYECTO
Y QUIERES
COMPARTIRLO,
PUEDES RELLENAR
EL FORMULARIO
ON-LINE EN EL
ESPACIO DEL
BANCO DE IDEAS
RESPONSABLES**

#Tendencias en RSE

En la RSE, como en tantos ámbitos, existen ciertos temas que durante un periodo de tiempo ocupan la mayor parte de debates y conversaciones (tanto *online* como *offline*). En este artículo se desganan algunas de las tendencias que marcarán el desarrollo de la RSE:

#DERECHOS HUMANOS

La reciente elaboración del **Plan de empresa y derechos humanos** es la visualización de la exigencia comunitaria para que todos los Estados miembros dispongan de planes que apliquen los principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos.

Estos principios rectores concretan los tres pilares del marco de la ONU: "proteger, respetar y remediar". Estos pilares son:

1. *La obligación del Estado de proteger de abusos a los derechos humanos por parte de terceros, incluidas las empresas;*
2. *La responsabilidad empresarial de respetar los derechos humanos; y*
3. *Un mayor acceso a la reparación, judicial y extrajudicial, por parte de las víctimas.*

Se trata de un plan que considera que *"la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos se aplica a todas las empresas independientemente de su tamaño, sector, contexto operacional, propietario y estructura así como, bajo su directa responsabilidad a toda su cadena de valor"*.

Con una vigencia de tres años, el resultado final del plan es obra de las contribuciones de diferentes organismos consultados: sector empresarial, sindicatos, tercer sector, entidades de enseñanza y universidades, parlamentos, figuras como el defensor del pueblo, etc.

Planes aparte, lo cierto es que las empresas deberán prestar más atención a los temas relacionados con la garantía del respeto a los derechos humanos y, lo que es más importante, poder ofrecer las evidencias de su cumplimiento.

#CADENA DE VALOR

No se trata de qué produces, también de cómo lo produces. Esta afirmación, tan repetida en multitud de foros, adquiere sentido cuando las organizaciones se preocupan,

también, por todos los eslabones de la cadena que le permiten seguir en activo. Una buena relación con proveedores, con clientes, entender sus demandas y saber adecuarse a ellas; pero también conocer a todas las personas trabajadoras son, entre otros, aspectos que cada vez tienen un mayor peso en las empresas. No sólo porque sea una tendencia, sino porque el acceso a la información es cada vez mayor y más rápido; por lo que la ciudadanía es conocedora del mundo que rodea a los productos y servicios que adquieren. Por ello están empezando a ganar en reputación positiva aquellas organizaciones que cuidan su cadena de valor, la ponen de relieve y la dan a conocer; como vía para posicionarse. Una cadena de valor comprometida será capaz de generar mayores impactos positivos para el conjunto de los diferentes grupos de interés implicados en ella.

#ECONOMÍA CIRCULAR

O verde, o eficiente, o cualquier adjetivo que suponga un aprovechamiento de los recursos y defienda la idea del residuo cero. Esta es la economía circular, una tendencia que cada vez tiene más defensores.



#Tendencias en RSE

La propia Agencia Europea de Medio Ambiente (AEMA), afirma que Europa puede crear nuevos puestos de trabajo y estimular la innovación mediante un uso mucho más eficiente de los recursos.

La economía circular está en crecimiento, ayudada por la crisis existente. Una filosofía que debe hacerse factible para poder lograr mejores resultados en el reciclaje y reutilización de los recursos que se consumen. Una aplicación más estricta de los parámetros que defiende la economía circular permitirá alcanzar los objetivos ambientales marcados tanto por gobiernos como por empresas y demás organizaciones. Una economía que conecta industrias, vendedores, clientes y usuarios, gestores, revalorizadores y diseñadores bajo una misma mirada, más integradores y respetuosa con el medio.

Para que la economía circular acabe por desarrollarse como un nuevo modelo económico es necesaria la innovación, entendida como el motor que impulse la adopción de nuevas estrategias, nuevas tecnologías y nuevas formas de pensamiento en lo que al desarrollo económico y sostenibilidad se refiere.

#ENERGÍA

Y no sólo por su utilización cada vez más eficiente, sino también porque la ONU ha declarado 2015 como el Año Internacional de la Luz y Tecnologías basadas en la Luz.

Además de concienciar sobre la importancia de la luz en la ciencia, con esta designación, la Asamblea General quiere reconocer el papel que ocupa la energía en el día a día de toda la ciudadanía. Para ello se van a poner en marcha toda una serie de iniciativas de diferente índole, encaminadas a impulsar diferentes objetivos, entre los que se encuentran la promoción sobre *"la importancia de la tecnología de iluminación en el desarrollo sostenible y en la mejora de la calidad de vida en los países en vías de desarrollo"*.

