

RSE

responsabilidade
social empresarial

XUNTA DE GALICIA

Edita: Xunta de Galicia.

Depósito legal: C 3970-2009

1. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).....	7
1.1. Que é a RSE	
1.2. Orixe da RSE	
2. RSE NA SOCIEDADE.....	10
2.1. Factores sociais que impulsan a RSE	
2.2. RSE en España e Galicia	
3. RSE NO ÁMBITO EMPRESARIAL.....	14
3.1. Dimensión interna	
3.2. Dimensión externa	
3.3. RSE nas pemes	
3.4. Razóns para ser empresa solidaria	
3.5. Beneficios da RSE para a empresa	
4. REFERENCIAS INTERNACIONAIS SOBRE RSE.....	28
4.1. Iniciativas internacionais	
4.2. Comercio xusto e consumidor responsable	
5. TRANSPARENCIA NAS PRÁCTICAS RSE.....	44
5.1 Códigos de conduta	
5.2. Normativas	
5.3. Elaboración de informes RSE	
5.4. Etiquetaxe	
5.5. Inversións socialmente responsables	
6. BOAS PRÁCTICAS RSE.....	55
7. ENDEREZOS DE INTERESE.....	65

1. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

1.1 QUE É A RSE

A responsabilidade social empresarial (RSE), tamén chamada responsabilidade social corporativa (RSC), é o compromiso voluntario por parte das empresas co desenvolvemento social, laboral e ambiental nas súas relacións comerciais e nas relacións cos seus interlocutores.

A RSE xera un importante debate dende todos os sectores: administracións, organizacións sindicais, empresariais e civís. É o resultado dun proceso de reflexión a no ámbito internacional:

-  Sobre o modelo de desenvolvemento da sociedade actual.
-  O desexo das xeracións presentes de mellorar o nivel de vida.
-  A racionalización dos recursos do planeta mediante o desenvolvemento sustentable, de xeito que favoreza o respecto polo contorno sen comprometer o dereito das xeracións futuras a dispoñer dos recursos que garantan, polo menos, un adecuado nivel de vida, en equilibrio coa súa dimensión económica, social e ambiental.

Os empresarios, hoxe en día, xa non buscan soamente obter beneficios a curto ou medio prazo, senón tamén un comportamento responsable e comprometido co ambiente e os dereitos humanos. A súa responsabilidade non se limita ás consecuencias do que fan, senón que tamén se valora como se sitúan e actúan nas súas relacións cos demais.

En marzo de 2000, o Consello Europeo de Lisboa apelou á responsabilidade social empresarial no relativo ás prácticas correctas en materia de aprendizaxe permanente, organización do traballo, igualdade de oportunidades, integración social e desenvolvemento sustentable e propuxo como obxectivo para 2010 converter a Europa “na economía baseada no coñecemento máis competitiva e dinámica do mundo, capaz de crecer economicamente de xeito sustentable, con máis e mellores empregos e con máis cohesión social”.

Para axudar a conseguir este obxectivo, no ano 2001 a Unión Europea redactou o *Libro Verde* para fomentar un marco europeo de responsabilidade social das empresas, abrindo un debate sobre como impulsar esta responsabilidade no ámbito europeo e internacional.

1.2. ORIXE DA RSE

A orixe da RSE atópase nos acontecementos que marcaron nos últimos tempos a sociedade, tales como:

- A crise do modelo do estado de benestar. A redución do déficit público por parte dos países fixo que os gobernos reducisen a súa intervención na vida económica das empresas, o que, sen dúbida, repercutiu nos obxectivos que o estado de benestar pretendía satisfacer: o pleno emprego, un sistema de seguridade social que cubra a totalidade da poboación, un nivel de vida mínimo para todos etc.
- Globalización. Este novo modelo económico fai que as empresas, especialmente as grandes corporacións, aumenten a súa influencia e os seus efectos tridimensionais no económico, no social e no ambiental.
- Crise de confianza. A falta de transparencia de determinadas multinacionais, salpicadas de escándalos financeiros, manipulacións contables, esaxeración dos beneficios para atraer accionistas, falta de respecto polos dereitos humanos e o emprego de man de obra de países do terceiro mundo en condicións infrahumanas provocaron un sentimento de desconfianza na sociedade.

2. RSE NA SOCIEDADE

Os cidadáns e a sociedade en xeral esíxennlles, cada vez máis, ás institucións e ás empresas un maior compromiso social. Reclaman que as estratexias de desenvolvemento económico respecten o ambiente, os dereitos humanos, os dereitos laborais dos traballadores e as normas éticas en todas as súas relacións.

2.1. FACTORES SOCIAIS QUE IMPULSAN A RSE

10

- As novas inquietudes e expectativas dos cidadáns, consumidores, poderes públicos e investidores no contexto da mundialización e o cambio industrial a grande escala.
- Os criterios sociais inflúen cada vez máis nas decisións de investimento das persoas ou das institucións, tanto en calidade de consumidores (consumo responsable, comercio xusto...), como de investidores (investimentos socialmente responsables, índices sustentables...).



- A preocupación cada vez maior de toda a sociedade sobre a deterioración ambiental.
- A transparencia das actividades e dos resultados empresariais propiciada polos medios de comunicación e as modernas tecnoloxías de información e comunicación. Hoxe en día, as novas sobre malas prácticas empresariais poden facer caer o consumo dun determinado produto de forma fulminante e en todos os países.

2.2. RSE EN ESPAÑA E GALICIA

En España, a implantación da RSE sofre un considerable atraso con respecto a Europa, posiblemente debido á recente internacionalización da empresa española e da percepción por parte das organizacións de que é un concepto propio das ONG, sen incidencia na conta de resultados. Non obstante, nos últimos anos produciuse un gran desenvolvemento deste concepto e xa un importante número de institucións de distintos ámbitos traballan para impulsar a RSE.

No eido estatal, de momento, non existen normas promotoras da RSE e só unhas poucas empresas españolas formalizaron políticas de RSE creando departamentos específicos (Grupo Telefónica, BBVA, Inditex, SCH...).

En Galicia, a preocupación pola responsabilidade social empresarial levou a Xunta a tomar as primeiras medidas de difusión, sensibilización, fomento e apoio da RSE; así, dende esta institución,

e seguindo as claves do Libro Verde da Unión Europea establecéronse os seis piares estratéxicos nos que deben incidir as empresas:

- **Formación:** a empresa responsable nesta materia facilita a realización profesional de cada empregado e empregada, contribuíndo a desenvolver e reciclar a súa formación durante a súa traxectoria profesional, para adaptarse aos cambios do contorno empresarial.
- **Organización do traballo:** coa finalidade de conseguir produtos útiles e xerar riqueza e estabilidade laboral, as empresas socialmente responsables neste eido melloran a xestión dos procesos produtivos para conseguir calidade, innovación e seguridade nos seus produtos.
- **Igualdade de oportunidades:** mellores condicións de emprego en igualdade de oportunidades; é dicir, medidas voluntarias adoptadas para fomentar o respecto á diversidade, á conciliación da vida familiar coa laboral, á seguridade e saúde e á satisfacción co traballo, máis alá do que resulta de obrigado cumprimento segundo a normativa existente.
- **Integración social:** o acceso ao traballo dos grupos sociais con maior risco de exclusión contribúe a xerar calidade de vida da comunidade e a fomentar a implicación de todos os colectivos que participan nas actividades empresariais.
- **Respecto ao ambiente:** en materia ambiental, as empresas poderán basear a RSE nunha xestión enerxética eficiente ou “ecoexistión”. A RSE consiste no control do impacto que xera a actividade da empresa no solo, no aire e na auga, optimizando o uso dos recursos e minimizando a xeración de residuos e contaminación.

