



DESUR

DEVELOPING SUSTAINABLE REGIONS
THROUGH RESPONSIBLE SMEs

Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones

DESUR: Desarrollando regiones sostenibles a través de PYMEs responsables



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN	4
1. ¿POR QUÉ SER SOCIALMENTE RESPONSABLE?	5
1.1. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?	5
1.2. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial	7
1.3. Historia de la Responsabilidad Social Empresarial	8
Origen de la RSE	8
Desarrollo sostenible	8
La RSE a nivel internacional	10
Iniciativas europeas en RSE	11
2. ¿CÓMO USAR ESTA GUÍA?	16
3. ¿QUÉ HACEN OTRAS EMPRESAS PARA SER SOCIALMENTE RESPONSABLES?	20
3.1. Buenas Prácticas DESUR	21
ÁREA TEMÁTICA: MEDIOAMBIENTE	21
ÁREA TEMÁTICA: PRÁCTICAS LABORALES/RECURSOS HUMANOS	32
ÁREA TEMÁTICA: SOCIAL	35
ÁREA TEMÁTICA: BUEN GOBIERNO	45
3.2. Casos de éxito	51
ÁREA TEMÁTICA: MEDIOAMBIENTE	52
ÁREA TEMÁTICA: PRÁCTICAS LABORALES/RECURSOS HUMANOS	54
ÁREA TEMÁTICA: SOCIAL	56
ÁREA TEMÁTICA: BUEN GOBIERNO	58
4. ¿QUÉ PODEMOS HACER PARA SER SOCIALMENTE RESPONSABLES?	60
ÁREA TEMÁTICA: MEDIOAMBIENTE	61
ÁREA TEMÁTICA: PRÁCTICAS LABORALES/RECURSOS HUMANOS	65
ÁREA TEMÁTICA: SOCIAL	70
ÁREA TEMÁTICA: BUEN GOBIERNO	73

5. ¿CÓMO COMUNICAMOS NUESTRAS PRÁCTICAS RESPONSABLES?	79
6. ANEXOS	81
ANEXO I. CUESTIONARIO DE IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES EN OFICINA	82
ANEXO II. MODELO DE ENCUESTA DE CLIMA LABORAL	83
ANEXO III. MODELO DE ACUERDO DE COLABORACIÓN	85
ANEXO IV. MODELO DE FICHA DE DISEÑO Y CONTROL DE PROYECTO	89
ANEXO V. CUESTIONARIO DEFINICIÓN DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	90
ANEXO VI. EJEMPLO DE MAPA DE DIÁLOGO. CUADERNO DE TRABAJO RSE PARA PYMES. CÁMARA DE VALENCIA.	91
ANEXO VII. MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES	92
ANEXO VIII. MODELO DE ENCUESTA DE MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN DE PROVEEDORES	93
7. DEFINICIONES	94
8. OTROS RECURSOS WEB	96
BIBLIOGRAFÍA	97



INTRODUCCIÓN

La Unión Europea es pionera en su voluntad de promover la RSE, ya que se trata de la única instancia de carácter supranacional que lo ha abordado hasta el momento, sin embargo, se trata de un trabajo complejo y progresivo dada la disparidad de acciones de RSE que coexisten en la actualidad en los distintos países y las notables diferencias que existen en el grado de implantación de políticas públicas a nivel local.

El proyecto europeo DESUR (Desarrollando regiones sostenibles a través de PYMEs responsables) perteneciente al Programa de Cooperación Interregional Interreg IVC (www.interreg4c.eu), es un proyecto cuyo objetivo es mejorar las políticas regionales, instrumentos y metodologías existentes para promover la innovación responsable en las PYMEs a través del intercambio de experiencias entre todas las entidades socias participantes procedentes de Irlanda, Italia, Lituania, Hungría, Eslovenia, Grecia y España, basando la innovación en la triple hélice: **PERSONAS-BENEFICIOS-MEDIO AMBIENTE.**



Este propósito cumple directamente con los objetivos que la Unión Europea marca en la Estrategia 2020, de crear una economía sostenible e inclusiva a través de actividades a nivel local o regional.

El proyecto DESUR pretende específicamente identificar las dificultades que las PYMEs encuentran a la hora de incorporar acciones de responsabilidad social en sus modelos de negocio, tales como falta de información, recursos, medios o herramientas de trabajo, con la finalidad de hacerlas avanzar en su camino hacia la sostenibilidad.

Por todo ello, es necesario cohesionar y poner en común las buenas prácticas e iniciativas novedosas en materia de RSE, a través del desarrollo de la presente Guía, que tiene por finalidad principal familiarizar a las PYMEs con el concepto de Responsabilidad Social, informándolas, sensibilizándolas y poniendo a su disposición herramientas y metodologías para incorporar la RSE en su gestión.

En conclusión, esta Guía pretende poner en relieve los beneficios que proporciona la RSE, ofreciendo a las PYMEs herramientas que permitan su aplicación de forma sencilla y adaptada a su tamaño y circunstancias.

1. ¿POR QUÉ SER SOCIALMENTE RESPONSABLE?

1.1. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?

La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) hace referencia al buen gobierno de la empresa, gestionando de forma ética y sostenible, y llevando a cabo un conjunto de compromisos de carácter voluntario, con el fin de gestionar su impacto en el ámbito social, ambiental y económico, y obtener los máximos beneficios para el conjunto de la sociedad.

La responsabilidad empresarial implica adoptar medidas e integrar aspectos sociales y medioambientales en los objetivos de la empresa.

Existen multitud de definiciones de RSE desarrolladas por los principales organismos de carácter internacional, tanto públicos como privados, pero a continuación mostramos las siguientes que consideramos integran mayor número de conceptos:

• **Definición de la Comisión Europea**

La Comisión Europea en su Libro Verde para Fomentar un Marco Europeo para la RSE de las empresas, de 18 de julio de 2001, definió la RSE como un concepto a través del cual la empresa integra de forma voluntaria, las dimensiones social y ambiental en sus operaciones de negocio y en sus relaciones con los/as grupos de interés.

La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio

• **Definición de World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**

La responsabilidad social corporativa es el compromiso continuo que deben adoptar las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.

• **Definición de Kofi Annan Secretario General de las Naciones Unidas 1999**

Una nueva visión de la implicación y la trascendencia de la labor de la empresa en el mundo globalizado en el que vivimos.

Generalmente, la RSE suele ser un concepto vinculado a las grandes empresas, pero también se puede considerar una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las PYMEs.

Es importante entender que la RSE no debe ser considerada un comportamiento altruista llevado a cabo por la empresa, ni tampoco un instrumento publicitario para mejorar su imagen, sino como una forma de gestión que implica su colaboración con la sociedad, incorporando las preocupaciones de ésta como parte de su estrategia, y asumiendo el compromiso de responder de sus actuaciones de forma transparente.

No obstante, a pesar de ser un compromiso esencialmente voluntario, la RSE implica el cumplimiento de la legislación nacional e internacional, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de su personal, los entornos en los que opera y de la sociedad en su conjunto, es decir, de la totalidad de grupos de interés con los que se relaciona.

La RSE no se puede considerar una estrategia universal y única, ya que ésta varía en función de multitud de parámetros, como su sector de actividad, su tamaño o su situación geográfica. De este modo, más que en acciones concretas llevadas a cabo, la RSE se manifiesta en la integración en la gestión de la empresa, de los intereses de los agentes que se puedan ver afectados por su actividad.

El creciente interés despertado por la RSE ha derivado en la constitución de nuevos premios y reconocimientos, la propuesta de indicadores de medición, el estudio de las percepciones de los/as distintos/as agentes implicados/as (personal de Dirección y Gerencia, accionistas, empleados y empleadas, clientela, etc.) o la inclusión de criterios sociales y ambientales en la concesión de contratos públicos, por citar tan sólo algunos hechos, haciendo que la RSE no sea una moda pasajera, sino un nuevo modo de entender el papel de la empresa en la sociedad.

EN RESUMEN, LA RSE SE CARACTERIZA POR:

- Una **práctica empresarial responsable**.
- El **compromiso con iniciativas voluntarias** que van más allá de lo exigido por la legislación y por las obligaciones contractuales adquiridas.
- Su **integración en la gestión y estrategia empresarial**, pues la RSE no son actuaciones puntuales y aisladas.
- El desarrollo de **actuaciones beneficiosas para los diversos grupos de interés** con los que la empresa se relaciona.
- La obtención simultánea **de beneficios financieros, sociales y ambientales y la mejora de la competitividad de la empresa**.

1.2. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

La realidad es que una empresa que desarrolla acciones en materia de responsabilidad social suele ser más competitiva, fortalece sus ventas, debido a su buena imagen, y fideliza clientes. Sin embargo, su impacto a veces no puede expresarse en datos concretos y no suele manifestarse en el corto plazo.

A continuación se resumen algunos de los beneficios que una empresa puede obtener:

EXTERNOS

- Mejorar la confianza de posibles inversores
- Atraer y retener a personas con talento
- Posicionar y diferenciar la marca
- Captar nuevos clientes
- Fidelizar clientes
- Mejorar la imagen corporativa
- Mejorar la relación con el entorno

INTERNOS

- Motivar a los/as empleados/as
- Mejorar el clima laboral, redundado en la mejora de productividad y calidad en la prestación del servicio
- Mejorar la comunicación interna
- Obtener fidelidad y compromiso del personal
- Crear una cultura en la organización, a través del fomento de unos valores compartidos en la empresa

Si se agrupan las ventajas, se pueden distinguir tres tipos:

- Ventajas que aportan eficiencia en la gestión. Mejora el clima de la organización, mejora la competitividad, mayor productividad, mayores beneficios económicos y mejoras en la gestión. Reduce costes. Retiene a los mejores equipos de trabajo por que estarán orgullosos de trabajar en la empresa, redundará en la productividad y calidad de los productos/ servicios que ésta ofrece... además el tener un buen clima laboral influye muy positivamente en la reputación de la empresa, lo cual a su vez se transmite a los clientes.
- Ventajas otorgadas a la marca e imagen de la empresa. Reputación y fidelización. El hecho de alimentar la relación entre ellos y sus clientes, repercute en sus ventas. El ser buenos ciudadanos ofrece sólidas garantías ante entidades financieras y aseguradoras.
- Ventajas que revierten sobre los valores y el entorno de la organización. Mayor aceptación y/o credibilidad ante la sociedad. Contribución al desarrollo sostenible y tranquilidad por sentirse responsable.

