

FIXA_RSE

O BOLETÍN DO OBSERVATORIO GALEGO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL



responsabilidade social empresarial

Consellería de Traballo e Benestar - Nº 4 - 2015

Contido:

Comercio local e emprego	3
Carmen Isasi Vilasánchez, coordinadora do Plan de emprego de Cruz Vermella	6
Como medir o impacto social?	10



TWEETS DESTACADOS

_A Xunta destaca as
empresas que apostan
pola creación de **#empleo**
respectando o
#medioambiente [http://
bit.ly/1IPbrBa](http://bit.ly/1IPbrBa) **#RSE**
#RSEGalicia

_O 95% das empresas
consideran a **eficiencia**
enerxética clave para
mellorar a súa
competitividade [http://
bit.ly/1ESf83k](http://bit.ly/1ESf83k) **#RSE**
#sustentabilidade

_A Xunta destinará 120 M
en 2 anos para **reactivar a**
industria e priorizará a
fábrica intelixente [http://
bit.ly/1Iy3u4N](http://bit.ly/1Iy3u4N)

EDITORIAL

EMPRESA E COMUNIDADE LOCAL

A relación empresa e comunidade local é un asunto que está a adquirir maior peso a medida que avanza a madureza dos temas relacionados coa sustentabilidade. O que se coñece como participación activa implica unha cidadanía esperta, fortalecida e con criterio; que non permanece allea a como as organizacións desempeñan o seu traballo. Neste sentido, contar con esta cidadanía activa pode supoñer unha vantaxe para as empresas, entendida como forma de permanecer en contacto co ámbito, de participar e

involucrarse con ela.

A empresa que é capaz de integrar os valores do ámbito, facelos seus e contribuír ao seu desenvolvemento, ten máis posibilidades de avanzar de forma sólida e arraigada nun territorio ca aquela que permanece illada do ámbito.

Por iso, as empresas galegas que foron creadas aquí e que co paso dos anos puideron conxugar crecemento con valores propios da súa comunidade están en condicións de poder afirmar que integraron unha forma propia de facer responsabilidade social.

En definitiva, as empresas non difiren moito das comunidades

no que a principios e valores se refire. Só aquelas que permanecen firmes nas súas conviccións, sólidas nos principios democráticos e coa transparencia e a honestidade á fronte serán capaces de pasar con nota o exame da sociedade.

**Empresa,
administración e
comunidade deben
convivir e escoitarse,
aprender uns doutros
e facer posible unha
mellora que repercuta
en beneficio de todos.**

Un saúdo,

Beatriz Mato Otero
Conselleira de Traballo e
Benestar
Xunta de Galicia



CRÉDITOS | **Edita:** Dirección Xeral de Traballo e Economía Social — Consellería de Traballo e Benestar

Elaboración e maquetación: CIMAS | **ISSN:** 2386-3951

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

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



XUNTA DE GALICIA

Aprobada a "Axenda para a mellora da competitividade Galicia Industria 4.0"

Tras un intenso proceso de participación, meses de diálogo con todos os axentes implicados, sendo consensuada con 120 axentes e tras ser aprobado polo Consello Galego de Economía e Competitividade, nace a **Axenda para a mellora da competitividade Galicia Industria 4.0**.

A xeito de folia de ruta, a axenda estrutúrase a través de 5 grandes eixes: **factores territoriais de competitividade, persoas e organizacións, crecemento, innovación e mercados**; que suman 60 medidas cun plan de acción específico e xa concretado de cara aos dous próximos anos. Entre as súas prioridades, poñerase o foco con maior intensidade nas necesidades das pemes, así como no investimento previsto do 33% que será destinado á promoción da fábrica intelixente.

Impulsarase un programa específico de formación para os cadros directivos das empresas e os mandos intermedios que abordará as principais tendencias de futuro no sector industrial. Tamén se promoverá, a través de Negocio Factories ou focos de emprendemento industrial, a creación e desenvolvemento de start ups innovadoras mediante programas de aceleración e incubación.

A axenda porá en marcha un paquete integral de apoio financeiro con distintas liñas de promoción do investimento, préstamos e avais para facilitar a realización de proxectos de investimento industrial en Galicia. A Axenda aspira a impulsar a industria a partir dun modelo produtivo baseado na innovación, na tecnoloxía e na creación de valor sustentable, xerando emprego de calidade.