- Desenvolvemento sustentable: a xestión nas empresas da RSE a medio e longo prazo difunde valores empresariais como a seguridade laboral, a integración social, a atención sanitaria, a educación, a calidade de vida, a rexeneración ambiental, o desenvolvemento económico e o fomento do emprego e das infraestruturas locais no seu contorno.

Outra das actuacións relevantes da Xunta foi a sinatura do Acordo a prol da responsabilidade social empresarial, que senta as bases da responsabilidade social galega.

A participación na responsabilidade social das nosas empresas aínda é moi limitada, aínda que se pode destacar, non obstante, o caso de Inditex, que foi a primeira empresa española en crear un departamento de RSE e en asinar o Pacto Mundial das Nacións Unidas. Tamén publicaron memorias de sustentabilidade Caixa Galicia, Unión FENOSA e Zeltia, entre outras. Todas elas son grandes empresas, xa que o problema básico de Galicia é que o tecido empresarial está composto principalmente de pequenas e medianas empresas que aínda non asumiron como propio este concepto, por pensar que é algo que só lles concirne ás multinacionais, por iso a Xunta centra as accións de fomento e promoción da RSE en involucrar as pemes.

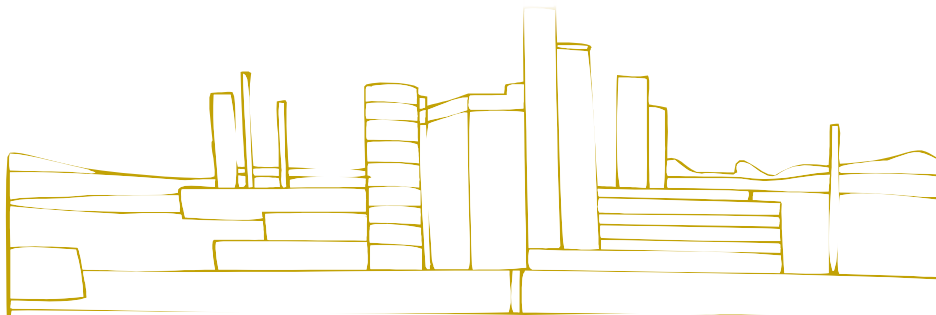


3. RSE NO ÁMBITO DAS EMPRESAS

As empresas, no desenvolvemento da súa actividade, inflúen, impactan e condicionan considerablemente o benestar das persoas e do ambiente. Todo fai supoñer que a empresa quedará configurada, nun futuro non moi afastado, como a maior institución social e o máis importante motor de cambio e de progreso das sociedades, ata o punto de que podería darse un desprazamento de moitas funcións, tradicionalmente atribuídas ao Estado, cara á empresa. Isto pon en crise o concepto tradicional de empresa como entidade creada coa exclusiva misión de lograr beneficios empresariais.

14

As teorías de RSE propugnan a axeitada interrelación e interconexión entre a empresa como institución social e aqueles grupos de interese interrelacionados con ela, os denominados *stakeholders* (os accionistas, os traballadores e as súas familias, os consumidores, os provedores, as comunidades locais e rexionais, a Administración e aqueles outros tales como as organizacións de consumidores, as asociacións veciñais etc.; en conxunto, todos aqueles que poden resultar afectados pola marcha da empresa e que teñen un interese efectivo no bo desempeño empresarial).



"Unha empresa é socialmente responsable cando responde satisfactoriamente ás expectativas que sobre o seu funcionamento teñen os distintos grupos de interese. A RSE refírese a como as empresas son gobernadas respecto aos intereses dos seus traballadores, os seus clientes, os seus provedores, os seus accionistas e o seu impacto ecolóxico e social na sociedade en xeral é dicir, a unha xestión da empresa que respecta a todos os seus grupos de interese e supón unha formulación de tipo estratéxico que debe formar parte da xestión cotiá da toma de decisións e das operacións de toda a organización, creando valor a longo prazo e contribuíndo significativamente á obtención de vantaxes competitivas duradeiras. De aí a importancia de que tanto os órganos de goberno coma a dirección das empresas asuman a perspectiva da RSE.

Maila que a responsabilidade social lles corresponde en primeiro lugar ás empresas, esténdese a todas as organizacións que lle dan un valor engadido á sociedade, sexan públicas ou privadas, con ánimo de lucro ou sen el."

(Foro de Expertos RSE (2005): I, II e III Sesión de traballo: definición e ámbito da RSE, Ministerio de Traballo e Asuntos Sociais).

3.1. RSE, DIMENSIÓN INTERNA

A dimensión interna da RSE contempla a organización da empresa: os accionistas, os traballadores e a xestión de recursos naturais na produción.

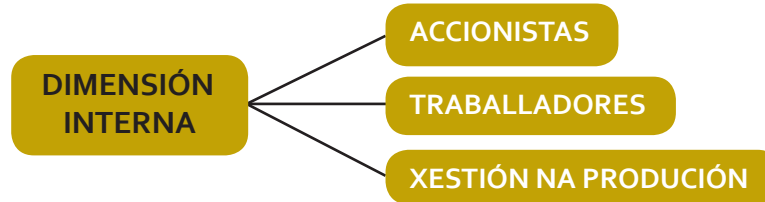
No ámbito da empresa, o *Libro Verde* da Unión Europea estuda os seguintes aspectos:

- Xestión dos recursos humanos.
- Saúde e hixiene no lugar de traballo.
- Prevención de riscos laborais.
- Adaptación aos cambios.
- Xestión do impacto ambiental e dos recursos naturais.
- Resultados financeiros fronte aos accionistas.

Xestión de recursos humanos. As empresas socialmente responsables deben organizar o traballo de maneira que as persoas poidan mellorar e desenvolverse humana e profesionalmente a través do seu traballo na empresa.

Aplicando prácticas de contratación non discriminatorias poden facilitar a integración social de persoas pertencentes a minorías étnicas, persoas de maior idade, mulleres, desempregados de longa duración, persoas desfavorecidas, discapacitados e inmigrantes. Este é un dos puntos claves nos que incide a Unión Europea (UE) para acabar coa exclusión social.

Debe fomentar a igualdade de oportunidades das mulleres en todos os planos de actividade na empresa. Especialmente, propiciando medidas de conciliación da vida laboral e contra a discriminación que poida existir, a través dun maior equilibrio entre traballo, familia e lecer; a igualdade na retribución e nas perspectivas profesionais e incentivando a formación continua das súas traballadoras e a súa promoción laboral.



Saúde e seguridade no lugar de traballo. As empresas deben buscar formas de promover a saúde e a seguridade dos seus traballadores e utilízalas tamén á hora de adquirir produtos e servizos doutras empresas e para promover os seus propios produtos e servizos.

Prevención de riscos laborais. É un dos capítulos fundamentais da RSE, esencial para alcanzar a calidade de produtos e procesos produtivos. Supón un custo inicial no momento da súa implantación, pero despois xera beneficios e contribúe á competitividade empresarial.

Adaptación aos cambios. Á hora de facer reestruturacións na empresa, o punto de vista socialmente responsable significa equilibrar e ter en conta os intereses e preocupacións de todos os afectados polos cambios.

As empresas deben procurar non deixar desamparados os traballadores, intentar que se organicen montando novas empresas ou orientando a súa futura formación.

