
Manual de RSE nas entidades de economía social



XUNTA DE GALICIA

MANUAL de RSE nas entidades de economía social

XUNTA DE GALICIA

Subdirección Xeral de Economía Social
Consellería de Economía, Emprego e Industria

Santiago de Compostela

2016

Créditos

Elaboración
Noelia López Álvarez
Pilar Casals Díaz
intheMOVE

Edición
Subdirección Xeral de Economía Social
Consellería de Economía, Emprego e Industria

Maquetación
Innovación Ágil

04

© Xunta de Galicia.
2016. Manual de RSE nas entidades de economía social.

Esta obra está dispoñible para a súa consulta e
descarga na seguinte ligazón:



Esta obra distribúese cunha licenza CC-Atribución.
CompartirIgal 4.0 España de Creative Commons.
Para ver unha copia da licenza, visite:



VISITAR WEB 

Índice

Capítulo 00

Prólogo.
06

Capítulo 01

Obxectivos e alcance do manual.
09

Capítulo 02

Introdución.
13

Capítulo 03

RSE e economía social: Un binomio de éxito.
17

Capítulo 04

A escaleira da RSE.
Pasos que se deben seguir para implantar a RSE na miña organización.
26

05

Capítulo 05

RSE. Diálogo aberto cos grupos de interese.
44

Capítulo 06

Comunicación responsable cara á sociedade.
51

Capítulo 07

Casos de éxito.
57

Capítulo 08

Ampliando coñecementos.
80

00

Prólogo

Manual de RSE nas entidades de
economía social



MANUAL DE RSE NAS ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL

PRÓLOGO

O proxecto **difusión e formación en materia de responsabilidade social empresarial en entidades de economía social**, posto en marcha pola Secretaría Xeral de Emprego da Consellería de Economía, Emprego e Industria, da Xunta de Galicia, ten como obxectivo converter as entidades de economía social de Galicia en organizacións realmente concienciadas coa responsabilidade social, introducindo o seu persoal no contexto actual da RSE, identificando actuacións responsables de organizacións galegas e difundindo o modelo de xestión da RSE como elemento diferenciador destas entidades de economía social. Desta forma, búscase poñer en valor as potencialidades que posúe este sector económico e preténdese impulsar a súa capacidade para contribuír ao desenvolvemento sustentable.

Con este proxecto, desde a Xunta de Galicia comézase a dar cumprimento ás premisas recollidas na Lei 6/2016, do 4 de maio, de economía social de Galicia, principalmente en dous artigos. No artigo 14.2 recóllese que “a Administración xeral da Comunidade Autónoma e as entidades integrantes do sector público autonómico realizarán unha política de fomento e difusión da economía social que terá entre os seus obxectivos [...]: a mellora da xestión das entidades, o fomento dos procesos de mellora da competitividade e da internacionalización, a promoción da elaboración e a utilización de ferramentas que permitan avaliar e poñer en valor as achegas do sector á sustentabilidade social e ambiental [...]” No artigo 18 sinálase que “a Xunta de Galicia impulsará e fomentará a implantación efectiva de plans de responsabilidade social empresarial, plans de igualdade e de conciliación nas entidades da economía social de Galicia”.

Así mesmo, nestes momentos está en proceso de elaboración a Estratexia de impulso ao cooperativismo 2016-2020 que inclúe, entre os seus obxectivos, o “desenvolvemento dos sistemas de responsabilidade social: potenciar o emprego de procedementos e ferramentas que midan o grao de cumprimento das cooperativas en relación coa súa responsabilidade social, de forma que se garanta que os principios e valores que distinguen o cooperativismo se traducen en prácticas que afirmen a xenuína responsabilidade social das cooperativas”. Unha das liñas de actuación previstas para este obxectivo é a de “promover o emprego do balance social e poñer en valor as prácticas de responsabilidade social das cooperativas, fomentando que desenvolvan adecuadamente informes de RSE e/ou balance social, ou mediante a posta en marcha de servizos ou tutorías de acompañamento para a formación e identificación das prácticas de RSE en cooperativas, divulgando as ferramentas dispoñibles en cada momento”.



Igualmente, o actual borrador do Plan Estratéxico Galego de RSE contempla en dous dos seus eixos de traballo, medidas específicas dirixidas a promover e impulsar a RSE en organizacións da economía social, así como iniciativas para a difusión, sensibilización e formación sobre os principios e valores da RSE nestas entidades, a través da Rede Eusumo.

Este manual é un dos principais resultados deste proxecto e busca converterse nun documento de referencia para a posta en marcha de actuacións responsables e estratéxicamente competitivas nas organizacións que conforman a economía social. Nel móstrase como se poden aplicar as políticas e accións de RSE na diversidade empresarial que conforma o sector (cooperativas, sociedades laborais, fundacións, mutualidades, empresas de inserción e integración, asociacións, centros especiais de emprego, confrarías de pescadores, sociedades agrarias de transformación e mancomunidades de montes veciñais en man común).

08

Para a elaboración deste manual realizouse unha revisión crítica das principais ferramentas de responsabilidade social existentes, tanto xerais como específicas, seleccionando de entre todas as normas, certificacións e iniciativas existentes as que mellor se adapten a este tipo de entidades. Igualmente, revisouse a bibliografía das principais fontes de información relacionadas coa responsabilidade social empresarial, poñendo especial interese nas vinculadas directamente coas entidades de economía social. Doutra banda, realízase unha investigación exploratoria con base na análise das páxinas web das principais entidades de economía social de Galicia, co fin de extraer información básica recollida nelas para coñecer que ferramentas de sustentabilidade xa están a utilizar.

Este manual está estruturado en sete capítulos diferentes. Tras a definición dos obxectivos e o alcance do manual no primeiro deles, o segundo está dirixido a introducir o lector nos conceptos básicos da RSE para, posteriormente, analizar as vantaxes da aplicación da RSE ás entidades de economía social. O cuarto capítulo céntrase en dar a coñecer diferentes ferramentas prácticas para a implantación da RSE nas entidades de economía social. O quinto apartado analiza as oportunidades que brinda a comunicación cos grupos de interese ou stakeholders; mentres que no seguinte trátanse diversos aspectos que axudan a desenvolver unha política de comunicación responsable. Para finalizar, no sétimo capítulo preséntanse varias experiencias relevantes do sector, a modo de boas prácticas, e no oitavo recóllense unha serie de recursos bibliográficos e netnográficos que poden axudar aos lectores do manual a ampliar coñecementos na materia.

01

Capítulo

01

Obxectivos e alcance do manual

Manual de RSE nas entidades de
economía social



1. OBXECTIVOS E ALCANCE DO MANUAL



O **Manual RSE en entidades de economía social** ten como punto de partida o vínculo natural que posúen as entidades de economía social coa sustentabilidade e, máis en concreto, coa dimensión social da responsabilidade social empresarial. A partir de aí, pretende converterse nun documento:

- Básico de referencia que facilite a comprensión dos principais estándares e referencias en materia de RSE, axudando á posta en marcha de actuacións responsables e estratéxicamente competitivas por parte das entidades que conforman o sector da economía social en Galicia.
- Útil e de fácil manexo, que sirva para que estas entidades poidan desenvolver e executar o seu propio modelo de RSE.
- Que ilustre e poña en valor a diversidade das iniciativas responsables postas en marcha por diversas entidades de economía social en Galicia.

Este manual é de aplicación en:

- **COOPERATIVAS:** Organizacións empresariais de estrutura e funcionamento democráticos, baseados no desenvolvemento dos principios cooperativos aceptados e regulados nos ámbitos autonómico, nacional e internacional. Existen diferentes clases de cooperativas: de traballo asociado, de consumidores e usuarios, de servizos, agrarias, de explotación comunitaria da terra, de transportistas, do mar, de ensino, de vivendas, sanitarias, de seguros, de crédito e de iniciativa social.
- **SOCIEDADES LABORAIS:** Creadas co obxectivo de crear e manter emprego estable para as persoas asociadas. Nelas, a maioría do capital social é propiedade das persoas traballadoras, as cales controlan os órganos directivos da empresa, que conta cunha organización autoxestionada.

01

Capítulo

- **FUNDACIONES:** Organizacións sen ánimo de lucro que, por vontade das persoas que as crearon, teñen afectado o seu patrimonio de modo duradeiro á realización dun fin de interese social. As fundacións de economía social son aquelas que realizan unha actividade económica e deben cumprir os principios deste tipo de entidades.
- **MUTUAS/MUTUALIDADES:** Son sociedades de persoas, sen ánimo de lucro, de estrutura e xestión democrática, que exercen unha actividade aseguradora de carácter voluntario, complementaria do sistema de previsión da Seguridade Social pública. As mutualidades, en determinados casos, realizan unha actividade alternativa ao sistema público, converténdose nunha interesante experiencia de xestión dunha prestación alternativa á pública.
- **EMPRESAS DE INSERCIÓN E INTEGRACIÓN:** Defínense como estruturas de aprendizaxe, en forma mercantil, cuxa finalidade é a de posibilitar o acceso ao emprego de colectivos desfavorecidos, mediante o desenvolvemento dunha actividade produtiva, para o que se diseña un proceso de inserción, establecéndose durante este unha relación laboral convencional. A permanencia destas persoas nas empresas de inserción é temporal, xa que non se pretende crear postos indefinidos senón formar e capacitar as persoas para poder atopar un posto de traballo por si mesmas.
- **ASOCIACIONES:** A súa actividade económica céntrase en prestar servizos en aspectos non cubertos polas entidades con ánimo de lucro. Xeralmente, adoitan coincidir con aspectos vinculados á defensa dos dereitos e liberdades dos individuos.
- **CENTROS ESPECIAIS DE EMPREGO:** Son empresas que compatibilizan a súa actividade económica e a súa participación no mercado co seu compromiso social cara a colectivos con menores oportunidades no emprego. O seu persoal debe estar integrado por un mínimo do 70% de persoas con diversidade funcional.
- **CONFRARÍAS DE PESCADORES:** Corporacións de dereito público sectoriais, sen ánimo de lucro, representativas de intereses económicos de armadores de buques de pesca e de traballadores do sector extractivo, que actúan como órganos de consulta e colaboración das administracións competentes en materia de pesca marítima e de ordenación do sector pesqueiro, cuxa xestión se desenvolve co fin de satisfacer as necesidades e intereses das persoas que as integran, co compromiso de contribuír ao desenvolvemento local, a cohesión social e a sustentabilidade.
- **SOCIEDADES AGRARIAS DE TRANSFORMACIÓN:** Sociedades civís de finalidade económica e social vinculadas á produción, transformación e comercialización de produtos agrícolas, gandeiros, forestais. Así mesmo, poden realizar melloras no medio rural e contribuír á promoción e desenvolvemento agrario, así como á prestación de servizos comúns que sirvan a esta finalidade.

01

Capítulo

- **COMUNIDADES E MANCOMUNIDADES DE MONTES VECIÑAIS EN MAN COMÚN:** Sinal de identidade da cultura galega que fai referencia á propiedade dos montes que, con independencia da súa orixe, das súas posibilidades produtivas, do seu aproveitamento actual e da súa vocación agraria, pertencen a agrupacións veciñais na súa calidade de grupos sociais e non como entidades administrativas e veñan aproveitándose consuetudinariamente en réxime de comunidade sen asignación de cotas polos membros daquelas na súa condición de veciños.
- Todas aquelas entidades singulares creadas por normas específicas que se rexan polos valores e principios orientadores da economía social e cando desenvolvan unha actividade económica e empresarial.

Aínda que os diferentes tipos de entidades de economía social poden parecer moi diferentes entre si á hora de xestionar a súa actividade, existen campos onde o desenvolvemento de actuacións de RSE é similar.

02

Introdución

Manual de RSE nas entidades de
economía social



2. INTRODUCCIÓN



A forma de entender a xestión empresarial sufriu unha transformación nos últimos anos. O pensamento único baseado na consecución de máximos beneficios económicos para lograr a satisfacción das persoas accionistas viuse aos poucos relegado e deixou paso a unha nova forma de traballar nas empresas, onde se integran aspectos igualmente relevantes como a ética no desenvolvemento das relacións empresariais, o investimento en medidas sociais de beneficio tanto interno (ao persoal) como externo (á contorna social máis próxima, o respecto ao medio ambiente... Este novo modelo de xestión empresarial coñécese como **responsabilidade social empresarial (RSE)**.

14

Conceptos como xustiza, equidade, integración social, dereitos humanos... que se incorporaron ao mundo empresarial a través da responsabilidade social como modelo de xestión empresarial, coinciden plenamente cos principios fundamentais das entidades de economía social que apostan pola persoa por encima do capital social, a repartición de beneficios con criterios colectivos, a organización democrática das estruturas de goberno e a solidariedade coa contorna. Por esta razón, pódese afirmar que a RSE adáptase perfectamente ás entidades de economía social.

A **Lei 6/2016, do 4 de maio, de economía social de Galicia** constitúe o marco xurídico galego que regula a economía social. Nela defínense as entidades de economía social como aquelas que, inspiradas polos valores de axuda mutua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade, solidariedade, honestidade, transparencia, autonomía, autoxestión, responsabilidade social e preocupación polas demais persoas, están informadas polos seguintes principios orientadores:

- **Primacía das persoas e do fin social sobre o capital**, que se concreta nunha xestión autónoma e transparente, democrática e participativa, que leva a **priorizar a toma de decisións** máis en **función das persoas** e as súas achegas de traballo e servizos prestados á entidade, ou en función do fin social, que en relación ás súas achegas ao capital social.

- Aplicación dos resultados obtidos da actividade económica principalmente en función do traballo achegado e servizo ou actividade realizada polas socias e os socios ou polas persoas integrantes e, se for o caso, **ao fin social obxecto da entidade**, ao servizo da consecución de obxectivos como o desenvolvemento sustentable, o interese dos servizos aos membros e o interese xeral.
- **Promoción da solidariedade interna e coa sociedade** que favoreza o compromiso co desenvolvemento local, a igualdade de oportunidades entre homes e mulleres, a cohesión social, a inserción de persoas en risco de exclusión social, a xeración de emprego estable e de calidade, a conciliación da vida persoal, familiar e laboral e a sustentabilidade.
- **Independencia respecto dos poderes públicos.**
- **O compromiso co territorio**, fronte ao despoboamento e ao envellecemento no medio rural galego, inxectando estabilidade e futuro.
- **O fortalecemento da democracia institucional e económica.**

Estes principios aseguran a integración das preocupacións sociais dentro do modelo de negocio deste tipo de empresas, polo que xa moito antes de que se falase de responsabilidade social empresarial en España, existían exemplos de entidades de economía social precursoras deste modelo de xestión, como así se sinala por parte do Goberno de España:

“É necesario constatar os vínculos substantivos entre a economía social e a RSE. Neste sentido, antes que aparecese o concepto de RSE en España, desenvóléronse iniciativas que promoveron un desenvolvemento empresarial con obxectivos sociais amplos” (Subcomisión para potenciar e promover a responsabilidade social nas empresas. 2006)

Na actualidade son moitas as organizacións de economía social que apostan por desenvolver actuacións vinculadas ao seu modelo de RSE, con todo, son pouco recoñecidas a nivel interno (persoal asociado e persoal traballador) e a nivel externo (sociedade). Por exemplo, existe pouco coñecemento da cidadanía en xeral sobre este tipo de empresas de economía social, o cal non permite mellorar a imaxe de marca no mercado, dificulta a atracción do talento cara a esas entidades e, finalmente, a captación de novos clientes e/ou usuarios. Por esta razón, actuacións dirixidas a informar sobre a base dunha comunicación responsable axudan a poñer en valor os produtos e servizos ofertados por estas organizacións, así como as propias entidades como empresas responsables.

Os esforzos dirixidos á difusión e sensibilización sobre as vantaxes que leva a aplicación da RSE na economía social, así como a formación ás persoas con responsabilidades de toma de decisións nestas entidades para que sexan capaces de desenvolver actuacións con verdadeiro impacto social e/ou ambiental, obterán resultados no medio-longo prazo debido ao gran peso que estas organizacións teñen sobre a economía española.

02

Capítulo

- As entidades de economía social en España contribúen ao 10% do PIB, xeran o 12.5% do emprego e teñen unha vinculación directa e indirecta co 42.8% da poboación.
- Xeran emprego estable e de calidade, xa que un 80% dos seus contratos son indefinidos, e mostran un claro compromiso coas persoas, cunha destrución de emprego un 6.5% menor que o resto das empresas.
- A economía social conta con empresas de todos os tamaños presentes en todos os sectores económicos da sociedade.
- Nos últimos 8 anos créronse 29 000 novas empresas de economía social, con 190 000 novos postos de traballo.
- Contribúen á promoción do emprego xuvenil, xa que o 47% dos empregos son de menores de 40 anos, e á integración de persoas con diversidade funcional e en risco de exclusión social, contratando 128 000 persoas baixo estes perfís.



Principais Magnitudes da Economía Social en España. 2016
Fonte: CEPES. (Confederación Empresarial Española da Economía Social)

03

RSE e economía social: Un binomio de éxito

Manual de RSE nas entidades de
economía social



3. RSE E ECONOMÍA SOCIAL: UN BINOMIO DE ÉXITO



3.1. ¿QUE É A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL?

Unha das definicións máis aceptadas de RSE no noso país é a proposta no ano 2005 polo **Foro de Expertos en Responsabilidade Social Empresarial**, do Goberno de España, que sinala que *“a responsabilidade social das empresas é, ademais do cumprimento estrito das obrigacións legais vixentes, a integración voluntaria no seu goberno e xestión, na súa estratexia, políticas e procedementos, das preocupacións sociais, laborais, ambientais e de respecto aos dereitos humanos, que xorden da relación e o diálogo transparentes cos seus grupos de interese, responsabilizándose así das consecuencias e os impactos que se derivan das súas accións”*.