[\[+ información\]](#)

“En total, os 5 grandes eixes (factores territoriais de competitividade, persoas e organizacións, crecemento, innovación e mercados) suman 60 medidas cun plan de acción específico concretado para os dous próximos anos”



Comercio local e emprego: o produto local como motor de emprego

A actividade económica é o motor do emprego que calquera territorio ha de dinamizar e potenciar como mecanismo para o desenvolvemento da zona. Nos últimos anos, impulsar o emprego resulta máis necesario ca nunca, especialmente enfocado cara á xeración de nichos de emprego que acheguen maior calidade e estabilidade a este. Pola súa vez, o comportamento dos consumidores fronte aos produtos que as empresas poñen no mercado determina que valores elixen, que prioridades teñen e como as manifestan. En definitiva, cada vez que o consumidor exerce como tal, está a decantar a balanza cara a un modelo ou outro.

As últimas décadas marcaron un ritmo de consumo elevado, no cal o modelo máis estendido era o de seguir medrando ao ritmo de dous díxitos. Atrás quedaron aquelas empresas que unicamente estaban enfocadas a lograr un determinado resultado económico. As inquietudes por parte de investidores e accionistas, pero tamén dos consumidores, van enfocadas a que eses modelos evolucionen, cambien, melloren o planeta e non só vivan a conta del.

É por iso que cada vez parece máis razoable formular novas vías de seguir consumindo sen hipotecar o desenvolvemento sustentable. Trátase de conxugar a posibilidade de elección á hora de consumir produtos ou servizos co respecto ao ámbito, ás condicións ambientais e a sociedade. Para iso, o concepto "consumo local" está a posicionarse como unha alternativa para incrementar a calidade en termos de sustentabilidade dos produtos e servizos que se adquiren.

A clave pasa por asumir que facer efectiva a responsabilidade social é unha tarefa non só de empresas ou da propia administración; senón que cada persoa a título

individual ten tamén un papel importante.

O produto local é o que se xerou e vendeu no mesmo territorio, que xeralmente non excede a escala rexional. A crecente demanda deste tipo de produtos está orixinada pola maior información e concienciación da cidadanía, que ten máis criterio sobre o impacto das súas decisións, pero que tamén esixe máis por parte dos que subministran os alimentos.

En todo este proceso de cambio teñen un papel especial sectores capaces de transmitir valores que o consumidor aprecie de forma significativa, como a proximidade, a relación coa terra e a sustentabilidade do produto. ▶



Comercio local e emprego: o produto local como motor de emprego

Nun territorio como o galego, a agricultura e a gandaría representan sectores fortemente arraigados, con identidade propia e que o consumidor recoñece como xeradores de emprego e produtos de calidade. Para que o produto local obteña diferenciación ha de transmitir, en definitiva, as emocións que permitan visualizar o seu valor engadido.

Por que elixir produtos locais?

A produción local xera un impacto económico significativo, ao repercutir a maior parte do que se paga nunha cadea de valor próxima á cidadanía. As distancias son máis curtas, polo que o beneficio favorece diferentes actores do tecido social máis

próximo (dende o propio agricultor, os transportistas, os provedores de materiais de envasado, etc). Esta proximidade redunda tamén no impacto ambiental da cadea de produción, reducindo emisións en materia de transporte, manipulación ou consumo de materiais para o envasado e a distribución. Pola súa vez, a produción local tamén implica beneficios en canto á conservación do territorio e da paisaxe. Os referentes culturais e patrimoniais están, en ocasións, vinculados a produtos propios dun lugar; polo que a súa conservación fai que o medio que o sustenta poida continuar ao longo do tempo.

A calidade dos produtos en termos de frescura e a garantía de procedencia fan que sexan preferidos por moitos

consumidores, especialmente aqueles produtos menos procesados ou manipulados. Este concepto, o valor intanxible da orixe dos produtos, tamén axuda a que se desenvolvan modelos de negocio pequenos, con capacidade para seguir xerando valor nas zonas menos urbanizadas pero de gran valor produtivo.

Por todo iso, **o impulso á produción local é unha tarefa compartida, de forma que todas as organizacións, grandes e pequenas, a administración e a cidadanía, contribúan á mellora das condicións e ao desenvolvemento da comunidade local.**



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, de forma gratuíta, en **rse.xunta.es***

O PERFIL DA RSE:

CARMEN ISASI VILASÁNCHEZ, COORDINADORA DO PLAN DE EMPREGO DE CRUZ VERMELLA EN GALICIA

1. Por que Cruz Vermella traballa no ámbito do emprego?

Atallar as consecuencias que sofren as persoas pola pobreza non basta, debemos traballar para loitar contra a cronificación destas situacións. Por iso dende Cruz Vermella apostamos polos proxectos de emprego. Traballamos coas persoas máis vulnerables, que non teñen as mesmas posibilidades de acceso ao mercado laboral, e traballamos pola igualdade de oportunidades e de trato porque traballar ben e con profesionalidade non depende da orixe, sexo, idade... Entendemos que o emprego é "moito máis ca un traballo", é unha estratexia fundamental para a inclusión social.