1.3. Historia de la Responsabilidad Social Empresarial

Origen de la RSE

Las primeras manifestaciones de Responsabilidad Social Empresarial se remontan a los años veinte, pero es en los cincuenta y sesenta cuando se consolida, y se inicia la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el sólo hecho de su uso genera un deber ético, y por consiguiente, de alguna manera, este uso se debe devolver a la sociedad en beneficios.

En la década de los setenta se especifican cuáles son las responsabilidades de la empresa. En los años ochenta, aparece el concepto de Stakeholder (grupo de interés), como complemento al shareholder (accionista), como único interesado en la empresa. Según este nuevo punto de vista, el/la empresario/a no sólo debe tener en cuenta al accionista, sino que además debe tener en cuenta a todos los grupos de interés (personal, proveedores, clientes y sociedad).

De todos modos, el nacimiento de la ONU y la posterior declaración de los Derechos Humanos han servido como base para generar una mayor conciencia social.

Asimismo, hechos como el Informe Brundtland en 1987, el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF o Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el Pacto Mundial; así como el surgimiento de

organizaciones como la Global Reporting Initiative, han servido como bloques para levantar esta construcción social y medio-ambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

En la actualidad, la RSE se considera un sistema de gestión empresarial que busca entender el rol social de las empresas, identificar a todos los grupos de interés o de relación que tiene la empresa (personal, proveedores, clientes, accionistas, etc.) y procurar satisfacerlos en la medida de sus posibilidades bajo un modelo de mejora continua.

Desarrollo sostenible

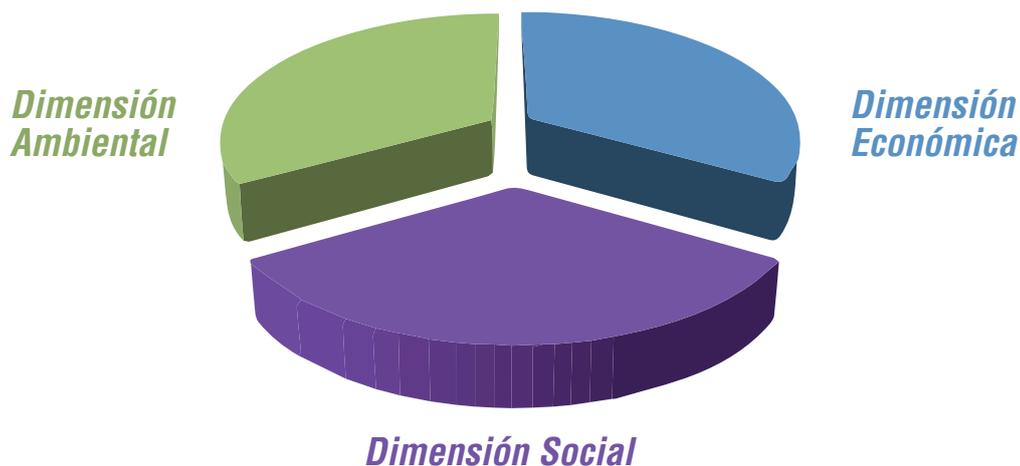
El término Desarrollo Sostenible es utilizado por primera vez en la segunda Cumbre de la Tierra celebrada en 1982 en Nairobi, de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, a través de un informe socio-económico elaborado para la ONU denominado “Informe Brundtland”.

“ Desarrollo Sostenible es definido como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. ”

El objetivo del Desarrollo Sostenible es reconciliar los aspectos económico, social y ambiental de las actividades humanas, que deben entenderse por parte de las personas, las empresas y sobre todo, el Estado.

A nivel conceptual, los términos RSE y Desarrollo Sostenible confluyen en torno a sus tres dimensiones de actuación: Dimensión Económica, Dimensión Ambiental, Dimensión Social. Esto se traduce, en la práctica, en lo que se conoce como Triple Cuenta de Resultados, que implica que una empresa, para sobrevivir en el entorno actual, debe:

- Resultar económicamente viable
- Ser medioambientalmente sostenible
- Y socialmente responsable



ECONÓMICO: Entendido como funcionamiento financiero “clásico”, pero también como la capacidad para contribuir al desarrollo económico en el ámbito de la creación de empresas hacia todos los niveles;

SOCIAL: Entendido como las consecuencias sociales de la actividad de la empresa en todos los niveles: los/as trabajadores/as (condiciones de trabajo, nivel salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general, necesidades humanas básicas;

AMBIENTAL: Entendido como la compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas. Incluye un análisis de los impactos del desarrollo

social de las empresas y de sus productos en términos de flujos, consumo de recursos difíciles o lentamente renovables, así como en términos de generación de residuos y emisiones.

Desde la acuñación del término desarrollo sostenible, se ha avanzado mucho en el compromiso de los Estados con la responsabilidad social. En la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas celebrada en septiembre del año 2000, se promulgó La Declaración del Milenio, aprobada por 189 países y firmada por 147 jefes de estado y de gobierno. Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), ocho ambiciosos objetivos que se intenta alcanzar para el año 2015.

<http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/mdg-report-2013-spanish.pdf>

La RSE a nivel internacional

Hay ciertas entidades internacionales que se encargan de establecer directrices que permiten orientar a las empresas que deciden integrar la Responsabilidad Social en su estrategia. Las más relevantes a la hora de fomentar la RSE son las siguientes:



• **Informe BRUNDTLAND 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo**
<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427>

• **Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (revisadas en 2000)**
<http://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>

• **“Global Compact” o Pacto Mundial de la ONU (2000)**
<http://pactomundial.org/>

• **Declaración Tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social (revisada en 2000)**
http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_151548.pdf

• **Normas sobre las responsabilidades de las empresas multinacionales y otras empresas con respecto a los derechos humanos. Comisión de Derechos Humanos de Naciones Unidas (2003)**
<http://www.unhchr.ch/Huridocda/Huridoca.nsf/0/a389702baa023990c1256d59004814a4?Op=endocument>

• **Declaración Universal de Derechos Humanos. Naciones Unidas. (aprobada en 1948)**
<http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Iniciativas europeas en RSE

La Unión Europea ha apostado por un modelo de desarrollo sostenible y por la RSE como una herramienta idónea para su consecución, y así lo ha puesto de manifiesto en diversas ocasiones. A continuación se muestra a modo resumen las distintas iniciativas europeas llevadas a cabo:

FECHA	INICIATIVA
2000 (23-24 de marzo)	CONSEJO DE LISBOA Llamamiento al sentido de responsabilidad social respecto a prácticas empresariales idóneas en formación continua, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, integración social y desarrollo sostenible. http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/c10241_es.htm
2000 (7-10 de diciembre)	CONSEJO DE NIZA Se aprueba la Agenda Social Europea que hace una nueva referencia a la responsabilidad social de las empresas. http://www.europarl.europa.eu/summits/nice1_es.htm
2001 (23-24 de marzo)	CONSEJO DE ESTOCOLMO Se anuncia que la Comisión va a presentar un Libro Verde sobre RSE. http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/es/ec/ACF429.html
2001 (18 de julio)	Se publica el Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la RSE. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf
2002 (27 de Julio)	Comunicación: La RSE. La contribución empresarial al desarrollo sostenible. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:es:PDF
2004 (Enero)	CSR. National Public Policies in the European Union recoge las iniciativas públicas sobre RS en los Estados miembros (En septiembre 2007 se publica una nueva versión) http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=es&pubId=632&type=2&furthe rPubs=no
2004 (29 de junio)	El Informe del Foro Europeo Multistakeholder recomienda a las Administraciones Públicas a que asuman su papel en RS http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/multi-stakeholder-forum/2010-meetings/index_en.htm
2005 (22-23 de marzo)	CONSEJO DE BRUSELAS Acuerda que el desarrollo sostenible es objetivo fundamental de todas las políticas de la Comunidad Europea http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/es/ec/84344.pdf

FECHA	INICIATIVA
2006 (22 de marzo)	Comunicación: Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo. Hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:es:PDF
2007 marzo	El Parlamento aprueba el Informe Howitt sobre la RSE: Una nueva asociación http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2013-0023+0+DOC+PDF+V0//ES
2010 Octubre	Se publica el estudio sobre el marco jurídico en derechos humanos y medio ambiente aplicable a las empresas europeas que operan fuera de la Unión Europea http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/business-human-rights/101025_ec_study_final_report_es.pdf
2011	Estudio de la Comisión sobre la situación en los Informes de Sostenibilidad en la UE http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=331&newsId=1013&furtherNews=yes
2011	Comunicación. Una nueva estrategia de la UE 2011-14 sobre Responsabilidad Social Corporativa http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF

Fuente: Elaboración propia

La promoción de la RSE en Europa no ha sido únicamente una cuestión de iniciativa pública. Sin deshonrar de la importancia de las administraciones públicas en la regulación y promoción de lo que se entiende como responsabilidad social de las empresas, otras iniciativas del ámbito privado (y no únicamente empresariales) se han convertido en puntos de referencia, ámbitos de desarrollo de conocimiento, de generación de buenas prácticas y de presión o motivación hacia las empresas para el cambio de comportamientos.

Algunas de las organizaciones e iniciativas privadas más reconocidas a nivel europeo e internacional son:

europeos, como Oxfam, Greenpeace, Amnistía Internacional y Amigos de la Tierra.