En España, a través del Instituto de Óptica del CSIC es posible conocer todas las novedades y actividades relacionadas con el Año Internacional de la Luz y de las Tecnologías basadas en la Luz (<http://www.luz2015.es/>)



#COMUNICACIÓN

Una de las necesidades más crecientes en materia de RSE es lograr que el discurso, más o menos conocido en el ámbito empresarial, logre llegar a la mayor parte de la población, al ciudadano de *a pie*. Para conseguir que la RSE sea rentable para las empresas, es necesario que toda la información y conocimiento traspase la frontera de los foros y debates habituales; de forma que el ciudadano y consumidor cada vez sea más consciente de las implicaciones de su elección sobre un producto o servicio.

#CREAR MERCADOS NUEVOS DE FORMA SOSTENIBLE

Se trata de ser conscientes de que el modelo actual está cambiando; pasando de un modelo en el que las empresas eran únicamente consumidoras de recursos a otro en que, además, son creadoras del mercado. Se trata de que las empresas, especialmente las más poderosas, se comprometan de forma real en potenciar nuevos mercados de forma sostenible. Para ello se ha de garantizar un derecho al desarrollo por igual eliminando barreras propias de los nuevos mercados (mano de obra poco cualificada, consumo, insostenible de recursos, o corrupción...)



El perfil de la RSE: Marta Durán, Directora Asociación Jóvenes Empresarios- AjeVigo

Para empezar, y para los que no tengan una imagen de cómo se estructura, ¿cuál es el panorama del sector empresarial joven?

Actualmente en Galicia existe al menos una Asociación de Jóvenes Empresarios por cada provincia y todas nosotras estamos integradas en FEGAXE. Entre todas las asociaciones aglutinamos a unas 1200 empresas de diversos sectores. En AjeVigo, en la actualidad, representamos a 300 empresas de Vigo y su área de influencia.

Hoy en día hay un "boom" del emprendimiento, multitud de iniciativas y propuestas para iniciar y desarrollar tu empresa y, en este contexto, creo que las asociaciones de jóvenes empresario cumplimos una labor social muy importante para ayudar y apoyar a los empresarios y emprendedores, sobre todo en llevar sus proyectos adelante y desarrollar oportunidades de negocio a través de múltiples actividades de networking.

¿Es Galicia un territorio de emprendeduría, de inquietudes en lo que a creación de empresas se refiere?

Sin duda lo es. Cada vez son más las personas que dan el salto para sacar adelante su proyecto y cada vez más iniciativas apoyan a los emprendedores. En AJE Vigo hemos atendido a más de 500 personas, en ocho meses, que solicitan información y apoyo para iniciar su proyecto empresarial; esto es sin duda un buen indicador de la inquietud para la creación de empresas.

Desde la AJE se apoya activamente a todas aquellas personas con ideas e inquietudes empresariales. ¿Qué tipos de empresas son las que más se están creando en los últimos años?

El sector en el que más creación de empresas hay es el sector TIC, en lo que influye además de que hace falta menos inversión inicial, el mercado es muy amplio, los inversores buscan este tipo de proyectos y suponen proyectos globales desde su inicio (no sujetos al localismo)

"Hoy en día hay un "boom" del emprendimiento, multitud de iniciativas y propuestas para desarrollar tu empresa y, en este contexto, creo que las asociaciones de jóvenes empresario cumplimos una labor social muy importante"

En base a su criterio, ¿qué define a una empresa responsable de una que no lo es?

Para mí **una de las claves de la responsabilidad corporativa es integrarla en la cadena de valor**; si no forma parte de sus procesos operativos y está totalmente integrada en la cadena de la empresa, se convierte en un conjunto de "acciones puntuales de cara a la galería" y/o una declaración de intenciones políticamente correcta, y eso dista mucho de ser una empresa responsable.



Marta Durán,

Directora de la Asociación Jóvenes Empresarios - AjeVigo

A nivel general, ¿Considera que hay un buen nivel de responsabilidad en el empresarioado joven gallego?

A nivel general creo que el mismo que en el resto de España, con dificultades para su implantación.

No se puede obviar que a día de hoy han cambiado los parámetros con los que deben actuar las empresas; no sólo deben ser sostenibles económicamente y aportar valor económico, sino también deben ser sostenibles y aportar valor a la sociedad en la que operan. Igual que tampoco se puede obviar que aún estamos lejos de los niveles deseables de implantación de esta aportación no sólo económica sino también social. Las grandes compañías cada vez son más conscientes de ello y hay iniciativas desarrolladas muy interesantes y sostenidas desde hace años, pero en las pymes resulta más difícil su implantación, sobre todo porque aún "no ha calado" en la cultura empresarial estos nuevos parámetros.