2. Cal é a situación desas persoas vulnerables?

Desenvolvemos accións dirixidas a mellorar a empregabilidade dos que o teñen máis difícil: persoas maiores de 45 anos, desempregados de longa duración, mulleres en dificultade social, novas, persoas sen estudos ou cun nivel de estudos baixo, persoas inmigrantes...

3. Como traballa Cruz Vermella no ámbito do emprego?

O Plan de emprego desenvólvese a través de dous ámbitos de actuación interrelacionados: o traballo coas persoas e o traballo co ámbito. Potenciamos e reforzamos a empregabilidade das persoas en situación de desvantaxe social, para situalas en mellores condicións respecto ao emprego, e loitamos contra os estereotipos e prexuízos que dificultan o seu acceso ao mercado de traballo. O noso Plan de emprego conta con diferentes proxectos, uns teñen como obxectivo a inserción e outros a activación, a orientación e o asesoramento. Con respecto aos primeiros, realízanse itinerarios personalizados de inserción con cada participante, é dicir, desenvólvese un traxe á medida en función da situación e necesidade de cada persoa.

4. Como contribúe isto a mellorar o desenvolvemento da persoa e a súa empregabilidade?

Un emprego significa máis ca un medio para obter ingresos, é o xeito que temos as persoas para conseguir a nosa propia autonomía, é un sinal de



Carmen Isasi Vilasánchez,
*coordinadora do Plan de emprego
de Cruz Vermella en Galicia*

identidade, fai que nos sintamos útiles, que participemos na sociedade, axúdanos a relacionarnos, a xerar redes... Así mesmo, para as persoas, participar nun proxecto de emprego implica ver un horizonte e fixarse obxectivos, ademais de mellorar a súa cualificación persoal e capacitación laboral.

5. En que ano se puxo en marcha o Plan de emprego de Cruz Vermella e como foi evolucionando dende os seus inicios?

Cruz Vermella puxo en marcha o seu Plan de emprego para colectivos vulnerables hai xa 15 anos, foi no ano 2000.

O PERFIL DA RSE

Comezamos atendendo principalmente persoas inmigrantes que sofren discriminación por orixe. Dende 2006, ademais atendemos persoas con problemáticas sociais múltiples. A partir do inicio da crise económica, notamos ademais da perda de postos de traballo, unha precarización do emprego e un endurecemento das condicións laborais. Isto supón que o número de persoas que chama ás nosas portas se multiplica aproximadamente por cinco. Por todo iso, os nosos equipos fóronse ampliando e consolidando, sendo cada vez máis eficaces. Ademais, tamén se incrementou o número de empresas que colaboran connosco ofrecendo oportunidades laborais para as persoas que máis o necesitan. Apunto un dato significativo: unha de cada dúas persoas que participaron en Galicia en itinerarios personalizados de inserción en 2014, obtiveron un emprego da man de Cruz Vermella.

6. Nestes 15 anos, como ves a evolución das empresas no ámbito da responsabilidade social e o emprego?

Aunque Aínda que xa hai anos que se vén falando de RSE, as empresas víano fundamentalmente en termos de respecto aos dereitos

humanos e ao medio. Co paso do tempo esta premisa, que dende o meu punto de vista segue tendo total vixencia hoxe en día, foise ampliando e fóronse incorporando novos enfoques e, polo tanto, máis accións tanxibles, tanto para as empresas coma para a sociedade. Estas accións achegan un valor diferencial ás empresas, fai que se distingan unhas doutras e se posicionen no mercado.

7. Como poden, as accións que as empresas impulsan baixo a súa visión da responsabilidade social, axudar ao labor que vós realizades?

As empresas poden apoiarnos ofrecendo oportunidades de emprego ás persoas coas que traballamos. Ademais teñen diversas opcións de colaboración connosco, por exemplo: proporcionando prácticas formativas aos nosos participantes, que lles permiten analizar as súas potencialidades cando necesiten aumentar o equipo; impartindo charlas formativas ou permitindo realizar visitas ás súas empresas para que os participantes coñezan o sector de primeira man ou colaborando en accións de capacitación, cedendo persoal experto para que forme as persoas coas que traballamos, ou mesmo cedendo espazos ou material. ▶

“Atallar as consecuencias que sofren as persoas pola pobreza non basta, debemos traballar para loitar contra a cronificación destas situacións.