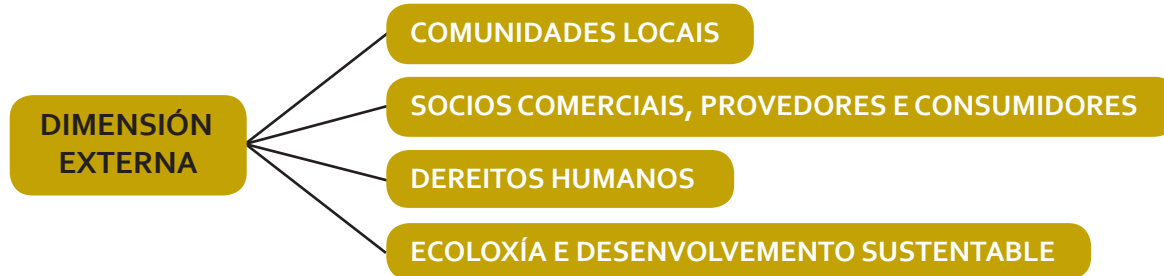
Xestión do impacto ambiental e dos recursos naturais. Unha empresa socialmente responsable debe ter especial coidado na súa xestión do impacto ambiental e dos recursos naturais, diminuindo o consumo de recursos, dos residuos, das emisións contaminantes e reducindo os gastos enerxéticos.

Unha ferramenta que fomenta a responsabilidade social das empresas é o Sistema Comunitario de Xestión e Auditoría Ambiental (EMAS), que anima as empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría e ecoxestión dirixidos a estimular a mellora constante do rendemento ecolóxico.

Resultados financeiros fronte aos accionistas. Cada vez son máis os accionistas que esixen que o seu diñeiro sexa investido en empresas socialmente responsables, xa que son conscientes de que estas accións atraen a un maior número de consumidores e, polo tanto, un aumento dos beneficios.

3.2. RSE, DIMENSIÓN EXTERNA

A dimensión externa da RSE refírese aos interlocutores externos: socios comerciais, clientes, consumidores, provedores, institucións públicas e ONG.



Un dos ámbitos principais onde as empresas poden desenvolver medidas de RSE dentro da súa dimensión externa é nas comunidades locais, creando emprego, contribuíndo cos ingresos fiscais, participando en iniciativas de desenvolvemento local...; deste xeito, a empresa tamén se beneficia, xa que, sobre todo nas pemes, os clientes potenciais son os cidadáns que viven no contorno.

O *Libro Verde* da UE indica como modelos de compromiso responsable das empresas coa súa comunidade local os seguintes:

- ✓ Ofrecemento de prazas adicionais de formación profesional.
- ✓ Colaboración con organizacións de defensa do ambiente.
- ✓ Contratación de persoas socialmente excluídas.
- ✓ Oferta de servizos de gardería aos seus traballadores.
- ✓ Establecemento de redes sociais con grupos da comunidade.
- ✓ Patrocinio de actividades deportivas ou culturais no ámbito local.
- ✓ Realización de doazóns para obras benéficas en institucións da zona.

Socios comerciais, provedores e consumidores. As empresas RSE deben respectar as normas en materia de competencia, tanto estatais como comunitarias. O *Libro Verde* pon de manifesto que as medidas sobre responsabilidade social que adopte unha empresa afectan tamén os seus socios

económicos, do mesmo xeito que as empresas deben ser conscientes de que os seus resultados poden verse afectados polas prácticas dos seus socios ou provedores ao longo de toda a cadea de produción e da imaxe que lles poden dar aos consumidores.

Os modelos de boas prácticas que se propoñen neste ámbito son:

Socios comerciais: identificar oportunidades e establecer alianzas comerciais xustas, asegurar a compatibilidade coa cultura empresarial, compartir coñecementos...

Provedores: practicar o consumo responsable, fomentar o comercio xusto e ecolóxico, recorrer a provedores locais, contratar empresas que promoven a inserción social, manter boa comunicación...

Consumidores: divulgación das súas actividades no ámbito da responsabilidade social, valorar a súa fidelidade e satisfacción, garantir a calidade do produto...

Coa competencia: promover a cooperación no sector, colaborar con proxectos de innovación...

Institucións públicas: colaborar coas administracións, manter un dialogo fluído, establecer relacións de responsabilidade, participar en iniciativas públicas...

Dereitos humanos nas relacións comerciais: cada vez máis empresas e sectores adoptan códigos de conduta en materia de condicións laborais e dereitos humanos, dirixidos en particular aos seus subcontratistas e provedores.

Ecología e desenvolvemento sustentable: as empresas, debido ao consumo de recursos naturais e á globalización das súas actuacións teñen moito que dicir sobre os problemas ambientais. Así, as empresas con RSE reducen o impacto ambiental das súas actividades ao longo da súa cadea de produción e fan maior uso de ferramentas europeas e internacionais vinculadas á xestión e aos produtos, tendo sempre presente que o investimento e as actividades en terceiros países poden ter efectos directos sobre o desenvolvemento económico e social dos devanditos países.

O papel das empresas para contribuír ao desenvolvemento sustentable e aos dereitos humanos cobra cada vez máis importancia na escena internacional, e son moitas as iniciativas adoptadas neste sentido, como o Pacto Mundial da Organización de Nacións Unidas (ONU), as directrices para as empresas multinacionais da Organización para a Cooperación e o Desenvolvemento Económico (OCDE), a Declaración tripartita da Organización Internacional do Traballo (OIT) sobre os principios e dereitos fundamentais no traballo e o *Libro Verde* e o Código de conduta para empresas europeas que operan en países en desenvolvemento, da UE.

3.3. RSE NAS PEMES

Inicialmente, a RSE asociábase ás grandes empresas multinacionais, pero co paso do tempo e dada a súa importancia na economía, o concepto trasladouse ás pemes.

A Comisión Europea, no *Libro Verde*, dedícalle especial atención ao tema da RSE nas pemes: “O aumento da súa posta en práctica nas pequenas e medianas empresas, incluídas as microempresas, é fundamental, porque son as que máis contribúen á economía e á creación de postos de traballo”. Chega ás seguintes conclusións:



A RSE depende da cultura e da sociedade onde se desenvolvan as devanditas actividades empresariais. Está máis estendida en países onde a solidariedade e o respecto ao ambiente son valores fortemente arraigados (Noruega, Islandia, Suecia, Dinamarca...).



As pemes identifican a política RSE como unha cesión dos seus beneficios económicos á sociedade e non como un cambio nos valores e na forma de xestionar os seus negocios. As actividades e métodos de RSE máis habituais (patrocinio de actividades deportivas, culturais e doazóns) son alleas á actividade empresarial e supoñen un gasto económico, pero non un cambio nos valores e na forma de xestionar a empresa.



Nas pemes as actividades RSE son, na súa maioría, ocasionais e non forman parte da súa estratexia empresarial, que realizan cando xorde unha ocasión concreta e dispoñen de recursos para iso.

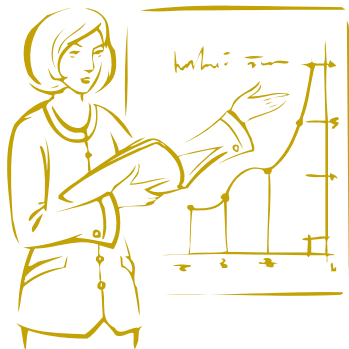
A RSE para as pemes debe promoverse, simplemente, porque é a mellor maneira de facer os negocios co maior beneficio para todos:

-  Mellorar a xestión ambiental reduce os custos.
-  Mellorar a xestión de recursos humanos consegue que os traballadores estean orgullosos de traballar na empresa, o que redunda na produtividade e calidade dos produtos/servizos que esta ofrece... Ademais, ter un bo clima laboral inflúe moi positivamente na reputación da empresa, o cal á súa vez se lles transmite aos clientes.
-  Pasar de ser compañías pasivas a cidadáns proactivos e activos na comunidade xera boa imaxe.
-  Alimentar a relación cos clientes/comunidade repercute nas vendas.
-  Ser bos cidadáns ofrece sólidas garantías ante entidades financeiras e aseguradoras.