Nela englobanse conceptos importantes e relativamente recentes, como son a asunción da necesidade de cumprir con requirimentos máis aló dos establecidos pola lexislación e comunicar de forma transparente a sustentabilidade das actividades desenvolvidas polas empresas privadas. Ademais, asume que os principios da RSE deben estar inseridos no núcleo da empresa, ao vincularlos directamente ao seu goberno e á súa xestión.

Esta definición actualmente complétase co establecido pola Unión Europea na súa **Estratexia Renovada 2011-2014 sobre Responsabilidade Social Empresarial** e que indica que en toda empresa socialmente responsable *“o cumprimento da lexislación aplicable e dos convenios colectivos alcanzados entre os interlocutores sociais, é un requisito previo á responsabilidade social empresarial. Para asumir plenamente a súa responsabilidade social, as empresas deben aplicar, en estreita colaboración coas partes interesadas, un proceso destinado a integrar as preocupacións sociais, ambientais e éticas, o respecto aos dereitos humanos e as preocupacións dos consumidores nas súas operacións empresariais e na súa estratexia básica, co fin de:*

- *Maximizar a creación de valor compartido para os seus propietarios/accionistas e para as demais partes interesadas e a sociedade en sentido amplo;*
- *Identificar, previr e atenuar posibles consecuencias”*.

Conclúese, por tanto, que a responsabilidade social empresarial é un novo modelo de xestión de empresas que se caracteriza polo compromiso voluntario que se adquire para tratar os seus impactos económicos, laborais, sociais e ambientais, de forma tal que se produza un aumento dos beneficios empresariais e dos beneficios de todos os seus grupos de interese.

As actuacións de RSE nas organizacións están dirixidas a lograr a sustentabilidade, logrando un equilibrio entre os **ámbitos económico, social e ambiental**; o que implica:

- Ser **economicamente eficiente**.
- Ser **socialmente responsable**.
- Ser **medio ambientalmente respectuosa**.

O **ámbito social** inclúe todas aquelas medidas relacionadas coas persoas integrantes da organización: emprego de calidade, conciliación, igualdade, diversidade, integración, formación etc. O **ámbito ambiental** engloba todas as actuacións postas en marcha polas entidades para minimizar o seu impacto ambiental e, por último, o **ámbito económico** aborda aspectos relacionados coa ética e o bo goberno, a capacidade de innovación, a transparencia, a rendición de contas e a eficiencia operacional.

Ademais, poden ser abordadas desde **dúas dimensións: a interna**, que contempla as empresas desde o interese social, e por tanto ten que ver con aspectos clave da xestión dos recursos humanos e da seguridade laboral, a formación e desenvolvemento das persoas traballadoras, a xestión da calidade e do medio ambiente; e **a externa**, que fai referencia ás relacións da empresa cos seus axentes externos e contorna social.

19



¿SABÍAS QUE...?

Nos anos 60, determinados investidores de General Motors, que representaban só o 3% do accionariado (e que en diante foron coñecidos como “investidores responsables”) conseguiron que a compañía publicase un informe social cada ano, que establecese un Comité de Política Social, que se incrementase o número de minorías nos postos directivos, así como que se comprase a provedores que pertencían a grupos desfavorecidos (poboación negra). É unha das primeiras accións de RSE rexistradas no mundo empresarial.

Nas seguintes definicións aparecen uns termos básicos que se deben coñecer e que constitúen a base sobre a que construímos a **RSEpedia**:

Táboa 1. Terminoloxía básica de responsabilidade social

RSE PEDIA	
Acción social	Bo goberno
Apoio económico a organizacións do terceiro sector de forma planificada e sistematizada, de forma tal que se corresponda coa estratexia operativa da empresa.	Conxunto de medidas dirixidas a xestionar conxuntamente os impactos sociais, ambientais e económicos da empresa baixo os parámetros de transparencia informativa e de control das relacións cos diferentes grupos de interese.
Conciliación da vida familiar, persoal e laboral	Dereitos humanos
Todas as actuacións postas en marcha nas empresas para promover a igualdade efectiva entre mulleres e homes e compatibilizar as diferentes facetas da vida: o emprego, a familia, o lecer e o tempo persoal.	Os dereitos humanos son dereitos inherentes a todos os seres humanos, sen distinción algunha de nacionalidade, lugar de residencia, sexo, orixe nacional ou étnica, cor, relixión, lingua, ou calquera outra condición. No ámbito da empresa, os dereitos humanos están directamente vinculados ao respecto dos dereitos laborais.
Desenvolvemento sustentable	Ética empresarial
Permite a satisfacción das necesidades da xeración presente sen comprometer a capacidade das xeracións futuras para satisfacer as súas propias necesidades. O desenvolvemento sustentable trata de lograr, de maneira equilibrada, o desenvolvemento económico, social e a protección do medio ambiente.	É a aplicación dos principios xerais da ética a un campo específico da acción humana, a xestión empresarial, dado que as empresas están formadas por un conxunto de persoas que orientan os seus esforzos en dar servizo a outras persoas.
Grupos de interese	Igualdade de oportunidades
Todas aquelas persoas, grupos ou organizacións que manteñen unha relación directa ou indirecta coa empresa; están dentro e/ou fóra da empresa, e poden afectar ou ser afectadas polas actividades da empresa, ben sexa de forma positiva ou de forma negativa.	Conxunto de medidas para promover a oportunidade de que as persoas, independentemente da súa orixe, sexo, relixión e condición física e/ou psíquica, poidan gañarse a vida mediante un traballo libremente elixido ou aceptado nun mercado e un contorno laboral que sexa aberto, inclusivo e accesible.

Táboa 1. Terminoloxía básica de responsabilidade social

RSEPEDIA	
Innovación social	Marketing con causa
Conxunto de operacións destinadas a atopar novas formas de satisfacer as necesidades sociais, que aínda non están adecuadamente cubertas polo mercado ou polas administracións públicas e producir os cambios de comportamento necesarios para resolver os grandes retos da sociedade.	Ferramenta promocional da empresa que trata de combinar a responsabilidade social da empresa co obxectivo de aumentar a rendibilidade mediante campañas de captación de fondos a favor de causas sociais, vinculadas á venda dos seus produtos ou servizos.
Marketing social	Materialidade
Deseño, posta en práctica e control de programas que teñen como obxectivo, promover unha idea ou práctica social nunha determinada comunidade.	Segundo o Global Reporting Initiative (GRI), a materialidade refírese a aqueles aspectos e indicadores que reflictan os impactos sociais, ambientais e economicamente significativos da organización ou a aqueles que poderían exercer unha influencia substancial nas avaliacións e decisións dos grupos de interese. Neste sentido, a materialidade indica que as organizacións deben avaliar tanto aqueles aspectos que son imprescindibles para a consecución dos seus obxectivos estratéxicos, como aqueloutros relevantes para os seus grupos de interese, na medida que responden ás súas expectativas.
Memoria de sustentabilidade	Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable
Ferramenta de comunicación das empresas onde se informa a todos os seus grupos de interese dos resultados económicos, sociais e ambientais do exercicio da súa actividade empresarial, nun determinado período temporal.	A Asemblea Xeral das Nacións Unidas aproba os Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable que conforman o plan de acción para que a comunidade internacional e os gobernos nacionais promovan a prosperidade e o benestar común nos próximos 15 anos. Son 17 os Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable que teñen como meta acabar coa pobreza extrema, loitar contra a desigualdade e a inxustiza e combater o cambio climático.

Táboa 1. Terminoloxía básica de responsabilidade social

RSE PEDIA

Transparencia e rendición de contas

Dar información a todos os grupos de interese das empresas dos resultados financeiros e non financeiros (ambientais e sociais) da súa actividade de forma íntegra, coherente e equilibrada, incluíndo as contribucións positivas e negativas á consecución dos seus obxectivos.



Figura 1. Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable. Asemblea Xeral das Nacións Unidas (2015)

3.2. ¿POR QUE É IMPORTANTE A RSE NAS ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL?

A vinculación entre a RSE e a economía social, que xa se introduciu con anterioridade neste manual, é natural xa que comparten principios e valores:

Táboa 2. Vinculación entre economía social e responsabilidade social empresarial (Fonte: CEPES)

PRINCIPIOS E VALORES	
RSE	Economía social
<i>Integración voluntaria de preocupacións sociais e ambientais na súa estratexia empresarial.</i>	<i>Primacía das persoas por encima do capital, tanto na toma de decisións como na repartición de excedentes.</i>
<ul style="list-style-type: none">• Integradora• Participativa• Sustentable• Global• Extensiva• Transparente• Innovadora• Medible	<ul style="list-style-type: none">• Voluntariedade• Democracia• Igualdade• Equidade• Solidariedade• Responsabilidade• Transparencia• Vocación Social

Á vista destas “coincidencias naturais” pódese afirmar que as entidades de economía social son *modelos precursores* de organizacións responsables. De aí, que a introdución dun modelo de xestión da RSE lles axude a potenciar os seus atributos e a mellorar a súa competitividade e presenza no mercado, xa que cada vez máis sectores da sociedade demandan que as empresas actúen baixo as premisas de respecto ao medio ambiente e de xustiza e equidade social.



¿SABÍAS QUE...?

Un 44% dos cidadáns en España declara deixar de consumir produtos ou servizos por consideracións éticas, sociais ou ambientais en 2014. Os sectores máis sometidos a este tipo de prácticas son a alimentación e bebidas, a distribución e a moda/téxtil. E que un 49,9% dos españois afirma comprar algunha vez ou con frecuencia, algún produto polo bo comportamento da empresa produtora.

Fonte: Informe Forética 2015 sobre o estado da RSE en España

Ademais, hai que ter en consideración os seguintes factores:

- 1. A sustentabilidade é unha prioridade de todas as organizacións:** Cada vez máis organizacións apostan pola responsabilidade social para integrar a sustentabilidade no seu modelo de xestión.
- 2. Beneficios económicos, ambientais e sociais:** A RSE permite crear valor compartido con todos os grupos de interese.
- 3. Persoas socias e promotoras responsables:** A contribución da empresa ao desenvolvemento sustentable serve para captar novas persoas socias e promotoras que introducen criterios éticos, ambientais e sociais nas súas decisións de investimento, como complemento aos xa tradicionais de rendibilidade, risco e liquidez.
- 4. Persoal contento e motivado:** O persoal da empresa séntese máis motivado e comprometido porque está nunha contorna que lle permite conciliar a súa vida familiar, persoal e laboral, formarse para o seu desenvolvemento profesional, traballar nunha contorna segura e saudable, etc.
- 5. Unha contorna máis coidada:** As empresas apostan por reducir as súas emisións de gases de efecto invernadoiro e xestionar os seus consumos enerxéticos, de recursos naturais e de auga.
- 6. Clientela comprometida:** A integración por parte da empresa das demandas da súa clientela en materia de sustentabilidade, axuda a aumentar a súa satisfacción co produto e/ou servizo e a fidelizala.
- 7. Transparencia e rendición de contas:** Anualmente increméntase o número de entidades que publican as súas memorias de responsabilidade social, onde informan dos resultados económicos, ambientais e sociais logrados.
- 8. Posicionamento de marca:** A RSE axuda a aumentar a confianza na empresa e a aumentar a súa reputación, consolidando a súa marca e situándoa dentro do mercado como unha empresa responsable.

3.3. ¿COMO PODE AXUDAR A RSE Á MIÑA ORGANIZACIÓN?

A introdución de cuestións relacionadas coa responsabilidade social nas entidades de economía social en Galicia permitiralles:

- *Xestionar e controlar os riscos derivados da súa actividade* (cambio climático, seguridade e saúde do seu cadro de persoal, prácticas pouco transparentes na xestión económica...), grazas a un continuo diálogo cos seus grupos de interese que lle facilitará a detección das súas necesidades e adiantarse ás demandas que lle transmiten.
- *Mellorar a súa visibilidade e potenciar positivamente a súa imaxe corporativa*, xa que a través da comunicación das accións de RSE realizadas *impúlsase a confianza* entre os seus grupos de interese que ven correspondidas as súas demandas. Así mesmo, refórzase a súa imaxe positiva ante a sociedade, que desconfía especialmente das entidades vinculadas ao sector da distribución, alimentación e bebidas e sector téxtil¹.
- *Introducirse en novos mercados* que xa esixen estes compromisos e captar nova clientela comprometida coa sustentabilidade.
- *Desenvolver proxectos de innovación* que sirvan para mitigar os impactos que xeran sobre os recursos naturais e a auga, a través de todo o ciclo de vida do seu produto e/ou servizo.
- *Situarse no sector como un referente de boas prácticas*, o que lle abrirá as portas para compartir experiencias con empresas doutros ámbitos e establecer alianzas e colaboracións estratéxicas para buscar a excelencia e a mellora continua.
- *Aumentar a satisfacción e a motivación do seu persoal*, conseguindo atraer e reter talento, ao mesmo tempo que se desenvolve un forte sentimento de pertenza e compromiso coa empresa, que ten un impacto directo na contorna social máis próxima xa que estas persoas serán as principais embaixadoras da empresa.
- *Transmitir información veraz e fluída*, sobre os principais impactos económicos, ambientais e sociais da empresa, permitindo desta forma *render contas e ser máis transparente* na xestión, o que lexítima á organización e ao seu desenvolvemento.

25

E, sobre todo iso, destaca o feito de que a RSE transforma as entidades de economía social en organizacións sustentables. **Ser sustentables implica manterse diverso e produtivo co transcurso do tempo.**

1 Forética (2015). Informe 2015 sobre o estado da RSE en España

04

A escaleira da RSE. Pasos que se deben seguir para implantar a RSE na miña organización

Manual de RSE nas entidades de
economía social



4. A ESCALEIRA DA RSE. PASOS QUE SE DEBEN SEGUIR PARA IMPLANTAR A RSE NA MIÑA ORGANIZACIÓN



Os procesos de xestión da RSE, para resultar de éxito, requiren dunha planificación estratéxica (onde as actuacións planificadas neste campo se adecúen á misión e visión da entidade) e dunha sistematización de procesos, de forma que se establezan uns protocolos de seguimento para avaliar o cumprimento dos obxectivos determinados no plan de acción.

27

Aínda que é certo que a voluntariedade da RSE fai que non exista unha normativa vixente nin un único patrón válido para integrar a responsabilidade social no modelo de xestión das organizacións, existen varios estándares internacionais que constitúen un bo punto de partida para iniciar o proceso de integración da RSE nas entidades de economía social. Entre eles, pódense citar:

ISO 26000, NORMA DE ORIENTACIÓN AOS PRINCIPIOS DE RSE E Á SÚA INTEGRACIÓN: os obxectivos da ISO 26000 son: desenvolver un consenso internacional sobre que significa a responsabilidade social e que asuntos da RSE teñen que abordar as organizacións, proporcionar orientación sobre a posta en práctica dos principios mediante accións efectivas, así como perfeccionar e divulgar información sobre mellores prácticas. A proposta establece que a norma sexa utilizada, tanto polas empresas como polo sector público, e por organizacións de todo tipo.

A norma achega orientación sobre os principios da RSE e a participación cos grupos de interese. Ademais, axuda a poñer en práctica a responsabilidade social nunha empresa. Entre outros asuntos, explica como integrar a RSE en todo o ámbito da empresa, como revisar o progreso e como mellorar os resultados do mesmo. A norma subliña que unha organización debería ser responsable dos seus impactos na sociedade, a economía e o medio ambiente; ser transparente coas decisións e actividades que afecten á sociedade e ao medio ambiente; comportarse eticamente; respectar, considerar e responder aos intereses dos seus grupos

de interese; aceptar que o estado de dereito é obrigatorio; respectar as normas internacionais de comportamento, como mínimo o principio de acatamento ao estado de dereito; e respectar os dereitos humanos e recoñecer a súa importancia e a súa universalidade.

A ISO 26000 é unha norma de orientación e é a única da serie ISO que non é certificable.

NORMA SGE 21, NORMA DE XESTIÓN ÉTICA E SOCIALMENTE RESPONSABLE CERTIFICABLE: a norma SGE 21, posta en marcha por Forética, é o primeiro sistema de xestión da responsabilidade social a nivel europeo que permite, de maneira voluntaria, auditar procesos e alcanzar unha certificación en Xestión ética e responsabilidade social. A norma está composta por seis capítulos. Os cinco primeiros explican os antecedentes e os aspectos xerais do documento, sendo o capítulo seis o que desenvolve os requisitos certificables da norma.

Este capítulo desagregase á súa vez en nove áreas de xestión: alta dirección, clientes, provedores, persoas que traballan para a organización, contorna social, contorna ambiental, investidores, competencia e administracións públicas. Para cada unha delas establécense os requisitos que debe cumprir a organización para ser considerada ética e socialmente responsable.

A SGE 21 require un compromiso que demostre polo menos tres elementos esenciais: a súa integración na estratexia e procesos da organización, o impulso do diálogo e o coñecemento das expectativas dos grupos de interese e, por último, o fomento da transparencia e a comunicación.

IQNET SR10, SISTEMA DE XESTIÓN DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: é o estándar internacional desenvolvido por IQNet que serve para integrar a xestión da responsabilidade social na estratexia das organizacións e para comunicar os logros alcanzados a través da súa certificación.

O éxito desta ferramenta radica en que as súas características cobren todas as expectativas das organizacións, grandes ou pemes, públicas ou privadas de calquera sector. Tanto para aquelas que comezan a implantar a estratexia de RSE, como para aquelas que xa percorreron parte do camiño e necesitan integrar no negocio as accións nas que xa estaban a traballar.

SA 8000, UNHA NORMA CERTIFICABLE ENFOCADA NAS CONDICIÓN DE TRABAJO: esta norma foi desenvolvida en 1997 por Social AccountAbility International (SAI), unha organización creada por varios grupos de interese que comparten o obxectivo de mellorar o exercicio dos dereitos humanos das persoas traballadoras en todo o mundo.

A norma oríentase cara aos impactos sociais da empresa e ocúpase principalmente do traballo infantil, o traballo forzoso e obrigatorio, a seguridade e a saúde no traballo, os dereitos

de sindicación e de negociación colectiva, a discriminación, as medidas disciplinarias, o horario de traballo, a remuneración e os sistemas de xestión.