Por iso dende Cruz Vermella apostamos polos proxectos de emprego”

O PERFIL DA RSE

8. E que beneficios obteñen as empresas como froito destas colaboracións?

No plano máis tanxible, ofrecemos ás empresas un servizo de selección de persoal que busca o candidato que mellor se adapte a cada posto, porque os coñecemos persoalmente e coñecemos as súas capacidades e a súa motivación. Durante 2014, máis de 350 empresas galegas valoráronos polo seu traballo no día a día, sen guiarse por prexuízos e estereotipos. Ademais no plano do intanxible, as empresas que colaboran con Cruz Vermella están a ofrecer unha oportunidade de futuro a estas persoas e ás súas familias.

9. Cres que o tecido empresarial galego está comprometido e avanzando en temas de RSE? Que poden facer as pemes?

En Galicia estase a avanzar en temas de responsabilidade social, aínda que é certo que con lentitude. O grao de coñecemento destes temas aumentou, influído sobre todo polas grandes empresas que van incorporando a RSE ao seu discurso e aos seus modos de facer. Non hai que esquecer que o tecido empresarial

galego está formado maioritariamente por pemes e autónomos e por iso a relación entre as pemes e RSE é especialmente necesaria en Galicia, onde este tipo de empresas son as que proporcionalmente incorporan a máis persoas aos seus equipos. De feito, moitas pemes xa desenvolven de xeito máis ou menos intuitivo boas prácticas de RSE. Con pequenas accións as empresas poden contribuír a mellorar o seu ámbito máis próximo, por exemplo: realizar procesos de contratación máis abertos, mellorar a reciclaxe dos seus residuos para reducir o seu impacto ambiental, establecer políticas de conciliación e corresponsabilidade, etc. De todas as maneiras hai empresas que se resisten a incorporar estes valores á súa empresa, a pesar de todas as oportunidades que lles brindaría incorporar políticas de RSE á súa xestión.

10. De que xeito se articula a responsabilidade social dende unha institución como Cruz Vermella? Que mecanismos se empregan?

Para Cruz Vermella, a responsabilidade social é un compromiso ético e voluntario que recolle todas as nosas partes interesadas: persoas usuarias, voluntarias, socias,

traballadoras e tamén inclúe administracións, provedores, empresas e en xeral o conxunto da sociedade. Este compromiso concrétese no Plan de responsabilidade social de Cruz Vermella Española, que define a nosa estratexia tanto no ámbito social, económico e ambiental.

11. Que papel ten o voluntariado na organización e, en concreto, nos vosos proxectos de emprego?

O voluntariado é unha peza clave no funcionamento de Cruz Vermella, dando identidade á organización e caracterizando a súa actividade e historia. No caso do Plan de emprego, os voluntarios e voluntarias desenvolven un amplo abano de actividades apoiados polo persoal técnico: intermediación coas empresas, sesións informativas sobre mercado de traballo, titorías de espazos de busca activa de emprego, ensino do castelán, obradoiros de habilidades persoais e profesionais, obradoiros sobre novas tecnoloxías, apoio nas campañas de sensibilización, etc. Só en Galicia preto de 500 persoas son voluntarias das iniciativas de inserción laboral.

O PERFIL DA RSE

12. Como ves o fenómeno da responsabilidade social? Séguese percibindo como accións caritativas ou de mercadotecnia ou superouse esa etapa e están verdadeiramente integrados na estratexia empresarial?

En moitos casos a incorporación da RSE á empresa fíxose a través dos departamentos de mercadotecnia, moi asociada á comunicación e venda da imaxe dunha empresa. Non é que isto estea mal, o problema está en se isto se queda só aí e as políticas de RSE son responsabilidade unicamente do departamento de mercadotecnia.

Necesítase tamén o convencemento por parte das persoas que dirixen as empresas, só deste xeito se trasladará ao xeito de producir, de vender, de comunicar, de relacionarse cos provedores, etc. Ademais hai que ter en conta que os consumidores son cada vez máis esixentes e teñen acceso á información das empresas a través de multitude de canles e isto pode converterse na mellor ou peor publicidade.

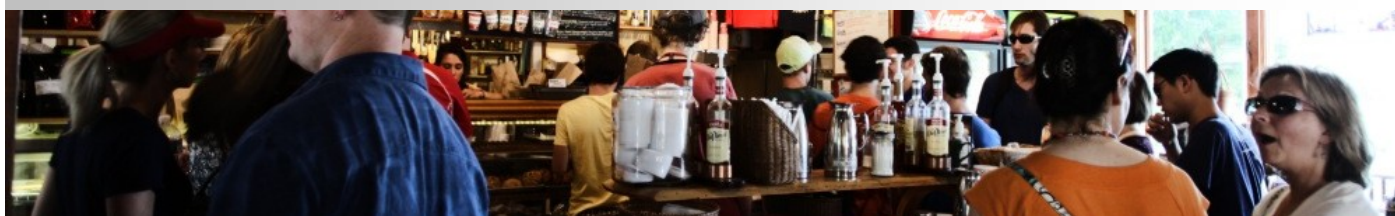
13. Cada vez parece máis claro que coas regras de xogo actuais o reto é que o ámbito público e privado traballen xuntos para facer efectiva unha sociedade máis cohesionada. Como debe articularse iso para obter bos resultados?