El perfil de la RSE

Nuevas variables para desarrollar una empresa, hacerla crecer y posicionarla en el mercado han cambiado y cada vez el sector empresarial es más consciente de ello; pero aún hay mucho recorrido por hacer.

En un contexto como el actual, ¿cómo puede la RSE ayudar a las empresas a salir adelante, a mejorar su situación?

Más allá del enfoque más inicial de la RSE (gestión de los riesgos no financieros de la empresa), la RSE está en constante evolución, al igual que lo hace el resto de la sociedad. Creo que un aspecto clave que aporta hoy la RSE es la oportunidad de añadir valor a tu empresa y ampliar el impacto de la misma. En un entorno global como en el que nos manejamos, apoyándonos en las nuevas tecnologías, la RSE aporta hoy la posibilidad de no sólo minimizar los riesgos no financieros e impactos, sino de crear y aportar valor conjuntamente con otros agentes de la sociedad (tanto públicos como privados) y es una oportunidad para crear valor compartido, para generar sinergias y desarrollar oportunidades que se multiplican a medida que las utilizamos. Una empresa que no se apoye en otros agentes del entorno, genere sinergias con ellos, vincule sus procesos más allá de los resultados económicos, en la actualidad está perdiendo potencial mercado y en el futuro será más difícil que se mantenga porque el mercado le exige más.

Si todo el mundo coincide en que la RSE puede ayudar a mejorar los resultados de las empresas, ¿qué le diría a aquel empresario más reacio a adoptar este enfoque en sus organizaciones?

Que piensen el contexto en el que operan y pretenden crecer. Es un mundo global, donde eres y te posicionas no por lo que haces, sino por cómo lo haces y lo comunicas. Si no integran y operativizan la responsabilidad en su empresa, están perdiendo la oportunidad de generar valor a para su empresa, para el sector en el que operan y para el entorno-cliente. Dejan de lado un potencial que tienen como agente de motor de la economía y, por tanto, de las sociedad y sus clientes.

De la cantidad de temáticas que se considera cubre el paraguas de la RSE, ¿qué aspectos considera que están menos maduros, que tienen todavía un importante recorrido por delante, o que son más críticos?

Creo que la RSE está en plena evolución y casi que iniciándose en el ámbito empresarial, siendo las grandes compañías las que van por delante en este sentido. La gran asignatura pendiente no es tanto una temática, sino que la RSE forme parte innata de la creación de empresas; que cuando una persona decida iniciar una aventura empresarial lo haga integrando la RSE en su modelo de negocio como algo natural. *(sigue)*

“La RSE aporta hoy la posibilidad de no sólo minimizar los riesgos no financieros e impactos, sino de crear y aportar valor conjuntamente con otros agentes de la sociedad (tanto públicos como privados) y es una oportunidad para crear valor compartido”

El perfil de la RSE: Marta Durán, Directora Asociación Jóvenes Empresarios- AjeVigo

Particularmente creo que un aspecto clave de las empresas son las **personas**, por lo que considero que las políticas y actuaciones dirigidas a personas son las que aportan mucho valor y son especialmente delicadas. Y no sólo pensando en las personas que forman parte de la organización, sino también en su entorno, en la sociedad en su conjunto.

Cada vez hay más desigualdad en las sociedades, en España está aumentando peligrosamente; si una empresa tiene un impacto en corregir estas desigualdades, tanto a nivel interno como externo, sin duda el contexto en el que podrá desarrollar su negocio será más positivo y propiciará el aumento de los buenos resultados de la empresa.

Además de las financieras, ¿qué tipo de herramientas permitirían a las empresas ser más competitivas y mejorar sus resultados?

Creo que una de las herramientas más potentes actualmente es la comunicación, tanto *on* como *offline*. La transparencia y la comunicación hoy son claves para las empresas, para posicionarse y diferenciarse de sus competidores.

Efectivamente, uno de los comentarios más sentidos acerca de esta crisis es que, sobre todo, ha sido una crisis de valores. ¿Cómo pueden las empresas ayudar a que esta percepción cambie, a que la ciudadanía perciba que las cosas se pueden hacer de una manera mejor?