<http://www.corporatejustice.org/?lang=es>

European Coalition for Corporate Justice (ECCJ)

Promueve la responsabilidad corporativa, reuniendo a las distintas organizaciones nacionales de la sociedad civil, (ONGs, sindicatos, grupos de defensa de los consumidores y las instituciones académicas de toda Europa. TJCE representa a más de 250 organizaciones presentes en 15 países

Business in the Community (BITC)

Asociación de 700 empresas británicas para el desarrollo de la comunidad con más de 20 años de experiencia en materia de acción social. Desarrolla su actividad mediante el asesoramiento para reforzar la marca, búsqueda de patrocinios y organización de premios.

<http://www.bitc.org.uk>

CSR Europe

Organización sin ánimo de lucro para la promoción de la RSE a nivel europeo, dando servicio a sus compañías miembro. Se trata de un punto de referencia para las compañías europeas en el ámbito de RSE. Para ello, se encarga de llevar a cabo el diálogo de stakeholders, el desarrollo de iniciativas como European Business Campaign on Corporate Social Responsibility o The European Academy of Business in Society.

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

Eurosif (European Social Investment Forum)

Red europea que tiene como misión desarrollar la sostenibilidad a través de los mercados financieros europeos. Los miembros actuales de Eurosif incluyen inversores, proveedores de servicios financieros, instituciones académicas, entidades de investigación, sindicatos y ONGs. La asociación es una entidad sin ánimo de lucro.

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

The World Business Council for Sustainable Development

Coalición de más de 170 compañías internacionales, fundada en 1991, que insta a líderes empresariales a impulsar el cambio hacia el desarrollo sostenible. Promueve un uso eficiente de los recursos naturales por medio de la innovación y la responsabilidad social. Desarrolla su misión mediante la organización de eventos, publicaciones y desarrollo de programas de mejores prácticas. Se articula mediante una red regional.

<http://www.wbcsd.org/home.aspx>

Business for Social Responsibility

ONG de EE.UU. que ofrece servicios relativos a la RSE, con el fin de integrarla en los modelos estratégicos de las compañías y fomentar la cooperación intersectorial. Su enfoque se orienta hacia el mercado global y tiene un perfil básicamente de consultoría. Desarrolla la Labour Law, base de datos con estadísticas en más de 60 países sobre el cumplimiento de RSE en la cadena de suministro, además de realizar actividades de consultoría e investigación.

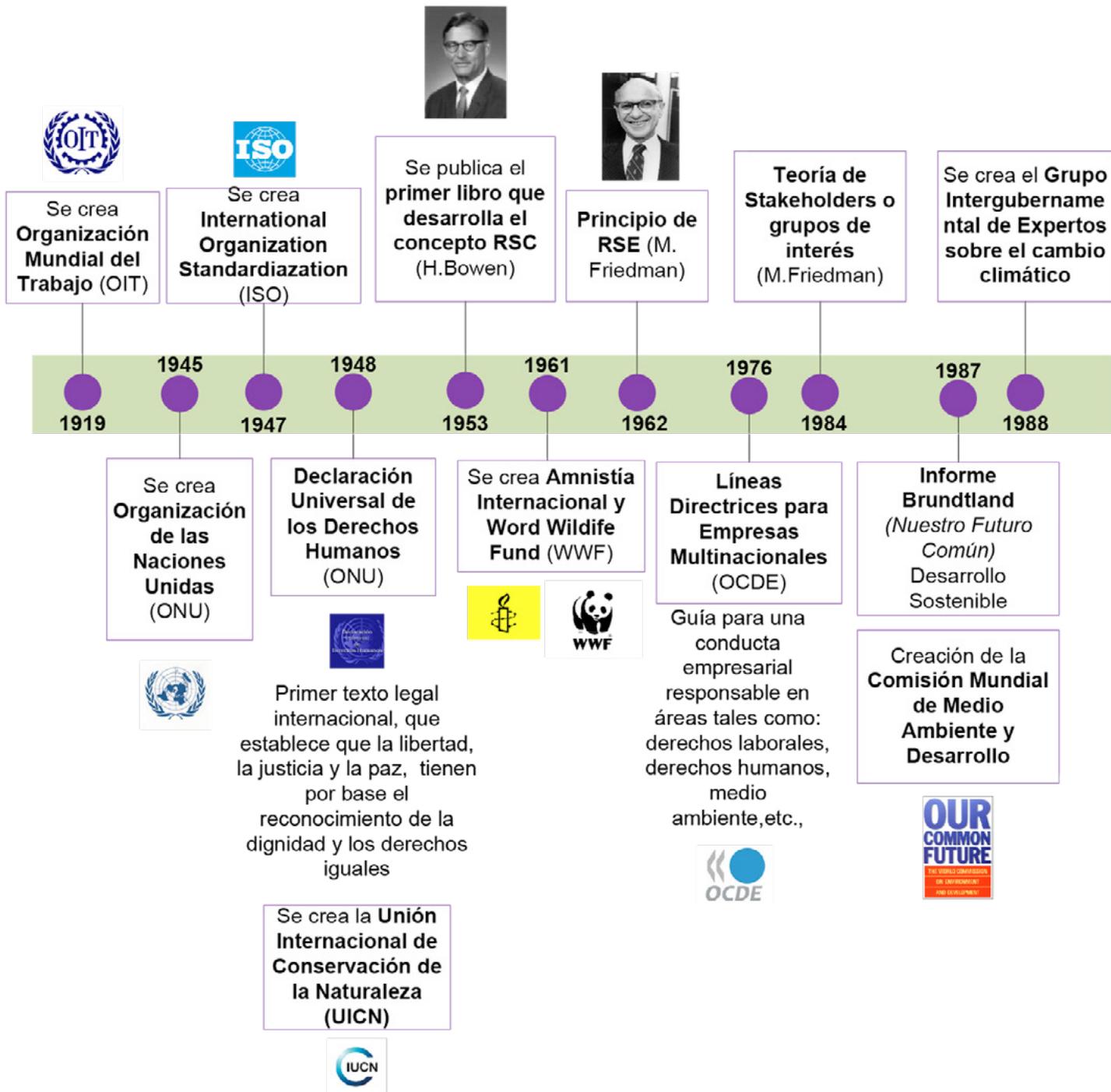
<http://www.bsr.org/>

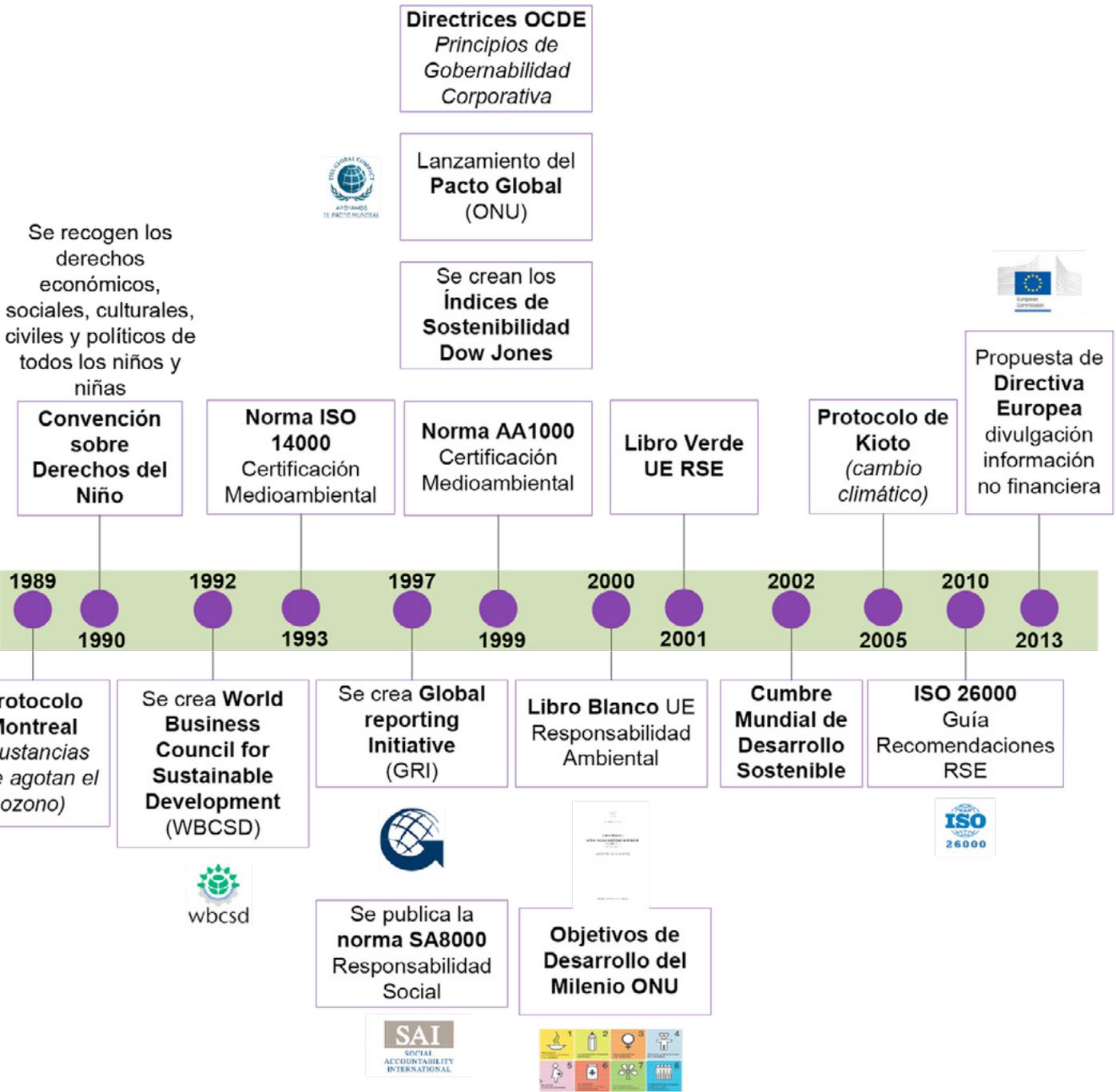
European Business Ethics Network (EBEN)

Red europea dedicada a la promoción de la ética empresarial en la industria privada, el sector público, las ONG's y el entorno académico. En concreto, se trata de una asociación no lucrativa radicada en Holanda. Su papel es promover la gestión basada en valores, el liderazgo ético y la responsabilidad social empresarial. Además, pretenden estimular y facilitar encuentros, debates y puestas en común sobre los problemas y los dilemas de tipo ético.