3.4. RAZÓNS PARA SER EMPRESA SOLIDARIA

1. Mellorar a vida dos que o teñen máis difícil. Ocuparse activamente da integración das persoas con discapacidade, mulleres en dificultade, inmigrantes, ex-reclusos, xente nova de barrios desfavorecidos, maiores dependentes, persoas en situación de extrema pobreza...
2. Unha oportunidade para mellorar a propia empresa, a partir dunha nova estratexia de xestión empresarial e visión de empresa.
3. Un beneficio común, porque a acción social concilia o crecemento empresarial co desenvolvemento social. Integrar nas operacións empresariais as preocupacións sociais beneficia a todos.
4. Situar a empresa na vangarda cun compromiso voluntario que vai máis alá das súas obrigas legais, por considerar que redunda a longo prazo no seu propio interese.
5. Ser empresa solidaria dá sensación de abertura e innovación, o que fai que a empresa se vexa como máis eficiente e atractiva e inspíralles máis confianza aos clientes, provedores, traballadores, cidadáns e ao resto de empresas.

6. Contribuír a lograr un contorno social estable, máis cohesionado e con maior benestar.
7. Un investimento de custo cero e non un gasto corporativo, co que a empresa adquire vantaxes competitivas, mellora a súa reputación e imaxe e responde á demanda da sociedade.
8. A acción social engádelle valor á empresa, aos seus produtos e servizos e ao seu equipo humano.
9. Hai tantas posibilidades de acción social como empresas e como persoas en dificultades, esta adáptase ás características de cada organización, xa sexa grande, mediana ou pequena.
10. Participan no avance da sociedade do benestar. As empresas teñen un papel decisivo mediante a súa participación na acción social.



3.6 BENEFICIOS DA RSE PARA A EMPRESA

A RSE repercute directamente na empresa, no seu status no ámbito empresarial e na súa conta de resultados. Tamén é unha vantaxe competitiva que se reflicte na súa imaxe e no orgullo dos traballadores de pertencer á empresa.

Outros beneficios que achega a RSE á empresa son, entre outros:

- ✚ Posicionar e diferenciar a marca.
- ✚ Mellorar a imaxe empresarial e a reputación.
- ✚ Aumentar a notoriedade da empresa/marca.
- ✚ Acceder a novos segmentos de mercado, atraídos por unha xestión ética e responsable.
- ✚ Acceder e influír positivamente en líderes de opinión.
- ✚ Facer fieis os clientes.
- ✚ Mellorar a relación co contorno.
- ✚ Incrementar a influencia da empresa na sociedade.
- ✚ Incentivar investimentos éticos.

A RSE brinda a ocasión de incorporar esta forma innovadora de xestión empresarial, que fai máis competitiva a empresa, máis humana e máis moderna.

4. REFERENCIAS INTERNACIONAIS SOBRE RSE

Son numerosas as iniciativas internacionais que impulsan a incluír a RSE na estratexia empresarial. Son proxectos que ditan normas que se han seguir ou recomendacións que, aínda que non son de obrigado cumprimento, si levan consigo un compromiso dos Estados para apoiar a súa incorporación nas empresas dos seus países.



4.1. INICIATIVAS INTERNACIONAIS

ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS (ONU), defínese como unha asociación global de gobernos que facilita a cooperación en asuntos tales como o dereito internacional, a paz e seguridade internacional, o desenvolvemento económico e social, os asuntos humanitarios e os dereitos humanos.

Unha das súas iniciativas é o Pacto Mundial, no que a ONU propón as empresas que, de xeito voluntario, se comprometan a aliñar as súas estratexias e operacións por medio da implantación de dez principios universalmente aceptados, divididos en catro áreas temáticas: dereitos humanos, laborais, ambiente e loita anticorrupción.



Polo seu número de participantes, miles en máis de cen países, o Pacto Mundial é a iniciativa de cidadanía corporativa maior do mundo.

Dereitos humanos

- Principio 1: as empresas deben apoiar e respectar a protección dos dereitos humanos fundamentais recoñecidos universalmente, dentro do seu ámbito de influencia.
- Principio 2: as empresas deben asegurarse de que non son cómplices de ningunha vulneración dos dereitos humanos.



Estándares laborais

- Principio 3: as empresas deben apoiar a liberdade de asociación e o recoñecemento efectivo do dereito á negociación colectiva.
- Principio 4: as empresas deben apoiar a eliminación de toda forma de traballo forzoso ou realizado baixo coacción.
- Principio 5: as empresas deben apoiar a erradicación do traballo infantil.
- Principio 6: as empresas deben apoiar a abolición das prácticas de discriminación no emprego e ocupación.

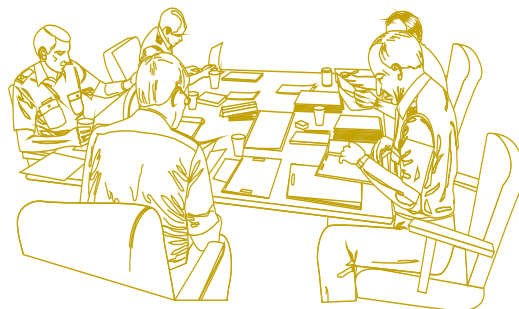


Ambiente

- Principio 7: as empresas deberán manter un enfoque preventivo que favoreza o ambiente.
- Principio 8: as empresas deben fomentar as iniciativas que promovan unha maior responsabilidade ambiental.
- Principio 9: as empresas deben favorecer o desenvolvemento e a difusión das tecnoloxías respectuosas co ambiente.

Anticorrupción

- Principio 10: as empresas deben traballar en contra da corrupción en todas as súas formas, incluídas a extorsión e o suborno.



OBXECTIVOS DAS NACIÓNS UNIDAS PARA O MILENIO, os líderes mundiais reunidos no ano 2000 estableceron como data límite para alcanzar a maioría dos obxectivos do Pacto do Milenio (ODM) o ano 2015 e redactaron os parámetros cuantitativos para reducir todas as formas de extrema pobreza á metade. Os Estados membros das Nacións Unidas comprometéronse a:

- Erradicar a pobreza extrema e a fame: reducir á metade a porcentaxe de persoas cuxos ingresos sexan inferiores a un dólar por día e reducir á metade a porcentaxe de persoas que padecen fame.
- Lograr a ensinanza primaria universal: velar porque todos os nenos e nenas poidan terminar un ciclo completo de ensinanza primaria.
- Promover a igualdade entre xéneros e a autonomía da muller: eliminar as desigualdades entre xéneros no ensino primario e secundario, preferiblemente para o ano 2005, e en todos os niveis do ensino para 2015.
- Reducir a mortalidade infantil: reducir en dúas terceiras partes a taxa de mortalidade dos nenos menores de cinco anos.
- Mellorar a saúde materna: reducir a taxa de mortalidade materna en tres cuartas partes.
- Combater o VIH/SIDA, o paludismo e outras enfermidades: deter e comezar a reducir a pro-

pagación do VIH/SIDA; deter e comezar a reducir a incidencia do paludismo e outras enfermidades graves.

- Garantir a sustentabilidade do ambiente: incorporar os principios de desenvolvemento sustentable nas políticas e programas nacionais inverter a perda de recursos do ambiente, reducir á metade a porcentaxe de persoas que carecen de acceso á auga potable, mellorar considerablemente a vida de, polo menos, 100 millóns de habitantes que viven en condicións infrahumanas para o ano 2020.