A norma é unha das poucas que é certificable, aínda que só certifica a nivel de instalacións e non toda a empresa. É aplicable globalmente, independentemente da localización ou o sector industrial. Con todo, polo seu enfoque cara ás condicións de traballo, o uso da norma é común en industrias coñecidas por ter malas condicións laborais, e tamén en países con ese tipo de problemas.



¿SABÍAS QUE...?

Eroski, cooperativa pertencente ao Grupo Mondragón, conta coa certificación SA 8000 que pon en valor o seu compromiso co cumprimento da lexislación e a normativa laboral e cooperativa vixentes, así como de todos aqueles acordos subscritos polo grupo.



Figura 2. A escaleira da RSE (Fonte: elaboración propia)

Independentemente de poder elixir algún destes estándares para a implantación da RSE nas entidades de economía social, pódese optar por seguir unha serie de pasos básicos, máis sinxelos de executar, e que constitúen a **escaleira da RSE**.

4.1. COMPROMISO DA ORGANIZACIÓN



O primeiro paso para introducir prácticas responsables nas entidades de economía social é a definición dun compromiso da organización (alcanzado co consenso dos seus órganos de participación e goberno) que debe fundamentarse nunha visión e actuación ética e responsable ante a sociedade. Estes valores éticos serán os que impregnen toda a súa estratexia empresarial e fundamenten todas as tomas de decisión.

Os valores éticos, o compromiso cos grupos de interese e as declaracións que a organización queira subscribir en materia de dereitos humanos, dereitos laborais, diversidade... débense formalizar nun **código de conduta ou código ético**. Trátase dun documento escrito que reflicta os valores e/ou principios que rexen o seu comportamento, as principais políticas ligadas a eles e un conxunto de medidas destinadas a garantir o seu cumprimento.

Á hora de adoptar o código de conduta da entidade, e para garantir que sexa asumido pola organización no seu conxunto, debe ser debatido e aprobado por todas as persoas integrantes da empresa, independentemente de que, posteriormente, deba ser formalmente aprobado polo órgano de goberno da entidade ou pola persoa na que delegue.

O **código de conduta** ten que ser cumprido por todo o persoal da empresa, polo que é necesario desenvolver unha fase de comunicación centrada en explicar en que consiste, como se aplica no día a día da organización e que implica o seu incumprimento. De igual forma, como boa práctica de RSE, a empresa pode comunicar aos seus provedores a existencia deste código e solicitar a súa adhesión voluntaria, garantindo desta forma que os seus valores éticos se estendan ao longo da súa cadea de valor. Debido a que se trata dunha adhesión voluntaria, a empresa debe facilitar este procedemento, establecendo unha serie de prazos flexibles para que os provedores poidan adaptarse a el. **No caso das cooperativas, ao ser moitos dos seus provedores os propios socios, garántese que o cumprimento dos valores éticos da entidade se traslade á cadea de valor de forma transparente e eficaz.**



¿SABÍAS QUE...?

METAL FERROL S.A.L., sociedade laboral situada en Narón, involucra os seus provedores no cumprimento dos principios básicos que conforman o seu código ético, o que fortalece as súas relacións con base na confianza e a transparencia. Para iso anímalles a cubrir un cuestionario onde establecen o seu grao de compromiso co código de conduta da entidade.

As entidades de economía social poden optar por deseñar un código de conduta propio ou empregar e/ou adaptar códigos de conduta internacionais aplicables a calquera tipo de organización. En concreto, para o caso das cooperativas pódese partir dos principios cooperativos definidos pola Alianza Cooperativa Internacional para construír o seu código ético:

- Principio 1: adhesión voluntaria e aberta.
- Principio 2: control democrático dos membros.
- Principio 3: participación económica dos membros.
- Principio 4: autonomía e independencia.
- Principio 5: educación, capacitación e información.
- Principio 6: cooperación entre cooperativas.
- Principio 7: interese pola comunidade.



¿SABÍAS QUE...?

COFANO, Farmacéutica do Noroeste Sociedade Cooperativa Galega, conta cun código ético propio no que se mostra o seu compromiso de loita contra a distribución ilegal de medicamentos.

- 1. No conxunto das súas actuacións, esta cooperativa ten como pauta de conduta a defensa do actual modelo ordenado e regulado de farmacia e dos seus fundamentos: a titularidade/propiedade exclusiva dun farmacéutico e a planificación do establecemento.*
- 2. A adquisición dos medicamentos de uso humano por esta cooperativa realízase unicamente en laboratorios comercializadores ou en entidades de distribución autorizadas que acrediten o cumprimento das boas prácticas de distribución.*
- 3. Esta cooperativa está comprometida coa dispoñibilidade dos medicamentos no mercado español e, por iso, destina os medicamentos de uso humano que adquire a garantir o acceso dos pacientes a eles.*
- 4. Esta cooperativa colabora activamente coas administracións sanitarias, comprometéndose e implicándose na loita contra a distribución inversa de medicamentos.*
- 5. A difusión deste código ético e dos valores que nel se recollen será un dos compromisos desta cooperativa.*

Fonte: COFANO. Código Ético

A continuación, recóllense os principais códigos de conduta aplicables a calquera organización e que son recoñecidos a nivel internacional.

PACTO MUNDIAL DAS NACIONS UNIDAS: É un compromiso universalmente aceptado por todo tipo de organizacións e que se fundamenta na aceptación de 10 principios básicos:

- **Principio 1:** As empresas deben apoiar e respectar a protección dos dereitos humanos fundamentais, recoñecidos internacionalmente, dentro do seu ámbito de influencia.
- **Principio 2:** As empresas deben asegurarse de que as súas empresas non son cómplices na vulneración dos dereitos humanos.
- **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 a ocupación.
- **Principio 7:** As empresas deberán manter un enfoque preventivo que favoreza o medio 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 medio ambiente.
- **Principio 10:** As empresas deben traballar contra a corrupción en todas as súas formas, incluídas extorsión e suborno.

Unha empresa que participa no Pacto Mundial comprométese a elaborar anualmente un informe de progreso dirixido aos seus grupos de interese que describa os avances logrados pola empresa na implementación dos dez principios. O propósito da comunicación é que sexa, por unha banda, un sistema de autoavaliación (que as empresas identifiquen os seus avances nas materias do pacto) e, doutra banda, que dote dunha maior credibilidade á iniciativa por medio da transparencia. A idea destes informes é que os participantes vaian progresando segundo os principios, e non necesariamente que cumpran todos eles directamente.



¿SABÍAS QUE...?

XENEME PROXECTOS SOCIAIS é unha sociedade laboral que desde 1998 desenvolve a súa actividade no ámbito da consultaría en proxectos sociais, educativos e culturais. Xeneme é asinante do Pacto Mundial das Nacións Unidas, comprometéndose con iso a cumprir os seus principios en todas as súas actuacións.

Fonte: Rede Española do Pacto Mundial

LIÑAS DIRECTRICES PARA EMPRESAS MULTINACIONAIS DA OCDE: as Directrices da OCDE son un conxunto de estándares normativos multilaterais (no ámbito dos dereitos humanos, o emprego e as relacións laborais, o medio ambiente, a loita contra a corrupción, os intereses das persoas consumidoras e a competencia), apoiados polos gobernos asinantes e destinados a promover a conduta responsable das empresas que están baseadas ou operan nos países adherentes. Isto significa que os gobernos destes países comprometéronse, en nome de todas as empresas multinacionais con sede social dentro das súas fronteiras, a respectar as disposicións das directrices. Non son normas obrigatorias, pero se as empresas se comprometen a aplicalas, deberán facelo sen excepción en todos os países onde operan.

PRINCIPIOS CERES (COALICIÓN PARA UNHAS ECONOMÍAS RESPONSABLES CO MEDIO AMBIENTE): Esta institución deseñou un código de 10 compromisos sobre ética ambiental. Entre eles atópase a protección da biosfera, o uso sustentable dos recursos naturais, a redución de residuos, un uso eficiente da enerxía, a produción de produtos e servizos seguros etc.

33

4.2. DIAGNÓSTICO DE RSE

O **diagnóstico de RSE** serve para obter unha “fotografía” do estado actual en materia de sustentabilidade da organización. Para a realización deste diagnóstico, existen múltiples ferramentas que, a modo de *checklist*, axudan a indagar que iniciativas de RSE están implantadas (e non se identificaron como tal ata o momento) e que ámbitos están aínda sen tratar na entidade. **É recomendable realizar un Informe de Diagnóstico, onde se recollan documentalmente os resultados obtidos e que sirva para comunicar, interna e externamente, o estado da empresa en materia de responsabilidade social.**

A continuación, enuméranse unha serie de ferramentas gratuítas que serven para realizar un diagnóstico en materia de RSE:

04

Capítulo

- A **ferramenta XUNTA PRO-RSE**, que a Xunta de Galicia pon a disposición das pemes galegas, permite ás empresas realizar un diagnóstico en materia de RSE e comprobar a evolución en materia de RSE, emitindo informes de acordo cos estándares GRI4, Pacto Mundial ou con indicadores adaptados ás necesidades da empresa.
- O **questionario online Dircom2R**, de Integración da RSC e a Reputación, implantado pola Asociación de Directivos da Comunicación.
- O **proxecto InnovaRSE** do Goberno de Navarra, que conta cunha ferramenta de referencia para iniciar a incorporación sistemática da RSE en pequenas e medianas entidades.
- O **questionario de diagnose xertatu:adi**, que quere ser unha axuda para que as empresas incorporen a sustentabilidade na súa cultura, estratexia e operacións.
- O **questionario de diagnóstico RSE-D**, promovido pola Fundación ONCE, que está orientado ao aspecto concreto da integración de persoas con diversidade funcional nas organizacións.

4.3. IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS DE INTERESE

34

Un dos aspectos máis importantes que teñen que abordar as entidades en materia de responsabilidade é a xestión das súas relacións cos grupos de interese. A correcta integración das demandas e expectativas dos grupos de interese, é clave para o éxito da estratexia de RSE da organización. *Os grupos de interese ou stakeholders son os grupos e as persoas que afectan ou son afectadas polas actividades da organización.*

Porque non só se debe considerar que forman parte da empresa as persoas socias, directivas e empregadas; empresa son tamén a clientela, os provedores, a competencia, a comunidade local, nacional e internacional cos seus distintos colectivos (gobernos, sindicatos, movementos sociais, medios de comunicación, etc.)

Non existe unha lista xenérica de grupos de interese para as empresas, nin sequera do mesmo sector. Cada organización debe contemplarse desde unha perspectiva transversal de tal maneira que poida identificar todos aqueles grupos que poidan afectar ou verse afectados polo desenvolvemento da actividade. De igual maneira, non existe unha metodoloxía única para a identificación dos grupos de interese. A continuación, recolleemos unha serie de recomendacións para que as entidades de economía social poidan identificar os seus grupos de interese.

Pasos para... identificar os teus grupos de interese

- **01 • Constituír un grupo de traballo (5-6 persoas) dentro da entidade, interdepartamental e intradepartamental.** É recomendable que se atope representado o maior número de categorías profesionais posibles, dando cabida desta forma desde persoas que traballen en postos directivos ata postos produtivos.

02 • Realizar unha listaxe con todos os grupos de interese que se considere interactúan coa entidade. Para realizar esta listaxe adoita axudar ter en consideración criterios de:

- *Proximidade:* grupos que interactúan de maneira próxima coa organización incluíndo os *stakeholders* internos (persoal traballador e socios).
- *Influencia:* grupos de interese que inflúen (ou poden facelo) no desenvolvemento da actividade da organización.
- *Responsabilidade:* aqueles cos que se teñen obrigacións legais.
- *Dependencia:* grupos que dependen da actividade da organización.

03 • Unha vez que teñamos a listaxe de grupos de interese, é **necesario agrupalos por categorías** con base en que posúan similares características ou que as súas expectativas/demandas sexan parecidas.

04 • Tendo en conta que as organizacións contan con recursos limitados (humanos e económicos) para abordar a xestión cos grupos de interese, é necesario **seleccionar e priorizar aqueles que resulten máis relevantes**. Non existe un procedemento estándar de priorización, debe realizarse con base nunha reflexión interna dentro da entidade que sirva para tomar decisións sobre cales son os grupos de interese principais e cales os secundarios. Un bo punto de partida é considerar o promulgado por Jancic (1999) que clasifica os grupos de interese das organizacións en tres niveles, en función de que a relación con eles sexa *inevitable*, *necesaria* ou *desexable*.



¿SABÍAS QUE...?

A cooperativa Feiraco é unha das primeiras entidades de economía social de Galicia que identificou os seus grupos de interese:

- *Socios.*
- *Empregados.*
- *Provedores.*
- *Consumidores.*
- *Clientes.*
- *Sociedade.*

Fonte: Memoria RSC Feiraco 2013-2014

4.4. ANÁLISE DE MATERIALIDADE



A análise de materialidade nas organizacións cobrou unha relevancia especial desde que un dos estándares de rendición de contas máis importantes (GRI, sobre o que se falará máis adiante neste manual) converteuno en requisito fundamental para a rendición de contas da organización nas memorias de RSE con base nos impactos económicos, sociais e ambientais. ***A materialidade implica que as memorias deben cubrir aqueles aspectos e indicadores que reflectan os impactos significativos (económicos, sociais e ambientais) da organización ou aqueles que poderían exercer unha influencia substancial na toma de decisións dos grupos de interese.*** Con todo, a realización dunha análise de materialidade pensando soamente no posterior desenvolvemento da memoria de RSE fai que se perda gran potencialidade da ferramenta metodolóxica. Hai que ter en conta que se identificarán aqueles aspectos realmente importantes tanto para a consecución dos obxectivos estratéxicos da entidade como para dar resposta ás necesidades dos grupos de interese, polo que é recomendable empregar os resultados do análise de materialidade non só na rendición de contas, senón no deseño do plan de acción.

36



¿SABÍAS QUE...?

Moitas organizacións realizan actuacións de RSE (por exemplo, acción social) que non lle serven para conseguir os seus obxectivos empresariais, non se alían co seu modelo de negocio e non dan resposta ás demandas dos seus grupos de interese. Estas entidades están a perder unha oportunidade única de que a RSE lles axude a ser organizacións excelentes.

O verdadeiro valor da análise de materialidade reside en que axuda ás organizacións a deseñar a folla de ruta que marcará a súa estratexia e o seu plan de acción en materia de RSE. Porque se debe ter en consideración que a RSE é unha ferramenta máis de mellora continua das entidades e, desde esta perspectiva, marca o camiño que hai que seguir para alcanzar a sustentabilidade no tempo das entidades.

Non existe un procedemento estandarizado nin criterios uniformes para realizar unha análise de materialidade nas entidades, o que si é recomendable é que sexa un proceso participativo, onde estean involucradas as persoas integrantes da organización e que estea dirixido por persoal técnico especializado na materia (debido á súa complexidade). A continuación, móstrase unha serie de recomendacións que axudan a decidir por onde empezar á hora de deseñar a estratexia de RSE das organizacións:

Pasos para... realizar a túa análise de materialidade

- 01 • Listar todos os grupos de interese da empresa.** No apartado anterior identificáronse os stakeholders da organización e procedeuse á súa priorización, seleccionando aqueles grupos principais de persoas sobre os que impacta a empresa e os que impactan á empresa.
- 02 • Identificar os aspectos relevantes da entidade.** Neste momento, débense identificar os aspectos do funcionamento da entidade que poden ser relevantes tanto para ela mesma como para os seus grupos de interese. Para iso, como punto de partida, é recomendable consultar guías para a identificación de impactos como a do *Global Reporting Initiative*, o *SABS Materiality Map* ou os Obxectivos de Desenvolvemento do Milenio.
- 03 • Priorizar os aspectos relevantes.** Para iso puntúase cada aspecto desde unha dobre perspectiva: a importancia que ten para a entidade e a importancia que ten para os grupos de interese. Esta priorización adoita estar motivada pola análise de custos e beneficios, tanxibles e intanxibles, xestión de riscos... Para asignar unha valoración a cada un destes aspectos adóitase revisar información contida en análises de mercado, enquisas de grupos de interese, entrevistas...etc.
- 04 • Construír a matriz de materialidade.** A matriz de materialidade constrúese por unha banda valorando o impacto dese aspecto sobre os grupos de interese (Relevancia grupos de interese) e, por outro, valorando o impacto dese aspecto sobre a estratexia de negocio da entidade (Impacto na estratexia).
- 05 • Seleccionar os aspectos materiais que se van a executar.** Unha vez solicitada toda a información necesaria para a toma de decisións, a entidade debe decidir que acomete, en función da súa estrutura funcional, dos seus recursos humanos e dos seus recursos financeiros. Os aspectos materiais deben cumprir o requisito de que sexan relevantes para a entidade e relevantes para os grupos de interese.

37

INFOGRAFÍA-FIGURA 3: ANÁLISE DE MATERIALIDADE



Lista os aspectos para analizar

CONSELLO: elixe un estándar de referencia e comeza polos que che propón. Por exemplo, os ODS. que te propoñe.



Asigna unha puntuación a cada aspecto en función dos teus obxectivos empresariais.



Pregunta aos teus grupos de interese sobre a importancia que para eles teñen os aspectos que estás a analizar.



Constrúe unha táboa de valoracións.