<http://www.eben-net.org/>

Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales especializadas en responsabilidad social, que contribuyen a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.





2. ¿CÓMO USAR ESTA GUÍA?

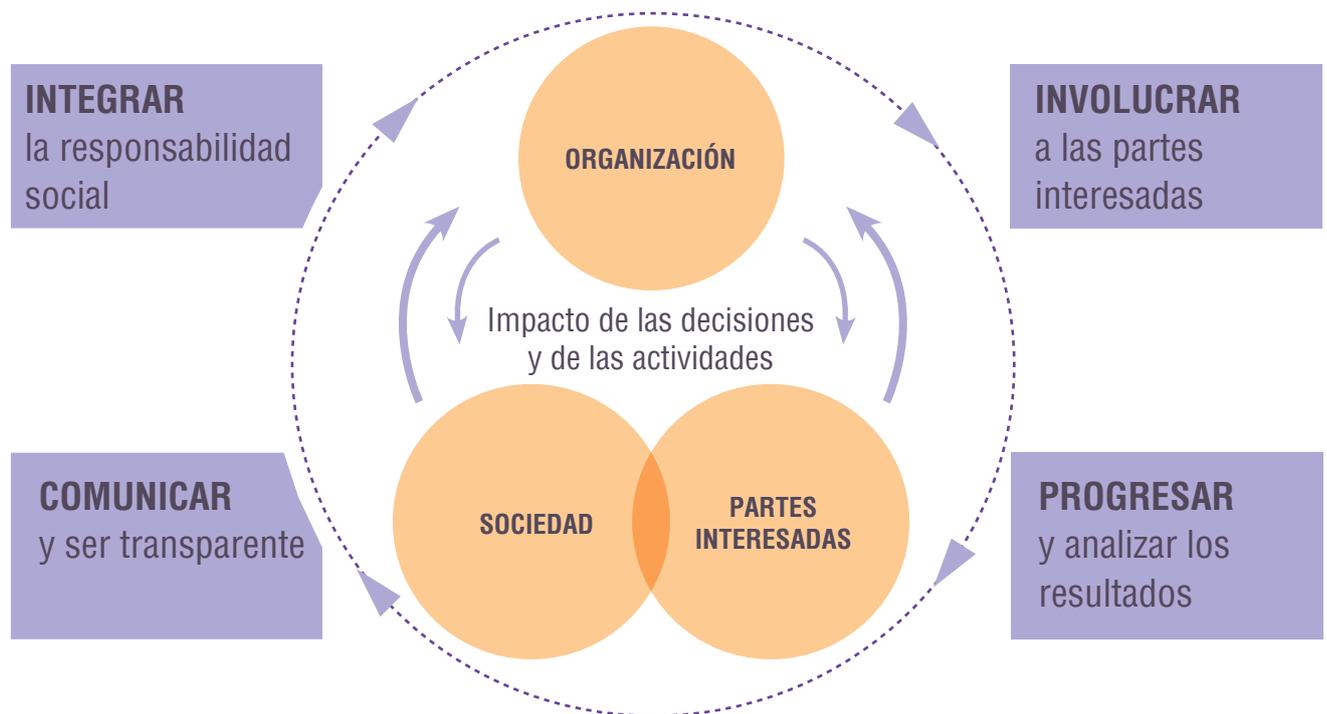
Tal y como se ha comentado anteriormente, la presente Guía tiene como objetivo principal facilitar y promover la implantación de la RSE en las PYMEs.

Por ello, la Guía es un documento de trabajo que permite la incorporación de buenas prácticas a la gestión de las PYMEs.

La Guía se presenta de forma útil, práctica, comprensible y sencilla, con la idea de que las buenas prácticas descritas, sean fáciles de incorporar a la dinámica de trabajo de las empresas.

A lo largo de toda la Guía, se pretende que las empresas y resto de agentes que la utilicen, y por lo tanto, pongan en marcha las buenas prácticas definidas, puedan cumplir con 4 principios fundamentales:

- **INVOLUCRAR** a sus grupos de interés.
- **INTEGRAR** la RSE en su estrategia y toma de decisiones.
- **COMUNICAR** de forma transparente y objetiva.
- **PROGRESAR** a través del análisis de los resultados obtenidos.



Dado el objetivo y el tipo de usuario/a final previsto de la Guía, ésta se orienta tanto hacia la mejora de la RSE de la empresa, como a la introducción de la responsabilidad social en PYMEs que aún no la han integrado en su gestión, combinando información sobre conceptos teóricos necesarios, con ejemplos prácticos que ayuden a la implantación de acciones responsables.

La parte práctica de la presente Guía se estructura en la exposición a través de fichas de:

BUENAS PRÁCTICAS LLEVADAS A CABO POR OTRAS ORGANIZACIONES EN MATERIA DE RSE:

- **Buenas Prácticas DESUR:** Descripción de prácticas destacadas en materia de RSE, identificadas por los socios del proyecto DESUR en sus respectivas regiones a través de visitas de estudio.
- **Casos de éxito:** acciones en materia de

RSE llevadas a cabo por empresas a nivel europeo e internacional, en las que se demuestra el impacto positivo de su puesta en marcha en la organización, y por lo tanto, en la consecución de los objetivos propuestos.

BUENAS PRÁCTICAS GENÉRICAS A IMPLANTAR POR LAS PYMES:

- **Buenas Prácticas a implantar:** descripción de herramientas y /o metodologías sencillas que faciliten la implantación en las PYMEs de prácticas que permitan la integración de la RSE en su organización.

Las **áreas temáticas** planteadas en materia de RSE se clasifican en:



- **MEDIOAMBIENTE:** Políticas llevadas a cabo por la empresa para reducir el impacto medioambiental de sus actividades.

- **PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS:** Políticas y procesos internos orientados al personal para el desarrollo de su trabajo en un entorno seguro y saludable, en igualdad de oportunidades, propiciando la conciliación familiar, formación, participación y diálogo, con la finalidad de su desarrollo permanente.

- **ACCIÓN SOCIAL:** Participación de la empresa en proyectos sociales, culturales o deportivos del entorno.

- **BUEN GOBIERNO:** Conjunto de normas y prácticas orientadas a la adecuada toma de decisiones dentro de la empresa (consenso, responsabilidad, eficiencia, transparencia, participación y cumplimiento de la ley), de manera que se tenga en cuenta los intereses de toda la organización y de la sociedad.

Tanto las buenas prácticas como los casos de éxito están descritos en unas fichas que recogen distinta información en función de su tipología.

Del mismo modo, en función del área temática, las fichas serán identificadas de un color u otro.

TÍTULO DE LA BUENA PRÁCTICA

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	Nombre de la entidad donde se lleva a cabo la Buena Práctica descrita
PAIS	País donde está ubicada la entidad
OBJETIVOS	Descripción de los principales objetivos cualitativos y/o cuantitativos que se pretenden conseguir con la puesta en marcha de la Buena Práctica en la entidad
GRUPOS DE INTERÉS	Grupo/s de Interés que se beneficia/n de la puesta en marcha de la Buena Práctica en la entidad
DESCRIPCIÓN	Explicación detallada de la Buena Práctica
ACCIONES TRANSFERIBLES	Identificación de las posibles acciones que pueden ser transferibles a otras organizaciones, es decir, que su implantación es sencilla y requiere la utilización reducida de recursos.

TÍTULO DE CASOS DE ÉXITO

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	Nombre de la empresa/organización donde se da el caso de éxito descrito
OBJETIVOS	Descripción de los principales objetivos cualitativos y/o cuantitativos planificados
GRUPO/S DE INTERÉS	Grupo/s de Interés que se ha/n beneficiado de la puesta en marcha de la acción en materia de RSE en la empresa
DESCRIPCIÓN	Explicación detallada del Caso de Éxito: Metodología llevada a cabo, recursos empleados, etc., En este apartado se adjuntarán si procede documentos referentes al caso de éxito en formato pdf.
RESULTADOS	Descripción de los resultados cuantitativos alcanzados. Impacto positivo en la empresa/organización
TRANSFERENCIA	Relación de aspectos y/o acciones transferibles

TÍTULO DE LA BUENA PRÁCTICA A IMPLANTAR

OBJETIVOS	Descripción de los principales objetivos cualitativos que se pretenden conseguir con la puesta en marcha de la Buena Práctica en la empresa
GRUPOS DE INTERÉS	Grupo/s de Interés que se beneficia/n de la puesta en marcha de la Buena Práctica en la empresa
DESCRIPCIÓN	Explicación detallada de la Buena Práctica
MEDICIÓN	Indicadores para conocer si la puesta en marcha de la Buena Práctica en la empresa, significa un impacto positivo en la misma
RECOMENDACIÓN	Metodología propuesta para poner en marcha la Buena Práctica en la empresa. Esta Metodología es expuesta de forma sencilla a modo de instrucción para que sea fácil su entendimiento e implantación
HERRAMIENTAS	Se proporcionan recursos complementarios para facilitar la implantación de la Buena Práctica: Modelos, guías, herramientas, etc.,

3. ¿QUÉ HACEN OTRAS EMPRESAS PARA SER SOCIALMENTE RESPONSABLES?