Organización para a Cooperación e o Desenvolvemento Económico (OCDE). Dentro da Declaración sobre investimento internacional e empresas multinacionais (EM) atópanse as directrices que os gobernos lles propoñen conxuntamente ás empresas multinacionais. Son principios de boas prácticas conformes coas disposicións legais aplicables. O seu cumprimento é voluntario e ten como obxectivos:



- Asegurar que as actividades das EM se atopen en harmonía coas políticas públicas.
- Reforzar as bases de mutua confianza entre as EM e as sociedades nas que operan.
- Instaurar un clima favorable para o investimento internacional.
- Incrementar as achegas positivas das multinacionais nos eidos económico, social e ambiental e, en definitiva, no desenvolvemento sustentable.

Os seus principios son:

- Principios xerais: subliñan aspectos xerais de bo comportamento empresarial, incluíndo o respecto aos dereitos humanos.
- Publicación de informacións: promove a difusión por parte das EM de información fiable das súas actividades e da súa estrutura, situación financeira e resultados.
- Emprego e relacións laborais: abrangue aspectos tales como a non discriminación, a eliminación do traballo forzoso e do traballo infantil e a liberdade de sindicación e de negociación colectiva dos traballadores.

- Ambiente: insiste na posta a punto e na aplicación de sistemas de xestión ambiental adaptados a cada EM e en obxectivos de saúde e seguridade.
- Loita contra a corrupción: indica que as EM non deben ofrecer, prometer, conceder ou solicitar pagos ilícitos ou outras vantaxes indebidas.
- Protección dos consumidores: busca asegurar que as EM respecten os dereitos dos consumidores, mesmo os referidos á calidade e salubridade dos produtos, mencionando o dereito á intimidade e protección de datos de carácter persoal.
- Ciencia e tecnoloxía: recoñece que as EM poden xogar un importante papel na mellora da tecnoloxía local, sen por iso comprometer os seus dereitos de propiedade intelectual.
- Competencia: promove o respecto ás regras da competencia e a evitar comportamentos anticompetitivos.
- Fiscalidade: recoméndalles ás EM o respecto ás leis e regulacións fiscais.

Organización Internacional do Traballo (OIT). É a axencia tripartita da Organización de Nacións Unidas (ONU) e convoca a gobernos, empresarios e traballadores dos seus Estados membros, co fin de realizar accións conxuntas destinadas a promover o traballo digno no mundo.

A OIT adoptou o 10 de xuño de 2008, por unanimidade, a Declaración da OIT sobre a xustiza social para unha globalización equitativa, na que se subliña que os principios básicos da organización son:

- A liberdade sindical.
- O dereito de negociación colectiva.
- A eliminación do traballo forzoso ou obrigatorio.
- A abolición do traballo infantil.
- A eliminación da discriminación en materia de emprego e ocupación.





Unión Europea (UE). Algunhas das principais iniciativas que adoptou a Unión Europea para fomentar a RSE son:

- *Libro Verde*, para o fomento dun marco europeo de responsabilidade social das empresas.
- Foro multilateral, para promover a transparencia e a converxencia das prácticas e os instrumentos de responsabilidade social.
- Alianza europea, para fomentar unha maior aceptación da RSE entre as empresas europeas, así como aumentar o apoio á RSE e o seu recoñecemento como unha contribución ao desenvolvemento sustentable e á estratexia para o crecemento e o emprego.

A nova estratexia da Comisión Europea en favor da RSE ten a finalidade de:

- Poñer de relevo os argumentos comerciais da RSE para facela máis atractiva a un número cada vez maior de empresas e, en particular, das pemes.
- Promover a avaliación comparativa externa da actuación das empresas nos ámbitos social e ambiental, para que a responsabilidade social sexa máis crible.
- Xestionar o foro multilateral europeo para concentrar os debates arredor da RSE.
- Garantir que as políticas comunitarias sexan compatibles coa RSE.

4.2 COMERCIO XUSTO E CONSUMIDOR RESPONSABLE

A RSE só será efectiva se todos os actores sociais –empresas, Administración, consumidores, sociedade civil etc.– se involucran e xogan un papel pro activo no desenvolvemento sustentable.

Denomínase consumidor a toda persoa ou entidade que compra ou utilice bens ou servizos. Os principais consumidores son: persoas particulares ou consumidores domésticos, empresas que

consomen no marco da súa cadea de produción ou prestación de servizos e as administracións públicas a través das súas compras, contratacións públicas, servizos etc.

Os criterios sociais inflúen nas decisións de consumo e investimento e aparecen novos conceptos cada vez máis demandados pola sociedade, como son o comercio xusto e o consumidor responsable.

4.2.1. COMERCIO XUSTO E CONSUMIDORES RESPONSABLES

As vantaxes da globalización non chegan a todos. Quen non teñen acceso directo aos mercados e non dispoñen da información sobre estes dependen dos intermediarios e non se benefician do crecente comercio mundial. As razóns son: a restrinxida apertura dos mercados occidentais para os produtos dos países empobrecidos, a protección destes mediante subsidios agrícolas e a busca de beneficios a curto prazo.

O comercio xusto, tamén chamado comercio alternativo, é un movemento internacional co dobre obxectivo de mellorar o acceso ao mercado dos produtores máis desfavorecidos e cambiar as inxustas regras do comercio internacional. Xorde na década dos 60, despois da chamada que fixeron uns produtores do sur na conferencia das Nacións Unidas sobre comercio e desenvolvemento. Nela pediron “comercio, non axuda”. Concretamente, o que solicitaron foi un prezo xusto

para os seus produtos que lles permitise cubrir como mínimo os seus custos de produción e as súas necesidades primarias (fogar, saúde, educación etc.). A partir deste momento, xurdiron gran cantidade de agrupacións e asociacións en varios países en apoio do denominado Comercio Xusto, que se converten nun movemento mundial.

Todos os movementos uníronse en 1997 baixo o nome de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), que marcou o comezo dun movemento unificado internacional de certificación de comercio xusto. En 2004, creouse o FLO-CERT, organismo de certificación de produtos de comercio xusto, que cumpre cos estándares da norma ISO 65 para organismos internacionais certificadores.

No ámbito internacional, as vendas medraron máis dun 20% cada ano dende o inicio do século XXI. Os primeiros establecementos de comercio xusto en España foron abertos en 1986 e, en 2005, existían 95.

A filosofía do comercio xusto é que a mellor axuda aos países en vías de desenvolvemento é o establecemento de relacións comerciais éticas e respectuosas, con crecemento sustentable das nacións e dos individuos. Máis que polas entidades oficiais ou estatais, o comercio xusto é impulsado e practicado por millóns de persoas solidarias en diversas partes do mundo, que apoian a venda de produtos como o café de Colombia, o ron de Cuba, o mel de Chiapas etc.

Obxectivos do comercio xusto

- Garantir para os traballadores e traballadoras un salario xusto.
- Mellorar as condicións de seguridade e hixiene do lugar de traballo.
- Fomentar a igualdade de oportunidades para as mulleres.
- Protexer os dereitos dos nenos.
- Salvagardar as minorías étnicas.
- Preservar o ambiente.

4.2.2. CONSUMIDOR RESPONSABLE

Consumidor responsable é aquel que ten uns hábitos de consumo sustentables, responsables e guía as súas preferencias por certos criterios sociais e ambientais que garantan un contorno saudable e xusto para toda a humanidade e para as xeracións vindeiras.

Un consumidor responsable é unha persoa informada e consciente de que os seus hábitos de consumo poden influír na sociedade e no benestar das persoas, que non queren contribuír ao aumento da pobreza e que esixe que os produtos por eles escollidos sexan elaborados por persoas con dereitos laborais, sociais e económicos.