El camino se demuestra andando, no hay más. La crisis de valores está afectando a las sociedades en su conjunto, de la que forman parte también las empresas. Éstas también deben (y están) cambiando sus formas de hacer, ya que los anteriores parámetros en los que se movían ya no funcionarán en el futuro. Ya no te diferencias por lo que eres y haces, sino por cómo lo haces y cómo lo comunicas; y ahí está la clave de la RSE, tus valores y cómo los trasladas a la organización empresarial.

Para terminar, y a modo de conclusión, ¿qué oportunidades puede aprovechar una empresa joven, una Start'Up o una pyme, que desee integrar la RSE en su cadena de valor?

Con lo que ha evolucionado y la cantidad de información que hoy existe, la gran oportunidad es que a la hora de crear su empresa y desarrollarla, desde el momento mismo de su diseño, ese momento en el que escribe en el papel su idea y cómo la va a convertir en empresa, que piense, al igual que lo hace con otros aspectos clave como son financiadores, socios, etc. que piense y plasme su modo de hacer las cosas como una empresa responsable. Desde el mismo nacimiento de su idea.

“La transparencia y la comunicación hoy son claves para las empresas, para posicionarse y diferenciarse de sus competidores”



Xunta
PRO RSE

LA HERRAMIENTA PARA FACILITAR LA GESTIÓN
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
POR LAS EMPRESAS GALLEGAS

Descárgala gratuitamente en rse.xunta.es

¿SE CONCILIA EN ESPAÑA?

A lo largo de 2014 se están llevando a cabo diferentes actividades que vienen a materializar su elección 2014 como **Año Europeo para la Conciliación Familiar y Laboral**.

Con la decisión del Parlamento Europeo se pone el punto de atención sobre una materia de tanta implicación en la vida diaria. Y con ello salen a la luz puntos fuertes y débiles por igual. La pregunta que cabe hacerse, llegados a este punto y con todas las experiencias que se vienen implantando de RSE, es ¿se concilia en España?

Dos estudios recientes profundizan sobre el asunto, incidiendo en aspectos que invitan a reflexionar sobre cómo se puede avanzar en conciliación en el país. El primero de ellos es el estudio llevado a cabo por la Fundación [Pfizer sobre conciliación y familia](#). A través de 1.500 entrevistas, el estudio concluye que **un 30% de la población activa española declara tener problemas para conciliar su vida personal y profesional**. Las razones más argumentadas son la **escasa flexibilidad de horarios** y las **jornadas laborales excesivamente largas**.

Un particular dato que pone de manifiesto este estudio es que, al ser preguntadas, son las mujeres las que declaran que tienen menos problemas de conciliación que los hombres. En cambio, los ciudadanos reconocen que los problemas de conciliación afectan más a las mujeres que a los hombres.

Sea como fuere, la mitad de las madres participantes declara que la maternidad afecta negativamente a su trayectoria laboral, frente al 16% de padres que son consultados en los mismos términos.

Es significativo que, a la hora de decidir qué agentes son los responsables de facilitar la conciliación, el 25% declara que las empresas, frente a casi el 40% que afirma que son las administraciones públicas.

Hace tiempo que se debate sobre la necesidad de adecuar los horarios españoles a los del resto de Europa como vía para facilitar la conciliación. Pues bien, de entre 10 medidas valoradas para facilitar la conciliación, el cambio de horarios cotidianos al estilo europeo obtiene la menor valoración por parte de las personas encuestadas.

El segundo de los estudios es el que ha elaborado el Instituto Internacional de Ciencias Políticas, cuya segunda edición analiza también la "Situación de la conciliación en España".

En este caso se ha analizado el estado de las empresas que operan en España desde el punto de vista de la conciliación. Según el Instituto, tajante, la mayoría de las medidas tomadas actualmente en el mundo laboral para favorecer la **conciliación entre vida privada y trabajo "alejan a la mujer del mundo del trabajo"**. En base a los datos que aporta el estudio, del total de las mujeres empleadas, un 62% optan a unas jornadas reducidas, mientras que los hombres lo hacen en un 7.2%.

Una cifra que destaca sobre las demás es la que afirma que el 97,70% de las mujeres tienen un contrato a tiempo parcial para poder simultanear el trabajo con el cuidado de personas dependientes y obligaciones familiares, frente al 2,30% de los hombres. En ambos casos, con mayor o menor grado de desequilibrio, ambos estudios coinciden en que la corresponsabilidad no está en su óptimo nivel, ni en el ámbito laboral ni en el personal.



Ante este escenario, cabe preguntarse qué medidas se proponen como más necesarias.