A continuación se presenta un resumen de las buenas prácticas y casos de éxito identificados y descritos en las distintas Fichas:

	MEDIO AMBIENTE	PRÁCTICAS LABORALES RECURSOS HUMANOS	ACCIÓN SOCIAL	BUEN GOBIERNO
BUENAS PRÁCTICAS DESUR	<p>MACROOM E Edificio sostenible</p> <p>INCHYDONEY HOTEL Eco-Hotel</p> <p>ZAGORJE OB SAVI MUNICIPALITY Programa de Reducción de Contaminación</p> <p>RED CALEA Agricultura ecológica</p> <p>MAM HUNGARIA LTD Programa Medioambiental</p> <p>APINI Programa educativo medioambiental</p> <p>GAIA KINDERGARTEN Programa Medioambiental</p> <p>COOP. ADRIATICA Compromiso con la Comunidad</p>	<p>BARTEC VARNOST Sistema de Gestión de Seguridad y Salud</p> <p>DEWESOFT COMPANY Gestión del Talento</p> <p>PARK INN SÁRVÁR Código Ético</p>	<p>SCALLY’S SUPERVALU Compromiso con la Comunidad</p> <p>OFICINA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UEX Premio Idea Responsable</p> <p>GRUPO EUROLIMPIEZAS Fundación Eurolimpiezas</p> <p>EFFIX-MARKETING LTD Desarrollo de proyectos sociales</p> <p>INTERJERO ERDVÉ (DESIGN) Promoción de artistas. Cesión de espacios</p> <p>IMPRONTA ÉTICA Promoción de RSE</p> <p>CISE Promoción de RSE</p>	<p>OFICINA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EXTREMADURA Herramienta de Auto evaluación RSE</p> <p>ALPHA KOUKOUTARIS Control de Calidad</p> <p>PRODUCTS LAND VOIOU Proveedores locales sin intermediarios</p> <p>BIOPAN KOURELAS Certificación BRC y Productos Ecológicos</p> <p>PHARMACEUTICAL “ACONITUM” Certificación “GMP” Buenas Prácticas de Fabricación</p>
CASOS DE ÉXITO	<p>GULPENER BIER Compra Sostenible</p> <p>LIPPEMEIER GEBÄU- DEREINIGUNGS- ENST GMBH Programa Medioambiental</p>	<p>COMPENSA CAPITAL HUMANO Programa de Retribución</p> <p>MELISSA Política de RRHH</p>	<p>MONNALISA SPA Fundación</p> <p>PARAVAN Compromiso con las personas discapacitadas</p>	<p>GRUPO CH BUSINESS CONSULTING Gestión responsable</p> <p>DENKSTATT Consultora</p>

3.1. Buenas prácticas DESUR

Área temática: MEDIOAMBIENTE

DISEÑO DE EDIFICIO SOSTENIBLE

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>MACROOM E</p> <p>Organización que promueve la creación y desarrollo de empresas en Lee Valley. Es una iniciativa de varias entidades públicas. El edificio permite albergar muchos tipos de negocios en un ambiente agradable y de apoyo ayudando al equipo de Macroroom E a todos los clientes instalados en el edificio a desarrollar sus negocios. El edificio ofrece una amplia selección de espacio de oficinas que van desde escritorios compartidos y pequeñas oficinas, hasta talleres industriales.</p> <p>http://macroroom-e.com/</p>
PAIS	IRLANDA
OBJETIVOS	Reducir el consumo energético
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PARTNERS, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Agua Caliente Sanitaria mediante energía solar • Sensores de movilidad y bombillas de bajo consumo • Captación de agua de lluvia para su utilización como aguas grises en cisternas de WC • Equipos eléctricos eficientes • Caldera de astillas y sistema de calefacción geotérmico • Sistema pasivos de calentamiento solar a través de arquitectura bioclimática (ventanas orientadas al sur) • Uso de tecnología de tubos de luz y claraboyas con orientación al norte para aumentar la luz natural y reducir la dependencia de la iluminación artificial
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Bombillas de bajo consumo • Sistema de Agua Caliente Sanitaria mediante energía solar • Equipos eléctricos eficientes • Caldera de astillas y sistema de calefacción geotérmico

Área temática: MEDIOAMBIENTE

HOTEL SOSTENIBLE	
EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>INCHYDONEY ISLAND LODGE AND SPA HOTEL</p> <p>Inchydoney Island Lodge and Spa es un ejemplo de buenas prácticas en la construcción y negocio sostenible con el medio ambiente. El hotel está situado a unos cincuenta metros de la playa, todas sus habitaciones tienen vistas al Atlántico en la bahía de Inchydoney. Es un hotel de tamaño mediano, cuatro plantas, con restaurantes, spa, piscina, gimnasio y otras instalaciones. El hotel ha conseguido muy buena reputación como eco-hotel de alta calidad.</p> <p>http://www.inchydoneyisland.com/</p>
PAIS	IRLANDA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Ahorro energético - Reducir el impacto medioambiental negativo - Formar/Sensibilizar en materia medioambiental a sus empleados/as
GRUPOS DE INTERÉS	CLIENTES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Sustitución de los sistemas de calefacción y refrigeración con combustible tradicionales por sistemas de combustible renovable (pellets de madera) procedentes de recursos forestales renovables de la región. • El agua se bombea desde el mar y se calienta hasta una temperatura adecuada para su uso en el spa y la piscina. El agua se devuelve al mar sin sufrir ningún tratamiento químico en el proceso. • El agua de mar se calienta mediante paneles solares colocadas en la cubierta de la piscina, ayudada por el sistema general de combustible renovable. • El sistema de iluminación se encuentra en proceso de modernización introduciendo lámparas de bajo consumo y LED. • Se ofrece formación medioambiental especial a todo el personal para que conozcan cómo funciona todo el sistema y qué funciones deben desempeñar dentro del mismo.
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación con bombillas de bajo consumo y LED • Formación medioambiental al personal

Área temática: MEDIOAMBIENTE

DESARROLLO DE PROGRAMAS PARA LA REDUCCIÓN DE CONTAMINACIÓN

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>ZAGORJE OB SAVI</p> <p>Zagorje ob Savi es una ciudad situada en el centro de Eslovenia. El municipio se incluye en la región Zasavje. La ciudad tiene aproximadamente 7.000 habitantes, y la población del municipio es de aproximadamente 17.000 personas. En los últimos años, se ha prestado especial atención a la rehabilitación ecológica de los edificios públicos. Disponen de una Unidad de Investigación, cuyo objetivo es promover el desarrollo de fuentes de energía renovables en las ciudades que hayan estado bajo el impacto de actividades mineras en el pasado.</p> <p>http://www.zagorje.si/</p>
PAIS	ESLOVENIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir la contaminación
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Planes dirigidos a reducir la contaminación del sector de la minería, como por ejemplo, la promoción de plantas solares o estaciones para coches eléctricos • Sistemas de gestión de energía que permiten medir el consumo así como optimizar el consumo de energía
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de medición y ahorro de consumo energético

Área temática: MEDIOAMBIENTE

AGRICULTURA ECOLÓGICA	
EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>RED CALEA</p> <p>Red Calea es una agrupación profesional, motivada y comprometida con los valores inherentes a la agroecología.</p> <p>Su objetivo es ampliar y consolidar el papel de la agroecología en el medio rural, como herramienta para lograr un verdadero desarrollo sostenible, desde una perspectiva local y bajo los criterios del ecologismo social.</p> <p>Está formada por un equipo de personas que, desde el norte de Extremadura, trabajan con Administraciones Públicas, empresas y entidades sociales, a través de las redes colaboración que crean con personas que comparten sus valores e ideas de proyecto.</p> <p>Red Calea trabaja en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción y Comercialización de alimentos ecológicos • Ingeniería • Formación y Asesoramiento • Cooperación Internacional <p>http://www.redcalea.org/</p>
PAIS	ESPAÑA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la agroecología
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Cultivo según las técnicas de la agricultura ecológica certificada, en su huerta ubicada en Robledillo de la Vera • Productos certificados de acuerdo con la normativa CEE 2092/91 • Realización de venta directa, ofreciendo en la propia casa del consumidor los alimentos ecológicos que producen • Página web www.larecolecta.com, para la adquisición de sus productos • Control de las emisiones de CO2 • Reducción de los residuos, el consumo de agua y emisiones contaminantes • Reciclado de productos y envases • Sistema de Vigilancia con el fin de controlar todos los procesos de producción y consumo dentro de la empresa • Participación en distintas redes regionales (Red de Producción y Consumo Ecológico de Extremadura, Red Extremeña de Semillas, etc.,) <p>http://www.redcalea.org/Dossier_Red_Calea_4.7.pdf</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena práctica transferible en su totalidad para organizaciones de producción agroalimentaria

PROGRAMA MEDIOAMBIENTAL	
EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>MAM HUNGARIA LTD</p> <p>El fundador de MAM es el austriaco Peter Röhrig, ingeniero especializado en plásticos.</p> <p>Se dedica a la fabricación de productos para bebés de alta calidad que ofrecen un beneficio médico.</p> <p>El primer chupete MAM fue vendido en 1976 y la compañía evolucionó gradualmente para convertirse en la líder principal del mundo en el diseño de productos para bebés.</p> <p>El centro internacional de ventas y producción se encuentra en Suiza en 1987. La fábrica de MAM de Hungría se abrió en 1990, (MAM Hungaria Ltd.) Desde que la compañía fue fundada en el año 1976 la colaboración con el mundo de la ciencia y la investigación ha sido algo habitual en MAM. Gracias a esta red de expertos, ha sido posible identificar cuestiones clave relacionadas con la salud de los bebés y abordarlas en MAM.</p> <p>Pero MAM no sólo comparte conocimientos a nivel de expertos, la empresa también financia a organizaciones de apoyo a niños y padres de todo el mundo, por ejemplo, organizaciones de apoyo a los niños con cáncer u hospitales en países emergentes y en vías de desarrollo.</p> <p>La empresa está concienciada con la protección del medio ambiente.</p> <p>Las herramientas de Responsabilidad social implantadas son: La Fundación MAM, viajes para los empleados, elección del trabajador del año, etc.</p> <p>http://www.mambaby.com/</p>
PAIS	HUNGRÍA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Proteger el medioambiente
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de forma progresiva de medidas nuevas de ahorro de energía y reciclaje • Tecnología puntera y adecuada al tipo de productos con los cuales la empresa trabaja • Estrictos controles en el proceso de producción para garantizar la seguridad del bebé y la esterilidad de los productos • Las instalaciones están bien delimitadas y tienen un “punto limpio” donde todos los residuos son segregados para ser reciclados • Para asegurar los estándares de calidad, la empresa cuenta con sus propios laboratorios que garantizan que sus productos cumplen con las normas y requisitos internacionales • Producen sus propios envases según las especificaciones de cada país. El almacenamiento del producto es corto ya que producen bajo pedidos de clientes, por ello son capaces de prever las necesidades de producción manteniendo ratios de consumos eficientes
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Reciclaje • Creación de “Puntos limpios” • Sistemas de medición y ahorro de consumo energético