Esta forma de consumo aparece porque a realidade social e económica é cada vez máis complexa, moitas empresas cambiaron os seus procesos de produción delegando responsabilidades en provedores e/ou subministradores e deslocalizando a súa produción a áreas xeográficas nas que a lexislación en materia social e ambiental é sumamente débil. Por isto, o consumidor é unha peza clave, porque os seus comportamentos e hábitos de compra inflúen decididamente sobre o éxito ou o fracaso dun produto ou servizo.

Un consumo responsable inclúe tamén a saúde e seguridade de todas aquelas persoas implicadas na cadea de valor do produto e unha serie de dereitos dos consumidores:

- Dereito de elixir, tanto individual coma colectivamente.
- Dereito a unha información completa e veraz sobre os bens e servizos que se ofrecen.
- Dereito a organizarse e a actuar a través de asociacións de consumidores.



5. TRANSPARENCIA NAS PRÁCTICAS RSE

A transparencia nas prácticas e ferramentas de implantación de RSE é esencial, xa que facilitan o intercambio de información e serven de axuda ás empresas á hora de cuantificar os resultados obtidos. As empresas RSE deben aumentar a súa transparencia con: códigos de conduta, normas de xestión, elaboración de informes, etiquetas e investimentos responsables.

5.1. CÓDIGOS DE CONDUTA

O código de conduta dunha empresa é unha declaración das normas éticas que esta decide implantar na súa actividade empresarial. Nel establécense os valores, crenzas e normas de conduta que forman parte do proxecto de empresa e recolle as liñas básicas que se han seguir sobre os dereitos dos traballadores, dereitos humanos, protección do ambiente, integración social etc. Debe servir para un cumprimento real e efectivo da legalidade e dos compromisos asumidos.

O Parlamento Europeo, no documento "Código de conduta para as empresas europeas que operan en países en desenvolvemento", recolle a esencia do que debe ser un código ético: "O Parlamento Europeo... saúda e apoia as iniciativas voluntarias do mundo empresarial e da industria,

dos sindicatos e das asociacións de ONG de promover códigos de conduta, xunto cun seguimento e verificación eficaces e independentes e a participación dos interesados no desenvolvemento, aplicación e supervisión destes códigos". Subliña, ao mesmo tempo, que os códigos de conduta non poden substituír nin invalidar as normas nacionais ou internacionais, nin a propia responsabilidade dos gobernos; opina que non deben utilizarse os códigos de conduta como instrumento que lles permita ás empresas multinacionais eludir os controis públicos e xurídicos...

Pautas que se han seguir para a elaboración dun código ético ou código de conduta:

1. Determinar de forma explícita a posición da empresa en relación cos valores que e deben ter en conta na súa actuación.
2. Establecer os mecanismos que fagan posible o seguimento e o control do cumprimento dos obxectivos formulados e, se é o caso, establecer as medidas correctoras oportunas.
3. Implicar e integrar na elaboración do código e no seu seguimento todos os grupos de interese que poidan verse afectados por el.

Os códigos de conduta deben ser claros e precisos e ademais, ser difundidos e divulgados entre todos os membros da organización. O seu complemento é o código de boas prácticas, que é onde se especifican e concretan as actuacións recomendables ante posibles situacións da actividade laboral, así como aquelas outras que hai que evitar.

5.2. NORMATIVAS

As empresas, de forma voluntaria, emprenden o camiño para a obtención de certificacións que sirvan de garantía ante terceiros do cumprimento e adecuación dos seus sistemas de xestión empresarial aos estándares internacionais. Algunhas das máis importantes son:



International
Organization for
Standardization

ISO 9000, a familia de normas ISO 9000 é un conxunto de normas de calidade establecidas pola Organización Internacional para a Estandarización (ISO) que se poden aplicar en calquera tipo de organización (empresa de produción, empresa de servizos, Administración pública). Céntrase en catro principios:

- Responsabilidade da dirección.
- Xestión dos recursos.
- Realización do produto ou servizo.
- Medición, análise e mellora.



<http://www.iso.org>

ISO 14001, esta norma proporciona elementos para un sistema de xestión ambiental que permite lograr e demostrar un desempeño ambiental válido para o control do impacto das súas actividades, produtos e servizos, tomando en conta a súa política ambiental e os seus obxectivos.

Todas as normas da familia ISO 14000 desenvóléronse sobre a base dos seguintes principios:

- Mellorar a xestión ambiental.
- Deben ser aplicables a todas as nacións.
- Deben promover un amplo interese no público e nos usuarios dos estándares.
- Deben ser baratas, flexibles e non poden prescribir para poder aplicarse en organizacións de calquera tamaño e situadas en calquera parte do mundo.
- Deben servir á verificación tanto interna como externa.
- Deben estar baseadas en coñecementos científicos.
- Deben ser prácticas, útiles e utilizables.

ISO 26000, guía de recomendacións para as empresas en materia de responsabilidade social corporativa, que será publicada no 2010. É de uso voluntario, non inclúe requisitos e, polo tanto, non é certificable. O obxectivo que se formula é o de:

- Asistir ou axudar as organizacións a establecer, aplicar, manter e mellorar os marcos ou as estruturas de responsabilidade social (RS).
- Apoiar as organizacións para que demostren a súa RS, mediante unha boa resposta e un efectivo cumprimento de compromisos de todos os *stakeholders*, incluíndo os empregadores, a quen quizais recalcará a súa confianza e satisfacción.
- Promover e potenciar unha máxima transparencia. O estándar será unha ferramenta para o desenvolvemento da sustentabilidade das organizacións, mentres se respectan diversas condicións relacionadas con leis de augas, costumes e cultura, ambiente psicolóxico e económico.
- Facer unha lixeira análise da factibilidade da actividade, referíndose aos asuntos que poden afectar a viabilidade da actividade e que requiren de consideracións adicionais por parte de ISO.

Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) é o sistema de xestión e auditoría ambiental da Unión Europea ao cal se pode adherir de forma voluntaria calquera organización que queira avaliar e mellorar o seu comportamento ambiental e difundir a información pertinente relacionada con esta xestión etre o público e as demais partes interesadas.

O principal obxectivo deste sistema é promover a mellora continua dos resultados das organizacións en relación co ambiente, a través de:

- A implantación de sistemas de xestión ambiental.
- A avaliación sistemática, obxectiva e periódica do funcionamento do sistema aplicado.
- A difusión da información sobre o comportamento ambiental da organización.
- A formación do persoal para a súa implicación activa no desenvolvemento e aplicación do sistema de xestión ambiental.



Social Accountability 8000 (SA 8000) é unha norma universal para asegurar unha produción ética de bens e servizos, e establece unha serie de códigos básicos en relación coas prácticas de dereitos humanos e as condicións de traballo ao longo de toda a cadea de produción.

Os requisitos desta norma están baseados nas recomendacións da Organización Internacional do Traballo, a Declaración universal dos dereitos humanos das Nacións Unidas e a Convención dos dereitos do neno das Nacións Unidas, entre outras.

Con esta certificación, os *stakeholders* poden identificar claramente a aquelas empresas que aplican condicións de traballo dignas.



Norma SGE21 é o primeiro sistema de xestión da responsabilidade social europea que permite, de maneira voluntaria, auditar procesos e alcanzar unha certificación en xestión ética e responsabilidade social, para os que establece un código de conduta que



supervisa un comité de ética. Unha vez implantado, debe ser obxecto dunha revisión periódica. Dentro da organización, designaranse e formaranse os auditores internos cuxa misión será avaliar e verificar o cumprimento da norma e realizar os informes e plans de mellora que remitirán ao comité de responsabilidade social. Así mesmo, anualmente realizarase a revisión do sistema por parte dun experto externo.