Aínda que, tradicionalmente, o traballo a favor dos colectivos máis vulnerables e a loita contra a exclusión, foi un papel asignado ás entidades sociais e administracións públicas, esta percepción está a cambiar. Cada vez son máis as empresas que adquiren un maior compromiso coas persoas máis desfavorecidas e asumen tamén a súa corresponsabilidade social na construción de sociedades máis cohesionadas. Para nós é imprescindible coordinarnos coas administracións, outras entidades e empresas para evitar duplicidades e facer esforzos conxuntos para alcanzar un mellor uso dos recursos. Tamén consideramos unha obriga recordar que hai persoas moi afastadas do mercado laboral que necesitan axuda para inserirse en igualdade de oportunidades.

14. E, por último, que retos de futuro ten a responsabilidade social no ámbito laboral?

Nos últimos 10-15 anos a RSE foise convertendo nunha clave importante para a credibilidade da empresa e o seu posicionamento no mercado. Temos aínda moito camiño que andar xa que non se trata só de ser introducir políticas para unha xestión responsable senón de selo realmente e trasladar tamén esa visión á sociedade, aos clientes, aos provedores, aos empregados, etc. A través de accións divulgativas, de formación e sensibilización estas mensaxes están chegando a máis empresas, por iso é importante que se xeren espazos para compartir experiencias e xerar novas ideas, así como desenvolver actividades que visibilicen todos os beneficios que achega a RSE para as empresas e a sociedade.

Animamos as empresas a que conten con Cruz Vermella para desenvolver as súas prácticas de RSE.





COMO MEDIR O IMPACTO SOCIAL?

COMO MEDIR O IMPACTO SOCIAL?

Nos diferentes foros nos que se fala sobre a importancia da RSE no momento actual, malia existir opinións moi diversas, todos parecen converxer nun mesmo punto: **a importancia de medir, de coñecer como avanza a RSE**. Só así é posible determinar que áreas de mellora existen, o camiño a percorrer e que metas fixar para alcanzar os obxectivos marcados.

Ata agora, a área económica é a que goza de maior historia en canto á súa medición e impacto, posto que foi a pedra angular para todo tipo de empresas e organizacións.

Ademais deste asunto, nas últimas décadas, as cuestións ambientais constituíron un aspecto que foi madurando; e con iso os indicadores asociados ao seu desempeño. Ninguén cuestiona xa que unha empresa non só debe gañar diñeiro, senón que debe facelo sen contaminar o medio e xerando impacto social positivo. E é aquí, neste último concepto, no que xorden as dúbidas.

Como poder cuantificar un beneficio cando nos referimos a cuestións intanxibles?

Todos estes temas forman parte integrante da xestión das empresas e encóntranse en primeira liña das axendas daqueles con responsabilidade e capacidade de toma de decisión. Termos como sustentabilidade, implicación coa comunidade local, relación con grupos de interese ou innovación social son temas que están a posicionarse como estratéxicos para moitas empresas e organizacións.

O seguimento é clave á hora de poder coñecer o impacto das políticas que implanta unha organización, polo que resulta de grande interese telas en consideración, de igual forma que se avalía o desempeño económico ou o ambiental.

O principal problema é a falta dunha metodoloxía concreta, definida, unha sistemática para poder medir o impacto social.

Non hai unanimidade, nin tan só un método que sexa o máis utilizado polas organizacións. Visto dende outra perspectiva, este reto formula a posibilidade

de innovar, de inventar novas métricas que permitan ter en consideración o impacto social.

Dende o ano 2012, no seo da Comisión Europea, e dependente da Dirección Xeral de Emprego, Asuntos Sociais e Inclusión; créase o Grupo de expertos sobre as empresas sociais (GECES), co fin de crear un método para medir a repercusión social que teñen as actividades das empresas sociais (E).

O pasado ano, este grupo publicou unha guía sobre "Métodos propostos para a medición do impacto social". Como indica este documento, xa a propia Acta do Mercado Común II establece que «a Comisión elaborará un método para medir os beneficios socioeconómicos xerados polas empresas sociais. Medir rigorosa e sistematicamente a repercusión das empresas sociais na comunidade [...] é esencial para demostrar que o diñeiro investido nelas produce aforros e ingresos elevados».

COMO MEDIR O IMPACTO SOCIAL?