04

Capítulo

- Aspectos materiais
- Aspectos relevantes para os meus grupos de interese
- Aspectos relevantes para ta empresa

		Relevantes para a empresa	Relevantes para os meus grupos de interese
1	Redución das desigualdades	9	10
2	Traballo decente e crecemento económico	10	8
3	Fin da pobreza	7	10
4	Saúde e benestar	8	8
5	Paz, xusticia e institucións sólidas	9	6
6	Produción e consumo responsables	7	8
7	Educación de calidade	6	9
8	Igualdade de xénero	5	9
9	Fame cero	5	7
10	Vida de ecosistemas terrestres	4	8
11	Industria, innovación e infraestrutura	8	3
12	Energía asequible e non contaminante	2	8
13	Acción polo clima	5	3
14	Cidades e comunidades sustentables	4	4
15	Auga limpa e saneamento	3	5
16	Alianzas para acadar obxectivos	5	1
17	Vida submarina	2	4

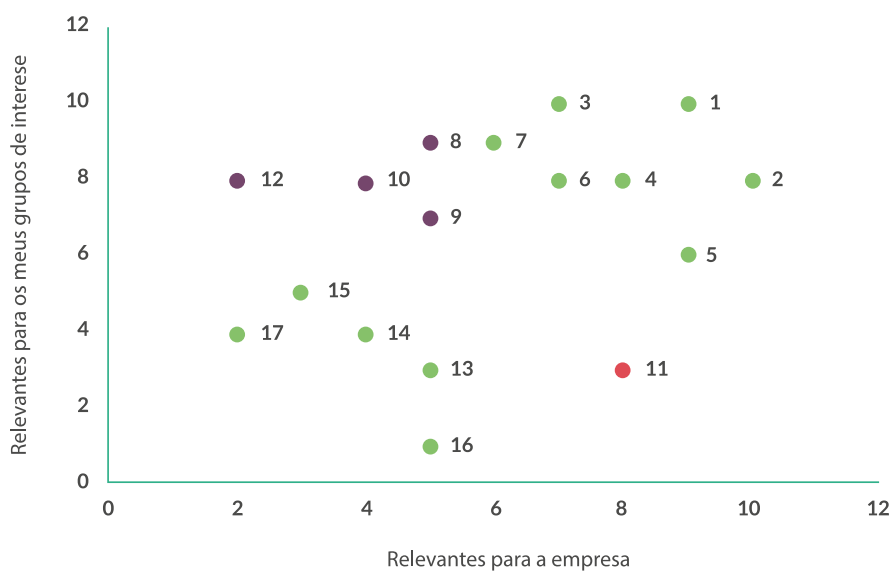


Figura 3. Matriz de materialidade en base aos ODS (Fonte: elaboración propia)

MATRIZ DE MATERIALIDAD FUNDACIÓN TELEFÓNICA



(1) Empleados de Fundación Telefónica, empleados de Telefónica, Voluntarios Telefónica, participantes en actividades (beneficiarios), profesores, docentes, educadores y otros públicos (sociedad en general).

(2) Equipo directivo de Fundación Telefónica

LEYENDA

ASUNTOS MATERIALES

- 1 Respetar y proteger los Derechos Humanos fundamentales
- 2 Diseñar programas y proyectos que generen beneficio social
- 3 Contar con un procedimiento en materia ética e integridad
- 4 Garantizar la privacidad y seguridad de los usuarios y beneficiarios de los programas y proyectos de la Fundación
- 5 Inversión y desempeño económico y social de la Fundación
- 6 Desarrollar, monitorizar y evaluar los programas y proyectos
- 7 Promover la diversidad, la igualdad y la no discriminación dentro de la Fundación
- 8 Fomentar la innovación e intercambio de conocimiento
- 9 Facilitar información de los programa y proyectos
- 10 Garantizar la formación y capacitación de los empleados
- 11 Garantizar la transparencia y la correcta gestión de la estructura de los Órganos de Gobierno de la Fundación
- 12 Luchar contra la corrupción, el blanqueo de capitales y el fraude

ASUNTOS RELEVANTES PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

- A Conocer la satisfacción de los usuarios y beneficiarios de los programas y proyectos de la Fundación
- B Garantizar la estabilidad y la seguridad en el empleo
- C Desarrollar campañas de movilización y sensibilización pública
- D Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de la Fundación

ASUNTOS RELEVANTES PARA FUNDACIÓN TELEFÓNICA

- I Desarrollo de una adecuada gestión económica de la Fundación
- II Relación con los grupos de interés
- III Promover medidas de prevención de riesgos laborales y salud de los empleados
- IV Conocer las fuentes de financiación de la Fundación y el valor de la contribución (Transparencia financiera)

Figura 4. Matriz de materialidade da Fundación Telefónica (Fonte: Informe Anual 2015)

4.5. PLAN DE ACCIÓN

O plan de acción en RSE, do mesmo xeito que outras estratexias empresariais, debe contar con:

- A definición dos obxectivos estratéxicos, con base nun calendario preestablecido.
- O deseño das accións para poder alcanzar as metas establecidas.
- A medición dos logros a través de indicadores específicos de seguimento.
- A asignación de responsables e de orzamento necesario para a execución das actuacións.

No caso da acción en materia de RSE, desde que se fai a análise de materialidade, tense avanzado en gran medida xa que se garante que os obxectivos estratéxicos dan resposta á demanda dos grupos de interese e ás necesidades da organización.

É necesario apuntar que, en moitos casos, a situación financeira a curto prazo, as demandas internas de determinados departamentos ou os conflitos con outros elementos da estratexia de negocio da entidade fan incompatible ou imposibilitan a xestión dalgún dos aspectos relevantes identificados pola organización. Pero, de ser así, terase conciencia de por que se deixan de abordar determinados asuntos e poderanse xestionar mellor os riscos derivados de non afrontalos neses momentos.

Para o deseño do plan de acción é recomendable ter en conta que as actuacións en temas de sustentabilidade adoitan ter un longo alcance, que o impacto é diferente en función de onde se produza (de especial importancia para entidades que operen no exterior) etc. E, por suposto, **que a estratexia de RSE é necesario que sexa coñecida polas persoas integrantes da entidade e aprobada polos máximos órganos de goberno da entidade ou a persoa na que deleguen.**

A continuación, a modo de exemplo, enuméranse algunhas accións que poden ser desenvolvidas polas entidades de economía social para dar resposta aos seus obxectivos estratéxicos de RSE. Clasifícanse con base nos tres ámbitos da responsabilidade social:

Táboa 3. Accións de RSE (Fonte: elaboración propia)

Ámbito Económico

- Código ético.
- Prácticas de goberno participativo.
- Procesos de I+D+i.
- Política de RSE, formalizado como un documento público.
- Protocolo de contratación de provedores locais.
- Xestión da cadea de valor.
- Transparencia.
- Rendición de contas.

Táboa 3. Accións de RSE (Fonte: elaboración propia)

Ámbito Ambiental

- Compra verde.
- Xestión de residuos.
- Xestión enerxética.
- Xestión no uso da auga.
- Boas prácticas de consumo de materias primas.
- Pegada de carbono.
- Mobilidade sustentable.
- Información e sensibilización.

Ámbito Social

- Formación e capacitación.
- Programas de desenvolvemento profesional, captación e retención do talento.
- Igualdade de oportunidades entre mulleres e homes.
- Conciliación da vida familiar, laboral e persoal.
- Seguridade e saúde.
- Empresa saudable.

Igualmente, a modo ilustrativo, defínese unha posible estratexia con base nun asunto relevante para unha entidade de economía social:

Táboa 4. Plan de acción en materia de igualdade de xénero de Andaina Sociedade Cooperativa Galega (Fonte: Andaina Sociedade Cooperativa Galega)

CLASE: Cooperativa de educación // Ámbito de actuación: Difusión e compromiso coa igualdade	
OBXECTIVO PRINCIPAL	Concienciar, formar e mentalizar toda a comunidade educativa cos principios de igualdade e non discriminación, fomentando a súa interiorización, e publicitar interna e externamente o compromiso de ANDAINA co Plan de igualdade.
OBXECTIVO ESPECÍFICO	Promover o acceso de toda a comunidade educativa aos medios de comunicación internos e desenvolver o seu contido como garantía dunha comunicación efectiva e de difusión do compromiso da empresa coa igualdade de oportunidades.
ACCIÓN	PLAZO
Visualizar e facer presente a coeducación no centro, tanto na linguaxe escrita (cartelería, comunicados, documentos do centro) como na linguaxe oral e nos materiais e recursos	Un ano (marzo 2014)
Os medios de comunicación interna da empresa conterán información actualizada sobre opcións de formación e requisitos esixidos para cada caso, ademais de información do Plan de igualdade, Protocolos de acoso e outra información de interese para a comunidade educativa constituíndo a sección "Igualdade de Oportunidades" nos taboleiros específicos para iso	Un ano (marzo 2014)
Desenvolver unha campaña informativa do Plan de igualdade a toda a comunidade educativa, mediante a realización de sesións informativas.	Un ano (marzo 2014) Sucesivamente, cada ano de xeito habitual
RESPONSABLE DA ACCIÓN: Xerencia / Axente de igualdade / Profesorado e educadores/as	
DESTINATARIOS: Traballadores/as da escola / Alumnado / Familias	
MEDIOS MATERIAIS E HUMANOS: Tempo dos responsables das distintas áreas para o desenvolvemento de campañas informativas sobre o Plan de igualdade e solicitar información de propostas e suxestións a través dos medios de comunicación implantados na empresa, así como para facer visible a coeducación no centro.	

Táboa 4. Plan de acción en materia de igualdade de xénero de Andaina Sociedade Cooperativa Galega (Fonte: Andaina Sociedade Cooperativa Galega)

Mecanismos de seguimento e avaliación		
Denominación	Ferramentas de recollida de información	Periodicidade
Indicador 1	A coeducación está presente e é visible no centro	Un ano
Indicador 2	Establecéronse canles de información permanentes sobre igualdade no centro	Anual
Indicador 3	Nº de horas dedicadas a información sobre Plan de igualdade á comunidade educativa	Anual

Aproximación orzamentaria: 2 000€

4.6. COMUNICACIÓN

Para finalizar o proceso de implantación dun modelo de xestión de RSE na empresa, débense definir os mecanismos de información que se van utilizar para render contas cos diferentes grupos de interese. É importante considerar que o éxito da comunicación cos stakeholders radica en que se debe realizar a través de canles específicas para cada un deles. Adicionalmente, débense realizar informes xerais (**memorias de sustentabilidade ou de responsabilidade social**).

As memorias de responsabilidade social non son instrumentos de márketing, senón que son ferramentas de rendición de contas dirixidas a mellorar a estratexia de RSE da entidade. **A comunicación responsable é parte da responsabilidade da empresa ante a sociedade** (Vives, 2015).

No capítulo 6 deste manual, desenvólvense en maior detalle as accións de comunicación responsable que poden ser realizadas polas entidades de economía social.

05

RSE. Diálogo aberto cos grupos de interese

Manual de RSE nas entidades de
economía social



5. RSE. DIÁLOGO ABERTO COS GRUPOS DE INTERESE



Un dos aspectos máis importantes que ten que desenvolver unha empresa socialmente responsable é a xestión dos seus grupos de interese. A xestión dos grupos de interese é algo difícil de asumir polas organizacións e, en ocasións, implica un gran investimento en recursos (humanos e materiais) e en tempo. É imprescindible considerar tres aspectos:

Táboa 5. Aspectos que se deben considerar na xestión dos grupos de interese (Fonte: AccountAbility)

Relevancia

Centrarse no importante para a organización e para os grupos de interese.

Exhaustividade

Comprender o impacto real e o que os grupos de interese pensan da organización.

Capacidade de resposta

Ser conscientes de que unha vez que se inician as relacións cos grupos de interese hai que dar resposta ás súas demandas da forma máis adecuada posible.

A xestión dos grupos de interese implica desenvolver o conxunto de accións necesarias para dar cabida ás súas demandas e expectativas. Isto non implica que se teña que dar resposta a todas estas demandas, nin facelo de forma inmediata. O que si é necesario é telo en consideración para a planificación estratéxica e operacional da entidade.

Esta tarefa, que sen dúbida é complexa, reporta unha serie de beneficios (Strandberg, 2010):

05

Capítulo

- **Identificación temperá de tendencias e asuntos relevantes.** O feito de manter un diálogo continuo cos grupos de interese leva consigo a posibilidade de poder identificar novos temas que poidan influír nas condicións, tanto para a entidade como para o mercado en xeral. Por exemplo, en relación con hábitos de consumo responsable, o diálogo continuado coa clientela e/ou consumidoras/es pode axudar á entidade a manterse actualizada para dar resposta a novas formas de consumir.
- **Mellor xestión de riscos e de oportunidades.** Ter coñecemento das perspectivas e acceso aos recursos dos grupos de interese pode axudar á empresa a xestionar as oportunidades e os riscos con maior eficiencia e eficacia.
- **Innovación e mellora.** O coñecemento e os recursos dos grupos de interese tamén poden axudar á empresa na mellora e a innovación dos seus procesos e dos seus produtos ou servizos.
- **Establecer a credibilidade como entidade.** A interacción cara a cara e a capacidade de desenvolver as relacións individuais son, xeralmente, o método máis eficaz para a construción de confianza e a credibilidade da empresa. Á súa vez, o feito de crear confianza é crucial para lograr o éxito a longo prazo.
- **Toma de decisións fundamentada.** O acceso á información e as relacións que van máis aló das fontes tradicionais poden traducirse nunha vantaxe competitiva se se integran na planificación e outras actividades principais da empresa.

Para aquelas persoas con responsabilidades nas empresas nas relacións cos grupos de interese, é recomendable seguir as cinco etapas que a organización AccountAbility inclúe no seu manual *O compromiso cos stakeholders*:

01 • PENSAMENTO ESTRATÉXICO

- Identificar os grupos de interese da organización.
- Asumir o compromiso e a transparencia como alicerces das relacións entre a empresa e os seus grupos de interese.
- Identificar os obxectivos dos *stakeholders* para adoptar un enfoque proactivo respecto deles.

Establecer un compromiso cos grupos de interese implica colaborar con varios axentes á vez e, a miúdo, facelo sobre temas complexos como os impactos da organización na sociedade.

02 • ANÁLISE E PLANIFICACIÓN

- Determinar os riscos que ameazan as relacións entre a empresa e os seus grupos de interese.
- Aproveitar as oportunidades que xurdan no tratamento dos temas que interesan aos *stakeholders* na actualidade ou nun futuro.

05

Capítulo

- Ter precaución de non xerar falsas expectativas.
- Sentar as bases para a creación de capital relacional.

A diversidade e complexidade dos grupos de interese, así como a gama de temas que promoven, obrigan as empresas a estar preparadas para cambiar frecuentemente as súas relacións con eles, así como para a chegada de grupos e temas novos.

Existen moitas posibilidades de aprender doutras empresas, para non reinventar o proceso desde o principio. Entre outras fontes, existen as boas prácticas e as diversas normas e directrices, que ofrecen guías para a acción e serven como punto de referencia para as propias actividades. Ademais, hai redes e alianzas que poden facilitar información, e tamén a posibilidade de colaborar. Nalgúns casos, unha entidade soa non pode afrontar a cuestión.



¿SABÍAS QUE...?

En España, a Rede Española do Pacto Mundial ou o Club de Excelencia en Sustentabilidade teñen multitude de recursos gratuítos que axudan ás organizacións a planificar o proceso de xestión de stakeholders, así como outros aspectos vinculados á RSE.

03 • FORTALECEMENTO DAS CAPACIDADES DE RELACIÓN

- Fortalecer aqueles factores que determinan a capacidade de resposta da empresa ante as demandas dos seus grupos de interese.
- Ter credibilidade.

04 • PROCESO DE RELACIÓN

- Establecer un diálogo participativo cos grupos de interese. Para iso hai que ter en consideración que as canles de comunicación poden ser diferentes.
- Deseñar adecuadamente o proceso relacional, xa que non basta con comunicarse cos grupos de interese para conseguir resultados satisfactorios.

05 • ACTUAR, INFORMAR E REVISAR

- Ter en conta a perspectiva dinámica de todo o proceso para manter unha relación fluída.

- Ter coidado coa imposición de normas durante o proceso relacional. Se é necesario o establecemento dunha serie de normas para rexer o proceso relacional, estas deben ser entendidas e consensuadas con todos os grupos de interese participantes, de forma tal que sexan aceptadas por todas as partes e que garantan unha fluidez e boa xestión das comunicacións.
- Informar convenientemente os grupos de interese desde un enfoque transparente e obxectivo.
- Manter o proceso de realimentación. Analizar a opinión dos grupos de interese sobre as actuacións de RSE da empresa, comentar con eles propostas de mellora e actuar en consecuencia.

Tras realizar a identificación dos grupos de interese, como se viu no capítulo anterior, é necesario establecer para cada un deles unha metodoloxía relacional que axude a identificar as súas demandas e expectativas en relación coa organización. Un primeiro aspecto que se debe considerar é que, normalmente, os grupos de interese menos relevantes serán xestionados de maneira xeralmente unidireccional, para ir incrementando o nivel de bidireccionalidade na comunicación cos máis relevantes. Así, existen métodos de:

- **Consulta:** executados para obter información e feedback dos grupos de interese para poder incluílos nas decisións internas. Os asuntos de consulta poden ser temas de interese actual, como o cambio climático, a biotecnoloxía ou os dereitos humanos, ou poden tratar asuntos relacionados directamente coa organización, tales como a súa imaxe, comunicación, impactos, resultados ou servizos e produtos. As decisións son tomadas pola empresa, pero esta comprométese a informar os grupos de interese sobre o impacto das súas achegas na toma de decisións. En canto á relación, pode ser a curto ou longo prazo, e a comunicación debe ser bilateral, podendo ser realizada a través de enquisas, reunións de grupo, talleres etc.

48



¿SABÍAS QUE...?

A introdución de contidos sobre as túas actuacións de RSE no teu blogue e nas túas redes sociais pode axudarche a solicitar información sobre o que a sociedade percibe en relación coa túa xestión como entidade responsable.

- **Diálogo:** esta relación implica traballar directamente coas partes interesadas, co obxectivo de entender as súas inquietudes e telas en conta na toma de decisións. A comunicación pode ser bilateral ou de dirección múltiple, e a aprendizaxe é mutua. Fronte á consulta, o diálogo ofréclese máis posibilidades aos grupos de interese á hora de influír na axenda e nos resultados. Este tipo de relación permite que dean a súa opinión sobre a maneira de satisfacer as súas expectativas e proporciónalle á empresa a posibilidade de contextualizar as barreiras ás que se enfrenta ao tratar de satisfacer as expectativas de diversos grupos de interese. A relación é a curto ou longo prazo, e pode levarse a cabo en foros de múltiples grupos de interese, paneis, etc. Entre estes métodos, un dos máis utilizados son os paneis.