AccountAbility 1000 (AA1000) é unha norma que establece de forma precisa os requisitos mínimos que debe cumprir o informe de responsabilidade social dunha empresa cando é sometido a unha auditoría por un organismo independente, o que lles garante aos *stakeholders* transparencia e veracidade nas súas comunicacións.



AA1000
Licensed Assurance Provider
xxxx-1

5.3. ELABORACIÓN DE INFORMES RSE

Unha parte esencial da RSE é a transparencia e, para potenciala, as empresas deben elaborar informes RSE nos que se midan os resultados da aplicación do seu código de conduta.

Os informes de RSE son documentos que as empresas deben facer públicos e nos que, por medio de indicadores cualitativos e cuantitativos, se mostra o resultado e impacto económico, social e ambiental da súa actividade nun período determinado. Os seus datos deben ser verificables e imparciais para que as partes interesadas poidan facerse unha opinión sobre os devanditos resultados.

5.4. ETIQUETAXE

Os consumidores teñen dereito a saber a composición, uso... dos produtos que poden adquirir e, para iso, as empresas utilizan etiquetas informativas. Pero non só queren produtos bos e seguros, senón tamén ter a seguridade de que se producen de xeito responsable dende o punto de vista social.

Para a maioría dos consumidores, o comportamento social dunha empresa inflúe nas decisións de compra dun produto ou servizo e aseguran estar dispostos a pagar máis por el se é necesario.

As cuestións que máis lles preocupan aos consumidores europeos son a protección da saúde e a seguridade dos traballadores, o respecto dos dereitos humanos no funcionamento da empresa e en toda a cadea de subministracións (por exemplo, a non utilización do traballo infantil) e a protección xeral do ambiente, sobre todo, a redución das emisións de gases de efecto invernadoiro.

Por iso, cada vez é máis común a utilización de etiquetas sociais e ecolóxicas por parte de fabricantes, sectores industriais, ONG e administracións que informan o consumidor sobre as prácticas na elaboración do produto.

Polo xeral, as etiquetas sociais e ecolóxicas —que levan consigo a garantía de que na fabricación dos produtos non houbo explotación ou abusos— adoecen de falta de transparencia e as súas afirmacións non son obxecto de verificación independente. Para ser cribles, as etiquetas sociais e ecolóxicas requiren un control continuo efectuado de acordo coas normas preestablecidas.

Como exemplo, existe a etiqueta ecolóxica europea que garante as características ecolóxicas dos produtos.



5.5. INCREMENTOS SOCIALMENTE RESPONSABLES

Chámasele ISR (incremento socialmente responsable) a aquel que se realiza tendo en conta os informes sobre RSE.

Un fondo de incremento socialmente responsable é aquel en que se esixe, á parte da máxima rendibilidade e liquidez co mínimo risco, que estean de acordo coa moral, valores e sistema de crenzas de cada un. O incremento ético é, por conseguinte, un concepto moi sinxelo; é unha filosofía de incremento que mestura obxectivos éticos, ambientais e sociais con obxectivos puramente financeiros.

Xeralmente, hai dous pasos no proceso de *screening* (cribado) das empresas que poden ser obxectivo de incremento neste tipo de fondos. Nun primeiro momento, trátase de utilizar criterios negativos, rexeitando o incremento en determinadas empresas cuxa actuación social é inaceptable para os xestores e os participantes no fondo de incremento. A produción de armas, de enerxía nuclear e de tabaco son tres exemplos de criterios negativos utilizados por estes fondos.

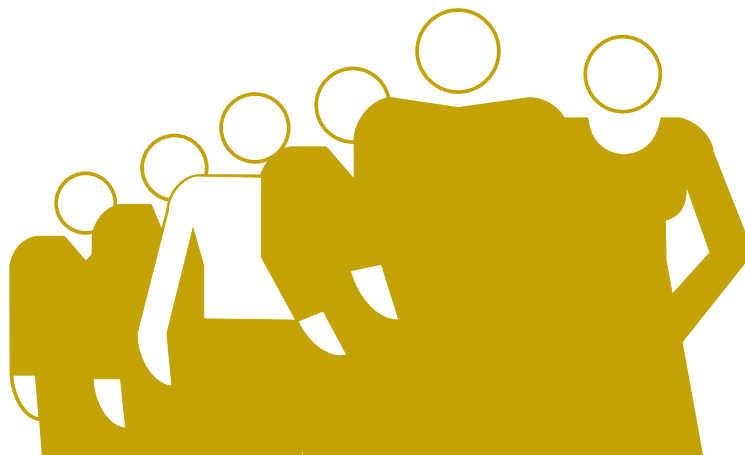
Ademais destes criterios, a selección tamén se basea noutros de carácter positivo. O enfoque positivo complementa o negativo. Aqueles que adoptan ese enfoque positivo buscan investir en empresas que melloran a calidade de vida.

6. EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS DE RSE

As boas prácticas son as formas que diferencian unha empresa doutra e, aínda que existen mil e unha ideas para levar á práctica a filosofía da RSE, é recomendable que cada empresa as adapte á súa propia idiosincrasia.

Recursos humanos

Evidentemente, o número de accións para pór en práctica é interminable, depende da creatividade dos precursores e do orzamento dispoñible.



- Crear un medio de comunicación interno accesible a todos.
- Crear un protocolo de benvinda na empresa.
- Aplicar ferramentas que desenvolvan unha política de conciliación flexible en función de cada tipo de empregado.
- Difundir as condicións legais sobre conciliación familiar entre os traballadores. Deste xeito, estará comunicando que a empresa é transparente na súa aplicación e abrirá unha porta a consultas e peticións.
- Fomentar a promoción interna a través de formación na empresa.
- Aplicar medidas que favorezan a igualdade de oportunidades entre xéneros.
- Promover medidas de contratación e integración de persoas en risco de exclusión social (discapacitados, inmigrantes, persoas maiores...).
- Bolsas e reembolso do gasto en formación.
- Asistencia sanitaria privada.

- Política de admisión de familiares de traballadores.
- Programas de saúde e benestar (deixar de fumar, practicar deporte, consellos de nutrición).
- Organizar eventos con familiares dos traballadores.
- Conceder permisos dun ano sabático con recuperación do posto de traballo ao regreso.
- Flexibilidade horaria na entrada e saída, así como posibilidade de teletraballo nalgunha xornada laboral.
- Garderías e comedores na empresa para que os traballadores poidan compartir tempo cos seus fillos menores durante a xornada.
- Axuda financeira.
- Premiar o recoñecemento.
- Promover a saúde física e mental dos traballadores.

- Atender as expectativas laborais dos traballadores, impulsando o seu crecemento e xestionando o desenvolvemento dunha carreira profesional na compañía.
- Cumprir coas obrigas sanitarias e a Lei de riscos laborais, garantindo unhas condicións de traballo dignas.
- Respetar a liberdade de asociación e avogar polo recoñecemento efectivo do dereito á negociación colectiva.
- Non considerar en ningún caso o traballo infantil.
- Non discriminar por razóns de idade, sexo, relixión ou raza.
- Dar libre o día do aniversario.
- Promover o emprego estable fronte á subcontratación.
- Facer partícipes os traballadores na toma de decisións da empresa.

CLIENTES

Mostrarlles aos clientes accións de empresa responsable crea confianza e reporta maior competitividade e fidelidade.