A título particular, entre las más valoradas por parte de las personas encuestadas en el estudio de Pfizer, destacan como eficaces el otorgamiento de permiso de maternidad de un año, con readmisión en la empresa, seguido de ampliar las ayudas públicas para guarderías y una mayor coordinación entre los horarios de los centros escolares con los laborales de los progenitores. La implantación del teletrabajo o la promoción de las bajas compartidas por maternidad y paternidad son otras de las medidas con mejor aceptación en la encuesta.

Acciones deseadas aparte, la realidad de las empresas es que no todas aplican por igual las recomendaciones de expertos y administraciones. Si bien el mínimo legal exigible se cumple, lo cierto es que se pone de relieve el amplio margen existente y la disparidad en cuanto a la implantación de medidas de conciliación se refiere.

Como en otros ámbitos, aplicar la innovación, la creatividad y el consenso se erigen como los mecanismos más válidos para que la conciliación sea más amigable para los trabajadores que la integran. Las empresas que aplican un enfoque estratégico a la responsabilidad social demuestran que en materia de conciliación son más efectivas. Igualar los derechos de paternidad y maternidad, aplicación de la jornada continua, desarrollar planes de trabajo a tiempo parcial o realizar un seguimiento estricto de la conciliación de los trabajadores en cada empresa podría ayudar a que las cifras anteriormente mencionadas mejorasen.

Para todo ello ha de servir que 2014 sea el año de la conciliación, para lograr que se debata abiertamente sobre el tema y se alcancen acuerdos que beneficien a todos, para evaluar lo acontecido hasta el momento y poder crear acciones que mejoren el futuro cercano y, en definitiva, para que la conciliación sea un motor tanto de la productividad como de la calidad de vida.

***Recuerda que tienes a tu alcance diversas herramientas que la Xunta de Galicia pone a disposición de la ciudadanía en materia de conciliación e igualdad:** ayudas a la conciliación de la vida familiar y laboral como medida de fomento de la corresponsabilidad para los trabajadores que se acojan a la reducción de su jornada de trabajo, la línea y el programa específico de la Consellería de Traballo e Benestar de ayudas a la conciliación, ayudas de la Secretaría de Igualdad (como el Programa Emega de subvenciones para el apoyo al emprendimiento femenino) o el "servicio de guardería", entre otros.



Iniciativa destacada: Xunta Pro-RSE ahora con G4



Lanzada hace unos meses, la herramienta gratuita **XUNTA PRO-RSE** permite integrar las variables de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las pymes. De una forma sencilla, las empresas usuarias adaptan las áreas que incluye la RSE, facilitando su avance respecto a los principales estándares y esquemas internacionales en materia de RSE y sostenibilidad.

Con la vista puesta en los nuevos marcos de referencia, **XUNTA PRO-RSE se actualiza**, de forma que las empresas que lo deseen podrán realizar el seguimiento de la RSE y elaborar los documentos **en base a la nueva versión G4**

de Global Reporting Initiative (GRI). No obstante, se mantendrá la compatibilidad con 3.1 hasta su validez por GRI, de forma que se podrá elegir la versión con la que se quiere reportar la información en materia de sostenibilidad.

GRI ha definido un plazo de dos años para la transición hacia la nueva versión de GRI, por lo que a partir del año 2016 las organizaciones quieran utilizar este estándar deberán basarse únicamente en la nueva versión.

¿Por qué dar el salto a G4? Entre otros cambios, la nueva edición de la guía incide en la necesidad de informar sobre aquellos aspectos que realmente son de interés para los grupos con que interacciona la pyme (concepto de materialidad). G4 también amplía el contenido relacionado con temas de buen gobierno, ética e integridad. Se integra toda la cadena de valor en el concepto de *reporting*, por lo que los impactos a tener son más exhaustivos y completos. La nueva versión está en línea con otros estándares internacionales (OCDE, Pacto Mundial, Marco de la ONU para Empresa y Derechos Humanos, etc.) **Lo más aconsejable es realizar un cambio gradual y progresivo, por lo que la convivencia de la versión G3.1 y G4 en Xunta Pro-RSE será de gran utilidad en esta transición.**



XUNTA PRO-RSE permite a las empresas usuarias la construcción de un cuadro de indicadores de RSE de sus actividades, además de recoger las políticas y los compromisos que la empresa adquiera, en consonancia con el apoyo que desde la Xunta de Galicia se le da a las empresas que implantan sistemas o herramientas de gestión de la RSE establecidos o reconocidos por las iniciativas o estándares internacionales.

XUNTA PRO-RSE se estructura en tres áreas funcionales que abarcan todo el proceso de gestión de la RSE: autodiagnóstico, gestión de indicadores y elaboración de informes, por lo que las organizaciones que apuesten por su uso podrán tener una visión completa de cómo avanzar en el camino de la RSE.