Área temática: MEDIOAMBIENTE

PROGRAMA EDUCATIVO MEDIOAMBIENTAL

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>INSTITUTE OF ENVIRONMENTAL ENGINEERING (APINI)</p> <p>El Instituto de Ingeniería Ambiental (Apini) se creó en 1991 como una unidad de investigación independiente asociada a Kaunas University of Technology. En 2000 Apini estableció una oficina en Vilnius. Apini fue la primera institución en Lituania, que comenzó a buscar soluciones a los problemas ambientales. Apini ha obtenido reconocimiento internacional por investigar y crear y aplicar métodos de formación innovadores.</p> <p>Los empleados de Apini participan activamente en diversos proyectos y programas internacionales y colaboran en investigación con Universidades de otros países. Las principales actividades de Apini son: la investigación científica y su aplicación; máster y doctorados, la participación en proyectos internacionales, formación, difusión del conocimiento y asesoramiento a empresas en desarrollo sostenible y temas ambientales, participación en la actividades nacionales e internacionales en calidad de expertos.</p> <p>La mayoría de los trabajos de Apini tienen influencia directa sobre el desarrollo sostenible y las políticas de formación sobre protección del medio ambiente. El objetivo de este centro es promover la protección del medio ambiente y por tanto ésta es la filosofía de la organización. Se trata de un intermediario que juega un papel relevante en la promoción del desempeño ambiental, principalmente en la industria y fábricas que requieren el uso de tecnología.</p> <p>Con el fin de mostrar cómo se pueden aplicar los principios del desarrollo sostenible al trabajo cotidiano, Apini tomó la decisión en 2012 de presentar a la sociedad su Informe de Responsabilidad Social. Está previsto que continúe con esta actividad. Por ello creó un sistema de indicadores de sostenibilidad que le permite medir los cambios, evaluarlos y tomar las soluciones adecuadas.</p> <p>http://ktu.edu/apini/en/</p>
PAIS	LITUANIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la protección del medio ambiente
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL

Área temática: MEDIOAMBIENTE

DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de medición para ayudar a las empresas a evaluar los consumos así como para medir sus consumos internos • Herramientas y metodologías para ahorrar energía y otros tipos de consumos • “Punto limpio”, donde recogen residuos en contenedores especiales para cada tipo de residuo • Compras ecológicas • Como parte de la unidad de investigación de la Universidad, Apini trabaja en investigación, formación y educación tratando de implementar el desarrollo sostenible y proyectos y programas de “producción limpia” en Lituania y en el extranjero • Gran compromiso con todas las cuestiones relacionadas con el desempeño ambiental • La reutilización de equipos vendidos en subasta promoviendo así la reutilización de materiales • Todo el personal está profundamente involucrado en cada actividad • Programa de educación a la sociedad sobre los principios del consumo responsable y el desarrollo sostenible • Máster sobre “Gestión Ambiental y Producción Limpia” • Evento “ Manos a la obra “ una actividad de limpieza en colaboración con las escuelas y los centros educativos • Todos los empleados tienen un compromiso real con el papel de la organización en la promoción del concepto de “economía verde”, involucrando a empresas lituanas y de otros países • Participación en muchos proyectos (nacionales e internacionales) relacionados con RSE, Desarrollo Sostenible y Prevención de la Contaminación
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en proyectos medioambientales con otras entidades • Creación de puntos limpios • Medidas de ahorro de consumo • Formación medioambiental a los/as trabajadores/as • Realización de compras sostenibles

Área temática: MEDIOAMBIENTE

PROGRAMA MEDIOAMBIENTAL

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>GAIA KINDERGARTEN</p> <p>GAIA Kindergarten es gestionado por Cadiai, cooperativa social fundada en Bolonia en 1974 y registrada en la actualidad como organización sin fines de lucro y de utilidad social. Cadiai proporciona servicios sociales de salud y educación, a menudo en colaboración con las instituciones públicas.</p> <p>Gaia Kindergarten fue inaugurado en septiembre de 2009 y está gestionado por el Consorcio Cinque - Karabaj, mediante un convenio con el municipio de Bolonia. La gestión de todos los servicios de formación prestados por Gaia Kindergarten se asigna a Cadiai y son realizados siguiendo los valores fundamentales que representan la base de Cadiai. Estos servicios están encaminados a contribuir al interés general de la comunidad a través de servicios directos para mejorar la calidad de vida de las personas, permitiendo la participación de los usuarios y sus familias, y promoviendo la integración en el territorio. El interés de Gaia en términos de sostenibilidad y responsabilidad social se debe a su gestión financiera (financiación del proyecto) y al respeto al medio ambiente que caracteriza todas sus actividades.</p> <p>http://www.cadiai.it/gaianido-p-74.html</p>
PAIS	ITALIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Proteger el medioambiente • Contar con un personal formado • Ofrecer programas de sensibilización medioambiental a las familias
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Reciclaje del aire • Ahorro de energía (calefacción y aire acondicionado). Venta de parte de la energía que se obtiene • Paneles solares para agua caliente sanitaria • Edificio integrado con el paisaje • Uso de pañales orgánicos y lavables. Uso de pañuelos de tela en lugar de pañuelos de papel • Uso de productos de limpieza respetuosos del medio ambiente • La estructura del edificio y los muebles son de madera, por ello la mayoría de ellos son reutilizables • Especial cuidado y atención con la comida para los niños • Instalaciones y equipos adecuados • Formación especial para el personal en función de la actividad que desempeña • Revisiones anuales para verificar que los procesos y formación del personal son adecuados • El 80 % de los alimentos suministrados a los niños proviene de proveedores locales lo cual fortalece la economía local

Área temática: MEDIOAMBIENTE

DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con los proveedores locales mediante el envío de todo el material que utilizan (pañales , toallas, pañuelos ...) a lavanderías locales • Enseñanza de prácticas respetuosas con el ambiente a las familias de los niños • Todo el equipo está muy involucrado en las medidas de RSE relacionadas con prácticas respetuosas con el medio ambiente y en conductas relacionadas con la formación adecuada en función de su puesto de trabajo Todos caminan como un equipo en la “ruta de la sostenibilidad” • Juegan un papel muy importante dentro de la comunidad, no sólo en un plano económico, sino también como ejemplo de cómo se pueden hacer las cosas para ser responsable y respetuoso con el medio ambiente.
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Formación/sensibilización medioambiental a trabajadores/as y clientes • Compras a proveedores locales • Medidas de ahorro de consumo y de reciclaje

Área temática: MEDIOAMBIENTE

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>COOP. ADRIATICA</p> <p>Coop Adriatica es una de las nueve grandes cooperativas que forman parte de Coop. System, el más importantes grupo de minoristas italianos y al mismo tiempo, una gran asociación de consumidores. Coop Adriatica fue inspirada por la voluntad de los consumidores de unirse para proteger mejor su poder de compra y obtener garantías de la calidad y seguridad de los productos.</p> <p>La misión principal de Coop Adriatica se basa en los siguientes pilares:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar a sus socios los productos y servicios más convenientes, seguros y adecuados para su bienestar y promover la educación de los consumidores 2. Desarrollar la filosofía cooperativa y aumentar los activos de la sociedad 3. Mejorar el trabajo y el compromiso de los empleados 4. Favorecer el desarrollo y la capacidad de innovación 5. Incentivar para que cada relación con el mercado se lleve a cabo según los principios de transparencia y equidad 6. Ayudar a mejorar el entorno físico y humano en los que opera la cooperativa y fortalecer el papel del Movimiento Cooperativo <p>INCOOP en Conselice es una tienda de recorrido avanzado por la cantidad y calidad de soluciones que ha adoptado a lo largo de su ciclo de vida, comenzando por la elección de materiales para su construcción. La tienda está construida con materiales reutilizables y reciclables recuperando también escombros de edificios. De hecho, la estructura fue diseñada como un sistema integrado, en el que las soluciones individuales se complementan entre sí dando como resultado un balance “ virtuoso”. Este equilibrio se basa en: la eco-innovación (este área incluye tanto la innovación estructural y tecnológica como las innovaciones en la gestión), la facilidad de uso de la tienda y las implicaciones sociales y la influencia en el tejido social de Conselice.</p> <p>http://www.e-coop.it/web/guest/coop-conselice-il-supermercato-amico-dell-ambiente</p>
PAIS	ITALIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Proteger el medioambiente • Concienciar a la comunidad en materia medioambiental y social • Favorecer la innovación
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL

Área temática: MEDIOAMBIENTE

DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Supermercado “ecológico”: respetuoso con el medio ambiente • Procedimientos y diseños eco- innovadores, tienda ecológica • Tienda construida con materiales reutilizables y reciclables • Ahorro de energía y agua (por ejemplo, uso de bombillas de alto rendimiento, recuperación de agua de lluvia, etc., ...) • Reducción de residuos, procesos de gestión de residuos • Reutilización de contenedores • Con los productos propios de la marca ofrecen bienes eco-compatibles • Mediante la campaña “El agua de mi casa “, tratan de concienciar al consumidor sobre el consumo responsable de este recurso • Adopción de principios de desarrollo sostenible • Promoción de estrategias de reducción, reutilización, recuperación y reciclaje • Toda la instalación se ha diseñado y construido teniendo en cuenta principios de salud y seguridad, no sólo para el personal sino también para los clientes. • Formación ambiental a sus empleados • Educación ambiental y herramientas de información para sus clientes y la sociedad en general, para crear / incrementar su conciencia ambiental • Su línea de productos Viviverde proviene íntegramente de agricultura ecológica, son productos naturales y saludables que cuyo sistema de producción respeta el medio ambiente y los animales • Movilidad sostenible : fácilmente accesible a pie y en bicicleta
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Impartición de formación a empleados/as y clientes en materia de RSC • Adopción de estrategias de reducción, reutilización, recuperación y reciclaje • Desarrollo de campañas de concienciación medioambiental y social