Hai que especificar que o método que desenvolve esta guía está enfocada a dous contextos particulares: un deles, pensando no desenvolvemento dos **fondos de emprendemento social europeo (EuSEF)** e outro no contexto do Programa para o **emprego e a innovación social (EaSI)**, que habilita máis de 86 millóns de euros dispoñibles para subvencións, investimentos e garantías para o período 2014-2020 destinados ás empresas sociais que poidan demostrar que teñen unha repercusión social mensurable.

A guía indica que "no caso do EuSEF, a norma de medición crea unha norma de cualificación para determinar se unha empresa social cumpre os requisitos para recibir apoio financeiro e para solicitar información, así como para facilitar a información que proceda. En cambio, no contexto do EaSI, a necesidade de medir está relacionada coa recompilación de información, co fin de que a Comisión e os axentes designados para xestionar os fondos nos estados membros informen acerca da medida en que se cumpren os obxectivos establecidos no ámbito da repercusión social en todo o fondo. "

En calquera caso, esta guía

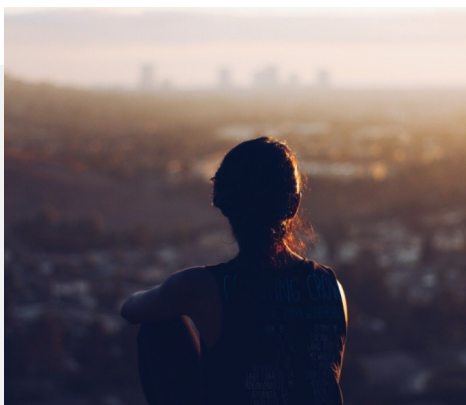
tamén serve como punto de partida de referencia para poder reflexionar acerca da importancia que a medición de impacto social está a adquirir. Un dos sistemas para levalo a cabo é o coñecido como SROI: **principios do rendemento social do investimento**. Estes principios teñen en conta toda a actividade do proxecto e pode servir tamén para medir o impacto social. Dan importancia a que se involucre as partes interesadas, que se valoren e teñan en conta os aspectos relevantes para todas elas, ser transparente (explicando como se alcanzaron as conclusións e evitando incertezas nos indicios ou suposicións) e verificar os resultados.

Á hora de ofrecer a visión máis completa posible do que se considera impacto, é imprescindible que a medición inclúa (e cuantifique) o impacto social tanto sobre as comunidades como sobre os individuos, o impacto a longo prazo (e non unicamente o

logrado a curto prazo), o alcance do impacto (en termos de cobertura xeográfica) así como a amplitude do impacto no referente á cobertura brindada a grupos concretos de poboación (por exemplo, desfavorecidos, vulnerables, en risco, etc.)

Se se desexa que a medición do impacto social posúa un verdadeiro valor, o propio feito de medir debe contribuír a mellorar a xestión da organización. Só así a medición do impacto social non só se articulará como un instrumento para acceder a financiamento, senón que tamén contribúe a que a organización renda mellor e acumule coñecemento.

Á hora de definir indicadores, a organización debería acordalos coas partes interesadas (como investidores e xestores de fondos de investimento). Grazas ao uso de indicadores permítese a comparabilidade das medicións; que se consegue mediante a coherencia e comparabilidade do proceso usado para a medición e a comunicación coherente da medida obtida.



COMO MEDIR O IMPACTO SOCIAL?

A grandes trazos, o proceso de xestión do impacto comprende cinco fases:

1. Identificar obxectivos: tanto das distintas partes que participan nas actividades de medición coma do servizo medido.

2. Identificar as partes interesadas. A saber, o beneficiario e o emisor, así como a forma de proceder.

3. Definir a medición: a organización planea a súa intervención e a forma en que a actividade consegue os resultados e as repercusións que máis necesitan os beneficiarios e as partes interesadas.

4. Medir, validar e valorar; para avaliar se os resultados obxectivo se conseguiron realmente na práctica, se son evidentes para a parte interesada beneficiaria e se son importantes para a devandita parte.

5. Informar, formar e mellorar; con vistas a que, a medida que se prestan os servizos e se obteñen as medidas da súa eficacia, se comuniquen os resultados con regularidade e de maneira que resulten pertinentes para os destinatarios internos e externos.

Que pode dificultar a medición eficaz do impacto? A guía tamén advirte de circunstancias que poden impedir un correcto estudo e medición do impacto, entre outras:

- Asumir que medir implica cambios posteriores no comportamento, no xeito no que se fan as cousas.
- Previr o feito de que a medición non invite a organización a elixir un obxectivo que garanta indicadores positivos senón a xerar o impacto social previsto.
- Evitar que, no propio proceso, se trate de enganar o sistema para conseguir dar a aparencia de que os obxectivos foron logrados. Este é un risco inevitable e a peor solución é pasalo por alto e non prever mecanismos correctores que equilibren a situación. Estes mecanismos han de ser específicos para ES e o proxecto tratados.
- Intentar que o esforzo que se dedica á medición e o grao de precisión alcanzado sexan proporcionais ao uso que se vai dar á medición.