¿SABÍAS QUE...?

Os paneis reúnen os grupos de interese seleccionados para debater sobre temas como as políticas, as actividades ou os resultados da entidade respecto da responsabilidade social. Deste xeito, a organización obtén asesoramento e, ademais de coñecer as expectativas das partes interesadas, recibe críticas relacionadas coa estratexia desenvolvida pola organización. Ao mesmo tempo, pode obter información acerca de riscos futuros relacionados coas operacións empresariais. A empresa, pola súa banda, comprométese a responder as opinións das/os participantes, dunha ou outra forma.

- **Colaboración:** As colaboracións proceden de persoas e organizacións (públicas, privadas ou da sociedade civil) que se dedican a obxectivos de ben común a través da combinación de recursos e competencias, e comparten así riscos e beneficios. As colaboracións, xeralmente, non se basean en valores e culturas comúns, senón que teñen que ser deseñadas e negociadas para cumprir coas necesidades, de modo que posibiliten a colaboración entre os distintos grupos involucrados. A relación é a longo prazo, e pode ser en forma de proxectos conxuntos ou de asociacións voluntarias de dúas partes ou de múltiples grupos de interese, entre outras.

49



¿SABÍAS QUE...?

As alianzas coas organizacións da sociedade civil que vaian máis aló de accións de filantropía ou de organización de eventos con fins promocionais, é unha das mellores formas de realizar un proceso de colaboración cos grupos de interese. Neste punto, débese actuar baixo unha perspectiva estratéxica buscando unha colaboración real onde ambas as partes contribúan con coñecementos, experiencias e recursos, compartindo ao mesmo tempo riscos e beneficios.

Entre as iniciativas que se poden desenvolver destacan as campañas de sensibilización e/ou concienciación, onde as empresas asumen un rol de apoio, defensa e contribución ao desenvolvemento dunha iniciativa, xeralmente relacionada con aspectos sociais e/ou ambientais. Neste punto hai que facer referencia á importancia de que as campañas de sensibilización e/ou concienciación onde participen as empresas da economía social estean centradas en temáticas vinculadas á súa estratexia empresarial.

- **Integración:** ferramentas no nivel superior de desenvolvemento do modelo de xestión dos grupos de interese, que consisten na integración dos *stakeholders* nos procesos de toma de decisión da compañía. Inclúen procesos de asesoramento e participación directa en relación con algún aspecto da actividade da organización, ou mesmo na delegación dalgún tipo de actividade. Así, é posible programar paneis temáticos con invitación a diversos axentes vinculados á empresa, organizar foros de grupos de interese... onde, ademais de debater sobre os asuntos relevantes que afectan o funcionamento da empresa, se pida a súa participación na toma de decisións para a xestión dunha determinada actuación ou liña programática. Algunhas entidades de economía social poden aproveitar as súas estruturas de diálogo e decisión existentes, como as asembleas ou xuntas de socios, para integrar a participación dos axentes externos.



¿SABÍAS QUE...?

O control documental dos procesos de xestión de grupos de interese pódete axudar a realizar un seguimento máis efectivo destes. Podes utilizar un modelo como este:

Grupo de interese	Interlocutor/a	Cuestións expostas
Ferramenta de comunicación	Compromiso da entidade ante as cuestións	Accións implantadas e resultados obttidos

Fonte: Adaptación de CSR Europe (2009), Diálogo cos grupos de interese. Guía práctica para empresas e stakeholders

06

Comunicación responsable cara á sociedade

Manual de RSE nas entidades de
economía social



6. COMUNICACIÓN RESPONSABLE CARA Á SOCIEDADE



O que non se comunica, non existe. Esta frase, acuñada por Gabriel García Márquez, é considerada unha das premisas máis importantes por parte dos departamentos de comunicación das organizacións. No campo da responsabilidade social empresarial, a comunicación toma unha relevancia especial debido a que axuda á posta en valor das accións desenvolvidas pola entidade e a unha mellora da súa reputación e imaxe social.

52

O enfoque das políticas e accións de RSE nas entidades ten que realizarse desde a óptica da transparencia, claridade e validez, fuxindo desta forma do *greenwashing* ou *socialwashing*. O *greenwashing* engloba o conxunto de malas prácticas levadas a cabo polas empresas para tratar de convencer de que posúen un produto/servizo respectuoso co medio ambiente cando, en realidade, non é así. De igual forma, o *socialwashing* pon en relevo prácticas de promoción social que non se están cumprindo.

ISEAL Alliance, organización que traballa a favor do fortalecemento dos estándares de RSE, enumera cinco características que debe ter calquera información sobre sustentabilidade nas organizacións:

1. Ser clara.
2. Ser certa.
3. Ser relevante.
4. Ser transparente.
5. Ser sólida.

A comunicación de RSE nas entidades de economía social debe deseñarse cos obxectivos de informar, poñer en valor e dialogar cos grupos de interese, e debe dirixirse tanto ao ámbito interno como externo.

Algunhas ferramentas de comunicación interna

- Reunións presenciais.
- Portal do empregado.
- Intranet.
- Correo electrónico.
- Manuais de benvida.
- Publicacións internas.
- Páxina web.
- Blogue.
- Taboleiro de anuncios.

Algunhas ferramentas de comunicación externa

- Vídeos corporativos.
- Redes Sociais.
- Páxina web.
- Blogue.
- Eventos.
- Campañas de sensibilización.
- Marketing con causa.
- Marketing social.

Pero o elemento diferenciador en materia de comunicación da RSE é o desenvolver este proceso como unha rendición de contas cos grupos de interese da entidade.

A rendición de contas dunha organización é o conxunto de mecanismos que permiten explicar, xustificadamente, os seus obxectivos e resultados aos seus grupos de interese e contribuír á mellora da organización. Esta rendición de contas adóitase realizar a través da memoria de responsabilidade social ou memoria de sustentabilidade.

6.1. MEMORIA DE SUSTENTABILIDADE

As **memorias de sustentabilidade**, ou **memorias de responsabilidade social empresarial**, son documentos que deben proporcionar unha imaxe equilibrada e razoable do desempeño en materia de sustentabilidade por parte da empresa. Fundaméntanse no enfoque *Triplo Bottom Line (TBL)* xa que o que se pretende é ofrecer un enfoque equilibrado en termos económicos, ambientais e sociais. Ademais, débense incluír non só os aspectos positivos, senón tamén aqueles que contribúen de forma negativa. Desta forma está a garantirse a transparencia permitindo que sexa un instrumento moi útil para avaliar externamente o impacto dunha organización, máis aló da súa actuación financeira.

No ámbito internacional foron varias as institucións que elaboraron parámetros para articular a vangarda en materia de RSE. Entre elas destacan AccountAbility, a OCDE, o Pacto Mundial das Nacións Unidas, a OIT, Transparencia Internacional e o Global Reporting Initiative, sendo este último o gran referente empregado polas empresas para a elaboración das memorias de sustentabilidade. Todas elas estiveron revisando periodicamente as súas directrices e introducindo modificacións para adaptalas aos novos contextos, marcados fundamentalmente pola importancia que cada vez máis van obtendo os grupos de interese.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI): as directrices do GRI refírense a catro principios respecto ao contido das memorias: materialidade, participación dos grupos de interese, contexto de sustentabilidade e exhaustividade. A GRI pon énfase na materialidade. Este concepto implica que as memorias deben cubrir aqueles aspectos e indicadores que reflictan os impactos significativos (económicos, sociais e ambientais) da organización ou aqueles que poderían exercer unha influencia substancial na toma de decisións dos grupos de interese. As memorias realizadas con base no GRI poden ser verificadas por unha terceira entidade independente, o que proporciona un grao adicional de garantía e exhaustividade ás memorias de sustentabilidade, ademais de mellorar a calidade, utilidade e credibilidade da información empregada internamente e dos seus procesos de xestión.

O novo modelo, GRI 4 (2013), dá unha gran importancia ao principio de materialidade, o que implica que as organizacións só deberán informar nos seus informes dos indicadores que consideraron claves para a súa actividade e no seu ámbito xeográfico. Un bo informe de sustentabilidade baseado no modelo GRI 4 estará determinado por unha correcta identificación dos asuntos clave da organización. Isto implica traballar o contexto de sustentabilidade na organización considerando a todos os grupos de interese nas tres dimensións da RSE, para poder concretar os aspectos materiais clave e comunicar no informe os indicadores máis importantes.

As empresas que decidan elaborar unha memoria con base no estándar GRI poden empregar a ferramenta **XUNTA PRO-RSE**, creada pola Xunta de Galicia co obxectivo de axudar ás empresas a integrar as variables da RSE na súa xestión empresarial. Esta ferramenta permite realizar un autodiagnóstico inicial (para coñecer a situación actual de cada organización nestes ámbitos) e a construción dun cadro de indicadores de RSE das súas actividades, ademais de recoller as políticas, compromisos e obxectivos que a empresa adquira, para posteriormente revisar o seu cumprimento. Ademais, permite a realización de informes con base en diferentes estándares (entre eles o GRI).

As entidades de economía social, unha vez realizada a análise de materialidade en función das demandas/expectativas dos seus grupos de interese, poden realizar a súa memoria de responsabilidade social, tomando como base este estándar. A continuación, descríbese o procedemento para a elaboración da memoria de rendición de contas con base nun posible aspecto relevante para estas entidades: *capacitación e educación das persoas traballadoras*.

Pasos para... calcular un indicador de sustentabilidade

Indicador g4-LA9. Promedio de horas de capacitación anuais por empregado, desglosado por sexo e por categoría laboral

- 01** • A persoa que coordina a elaboración da memoria de RSE reúne coa persoa responsable da xestión de recursos humanos na entidade.
- 02** • Esta coordinadora informa a esta persoa do proceso que se está levando a cabo e do papel que xoga nel, facéndoa coñecedora e participe del, garantindo desta forma a obtención de información veraz e fiable.
- 03** • Búscase información relativa a:
 - Número de persoas empregadas na entidade.
 - Número de mulleres empregadas na entidade.
 - Número de homes empregados na entidade.
 - Número de persoas empregadas por categoría laboral da empresa.
 - Número de horas de capacitación total das persoas empregadas.
 - Número de horas de capacitación total das mulleres empregadas.
 - Número de horas de capacitación total dos homes empregados.
 - Número de horas de capacitación total por categoría laboral.
- 04** • Estes valores rexístranse nunha base de datos. Complétanse estes datos cuantitativos, con información cualitativa vinculada aos programas formativos: nivel formativo, temática, alcance (transversal ou específico), etc. Esta información pódese cubrir en fichas técnicas elaboradas para o efecto.
- 05** • Calcúlase o indicador global:

$$G4-LA9: \frac{(N^{\circ} \text{ horas de capacitación das persoas empregadas})}{(N^{\circ} \text{ persoas empregadas na entidade})}$$

E igualmente realízanse os cálculos para cada un dos sectores (homes, mulleres e categoría laboral).

Redáctase o parágrafo da memoria onde se indican os datos e relátanse as características máis importantes vinculadas á devandita capacitación.

FORMAR PARTE ES SENTIRSE ORGULLOSO, RESPETADO, ESCUCHADO Y VALORADO

FORMACIÓN Y MEJORA CONTINUA

(G4-EC4, G4-T1, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11, ES-6, CS9, G4-H2)

La formación es un factor fundamental para la adquisición de nuevas competencias y habilidades, además de para la promoción interna de los trabajadores y la inserción laboral de los colectivos con un mayor índice de desocupación. Consum dedica anualmente importantes recursos al desarrollo profesional, ya que la inversión en formación es parte de su cultura cooperativa. La organización ha invertido en formación un 1,23% con relación a la masa salarial de la empresa, lo que supone una inversión de 3,4 millones de euros, equivalente a 277€, por trabajador.

Todos los trabajadores que se incorporan a la Cooperativa reciben formación específica en ética profesional con la finalidad de garantizar el respeto de los derechos humanos en lo que concierne a nuestra actividad y la no corrupción en el puesto de trabajo. En 2015 han recibido formación en materia de ética profesional 2.293 personas, con una dedicación de 4.596 horas, lo que supone un 18,44% de empleados formados este año en estas políticas.

En cuanto a la formación en economía social, el 3% de la plantilla ha realizado actividades de formación en esta materia.

Cabe destacar que la práctica totalidad de las ayudas financieras recibidas de los gobiernos autonómicos o locales revierten en la formación profesional y societaria de los trabajadores. En 2015 la Cooperativa ha recibido en concepto de subvenciones 18.222.219 euros, una cantidad superior a ejercicios anteriores que hace posible el compromiso de Consum por la mejora profesional de todos sus trabajadores.

En 2015 se han impartido un total de

351.578

horas de formación.

Consum cuenta con un Plan de Carrera para tiendas denominado "ProgresION", basado en un modelo integral de selección, formación y desarrollo profesional. Integrado en la estructura de gestión de las tiendas, tiene como objetivo la incorporación y formación de mandos, a través de un sistema de entrenamiento y acompañamiento, fomentando la capacitación de las personas para los puestos de Dirección y Jefatura de Tienda.

MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA Y SEXO



Gracias a la política de promoción interna, en el ejercicio 2015 han promocionado 349 trabajadores, de los que 217 fueron mujeres y 132 hombres.

El 88,56% de la plantilla de Consum, socios o socios en periodo de prueba, se rigen por los Estatutos Sociales y por el Reglamento de Régimen Interno. El 11,44% restante, personal no socio, se acoge al Convenio Colectivo propio de Consum.

PRINCIPALES PROGRAMAS DE FORMACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS (PROMEDIO CURSOS/PERSONA)

CATEGORÍA	Hombre	Mujer	Total
Nuevas Tecnologías	0,7	0,4	0,5
Atención al cliente y marketing	1,0	1,5	1,3
Mejora Continua	5,1	5,8	0,4
Habilidades e idiomas	2,3	1,2	1,3
Prevención	2,5	1,6	1,9
Calidad y Seguridad alimentaria	2,5	2,2	2,3
Inserción e integración	17,9	13,9	14,9
Monitorías	0,1	0,1	3,4
TOTAL	32,2	26,8	28,3

PORCENTAJE DE TRABAJADORES CUYO DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL SE EVALÚA CON REGULARIDAD

CATEGORÍA	Hombre	Mujer	Total
2. Ejecutiva/o	16,3%	41,7%	21,8%
3. J. Área	80,9%	71,1%	78%
4. Técnica/o	73,9%	75,4%	74,8%
5. J. Unidad	85,2%	86,3%	85,8%
6. G. Operativa/o	88,3%	95,6%	93,2%
7. P. Operativo	81,4%	87,3%	85,9%
% S/PLANTILLA TOTAL	81,2%	87,4%	85,8%

Figura 5. Capacitación e educación. Memoria de sustentabilidad. Cooperativa CONSUM 2015

07

Casos de éxito

Manual de RSE nas entidades de
economía social



7. CASOS DE ÉXITO

A continuación, recóllense unha serie de boas prácticas postas en marcha por diferentes entidades de economía social galegas. Buscáronse referencias que se enmarquen dentro das tres dimensións da RSE: económica, social e ambiental, así como organizacións que polo seu propio modelo de actividade se podían considerar socialmente responsables.

Os criterios de selección destas iniciativas fixéronse con base nos seguintes criterios:

- **Grao de innovación:** Experiencias que introducen unha mellora a través de mecanismos e/ou procesos pouco habituais no contexto empresarial galego.
- **Transferibilidade:** Capacidade dunha experiencia para permitir a repetición dos seus elementos esenciais nun contexto distinto ao da súa creación, con elevadas posibilidades de éxito.
- **Impacto e transformación da contorna.**
- **Transparencia no acceso á información:** Facilidade para atopar información sobre o desenvolvemento da iniciativa por parte de calquera axente social.

58

Pretendeuse realizar unha selección que represente os distintos tipos de entidades de economía social, como mostra de que, a pesar das súas diferenzas, en todas elas pódense implantar accións de RSE. As iniciativas seleccionadas son:

MODELO ACTIVIDADE EMPRESARIAL RESPONSABLE

Numax

Creación e difusión cultural

ÁMBITO ECONÓMICO

Feiraco

Transparencia. Rendición de contas. Avaliación de impacto financeiro e non financeiro. Memoria de RSC.

Fundación Ronsel

Materialidade. Medición de impactos e identificación de grupos de interese.

A Pementeira Sat.

Innovación de produto.

ÁMBITO AMBIENTAL

Metal Ferrol

Accións de cálculo, redución e compensación da pegada de carbono.

Trameve

Xestión ambiental de vehículos fóra de uso.

Bodegas Martín Códax

Plan de protección do oso. 4 pasos

ÁMBITO SOCIAL

Viña Costeira

Empoderamento da muller cooperativa.

O Monte é noso

Empoderamento das comunidades de veciños de monte en man común a través da combinación de sistemas de tecnoloxía da información e comunicación con novos modelos de gobernanza participativos e en rede.

Asociación Cultural Mulleres do Mar de Cambados e Confraría de Pescadores San Antonio de Cambados

Difusión da cultura mariñeira a través de iniciativas de turismo experiencial.

A información recollida nas boas prácticas foi elaborada por cada unha destas entidades.

7.1. MODELO DE ACTIVIDADE SOCIALMENTE RESPONSABLE

NUMAX



NUMAX



Tipoloxía de entidade de economía social

NUMAX é unha cooperativa de traballo asociado sen ánimo de lucro formada por persoas procedentes de diversos ámbitos da creación e difusión cultural que decidiron colaborar para facer xuntas o que estaban afeitas facer por separado.