3.1. Buenas prácticas DESUR

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

SISTEMA DE GESTIÓN PARA PROTEGER LA SEGURIDAD Y SALUD DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>BARTEC VARNOST</p> <p>La compañía Bartec Varnost es una de las empresas europeas líderes en el campo del desarrollo y la producción de aparatos eléctricos protegidos contra explosiones. Su política de responsabilidad social se muestra mediante la protección de las personas y el medio ambiente a través de componentes, sistemas y maquinaria seguros. Todos sus productos y actividades cumplen con los estándares europeos exigidos. Suministran productos y ofrecen sus servicios a empresas del sector petroquímico, químico, farmacéutico, industria minera y fabricantes de maquinaria y equipos.</p> <p>Con sus soluciones innovadoras y desarrollo mejoran continuamente sus productos y satisfacen las nuevas exigencias del mercado.</p> <p>http://www.bartec.si</p>
PAIS	ESLOVENIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la seguridad y salud de los/as trabajadores/as.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>La empresa tiene implantado un Sistema OHSAS 18001 de Gestión de la Salud y Seguridad Laboral, certificado por la entidad internacional Bureau Veritas, recientemente renovado hasta el año 2015.</p> <p>La empresa posee, además, certificados un Sistema de Gestión de Calidad y Medioambiente, según las normas ISO 9001 e ISO 14001.</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación y certificación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud según la norma OHSAS 18001.

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RR HH

GESTION DEL TALENTO

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>DEWESOFT COMPANY</p> <p>Dewesoft es una compañía que agrupa expertos en informática, ingenieros eléctricos e ingenieros mecánicos. Producen software de vanguardia y soluciones hardware innovadoras para la industria del transporte, automoción, aeroespacial, energía e ingeniería.</p> <p>Su política de responsabilidad social se muestra mediante la creación de numerosos nuevos puestos de trabajo, creación de soluciones innovadoras y la protección ambiental.</p> <p>http://www.dewesoft.com/</p>
PAIS	ESLOVENIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la seguridad y salud de los/as trabajadores/as.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Los recursos humanos es para la empresa el principal aspecto que ha contribuido para que ésta alcance rápidos y buenos resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso real con el talento nacional • Buenas condiciones de trabajo a sus empleados/as • Motivación de sus empleados/as mediante “experiencias de trabajo” y su participación en todo el proceso • Promoción del concepto de trabajo en equipo • Obtención del Premio Golden Gazelle por ser la empresa con mayor crecimiento en Eslovenia en el año 2012 • Contribución con la región en la cual se encuentran asentados actuando como una organización benéfica
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena práctica transferible en su totalidad

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RR HH

CÓDIGO ÉTICO

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>PARK INN BY RADISSON SÁRVÁR</p> <p>Park Inn by Radisson ® es una marca de hoteles de gama media acogedores que ofrecen hospitalidad a un precio competitivo.</p> <p>El hotel fue construido en el año 2006. Ha conseguido el “Premio a la calidad en el turismo húngaro” y el “Premio al Hotel Verde”. Su ambiente acogedor se debe a los colores utilizados en los pasillos y en las habitaciones de los huéspedes que unido a la agradable decoración consigue un efecto único y especial.</p> <p>El hotel está situado en el corazón del oeste de Hungría, en Sarvar, muy conocida por su spa y centro de bienestar. Tiene fácil acceso al centro de la ciudad. El hotel y sus alrededores ofrecen varios programas y atracciones.</p> <p>Park Inn by Radisson Sarvar es responsable con el medio ambiente considerando importante que las próximas generaciones puedan crecer en un planeta limpio y habitable. El hotel como miembro del grupo de hoteles Carlson Rezidor, se compromete con el desarrollo sostenible llevando a cabo acciones de recogida de residuos, sociales o de ahorro energético. En 2001, este compromiso se ratificó por escrito a nivel mundial mediante el programa Empresa Responsable. El hotel dispone de un plan de acción exclusivo para áreas tales como: apoyo a la infancia, mejoras medioambientales y bienestar y salud de sus empleados/as.</p> <p>http://www.parkinnsarvar.hu/</p>
PAIS	HUNGRÍA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer normas y políticas de comportamiento ético que guíen a la organización en el cumplimiento de sus objetivos
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de un Código Ético impulsado mediante una línea directa y una herramienta que permite a sus empleados aportar sugerencias de forma anónima. <p>http://www.carlson.com/cdc-cms/pdf/Carlson%20Code%20of%20Business%20Conduct%20and%20Ethics.pdf</p> <p>http://media.corporate-ir.net/media_files/IROL/20/205430/2012_Rezidor_Responsible_Business_Brochure.pdf</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena Práctica transferible en su totalidad

3.1. Buenas prácticas DESUR

Área temática: SOCIAL

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>BSCALLY'S SUPERVALUE CLONAKILTY</p> <p>Supervalu forma parte del Grupo Musgrave, el mayor distribuidor de alimentos de Irlanda. Existen 193 tiendas Supervalu independientes en toda Irlanda. Scallys es un ejemplo excepcional de supermercado Supervalu y ha sido reconocido nacionalmente por ello. Scallys es un negocio familiar y lleva sirviendo a la comunidad de Clonakilty desde 1984. En respuesta a la demanda de los consumidores han vuelto a lo “básico”, tienen una cocina completa para la preparación de comidas caseras en la cual utilizan sólo los mejores ingredientes naturales. Igualmente han montado una Panadería Artesanal, que proporciona el pan recién hecho en la tienda todos los días.</p> <p>Scallys proporciona a los productores locales seguridad respecto a la demanda de sus productos. Suministrando a Scallys, los productores reducen el riesgo de no vender toda su producción. Scallys también se abastece de pescado y carne de productores locales y esto les permite proporcionar información acerca del origen de sus productos. También ofrecen a sus clientes la opción de compra de carne orgánica fresca procedente de una granja local.</p> <p>Scallys también trabaja con la comunidad local. Los miembros del equipo de Scallys visitan las escuelas locales para informar a los empleados y estudiantes sobre la importancia de una dieta saludable y promocionar los beneficios de comer productos locales.</p> <p>Scallys valora a sus empleados y reconoce que su éxito es el resultado de la participación de todas las personas que conforman su equipo. Como parte de su estrategia de RSE Scallys facilita flexibilidad en los horarios para los padres y ofrece una política de “puertas abiertas” donde todos los miembros del equipo pueden acercarse libremente al gerente si tienen alguna duda o alguna idea que les gustaría presentar para su puesta en marcha en la tienda.</p> <p>http://www.supervaluclon.ie/</p>
PAIS	IRLANDA

Área temática: SOCIAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar de forma activa las demandas de los consumidores y clientes como mejor forma de crecer y lograr el éxito
GRUPO DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Impartición de formación a la comunidad en consumo responsable y saludable • Compra sin intermediarios a los pequeños productores locales • Impulso del desarrollo local como garantía de una comunidad más próspera y segura <p>Programa “Niños en Acción”. Visita a Escuelas Locales para lanzar mensajes de la importancia de los alimentos frescos.</p> <p>http://www.supervaluclon.ie/community/post/kids-in-action</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de canales de diálogo con la totalidad de grupos de interés • Desarrollo de programas de sensibilización/formación dirigidos a la comunidad local

Área temática: SOCIAL

PREMIO IDEA RESPONSABLE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>OFICINA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UEX</p> <p>La oficina surge en la Universidad de Extremadura con la intención de desarrollar una serie de acciones para fortalecer las relaciones entre la universidad y la sociedad. La Universidad de Extremadura, como institución de Educación Superior, es consciente de que la Responsabilidad Social debe formar parte intrínseca del deber que tiene con la sociedad y los demás grupos de interés. Trabajar con el objetivo de ser socialmente responsable supone que la institución tiene que adoptar una serie de políticas y sistemas de gestión en los tres ámbitos que configuran la triple perspectiva: económico, social y medioambiental.</p> <p>Estas acciones van encaminadas a lograr la satisfacción y el bienestar de todas las personas implicadas en la gestión de la Universidad, impulsando un desarrollo sostenible y armónico, tratando de legar un medioambiente saludable y equilibrado a las generaciones futuras, reduciendo desigualdades sociales y prestando la colaboración entre las partes y con los países menos desarrollados.</p> <p>http://www.unex.es/organizacion/oficinas/responsabilidadsocial</p>
PAIS	ESPAÑA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la cultura de responsabilidad social
GRUPO DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, ESTUDIANTES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria del I Premio “Por una Idea Responsable en la UEx”, al mejor proyecto que desarrolle una acción, idea, iniciativa, actuación, etc., englobada dentro de la perspectiva de la Responsabilidad Social, con el objeto de su puesta en marcha en la Universidad de Extremadura. <p>El premio permite abordar temáticas diversas sobre mejora de la calidad de vida en la universidad, atención a personas con necesidades especiales, salud y seguridad laboral, formación, conciliación, igualdad de oportunidades, voluntariado, docencia e investigación de calidad, compras responsables, gestión eficaz de quejas, medioambiental, etc.,</p> <p>http://www.unex.es/organizacion/oficinas/responsabilidadsocial/archivos/ficheros/docs/pag2</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena práctica transferible en su totalidad