- Entender que medir ha de axudar e non consumir recursos, de por se escasos; polo que a burocracia ha de ser só a necesaria. Tampouco debe supoñer retardar os procesos ou a toma de decisións no seo dunha organización, xa que se debe poder reaccionar con rapidez e adaptarse á evolución das necesidades sociais.

A medición do impacto social, polo tanto, debe contribuír a que as organizacións poidan optimizar os recursos que invisten, a conseguir a máxima eficiencia nos proxectos e, en definitiva, a que o impacto social sexa o óptimo.



A RSE en marcha con *Start'Up, Stand'Up!*

As **StartUp** son un tipo de empresas, de nova creación, que teñen unha serie de características que as fan especialmente atractivas dende o punto de vista da RSE. O seu tamaño ou o pouco tempo de vida non son barreiras para crear modelos de xestión responsables. Ao contrario, son modelos de negocio cunha gran capacidade de cambio e adaptación ás novas necesidades do público. Desenvolven produtos ou servizos cun elevado compoñente de **innovación**, desexados ou requiridos por un mercado en constante evolución. Son empresas nas que o **deseño** e a comercialización, tanto de produtos coma de servizos, están orientados completamente ao cliente.

As StartUp permanecen de forma **continua e aberta** en comunicación cos clientes, pero tamén con outros grupos de interese imprescindibles para desenvolver a súa actividade. Precisamente o menor tamaño da organización é, en ocasións, clave para a proximidade e inmediatez na comunicación.

Co obxectivo de **establecer contactos en materia de RSE entre as StartUp galegas e mozos que inician o seu camiño no mundo laboral creouse o programa**



StartUp, StandUp! A premisa é que, a través da concreción de obxectivos marcados polas empresas e a identificación de áreas con potencial de desenvolvemento por parte da mocidade, se demostre que os **modelos de responsabilidade social empresarial están relacionados coa xeración de riqueza para as empresas e a xeración de emprego de calidade para as persoas**.

Durante o ano 2015 foron sete as organizacións que finalizaron o período de prácticas cos estudantes. En concreto nas empresas **Alvariza, Conservas Lorcho, LanceTalent, Infi Consultores, Cervexa Nos, Monet e Vida Hora**. O traballo está a servir para levar a cabo o seguimento e asesoramento naquelas áreas da RSE nas que as organizacións desexan avanzar. Para iso, téñense en conta as necesidades da empresa, os seus obxectivos a curto, medio e longo prazo, a filosofía e características das persoas traballadores, etc.

Tamén se concreta un calendario de formación en RSE tanto para empresas coma para o alumnado; de forma que, unha vez finalizado o período de prácticas, quede un coñecemento xerado en RSE por ambas as dúas partes.

StartUp, StandUp! forma parte de Enterprise 2020, na campaña 2013-2015, na modalidade de "habilidades para o emprego". A través de Enterprise 2020 seleccionáronse 57 proxectos que forman parte da única iniciativa de liderado empresarial recoñecida na Estratexia 2011-2014 de RSE da Comisión Europea. A iniciativa foi lanzada por CSR Europe en 2010 e ten como obxectivo, en liña coa Axenda europea 2020, **axudar as empresas a alcanzar durante a próxima década unha competitividade sustentable, fomentar unha intensa colaboración entre as empresas e os seus grupos de interese e reforzar o liderado de Europa en materia de xestión empresarial responsable e sustentable**.

Coñece o Programa Erasmus para mozos emprendedores

Co obxectivo de axudar os emprendedores europeos a adquirir as habilidades necesarias para crear e/ou dirixir con éxito unha pequena ou mediana empresa na Unión, a Comisión Europea creou o programa "**Erasmus para mozos emprendedores**". Este programa está financiado pola Comisión Europea e ten cobertura en 37 países.

A idea da que parte o programa é que **os novos emprendedores adquiran e intercambien coñecementos e ideas de negocio con empresariado experimentado**; cos cales conviven e colaboran durante períodos de entre 1 e 6 meses. Unha idea que materializa valores propios da RSE; como o apoio a novas empresas, StartUp's, a xeración de emprego xuvenil ou a capacitación profesional.