60



Descrición da actividade da organización

NUMAX é un cinema, unha librería e un laboratorio de deseño, comunicación e produción audiovisual:

- O **Cinema NUMAX** liga a tradición dos cinemas de arte e ensaio coas estreas máis recentes e os novos cinemas de Pescuda (*Recherche et Découverte*), tal e como se están agrupando na actualidade as salas que tentan abordar de maneira máis activa as formas cinematográficas e as prácticas culturais.
- A **librería NUMAX** conta cunha selección das novidades máis destacadas do panorama editorial, combinadas cun fondo de Literatura, Arte e Pensamento que permite a convivencia entre os distintos títulos do catálogo, de maneira que se creen entre eles diálogos e relacións novas. O seu funcionamento como librería virtual axiliza e amplía o seu catálogo físico.
- O **laboratorio NUMAX** é un estudo de deseño gráfico e produción e posprodución de vídeo. Serve tamén de oficina desde onde se coordina toda a actividade interna da cooperativa e onde se busca a vertebración, creación e renovación constante do proxecto.



Principais resultados conseguidos

- Premio Mellor Proxecto Cooperativo 2015. Xunta de Galicia
- Premio Mestre Mateo José Sellier 2016 ao mellor proxecto de empresa audiovisual.
- O cinema NUMAX foi admitido na rede internacional Europa Cinemas desde abril de 2016 (máis de 30 000 espectadores por exercicio cunha programación centrada na diversidade de filmes europeos non nacionais).
- Case 800 persoas abonadas no primeiro ano de actividade.



Por que xurdiu esta entidade

Pola ausencia de modelos de exhibición independentes en Santiago de Compostela e a inexistencia de salas galegas que soamente traballen con películas en versión orixinal. Pola inexistencia dun modelo equivalente desde o ámbito privado que xunte as diferentes actividades que desenvolve NUMAX, capaz de establecer sinerxias entre as áreas e vinculalo á defensa dunhas condicións laborais dignas. Pola existencia de entidades de crédito cooperativo como Coop57 e polo apoio dunha rede ampla de persoas avalistas (182) que fixeron posible que se conseguise un crédito de 300 000€ fóra da banca tradicional, coa que nunca se conseguiría.

61



Para que xurdiu esta entidade

Para xuntar esforzos a partir de traxectorias profesionais individuais previas nun proxecto común. Para controlar e defender unhas condicións laborais dignas desde o autoemprego e ofrecerlle á cidade un modelo diferente de lecer, de calidade e de proximidade. Para demostrar que é posible asumir novos retos profesionais desde a economía social.

Máis información

 www.numax.org

7.2. ÁMBITO ECONÓMICO



FEIRACO SOCIEDADE COOPERATIVA GALEGA



Nome da boa práctica

Transparencia. Rendición de contas. Avaliación de impacto financeiro e non financeiro. Memoria de RSC.



Tipoloxía de entidade de economía social

Feiraco Sociedade Cooperativa Galega é unha cooperativa que nace no ano 1968, co obxectivo de fortalecer a maltreita economía da zona da Barcala e converterse nun dos motores que impulsase o desenvolvemento socioeconómico da rexión, facilitando a investigación e a innovación no sector agrogandeiro.

Actualmente Feiraco é un referente no sector lácteo galego. A cooperativa recolle e procesa todo o leite de vaca producida polas explotacións dos seus socios gandeiros, aos que garante todos os servizos necesarios para que poidan desenvolver a súa actividade. Ademais, mantén un firme compromiso coa calidade para ofrecer os mellores produtos lácteos, saudables e elaborados de maneira responsable e sustentable.



Descrición da boa práctica

Como empresa socialmente responsable esfórzase en mellorar día a día a relación cos seus grupos de interese, a través dunha comunicación transparente dos impactos económicos, sociais e ambientais que xera. Por esta razón, en 2013 publica a primeira Memoria de RSC de Feiraco 2010-2012, un documento co que inicia a súa andaina na rendición de contas coa sociedade e que continúa en 2015 coa publicación da súa segunda memoria, Memoria de RSC de Feiraco 2013-2014. Entre ambos os informes prodúcese unha gran diferenza significativa, xa que este último foi elaborado con base no *Global Reporting Initiative*,

un estándar recoñecido internacionalmente que permitirá comparar o seu desempeño ESG con outras organizacións similares.

Este cambio de enfoque na metodoloxía de elaboración da memoria de RSC vén determinado, por unha banda, por unha aposta pola mellora continua en todos os seus ámbitos de actuación a través dunha medición efectiva dos avances en sustentabilidade e, por outro, porque o G4 ao requirir que se realice unha avaliación de materialidade, con base na estratexia e identidade da cooperativa, axúdalle a comprender mellor os impactos que realmente interesan aos seus grupos de interese, garantindo desta forma un nivel de transparencia de información accesible a todos eles.

Adicionalmente, o uso desta metodoloxía permitiulle crear o seu propio cadro de mando de sustentabilidade da entidade, podendo medir os resultados das iniciativas desenvolvidas e, desta forma, tomar decisións máis conscientes en relación á política de RSC de Feiraco.



Principais resultados conseguidos

Publicacións da Memoria de RSC de Feiraco:

- Memoria de RSC 2010-2012.
- Memoria de RSC 2013-2014.

Ademais, en 2015 recibiu o Premio RSE Galicia, na categoría social.



Por que se levou a cabo

Porque permite poñer en valor o esforzo individual e colectivo que constitúe e rodea a Feiraco, e que fixo que fose capaz de executar accións como a formación das/os socias/os, a mellora das explotacións, a cualificación do persoal, a innovación, a aposta pola sustentabilidade e a participación institucional, contribuíndo a continuar coa mellora continua na xestión da cooperativa.



Para que se desenvolveu

Para que as/os socias/os, a clientela e as/os consumidoras/es, institucións e entidades das que forma parte e outros grupos de interese, poidan coñecer os eixos de desenvolvemento e contidos das accións de Feiraco e a Fundación Feiraco no exercicio da súa Responsabilidade Social Corporativa, que se suman ao labor de prestación de servizos a miles de familias galegas que son ou pertenceron á cooperativa, e que atoparon nela unha oportunidade para desenvolverse e mellorar.

Máis información

 www.feiraco.es



FUNDACIÓN RONSEL



Nome da boa práctica

Materialidade.
Medición de impactos e identificación de grupos de interese.



Tipoloxía de entidade de economía social

Fundación privada. A Fundación RonseI é unha entidade benéfico-docente, inscrita no **Rexistro de Fundacións de Interese Galego** baixo o protectorado da Xunta de Galicia (Consellería de Economía, Emprego e Industria). A consideración de interese galego supón neste caso cumprir unha serie de requisitos de transparencia, constitución e formas de goberno, que logo serán fundamentais ao analizar o seu labor en materia de responsabilidade social. Á súa vez tamén está inscrita no **Rexistro de Entidades Prestadoras de Servizos Sociais** na Comunidade Autónoma de Galicia, o que define a súa natureza, a súa área de actuación e as súas actividades. Por esta razón ten a súa sede na Coruña e a súa área de interese na nosa comunidade, pero actúa en todo o territorio nacional e mesmo ten presenza noutros países.



Descrición da boa práctica

A Fundación RonseI desenvolveu ao longo do ano 2015 a implementación da ISO 9001, polo que é evidente a súa convicción cara á mellora e a calidade, e realizou **unha investigación dirixida a identificar os seus grupos de interese e os seus asuntos relevantes**, de cara ao deseño dunha estratexia futura de xestión. Para iso consultou información en diferentes escenarios e soportes (memorias da entidade, prensa, actas, web...), en encontros, talleres e entrevistas en profundidade cos seus membros responsables, usuarios e outros *stakeholders*, ademais de observación participante no seu contexto de traballo. Con esta metodoloxía alcanzouse un nivel de información e criterio necesario para levar a cabo unha análise de desempeño en materia de responsabilidade social e innovación, con atención ao reflexo do seu mapa de públicos e a análise de materialidade.



Principais resultados conseguidos



Mapa de grupos de interese da Fundación Ronsel

? Por que se levou a cabo

As fundacións nacen cunha misión/visión froito da intención do seu padroado. Neste caso a Fundación Ronsel nace no ano 2000 co obxectivo de facilitar a ocupabilidade dos máis necesitados e mellorar a empregabilidade das persoas en situación de desemprego. Os destinatarios das súas actividades son fundamentalmente colectivos en risco de exclusión entre os que se destacan desempregados, mulleres, e poboación inmigrante. A identificación máis pormenorizada dos seus grupos de interese axúdalles a avanzar no grao de interlocución con eles de cara a reforzar as súas actividades para a consecución dos obxectivos da fundación.

Máis información

 www.fundacionronsel.org



A PEMENTEIRA SAT.



Nome da boa práctica

Innovación de produto.



Tipoloxía de entidade de economía social

A Pementeira é unha **Sociedade Agraria de Transformación** dedicada á produción, envasado e comercialización do Pemento de Herbón e fundada por 23 agricultores/as cunha ampla experiencia neste cultivo. O proxecto xorde no ano 2006, logo dun proceso no que todas as persoas da SAT participaron definindo os seus obxectivos e a súa forma de traballo. Finalmente, no verán de 2008 púxose en marcha a nave de envasado e saíuse ao mercado co nome de S.A.T. A Pementeira. A SAT comercializa o pemento de Herbón con denominación de orixe. A Pementeira produce entre o 80 e o 90 % dos pementos protexidos e comercialízalos por toda España e mesmo no estranxeiro.

66



Descrición da boa práctica

A Pementeira apostou pola innovación de produto a través do deseño dunha **marmelada de pementos de Herbón**, que se elabora durante os meses de verán a partir dos excedentes de produción. Para a elaboración deste produto, que se vende nun envase con deseño propio, A Pementeira instalou unha cociña industrial na nave na que ten a súa sede, no polígono de Picusa, en Padrón, cun investimento que rolda os 70 000 euros e para a que recibiu fondos europeos a través do proxecto Leader.

Este proxecto, baseado na innovación de produto, leva implícita unha mellora ambiental importante xa que, debido a que se empregan pementos excedentes de meses de alta produción, redúcese o desperdicio alimentario ao evitar que se refuguen produtos válidos para consumir.



Principais resultados conseguidos

O produto lanzouse ao mercado en 2015, cunha produción de 1 000 botes de marmelada, dispoñibles en dous tamaños de envases. Estímase que, no 2016, se podía chegar a triplicar esta produción, debido á boa acollida que tivo en diferentes feiras de alimentación onde foi presentada.



Por que se levou a cabo

Porque nun contexto económico cada vez máis competitivo (en especial na industria alimentaria), a diferenciación a través da innovación é un factor clave para o éxito. Este produto é unha aposta da SAT por xerar un valor engadido a un produto que na actualidade é moi recoñecido e valorado, que permita dar saída ao exceso de produción dos meses de verán.



Para que se desenvolveu

Para poder dispoñer dunha fonte de ingresos alternativa fóra da campaña de produción.

Máis información

 www.apementeira.com

7.3. ÁMBITO AMBIENTAL



METAL FERROL S.A.L.



METAL FERROL SAL.



Nome da boa práctica

Accións de cálculo, redución e compensación da pegada de carbono.



Tipoloxía de entidade de economía social

METAL FERROL SAL é unha sociedade anónima laboral dedicada ao mecanizado de pezas metálicas e plásticos técnicos, reparacións mecánicas industriais e fabricación de bens de equipo e compoñentes para o sector eólico. Conta para iso con dúas naves industriais no Polígono Río do Pozo de Narón (A Coruña) e cunha variada gama de medios de produción, estando os seus produtos e servizos amparados por un SISTEMA DE XESTIÓN INTEGRADA (calidade, medio ambiente e prevención), certificado de acordo cos máis rigorosos estándares internacionais.



Descrición da boa práctica

Dentro da política de responsabilidade social de METAL FERROL, procédese a **calcular a pegada de carbono** da entidade empregando a metodoloxía proposta pola ISO 14064 (enfoque de control), que consiste en identificar as principais fontes de emisión de METAL FERROL e cuantificalas. De igual forma, deséñase un plan de mellora para reducir un 10% as emisións da entidade de cara ao 2020.

Complementariamente, a entidade é unha organización neutra en carbono. Para iso, compensou a súa pegada de carbono co proxecto **Refo-Resta CO2** que é un sumidoiro de carbono que compensou a totalidade das súas emisións. A compensación realizouse a través da reforestación. Este proxecto atópase na pedanía de Revilla-Cabriada, pertencente ao municipio de Lerma, na provincia de Burgos, Castela e León. Realizouse unha plantación manual de *Quercus ilex* (aciñeira) e *Pinus nigra hispanica* (piñeiro laricio); sendo a rexión de procedencia das plantas acorde á localización dos terreos.



Principais resultados conseguidos

A pegada de carbono da súa actividade durante o ano 2014 ascendeu a **22,18 ton-CO2Eq**, é dicir, un total de **2,21 tonCO2Eq / empregado**.

Esta iniciativa fixo que METAL FERROL forme parte das organizacións inscritas no **Re-xistro de pegada de carbono, compensación e proxectos de absorción de dióxido de carbono** do Ministerio de Agricultura, Alimentación e Medio Ambiente (MAGRAMA) de acordo co Real Decreto 163/2014, do 14 de marzo, na categoría de *calculo e reduzo*.



Por que se levou a cabo

O **cambio climático** é un dos principais problemas ambientais aos que se enfrenta a nosa sociedade na actualidade. É un problema internacional e é tratado nas máis altas esferas de diálogo entre nacións. Ademais, constitúe un dos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS) promovidos por Nacións Unidas.

Consciente desta realidade, METAL FERROL quere comprometer coa tendencia mundial de compromiso de redución de emisións á atmosfera de GEI e contribuír á loita contra o cambio climático a través da mitigación do impacto ambiental asociado á súa actividade. Desta forma, está a dar un paso máis para contribuír ao cumprimento dos ODS, como socios do Pacto Mundial.



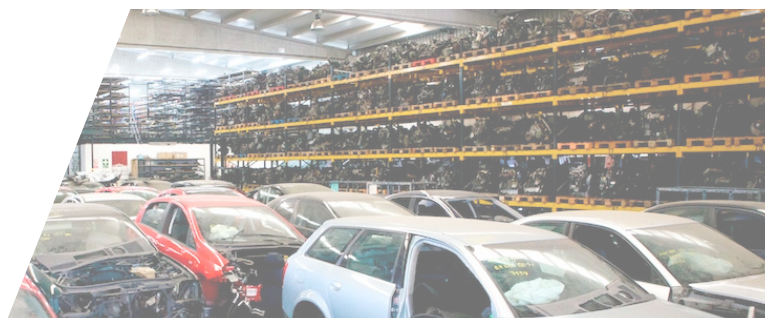
Para que se desenvolveu

Lévase a cabo para identificar e coñecer cal é o estado da entidade en relación coas emisións de gases de efecto invernadoiro, que afectan á calidade de aire da nosa contorna e, desta forma, poder poñer en marcha un plan de actuacións para a súa redución no medio-longo prazo.

Máis información



www.metalferrolsal.es



TRATAMENTO MEDIOAMBIENTAL DE VEHÍCULOS, SL. (TRAMEVE)



Nome da boa práctica

Máxima reutilización de vehículos fóra de uso como recambios.



Tipoloxía de entidade de economía social

TRAMEVE é un **Centro Especial de Emprego** do Grupo COGAMI (Confederación Galega de Persoas con Discapacidade). A misión de TRAMEVE é a integración laboral de persoas con discapacidade a través do desenvolvemento da actividade dun centro de tratamento de vehículos fóra de uso.

Para dar cumprimento á misión e incrementar o impacto social xerado, TRAMEVE desenvolve a súa actividade con elevado nivel de profesionalización e respecto ao medio ambiente, moi por riba do que é habitual no sector.

Trameve inicia a súa actividade no ano 2000 resultado dun proxecto presentado por COGAMI ao programa europeo HORIZON III (1997-1999). O proxecto pretendía **diminuír os factores que levan as persoas con discapacidade física a unha situación de exclusión social** coa procura de postos de traballo relacionados coa recuperación e tratamento de vehículos fóra de uso. Durante dous anos formouse a un grupo de 15 persoas con discapacidade física no desmonte e descontaminación de vehículos fóra de uso, das que se seleccionaron seis para o inicio da actividade empresarial.



Descrición da boa práctica

Os centros autorizados de tratamento (CAT) como TRAMEVE nacen coa misión de conseguir **minimizar o impacto dos vehículos fóra de uso (VFU)** no medio ambiente. Esta premisa fundamental determinou o modelo de xestión de TRAMEVE desde a súa orixe. Todo se organizou para garantir un excelente tratamento de residuos e conseguir a porcentaxe máxima de reutilización do peso medio dos VFU. Os aspectos que máis influíron na devandita porcentaxe de reutilización foron:

1. O deseño dunha aplicación informática de xestión que soporta todo o proceso de tratamento e que permite a localización e trazabilidade de todas as pezas almacenadas.
2. A xestión de almacén excelente sumado á orde e limpeza, inusual no sector, que permiten a localización áxil de calquera peza almacenada.
3. A orientación ao cliente que se traduce na mellora e na ampliación continuas das canles de venda, na axilidade de resposta a demandas, na garantía e na posibilidade de devolución das pezas adquiridas polo cliente.



Principais resultados conseguidos

Utilízase como principal indicador de reutilización a facturación media de recambios procedentes de VFU tratados. En TRAMEVE, polas referencias das que dispón a empresa, este cociente duplica o do sector.

A xestión ambiental de Trameve e o seu esforzo por minimizar o impacto na súa contorna está avalada pola certificación segundo ISO 14001.

71



Por que se levou a cabo

Porque se asumiu como un dos obxectivos fundamentais desde o inicio, que permite unha xestión eficiente da actividade minimizando o impacto ambiental.



Para que se desenvolveu

Lévase a cabo como eixo da mellora continua da actividade de TRAMEVE buscando primar a reutilización como alternativa á reciclaxe. Foi unha aposta de futuro, buscando a diferenciación a través da posta en valor do despezamento do VFU como recambio.