- Crear un departamento de atención ao cliente, cuns formularios de suxestións e reclamacións.
- Pór en marcha un programa de atención aos teus clientes con discapacidade para facilitar as súas xestións ou compras coa túa empresa. Por exemplo, contratando un intérprete de signos ou poñendo a información da túa empresa en linguaxe braille.
- Establecer unha canle de comunicación fluída cun teléfono para clientes, enderezo electrónico...
- Implantar principios éticos en materia de publicidade.
- Crear a figura do defensor do cliente.
- Garantir de forma constante a calidade dos teus produtos ou servizos.

- Implantar un servizo de posventa xusto e útil para os teus clientes.
- Proporcionar información sobre os produtos ou servizos que se ofrecen de forma veraz e clara.
- Realizar seguimentos das incidencias e ofrecer solucións.
- Reunión anual cos teus clientes.
- Premiar a súa fidelidade.
- Invitalos a coñecer a túa empresa.



PROVEDORES

Se a xestión da túa empresa é responsable, os teus provedores tamén deben selo.

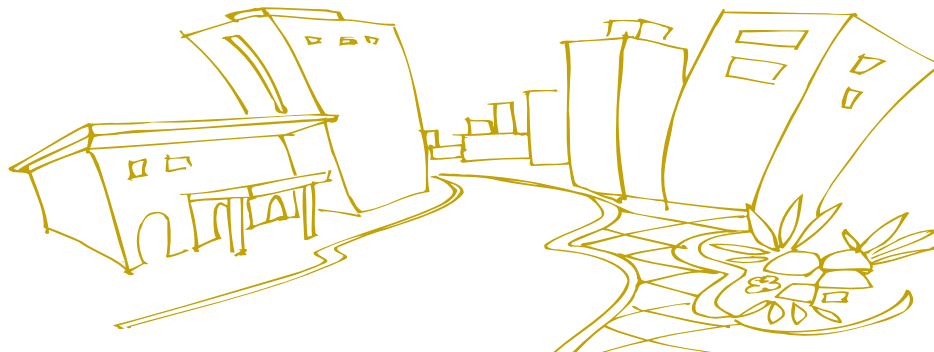
- Reforzar unha actuación ética e responsable na relación cos provedores e a competencia, así como un comportamento profesional e independente nos procesos de selección de provedores, en cuxa avaliación poderías fomentar a adhesión aos principios do Pacto Mundial de Nacións Unidas.
- Apoiar os provedores locais sempre que cumpran os requisitos.
- Crear relacións e acordos duradeiros.
- Visitar os provedores sen avisar é unha maneira de ver a realidade.
- Fomentar o comercio xusto.
- Esixencia dos mesmos niveis de calidade.
- Invitar os teus provedores a coñecer a túa empresa.
- Esixirlles que utilicen produtos respectuosos co ambiente.

AMBIENTE

- Potenciar o uso do transporte público.
- Editar material corporativo con papel reciclado e tintas sen cloro.
- Pór en marcha un plan de reciclaxe de papel, plásticos e outros residuos que se orixinan na actividade da empresa, con contedores de recollida selectiva.
- Uso de fontes de auga en lugar de botellas.
- Recomendacións de aforro enerxético e posta en marcha de medidas disuasorias para evitar o consumo innecesario de auga, electricidade, calefacción e aire acondicionado.
- Manter a temperatura de aire acondicionado a 22º.
- Non deixar o cargador do móbil conectado ao enchufe, facelo só cando se estea cargando.
- Imprimir só os documentos que sexan estritamente necesarios.
- Coñecer e cumprir as normas e leis ambientais.
- Apostar pola ecoeficiencia nos procesos produtivos; é dicir, usar os mínimos recursos e xerar os mínimos residuos.

SOCIEDADE, COMUNIDADES LOCAIS

- Implicación cos problemas da túa cidade ou vila.
- Empregar traballadores da zona onde estea implantada a empresa.
- Colaborar coas actividades sociais da túa cidade.
- Axudar a unha ONG, moitas delas teñen relación cos produtos ou a filosofía da túa empresa.
- Facer doazóns a causas sociais e involucrar os traballadores.
- Realizar campañas de captación de fondos para causas sociais ou ambientais na comunidade.



ADMINISTRACIÓN

- Mellorar o comportamento ante a Administración.
- Realizar unha fiscalidade responsable.
- Coñecer as iniciativas sobre RSE que leva a cabo a Administración local ou autonómica.
- Colaborar en campañas sociais ou ambientais dirixidas pola Administración.

COMPETENCIA

- Fundar ou participar en asociacións que fomenten a RSE nas pemes.
- Compartir con outras empresas as “boas prácticas”.
- Establecer convenios de colaboración para proxectos de innovación

7. ENDEREZOS DE INTERESE

GALICIA

CONSELLERÍA DE TRABALLO E BENESTAR

<http://www.traballoebenefestar.xunta.es/>

Emprego
Formación
Dependencia
Igualdade
Mocidade
Riscos laborais
Traballo
Familia
Benestar

SERVIZO PÚBLICO DE EMPREGO
Telf. 902 12 50 00

XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE TRABALLO
E BENESTAR

XACOBEO 2010
Galicia

A CONSELLERÍA

Benvida
Perfil do Contratante
Organigrama

TRABALLO

Axudas e subvencións
Servizo Público de Emprego
Formación e Cualificacións
Relacións Laborais
Prevenición Riscos Laborais
Cooperativismo e Economía Social
Igualdade no Traballo

NOVAS | RSS

A Consellería de Traballo e Benestar tratará coa Fegamp a reformulación das oficinas I+B
A secretaria xeral de Familia e Benestar, Susana López Abella, e o xerente do Consorcio, Roberto Rodríguez, reuniranse a próxima semana co presidente da Fegamp

Galicia rexistrou en outubro un total de 208.923 parados, 8.458 persoas máis que no mes anterior
A directora xeral de Formación e Colocación, Ana María Díaz López, explicou estes datos en rolda de prensa, onde explicou que Galicia é a terceira comunidade autónoma onde menos aumentou o desemprego en termos interanuais

Traballo financia con 300.000 euros cursos de formación profesional de Cántas para persoas en risco de exclusión
A conselleira de Traballo e Benestar, Beatriz Mato, asinou hoxe un convenio de colaboración con Cántas Diocesana de Santiago (Centro Violetas)

Destacados

Borrador do Decreto da Dependencia

R&A

ibermovillas



PORTAL RSE XUNTA
<http://rse.xunta.es>



CONSELLERÍA DE MEDIO AMBIENTE,
TERRITORIO E INFRAESTRUTURAS
<http://medioambiente.xunta.es/>

ESTATAIS

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO E COMERCIO

www.mityc.es/es-ES/index.htm

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO E COMERCIO

www.mityc.es

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE E MEDIO RURAL E MARIÑO

www.marm.es

OBSERVATORIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

<http://www.observatoriorsc.org/>



SUBCOMISIÓN PARLAMENTARIA, *Libro Branco da RSC*

http://observatoriorsc.org/images/documentos/politicas_publicas/espana/administracion/libro_blanco_subcomision.pdf

FORÉTICA, foro de profesionais, empresas, académicos e ONG

www.foretica.es/es/index.asp



INTERNACIONAIS

UNIÓN EUROPEA

http://europa.eu/index_es.htm

LIBRO VERDE

http://europa.eu/eur-lex/es/com/gpr/2001/com2001_0366eso1.pdf



PORTAL EUROPEO DE DEREITOS HUMANOS
http://europa.eu/pol/rights/index_es.htm



EUROPA, Fomento da RSE, lexislación
http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/coo019_es.htm



PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS
www.pactomundial.org



NACIONES UNIDAS. DESENVOLVEMENTO
 ECONÓMICO E SOCIAL
<http://www.un.org/spanish/esa/>