Como o programa indica, as vantaxes para a nova persoa emprendedora están enfocadas en desenvolver formación en prácticas nunha pequena ou mediana empresa en calquera outro país participante. Isto actúa como panca de impulso do negocio ou nova empresa que se desexa crear. Tamén se obteñen vantaxes á hora de facilitar o acceso a outros mercados, desenvolver proxectos de cooperación



internacional e potenciar as posibilidades de colaboración con socios no estranxeiro. Un aspecto destacado do programa "Erasmus mozos emprendedores" é a posibilidade de participar como empresa de acollida. Dende este punto de vista, ser unha das empresas que reciben mozos emprendedores permite coñecer novas ideas, novos coñecementos que a persoa emprendedora pode achegar. Pódense crear sinerxías, entrar en contacto con áreas diferentes ás habituais na empresa e que poden resultar complementarias ao negocio. En ocasións, os empresarios de acollida gozan tanto da experiencia que deciden acoller outros emprendedores ao finalizar o intercambio.

É unha colaboración beneficiosa para ambas as dúas partes, que propicia a RSE, **achegando o coñecemento da realidade** empresarial e a xestión das

organizacións ás persoas con inquietudes laborais, de forma directa, xerando emprego cualificado e de calidade. Ademais, o programa fai que se desenvolvan novos mercados europeos, se encontren socios ou coñezan distintas maneiras de facer negocios. Tamén se ha de pensar en clave de futuro, ao comezar a construír unha rede de contactos de ámbito europeo, formular a posibilidade de seguir colaborando ou, por que non, estudar a viabilidade de fortalecer lazos e traballar como socios a longo prazo (creando novas empresas conxuntas, subcontratar actividades, establecendo relacións de contratista-proveedor, etc.).

Toda a información dispoñible sobre o programa pode en www.erasmus-entrepreneurs.eu ou a través da Oficina de Apoio ao programa Erasmus mozos Emprendedores en support@erasmus-entrepreneurs.eu

Máis de 250 persoas asistiron ao II Foro empresa responsable organizado por Cruz Vermella

Liderado, diversidade e innovación social é o lema elixido para a segunda edición do **Foro Empresa responsable** que se celebrou o pasado 29 de maio no teatro Afundación de Vigo e no que participan máis de 250 persoas. Esta iniciativa, dirixida principalmente ao empresariado galego, foi organizada por Cruz Vermella en Galicia coa colaboración da Escola de Negocios Afundación e enmárcase nas accións do Programa operativo plurirregional loita contra a discriminación. Os obxectivos son impulsar un cambio na actuación das pequenas e medianas empresas galegas no contexto da responsabilidade social empresarial, achegar información e experiencia neste ámbito e formular un modelo de conduta empresarial que poida servir como referente. En definitiva, trátase de achegar as pemes galegas á RSE e poñer en marcha boas prácticas, sobre todo en materia de igualdade, diversidade e xestión do talento.

O acto de apertura comezou coa intervención de **Carmen Colmeiro Rojo**, presidenta autonómica de Cruz Vermella en Galicia, xunto a **Abel Caballero Álvarez**, alcalde de Vigo, **Beatriz Mato Otero**, conselleira de Traballo e Benestar da Xunta de Galicia, **José Manuel Fernández Alvariño**, presidente da Confederación de Empresarios de Galicia, e **Aurelio Villa Sánchez**, director da Escola de Negocios Afundación.

O II Foro empresa responsable contou con expertos en responsabilidade social empresarial, dirección de persoas e emprego que deron as claves para achegar as pemes galegas á RSE e propiciar un cambio positivo nas organizacións. O programa do foro incluíu relatorios, entrevistas e debates cun formato interactivo deseñado para propiciar a participación de todos os asistentes.

A directora de Sustentabilidade de **Ikea Ibérica**, Mercedes Gutiérrez Álvarez, impartiu un relatorio titulado *Sustentabilidade. Hoxe toca escribila con V*. Outro dos relatorios versou sobre *Cómo e por que a responsabilidade social é unha oportunidade para as empresas* e foi dada por Rafael Agramunt Zanon, socio fundador de **Creemos-Creemos NRG**, axencia especializada en RSE. O tema do debate desta edición xirou en torno a Casos de referencia en RSE a nivel nacional e interviñeron: Belén Varela Romero, presidenta de **AEDIPE Galicia**; José Miguel Murgui García, presidente da **Fundación Levantina**; Juan Andonegui Freire, responsable de Recursos Humanos de **Froitas Neves**; Maika Sánchez Martínez, coordinadora estatal do Plan de emprego de **Cruz Vermella Española**, e Marta Rei García, experta en RSE e colaboracións **ONL-Empresas**. Ademais houbo unha parte dedicada ao Plan de emprego de Cruz Vermella, que este ano cumpre 15 anos. A información detallada sobre o programa e os relatores pode consultarse en www.foroempresaresponsable.com