Máis información



www.trameve.es

Cuatro Pasos



ADEGAS CATRO PASOS. GRUPO ADEGAS MARTÍN CÓDAX



Nome da boa práctica

Recuperación do hábitat do oso pardo no Bierzo.

(Actividade integrada no proxecto +osos-CO₂, levada a cabo polo Fondo para a Protección de Animais Salvaxes -Fapas-)

72



Tipoloxía de entidade de economía social

Adegas Martín Códax, S. Coop. Galega, naceu en 1986 tomando por nome o do máis soado trovador galego do que aínda se conservan as súas cantigas, as máis antigas do galaico-portugués, nas que se canta ao amor e ao mar que baña as nosas costas.

Desde entón, Adegas Martín Códax creceu e evolucionou apoiando sempre a súa xente, a súa terra e a súa cultura. Unha cultura que promove por máis de 40 países en todo o mundo. Un proxecto que comezou coa ilusión e o esforzo dun grupo de viti-cultores e que hoxe en día é xa unha realidade que converteu a Adegas Martín Códax en emblema dos viños galegos fóra e dentro das nosas fronteiras. Na actualidade, a cooperativa foise reforzando coa adquisición doutras adegas, dentro e fóra de Galicia, conformando o grupo empresarial actual e dentro das que se inclúe a **Adega Catro Pasos**, no Bierzo.



Descrición da boa práctica

Varias son as accións desenvolvidas por Catro Pasos no Bierzo:

- 1. Identificación dos corredores biolóxicos do oso:** Os corredores conectan grandes cadeas montañosas favorecendo zonas de paso rápidas para este plantígrado. Coa súa identificación poderase rexistrar os exemplares e identificar os seus territorios.
- 2. Control e seguimento da poboación:** Percorridos por territorios, control fotográfico, identificación xenética... todo co obxectivo de coñecer de maneira real o número de osos na zona.
- 3. Plantación de árbores froiteiras:** Os froiteiros serven de alimento para o oso e axudan ao medio ambiente capturando CO₂ da atmosfera, coa vantaxe de estenderse de maneira natural cara a áreas diferentes da zona de plantación, asegurando, así, a súa permanencia. Os lugares elixidos para plantar os froiteiros son terreos abandonados onde antes se cultivaba millo, trigo ou patacas e a climatoloxía da zona asegura o crecemento do 100% das árbores. As principais especies son os castiñeiros e as cerdeiras, pois proporcionan alimento no outono e a primavera, dúas épocas claves nas que o oso necesita inxerir gran cantidade de graxas e vitaminas.
- 4. Recuperación do *cortín* e instalación de colmeas:** Os *cortíns* son antigas construcións circulares de pedra, de orixe romana, que xa nesa época eran instaladas nas montañas para colocar as colmeas. Así, impedíase aos osos acceder a elas e evitábase que as colmeas fosen destruídas. Pero esta práctica foi abandonada paulatinamente co paso do tempo. Por iso, Catro Pasos iniciou a súa recuperación. O que se pretende é facer unha repoboación de abellas, que, por outra banda, desde hai anos foron atacadas por enfermidades como a loque ou a barroase, por mor da introdución doutras especies procedentes de América.

Estas fan un magnífico labor coa polinización das plantas, logrando así que as plantacións de froiteiras se estendan de forma natural, procurando alimento para os osos.
- 5. Instalación de colmeas experimentais:** Outra das accións máis novas é a instalación de diversas colmeas experimentais que se diferencian das tradicionais porque o oso pode extraer delas o mel sen danalas nin a elas nin ás abellas e, por tanto, permitíndolles continuar co seu labor polinizador.



Principais resultados conseguidos

Diferentes estudos e novas avalan xa a recuperación do oso pardo na zona dos Ancares e do Alto Sil que, aínda de forma tímida, vaise instalando paulatinamente nesta área. O traballo de Adegas Catro Pasos na zona, da man de FAPAS, permitiu a plantación de 4 300 árbores froiteiras, a maioría cerdeiras e castiñeiros, rexenerando unha superficie de sete hectáreas na zona do Alto Sil. Ademais, co obxectivo de potenciar a polinización natural instaláronse diversas colmeas experimentais en diversas áreas que permiten ter abellas en estado natural.

Outra das accións que leva a cabo Catro Pasos con FAPAS é a realización de oito itinerarios específicos que permiten obter información da poboación do oso pardo no Bierzo. Esta actividade complementouse nos últimos dous anos coa colección de material de ADN contido no pelo dos osos que quedan suxeitos aos troncos das árbores. Estas probas permitiron constatar que polo menos existe unha decena de osos asentados no alto Sil e a localización dunha osa máis acompañada de crías. Dos 200 exemplares distribuídos principalmente En Asturias e León, a comarca do Bierzo está a centrar boa parte da maior presenza osera na ampliación dos territorios do oso, segundo datos ofrecidos por FAPAS. Ademais, iniciouse un proceso de expansión con presenza de exemplares cara ao sur, chegando algún oso ata practicamente o límite con Portugal.



Por que se levou a cabo

O oso pardo é un mamífero moi vulnerable, hoxe en día en perigo de extinción e cuxa supervivencia, aínda que poida parecer o contrario, depende en gran parte do home. Na Cordilleira Cantábrica, os especialistas están a realizar grandes esforzos para evitar que a especie se extinga.

En zonas como O Bierzo, onde antigamente existía unha gran poboación de osos, hai apenas 6 anos só quedaban uns poucos exemplares e só había tres femias identificadas.

Unha das principais causas da súa desaparición é a falta de actividade humana en zonas de alta montaña. Ante a carencia de árbores froiteiras e outros animais, os osos non atopan alimento. Así, ao terminar o seu período de hibernación, as crías non poden alimentarse e terminan morrendo, co que se complica a propagación da especie.

É por iso que Catro Pasos quixo colaborar na recuperación desta especie na comarca do Bierzo.

Para que se desenvolveu

Debido á preocupación pola problemática do oso, Adegas Catro Pasos, pertencente ao grupo de Adegas Martín Códax, comezou a traballar con FAPAS, o Fondo para a Protección de Animais Salvaxes. Trátase dunha asociación de defensa da natureza que leva a cabo diferentes accións para a protección da fauna ibérica na Cordilleira Cantábrica, con proxectos específicos dirixidos aos osos.

O obxectivo é a recuperación do hábitat do oso pardo na comarca do Bierzo.

Máis información

 www.cuatropasos.es

 www.martincodax.com/es

7.4. ÁMBITO SOCIAL



VIÑA COSTEIRA SOCIEDADE COOPERATIVA GALEGA



Nome da boa práctica

Empoderamento da muller cooperativa.



Tipoloxía de entidade de economía social

Viña Costeira, S. Coop. Galega é unha cooperativa vitivinícola que naceu no ano 1968, froito da ilusión dun grupo de visionarios e rebeldes que romperon coas tendencias vinícolas da época, co fin de recuperar as variedades de uva históricas de Galicia: loureira, godello, albariño e treixadura, entre outras. Os seus viños están enmarcados na denominación de orixe máis antiga de Galicia e posiblemente unha das máis antigas de Europa: o Ribeiro; situada nas concas do río Miño e os seus afluentes Arnoia e Avia, trátase dun territorio onde os mananciais termais son unha característica diferenciadora, convertendo a zona nun dos destinos de turismo termal máis importantes a nivel europeo.



Descrición da boa práctica

Deseñouse un programa formativo específico para as mulleres que forman parte da cooperativa que consta de tres cursos:

- Empoderamento da muller como persoa socia da cooperativa.
- Aspectos relacionados co envellecemento activo.
- Claves para lograr o empoderamento das mulleres no profesional e persoal.



Principais resultados conseguidos

3 cursos formativos. 30 horas de formación.



Por que se levou a cabo

Desde a dirección da cooperativa considérase de gran importancia o labor da muller dentro da estrutura de goberno e xestión e considérase necesario coñecer e superar as principais barreiras que evitan a súa participación activa.

Esta situación é común ao sector, xa que segundo datos do Observatorio Socioeconómico do Cooperativismo Agro-alimentario Español, en Galicia, o 12% das persoas integrantes dos consellos reitores e, soamente o 2% dos cargos presidenciais, son mulleres, a pesar de que conforman case o 50% das persoas asociadas.



Para que se desenvolveu

Para dotar as socias de ferramentas para o seu empoderamento orientado a unha futura incorporación ao Consello Reitor e, desta forma, garantir unha pluralidade no principal órgano de goberno da cooperativa e para, a partir das barreiras detectadas, poder deseñar un programa de actuacións para fomentar a igualdade dentro da cooperativa. Desta forma, preténdese aproveitar as capacidades das socias para xerar diversidade, favorecer a substitución xeracional e mellorar a competitividade da empresa.

Máis información

 www.costeira.es



ASOCIACIÓN CULTURAL MULLERES DO MAR DE CAMBADOS (GUIMATUR) E CONFRARÍA DE PESCADORES SAN ANTONIO DE CAMBADOS.



Nome da boa práctica

Difusión da cultura mariñeira a través de iniciativas de turismo experiencial.

78



Tipoloxía de entidade de economía social

Guimatur é unha asociación cultural das mulleres do mar de Cambados que traballa para difundir a cultura mariñeira e os valores tradicionais do traballo no mar. Guimatur xorde no ano 2004, mediante o acceso a uns cursos de formación, subvencionados por fondos europeos (Plan EQUAL) celebrados no Concello de Cambados e en estreita colaboración coa **Confraría de Pescadores San Antonio de Cambados**.



Descrición da boa práctica

Desenvólvese un paquete turístico centrado en poñer en valor a cultura tradicional mariñeira, que conta con diferentes actividades:

- **Ruta do marisqueo:** A actividade consiste en ensinar ás persoas visitantes a cultura e o estilo de vida da xente do mar. Para iso realízanse rutas guiadas a pé. Estas inicianse pola costa do pobo, sempre mirando ao mar, cara aos bancos naturais de marisqueo. Durante o percorrido explícase e ensínase os costumes e tradicións, as conserveiras, as bateas, a arquitectura popular (as casas mariñeiras, hórreos, cruceiros e lavadoiros) ata chegar ao banco de marisqueo onde se fai unha baixada á praia.

- **Ruta do porto:** A actividade consiste en asistir á poxa do marisco na lonxa onde se fai a venda á baixa. Tamén se lles ensina as distintas especies capturadas pola frota de baixura, sobre todo especies peláxicas, peces e mariscos de fondo, que son as que predominan en Cambados. A continuación, faise un percorrido polo porto onde se ensinan os distintos tipos de embarcacións e os aparellos que empregan. Logo, visítase a nave das redeiras, onde elas mesmas explícanlles en que consiste o seu traballo e poden ver a súa destreza para armar e reparar as redes. Finalmente, visítase unha depuradora de mariscos onde se lles explica o proceso de depuración e que desde alí o marisco distribúese aos mercados, prazas de abastos, ata que chega á mesa dos consumidores. O turista pode ver o longo camiño que existe desde a praia ata o prato.
- **Proxecto “O Serrido” de visitas escolares:** Visitas guiadas por beira mar e polos bancos de marisqueo de Cambados para achegar aos escolares a cultura mariñeira e todos os aspectos do marisqueo. Tamén se fai unha visita á lonxa e a unha depuradora de mariscos. Poden seguir todo o proceso polo que pasa o marisco, desde a extracción ata a comercialización. Ao finalizar a visita entrégaselles unha unidade didáctica para traballar na aula como reforzo da visita realizada. Este labor de continuidade do traballo iniciado na praia é importante para manter e aumentar o interese do alumnado polo mundo do marisqueo.



Principais resultados conseguidos

Recibiron diversas distincións que son un recoñecemento a seu traballo:

- Premio Iniciativas Equaldad (2004).
- Premio Aurousán do Ano (2005).
- Mención especial no XII Concurso Mellor Produto de Turismo Activo en FITUR (2007).
- Premio Excelencia e Innovación en Mulleres Rurais, na súa terceira edición, do Ministerio de Agricultura, Alimentación e Medio Ambiente (2012).



Por que se levou a cabo

Porque a través destas actividades pódese mostrar a forma de vida e a rica herdanza cultural do pobo mariñeiro. Promover a cultura tradicional e artesanal mariñeira, dar a coñecer o seu traballo e os avances conseguidos, revalorizar o papel da muller no mundo do mar, promover as actividades vinculadas ao mar, aos nosos produtos e riqueza gastronómica.

Para que se desenvolveu

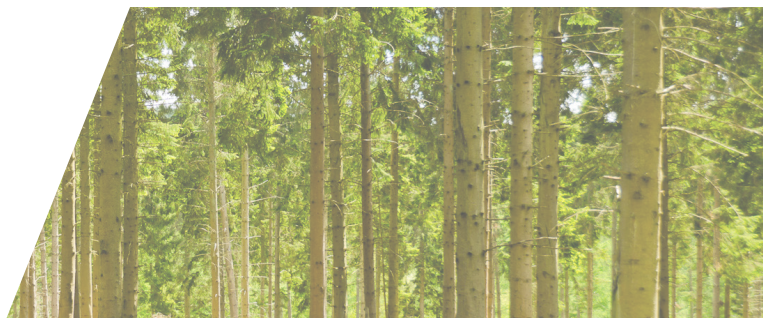
Para impulsar e visibilizar o papel das mulleres mariscadoras e redeiras no sector pesqueiro, contribuíndo desta forma á posta en valor dunha das tradicións socioculturais máis importantes de Galicia: a cultura do mar. De igual maneira esta iniciativa desenvolveuse como aposta pola diversificación pesqueira.

Máis información

 www.guimatur.org

 www.confrariacambados.es

montenoso



PROXECTO O MONTE É NOSO



Nome da boa práctica

Proxecto interdisciplinar para poñer en valor as mancomunidades de veciños de monte de man común.



Tipoloxía de entidade de economía social

Comunidade experimental transdisciplinar que estuda, visibiliza e dinamiza as **comunidades de montes veciñais de man común (CVMC) de Galicia**. O proxecto está coordinado polas diferentes entidades sociais: a asociación Artesáns de Innovación, o colectivo de acción social Rural-C, a produtora Fur Alle Falle, arquitectos de Tecnoloxía/s Apropriada/s e o colectivo de comunicación dixital Constelacións.



Descrición da boa práctica

O obxectivo principal é fomentar a (re)apropiación destes montes por parte dos veciños e para isto é necesario estudar, (re)situar, intervir e traballar activamente nos montes de man común.

O traballo coas comunidades de veciños de montes de man común, o estudo e a intervención axúdalles a desenvolver modelos de gobernanza alternativos que permiten empoderar aos comuneiros. O proxecto combina o potencial dos sistemas dixitais con metodoloxías participativas e traballo en rede. Montenoso desenvolve aplicacións e tecnoloxías abertas que facilitan a comunicación e o traballo. Con estas ferramentas, a difusión de boas prácticas e o debate conxunto impulsan a coordinación e acción dos veciños.



Principais resultados conseguidos

O proxecto está en desenvolvemento, pero, ata o momento, leváronse a cabo varias accións, entre outras:

- Creación dun website.
- Cartografía dixital de 12 CVMC.
- Wiki, para compartir coñecemento dun modo participativo e aberto. Esta wiki ten como temas centrais o ben común e os montes veciñais de man común.
- O Lar, de investigación comunal con textos, sons, audios e vídeos para ser compartidos.
- Xogo do man común: ferramenta lúdica que promove a transmisión xeracional do man común.

O proxecto foi seleccionado para participar en eventos como *Culture the city and the commons* (Sevilla, 2016), en publicacións de referencia como *Spaces for innovations, creativity and culture* (3C4Incubators) e recibiu premios como o promovido pola Fundación Contemporánea e o Concello da Coruña sobre emprendemento cultural (2012) ou a Mención de Honra en Prix Ars Electronica (2014).

82



Por que se levou a cabo

Porque entenden que os montes veciñais supoñen un paradigmático exemplo do ben común e poden representar para moitas persoas en Galicia unha alternativa na capacidade de xestión e de relación entre nós e o medio que nos rodea.



Para que se desenvolveu

Para demostrar que existen alternativas á dicotomía establecida ao redor da propiedade do terreo e para contribuír ao empoderamento dos comuneiros, xerando alternativas de valor ao uso dos montes.

Máis información

 www.montenoso.net

08

Ampliando coñecementos

Manual de RSE nas entidades de
economía social



8. AMPLIANDO COÑECEMENTOS



8.1. INSTITUCIÓNS DE REFERENCIA EN MATERIA DE RSE

Existe un gran número de organizacións que promoven a RSE no ámbito autonómico, nacional e internacional. Neste apartado recolleremos cales son as que ofrecen unha información máis relevante ás entidades de economía social que decidan comezar, ampliar ou mellorar os seus proxectos e actuacións no marco da sustentabilidade. Así mesmo, tamén se recollen institucións vinculadas directamente a este sector que promoven accións concretas de RSE, estean ou non clasificadas como tal.

84

ÁMBITO AUTONÓMICO

Secretaría Xeral de Emprego da Xunta de Galicia: Órgano superior da Consellería de Economía, Emprego e Industria da Xunta de Galicia, que posúe a función, entre outras, de dirección, coordinación, control e execución das competencias da Comunidade Autónoma en materia de emprego, relacións laborais, seguridade e saúde laboral, responsabilidade social empresarial, cooperativas e outras entidades de economía social e, en concreto, o exercicio de funcións en materia de lexislación laboral e en prevención de riscos laborais. Igualmente, impulsa e desenvolve as políticas de igualdade laboral e de medidas de conciliación da vida persoal, familiar e laboral nas empresas.

Rede EUSUMO: Rede de colaboración impulsada pola Consellería de Economía, Emprego e Industria da Xunta de Galicia para o fomento do cooperativismo e a economía social. Con ela preténdese impulsar o fomento do espírito emprendedor, prestando apoio directo á creación e consolidación do emprego con base na economía social.

ÁMBITO NACIONAL

Consello Estatal de RSE (CERSE): Organismo adscrito ao Ministerio de Emprego e Seguridade Social que conta con representación da Administración Pública de Galicia, cuxa función principal é ser o órgano asesor e consultivo do Goberno, que identifique e promociione as mellores prácticas en materia de responsabilidade social, proponendo as posibles políticas que se poden desenvolver neste ámbito.

Club de Excelencia en Sustentabilidade: Asociación empresarial composta por un grupo de grandes empresas que apostan polo desenvolvemento sustentable da sociedade e, por iso, pretenden ser un foro de diálogo cos grupos de interese, unha plataforma de *benchmarking* en desenvolvemento sustentable e un transmisor de boas prácticas en RSE ao tecido empresarial español. O Club de Excelencia en Sustentabilidade impulsa a realización de estudos sectoriais no ámbito da responsabilidade social que se poden consultar a través da súa páxina web. De especial interese resulta o Estudo multisectorial sobre o estado da responsabilidade corporativa na gran empresa en España.

Forética: É unha asociación española de empresas e profesionais da RSE que ten como misión fomentar a cultura da xestión ética e a responsabilidade social dotando ás organizacións de coñecemento e ferramentas útiles para desenvolver con éxito un modelo de negocio competitivo e sustentable. Entre as súas actividades destaca o deseño e desenvolvemento da norma SGE21, certificación dos sistemas de xestión responsable nas empresas. As empresas asociadas a Forética reciben asesoramento en materia de RSE. A través da súa páxina web atopamos información sobre eventos e actividades que se desenvolven baixo o paraugas da RSE e gran cantidade de recursos bibliográficos, entre os que destaca o Informe evolución da responsabilidade social das empresas en España.

Fundación ÉTNOR, Ética dos Negocios e as Organizacións: É unha organización sen ánimo de lucro que ten como obxectivo principal o de promover o recoñecemento, difusión e respecto dos valores éticos implícitos na actividade económica e na calidade das organizacións e institucións públicas e privadas. Destaca o Banco de Recursos Ética-RSE onde poñen a disposición das persoas que consulten a súa páxina web, artigos, informes, estudos e moitos máis materiais sobre ética e responsabilidade social.

85

Observatorio de Responsabilidade Social Corporativa: É unha rede de cooperación e investigación no ámbito da responsabilidade social que nace do encontro dun conxunto de organizacións representativas da sociedade civil. Así mesmo, o Observatorio traballa como plataforma de sensibilización sobre a importancia que ten para toda a sociedade que as empresas adopten este novo modelo de xestión da súa actividade.

Asociación Española de Directivos de Responsabilidade Social. DIRSE: Primeira agrupación profesional e persoal da RSE en España. O seu obxectivo é coñecer, definir e delimitar o estado da profesión directiva da RSE con rigor e, por tanto, dignificar a súa función directiva e o seu desempeño profesional. DIRSE tamén persegue detectar e trasladar, así como xerar nun futuro, no ámbito español, as tendencias exitosas doutras agrupacións homólogas noutros países.

Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES): É unha confederación empresarial, de ámbito estatal, cuxo carácter intersectorial convértea na máxima institución representativa da economía social en España, constituíndose como unha plataforma de diálogo institucional cos poderes públicos.

ÁMBITO INTERNACIONAL

CSR Europa: Plataforma de traballo pola responsabilidade social que aglutina máis de 5 000 empresas europeas e busca mellorar o crecemento sustentable da sociedade. CSR Europa proporciona un conxunto de ferramentas para dar solucións ás empresas que deciden implantar algún tipo de actuación no ámbito da sustentabilidade empresarial. Destaca o seu Banco de boas prácticas, con máis de 400 exemplos de proxectos de RSE implantados con éxito en empresas de todo o mundo e o Catálogo de estudos e guías sobre bo goberno, medio ambiente, dereitos humanos, prácticas laborais, etc.

Pacto Mundial das Nacións Unidas: É un compromiso universalmente aceptado por todo tipo de organizacións e que se basea na aceptación de 10 principios básicos de conduta e acción en materia de dereitos humanos, traballo, medio ambiente e loita contra a corrupción. As empresas españolas que queiran adherirse ao Pacto Mundial deben facelo a través da Rede Española do Pacto Mundial.

Global Reporting Initiative (GRI): Organización internacional sen ánimo de lucro que creou un dos estándares máis empregados a nivel mundial á hora de elaborar memorias de responsabilidade social para a rendición de contas de organizacións que implementen políticas de responsabilidade social. A iniciativa GRI foi elaborada por unha comisión multipartícipe baixo os auspicios da *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) e do Programa das Nacións Unidas para o Medio Ambiente (PNUMA), para presentar un informe corporativo que facilite a interacción coas partes interesadas.

Transparencia Internacional: É a única organización non gobernamental a escala universal dedicada a combater a corrupción, congregando á sociedade civil, sector privado e os gobernos nunha ampla coalición global. Ten como obxectivo principal infundir ao sistema global de valores a transparencia e a rendición de contas como normas publicamente recoñecidas.

8.2. RECURSOS DE REFERENCIA EN MATERIA DE RSE

Ao longo deste manual comentáronse unha serie de guías, manuais, códigos e estándares para a aplicación de prácticas de RSE por parte das empresas de economía social. A continuación, ofrécese a listaxe de todos eles, completado con algunhas iniciativas adicionais que poden resultar de interese:

RECURSOS NETNOGRÁFICOS

AccountAbility

Organización internacional que promove unha norma para asegurar a calidade da información dos informes de responsabilidade social.



Asociación Española de Directivos de Responsabilidade Social. DIRSE

Primeira agrupación profesional e persoal da RSE en España.

VISITAR WEB

CERES

Coalición para Economías Ambientalmente Responsables, mobiliza unha rede de investidores, empresas e grupos de interese público para acelerar e ampliar a adopción de prácticas e solucións de negocio sustentables para construír unha economía global saudable. Promoven, desde 1989, [dez principios](#) que son tomados como referentes por organizacións de todo tipo como declaración ambiental ética.

VISITAR WEB

LER PRINCIPIOS

Club de Excelencia en Sustentabilidade

Asociación empresarial composta por un grupo de grandes empresas que apostan polo crecemento sustentable desde o punto de vista económico, social e ambiental.

VISITAR WEB

Confederación Empresarial Española de Economía Social

que conta cun apartado específico onde presentan as súas [accións de apoio á RSE](#).

VISITAR WEB 

Consello Empresarial Mundial para o Desenvolvemento Sustentable (WBCSD)

Que conta cun amplo [catálogo de recursos](#) onde destacan diversos estudos vinculados ao desenvolvemento de iniciativas sustentables nas organizacións.

VISITAR WEB 

Consello Estatal de RSE

Dependente do Ministerio de Emprego e Seguridade Social, conta con cinco grupos de traballo e desenvolveu a [Estratexia Española de Responsabilidade Social das Empresas](#) impulsadas polo Goberno de España.

VISITAR WEB 



CSR Europe

Plataforma de traballo europeo de empresas para a promoción da RSE.

VISITAR WEB 

Dircom2R

Ferramenta para avaliar o estado de responsabilidade corporativa dunha empresa segundo unha serie de indicadores. Este proxecto está impulsado pola Asociación de Directivos de Comunicación.

VISITAR WEB 

Forética

Asociación de empresas e profesionais da RSE líder en España que ten como misión fomentar a cultura da xestión ética e a responsabilidade social dotando ás organizacións de coñecemento e ferramentas útiles para desenvolver con éxito un modelo de negocio competitivo e sustentable. Conta cun sistema de xestión da responsabilidade social europeo ([SGE 21](#)) que permite, de maneira voluntaria, auditar procesos e alcanzar unha certificación en Xestión Ética e Responsabilidade Social. Ademais, impulsa publicacións de interese en RSE como o [Informe Forética 2015 sobre o estado da RSE en España](#).

VISITAR WEB 

SGE 21 



Fundación Biodiversidade

Iniciativa do Ministerio de Agricultura, Alimentación e Medio Ambiente que impulsa múltiples iniciativas no ámbito do respecto pola biodiversidade animal e vexetal.

VISITAR WEB 

Fundación Másfamilia

Organización privada, independente, sen ánimo de lucro e de carácter benéfico, creada e dirixida para achegar solucións innovadoras e altamente profesionais, onde se enmarca o [certificado EFR](#), para a protección e apoio da familia e, especialmente, de aquelas con dependencias no seu seo.

VISITAR WEB 

CERTIFICADO EFR 

Fundación ESSL

Organización sen ánimo de lucro que traballa por alcanzar un mundo sen barreiras, acordo co establecido na [Convención polos Dereitos das Persoas con Discapacidade](#).

VISITAR WEB 



Fundación ÉTNOR

Organización sen ánimo de lucro que ten como obxectivo promover o recoñecemento, difusión e respecto dos valores éticos implícitos na actividade económica e na calidade das organizacións e institucións públicas e privadas.

VISITAR WEB 

Guía para a elaboración de plans de igualdade nas empresas

Publicada pola Xunta de Galicia.



Guía para a implantación da responsabilidade social empresarial na peme

Publicada pola Xunta de Galicia.



Global Reporting Initiative (GRI)

Páxina web onde se pode consultar todos os recursos desta organización para o apoio na elaboración das memorias de sustentabilidade. É destacable a base de datos con memorias de sustentabilidade que se rexistran na súa páxina web.

[VISITAR WEB](#) 

IHOBE

Sociedade pública vasca, que conta con investigacións de referencias vinculadas á dimensión ambiental da RSE.

[VISITAR WEB](#) 

InnovaRSE

Proxecto do Goberno de Navarra, que conta cunha ferramenta de referencia para iniciar a incorporación sistemática da RSE en pequenas e medianas entidades.



International Organization for Standardization (ISO)

A Organización Internacional de Normalización é o organismo encargado de promover o desenvolvemento de normas internacionais de certificación. Esta institución elaborou a [ISO 26000](#), que non é unha norma certificable, xa que o seu enfoque non é impositivo senón de recomendacións para implantar a norma. Na súa páxina web tamén se pode obter información sobre outros estándares certificables relacionados coa RSE como a [ISO 14001](#) e a [ISO 50001](#).

[VISITAR WEB](#) 

[ISO 26000](#) 

[ISO 14001](#) 

[ISO 50001](#) 

IQNet

Entidade certificadora de ámbito internacional, que agrupa a máis de 30 dos principais organismos certificadores de diferentes países. A entidade AENOR é a representante española nesta entidade e a encargada de certificar o sistema de xestión da responsabilidade social [IQNet SR10](#).

VISITAR WEB 

NORMAPME

Organización Europea do Artesanado e das Pemes para a Estandarización, que elaborou unha [guía](#) con recomendacións para a implantación da ISO 26000 nas pequenas e medianas industrias.

VISITAR WEB 



OCDE

Organización para a Cooperación e o Desenvolvemento Económicos, que agrupa 34 países membros e a súa misión é promover políticas que melloren o benestar económico e social das persoas ao redor do mundo. Desenvolven as [Líñas Directrices para Empresas Multinacionais](#), recomendacións dirixidas polos gobernos ás empresas multinacionais que operan en países adherentes ou que teñen a súa sede neles. Conteñen principios e normas non vinculantes para unha conduta empresarial responsable dentro do contexto global, conformes coas leis aplicables e as normas recoñecidas internacionalmente.

VISITAR WEB 



Observatorio de Responsabilidade Social Corporativa

Rede de cooperación e investigación, e plataforma de pensamento na que conflúen as iniciativas postas en práctica por distintas organizacións de maneira independente, co fin último de potenciar a responsabilidade social das empresas no núcleo da sociedade.

VISITAR WEB 

Observatorio permanente da RSE de Galicia

Conxunto de accións impulsadas pola Consellería de Economía, Emprego e Industria, entre as que se atopa o boletín Fixa_RSE, o Banco de Ideas Responsables e un estudo de campo para levar a cabo un seguimento da aplicación da RSE en Galicia. Cunha periodicidade anual publica un informe de resultados sobre como as empresas galegas incorporan aos seus procedementos de xestión os principios da responsabilidade social. Os datos que poñen a disposición das empresas poden servir como punto de partida para analizar a situación particular de cada organización en relación ao conxunto de Galicia.

VISITAR WEB 

Rede Española do Pacto Mundial

Responsable de xestionar o traballo coas empresas socias e asinantes do Pacto Mundial das Nacións Unidas en España. Conta coa ferramenta [Compactlink](#), plataforma virtual de innovación en RSE que pretende facilitar a comunicación cos seus socios, asinantes e restantes grupos de interese.

VISITAR WEB 

COMPACTLINK 

Rede Eusumo

De fomento e promoción do cooperativismo e a economía social.

VISITAR WEB 

Rexistro Nacional de Pegada de Carbono,

Dependente do Ministerio de Agricultura, Alimentación e Medio Ambiente e do que forman parte entidades de economía social de Galicia.

VISITAR WEB 

RSE.COOP

Metodoloxía impulsada pola Confederación de Cooperativas de Cataluña e a Generalitat de Catalunya que permite ás organizacións da economía social implantar a RSE dunha maneira integral na xestión, interna e externa, da empresa. Conta cun [software específico](#) que permite realizar o diagnóstico de RSE en base aos vectores económicos, ambientais e sociais. Tamén che guía na integración de iniciativas de RSE e serve para elaborar a memoria de RSE da entidade.

VISITAR WEB 

VER SOFTWARE 

RSE-D

Cuestionario de diagnóstico promovido pola Fundación ONCE, que está orientado ao aspecto concreto da integración de persoas con diversidade funcional nas organizacións.

VISITAR WEB 

RSE.XUNTA

Portal web da Xunta de Galicia de divulgación sobre a responsabilidade social empresarial. Nel pódese consultar documentos, acceder a información sobre as iniciativas emprendidas pola Administración Autonómica para a promoción da RSE, consultar as dúbidas máis frecuentes en relación coa posta en marcha de proxectos desta temática, acceder á axenda de eventos relacionados coa RSE...

VISITAR WEB 

Social AccountAbility International (SAI)

Organización non governamental e *multistakeholder* cuxa misión é mellorar as condicións de traballo dos empregados promovendo unhas adecuadas condicións de traballo e o cumprimento dos dereitos laborais. Elaborou a norma certificable SA 8000 con base en varias normas de dereitos humanos internacionais, entre outras, a [Declaración Universal dos Dereitos Humanos das Nacións Unidas](#) e a [Convención Internacional sobre os Dereitos do Neno da ONU](#).

VISITAR WEB 

LER DECLARACIÓN 



Transparencia Internacional

A coalición global contra a corrupción que loita por deter a corrupción e promover a transparencia, a responsabilidade e a integridade en todos os niveis e en todos os sectores da sociedade.

VISITAR WEB 

Xertatu:adi

Cuestionario de diagnóstico que quere ser unha axuda para que as empresas incorporen a sustentabilidade na súa cultura, estratexia e operacións.

VISITAR WEB 

XUNTA PRO-RSE

Ferramenta informática elaborada pola Xunta de Galicia para integrar os obxectivos e proxectos de RSE na empresa. Permite facer un seguimento a través de indicadores de des-empño e elaborar un informe de sustentabilidade.

VISITAR WEB 

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES (2006), *Aprobación por la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales del Informe de la Subcomisión para Potenciar y Promover la Responsabilidad Social de las Empresas*. Boletín número 424.
- COCETA (2011), *La RSE y las cooperativas. Evolución de las cooperativas que han aplicado políticas de RSE. Impactos y experiencias en un contexto de crisis económica*.
- COINTEGRA (2012), *Economía social. Ejemplo privilegiado de organizaciones responsables*.
- DÍAZ FONCEA, M.; MARCUELLOS SERVÓS, C. (2008), *Economía social y responsabilidad social corporativa: un análisis de la práctica*, XI Jornadas de Economía Crítica, Bilbao.
- DUGO BENÍTEZ, F. (2014), *La responsabilidad social en la nueva economía. Opciones de negocio para pymes. Ejemplos*, IECA, nº5, páginas 100-108.
- ESCUELA DE ECONOMÍA SOCIAL (2012), *Estudio de la responsabilidad social en las empresas de economía social de Andalucía*.
- FERNÁNDEZ-BORRERO, M.A. (2014), *El balance social como herramienta metodológica y de gestión en la economía social*, IECA, nº5, páginas 134-140.
- FUNDACIÓN CAJAMAR, *Fundamentos de RSC y buen gobierno cooperativo. Cuadernos Cooperativos 01*.
- GARCÍA JIMÉNEZ, M. (2014), *Sostenibilidad y equidad del trabajo en la economía social*, IECA, nº5, páginas 47-52.
- HORRACH, P.; SOCIAS SALVÀ, A. (2011), *La actitud de las empresas de economía solidaria frente a la divulgación de información sobre sostenibilidad desde el prisma de la teoría de los stakeholders o grupos de interés*, Revista de Contabilidad, volumen 14, suplemento 1, páginas 267-297.
- JANCIC, Z. (1999) *Celostni marketing*, 2nd revised edn (Ljubljana: FDV).
- Ley 6/2016, de 4 de mayo, de Economía Social de Galicia.
- Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social.
- Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
- MARÍN RIVES, L.; ARCAS LARIO, N.; CORTÉS GARCÍA, F.J.; (2010), *Guía práctica para la elaboración de memorias de RSE en cooperativas agroalimentarias*. Fundación CajaMar, Colección Sostenibilidad.
- MONZÓN CAMPOS, J.L.; ANTUÑANO MARURI, I (2012), *Cooperativismo y responsabilidad social de la empresa*, CIRIEC-España, Valencia.
- SERVER IZQUIERDO, R.J (2005), *Responsabilidad Social de las Empresas y la Economía Social. Presentación*. CIRIEC-España. Nº 53. Valencia, España. pp. 7-8.

08

Capítulo

- SERVER IZQUIERDO, R.J, VILLALONGA GRAÑANA, I. (2005), *La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada*. CIRIEC-España N° 53. Valencia, España. pp. 137-161.
- STRANDBERG, L. (2010), *La medición y comunicación de la RSE: Indicadores y normas*, Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, nº9. IESE Business School

galicia