Área temática: SOCIAL

FUNDACIÓN

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>GRUPO EUROLIMPIEZAS</p> <p>Eurolimpiezas abre sus puertas en el año 1993 con la contratación de una trabajadora. Actualmente tienen una plantilla de 180 trabajadores/as, de los cuales 18 son trabajadores/as con discapacidad.</p> <p>El servicio que ofrece abarca el cuidado integral de espacios tanto privados como públicos, creando un concepto de prevención total de la suciedad en oficinas, comunidades y centros públicos.</p> <p>Una de las señas de identidad de Eurolimpiezas es que dependiendo de la actividad de cada cliente y de los locales donde se ofrecen los servicios, los controles de calidad se realizan de acuerdo a las necesidades y particularidades de ese servicio.</p> <p>Eurolimpiezas fue la primera empresa en Extremadura certificada por AENOR como socialmente responsable.</p> <p>En materia de responsabilidad social empresarial, de forma interna; se apoya a las personas para la conciliación de la vida familiar y profesional; y externa; se apoya a las personas más desfavorecidas y se protege el medio ambiente con el uso y fomento de productos y útiles ecológicos.</p> <p>http://www.eurolimpiezas.eu/</p>
PAIS	ESPAÑA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la integración social y mejora de las personas desfavorecidas de la sociedad extremeña • Cuidar el medio ambiente y la salud ambiental
GRUPO DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Eurolimpiezas ha creado la “Fundación Eurolimpiezas” que desarrolla las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperación activa con comedores, parroquias y zonas marginadas de la región, suministrando alimentos y otras necesidades básicas • Organización de cena benéfica anual para la recaudación de fondos para comedores sociales • Impartición de acciones formativas • Creación y gestión de infraestructuras para el desarrollo regional y local <p>http://www.fundacioneurolimpiezas.com/index.php</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena práctica transferible en su totalidad

Área temática: SOCIAL

DESARROLLO DE PROYECTOS SOCIALES

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>EFFIX-MARKETING LTD</p> <p>El objetivo de esta organización es ofrecer soluciones a largo plazo para sus clientes. Formado por un equipo dinámico y preparado para encontrar ideas y soluciones innovadoras tanto para las PYME's, como para las multinacionales.</p> <p>Los servicios se adaptan a las necesidades de sus clientes intentando presentar el máximo ratio precio-eficiencia.</p> <p>Proporcionan servicios en los ámbitos de la investigación de mercados, diseño gráfico, organización de eventos y difusión de convocatorias de proyectos europeos a los clientes.</p> <p>http://www.refix.hu/en/</p>
PAIS	HUNGRÍA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en la mejora de la comunidad
GRUPO DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos y bolsas de trabajo para estudiantes • Colaboración con instituciones locales como la Escuela de Música de Sopron y el equipo local de baloncesto • Métodos de transporte colaborativo • Promoción del transporte ecológico
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un proyecto social en colaboración con otras entidades

Área temática: SOCIAL

PROMOCIÓN DE ARTISTAS

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>INTERJERO ERDVÉ</p> <p>Centro de exposiciones de diseño de interiores que muestra productos de alta calidad no estándares, realizados por diseñadores lituanos (y extranjeros), profesionales y principiantes, en cooperación con los fabricantes. Es un lugar único en Lituania para presentar diseñadores lituanos, obras de los fabricantes y soluciones interiores.</p> <p>Interjero Erdve es parte de la empresa JSC Interjero elementai, y está especializada en revestimientos, producción de muebles y decoración de interiores.</p> <p>Interjero Erdve fue creada en 2011 para exponer los productos de Interjero elementai y, por lo tanto, sirve como una herramienta de marketing.</p> <p>Muchas de sus actividades se pueden considerar acciones de RSC (prácticas respetuosas con el medio ambiente, preocupación por la salud y seguridad de sus trabajadores/as, prácticas no discriminatorias (igualdad de oportunidades, prevención del mobbing, etc.), incentivos no económicos, iniciativas relacionadas con la comunidad (donaciones , patrocinios, trabajos de voluntariado,...), etc.,</p> <p>En 2011, Interjero Erdve puso en marcha el proyecto Diduja con el objetivo de fomentar el diseño - una rama de las industrias creativas - y desarrollar el diseño del mercado lituano. El proyecto todavía en curso pretende desencadenar el diálogo entre la creatividad de diseñadores jóvenes y el potencial de los fabricantes lituanos con el fin de crear productos locales innovadores.</p> <p>Interjero Erdve organiza el evento “Dizaino savaitė” (semana del diseño) en la ciudad de Kaunas. Está dedicado a la difusión de las nuevas ideas de diseño y se lleva a cabo en diferentes espacios: desde las universidades a los escaparates de las tiendas. El Director de Erdve Interjero da conferencias a los estudiantes sin ningún tipo de compensación económica con el fin de que conozcan las novedades en materiales de interior.</p> <p>www.interjeroelementai.lt</p> <p>www.ie-laminart.lt</p>
PAIS	LITUANIA

Área temática: SOCIAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el arte entre la sociedad lituana • Apoyar a jóvenes diseñadores • Colaborar en el desarrollo del diseño del mercado lituano
GRUPO DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a los jóvenes diseñadores, ofreciendo un espacio para mostrar su trabajo y arte así como para vender sus productos. Además en este espacio estos artistas pueden aprender de otros artistas y conocer otras obras, otros diseños, otras técnicas y otros materiales. • Centro educativo para aquellos clientes / visitantes que quieren saber más sobre muebles y decoración de interiores • Promueven la participación de las familias en sus actividades para promocionar el arte entre los jóvenes y los niños
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de donaciones, patrocinios, etc, de actividades culturales del entorno

Área temática: SOCIAL

PROMOCIÓN DE LA RSE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN	<p>IMPRONTA ETICA</p> <p>Impronta Ética es una organización italiana sin fines de lucro para el desarrollo de la cultura de la Responsabilidad Social Corporativa. Fue fundada en 2001 por algunas empresas ubicadas en la región de Emilia-Romagna, que ya estaban llevando a cabo acciones de RSC. La misión de la asociación es promover el desarrollo sostenible, la creación de una red entre las empresas y las organizaciones que están dispuestas a impulsar prácticas de RSC.</p> <p>Impronta Ética lleva a cabo actividades como la investigación, información y actualización de temas de RSC, proyectos con sus empresas miembros de la organización y actividades de trabajo en red. De hecho Impronta Ética trata de conseguir que Italia sea una referencia en Europa en estas cuestiones. Por esta razón, en 2002 la Asociación se convirtió en miembro de la organización europea Europe's National Partner Organisation (NPO), organización que promueve la transferencia de buenas prácticas y participa en el mesas europeas sobre la RSC. Impronta Ética cuenta en la actualidad con 26 miembros.</p> <p>http://www.improntaetica.org/en/about-us/</p>
PAIS	ITALIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el desarrollo sostenible • Impulsar las prácticas de RSE
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios de formación en materia de RSC • Difusión de los principios de RSC entre la ciudadanía • Colaboración con redes y proyectos regionales, nacionales y europeos, como por ejemplo en LOWaste (prevención y reducción de los residuos urbanos) y LACre (Alianza Local para la Responsabilidad Climática) • Información sobre la RSC a través de la edición de un Boletín periódico • Información acerca de convenciones, seminarios, actos públicos, y publicaciones • Seguimiento de las mesas de trabajo y principales políticas implantadas en el ámbito europeo • Recopilación de los instrumentos más importantes y legislación italiana en materia de RSE
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Impartición de formación en materia de RSE a determinados grupos de interés • Seguimiento continuo de la legislación en materia de RSE • Edición de Noticias de las principales novedades en materia de RSE para los grupos de interés • Colaboración en proyectos diversos en materia de RSE

Área temática: SOCIAL

PROMOCIÓN DE LA RSE

EMPRESA /
ORGANIZACIÓN

CISE

El CISE (Centro para la Innovación y el Desarrollo Económico) - Agencia Especial de la Cámara de Comercio de Forlì- Cesena trabaja en proyectos e iniciativas para el desarrollo sostenible dentro de los retos y oportunidades de la globalización de los sistemas económicos.

El CISE ha identificado la gestión de la responsabilidad social en las organizaciones como un aspecto esencial del desarrollo sostenible.

En particular, la difusión de los principios y herramientas para la gestión de la responsabilidad social de las organizaciones se ha desarrollado con proyectos encaminados hacia la transparencia con respecto a las partes interesadas, y sistemas de certificación de RSC en las PYME's.

El punto de información sobre la responsabilidad social de las empresas es una iniciativa de la Cámara de Comercio de Forlì- Cesena y del CISE en colaboración con la red de trabajo Work Ethics.

Trabaja como promotor de iniciativas de proyectos destinados a facilitar rutas para la mejora de las empresas tanto en competitividad como en el área social y ambiental.

<http://www.ciseonweb.it>

PAIS

ITALIA

Área temática: SOCIAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la RSE
GRUPO DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de proyectos y acciones entre las empresas para que sean respetuosas con el medio ambiente • Amplia gama de formación cuyo propósito es la transferencia de conocimientos y desarrollo de habilidades para llevar a cabo con profesionalidad las diferentes actividades relacionadas con la RSE • Difusión de los principios y herramientas para la gestión de la responsabilidad social de las organizaciones • Observatorio de Responsabilidad Social (SAW) Herramienta para conocer y proporcionar las evidencias de las conductas de las organizaciones socialmente responsables • Certificación de Sistema de Gestión según la norma SA8000 • Formación en SA8000 • Comunicación de noticias relacionadas con eventos , actividades, iniciativas en materia de RSC a nivel nacional e internacional • Desarrollo de investigación continua en temas de sostenibilidad • Puntos de información para impartir conocimiento en habilidades y en herramientas de RSC
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación bajo la norma SA8000 • Impartición de formación en materia de RSE

3.1. Buenas prácticas DESUR

Área temática: BUEN GOBIERNO

HERRAMIENTA DE AUTOEVALUACIÓN RSE

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>OFICINA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL GOBIERNO DE EXTREMADURA</p> <p>El Gobierno de Extremadura asume el desarrollo sostenible como principal impulsor de la cohesión social en la región.</p> <p>Por ello, la Oficina de la Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura, tiene el objetivo asesorar a las empresas para la puesta en marcha de prácticas responsables en materia social, medio ambiental, económica y de transparencia.</p> <p>LEY 15/2010, de 9 de diciembre, de Responsabilidad Social Empresarial en Extremadura</p> <p>En este marco, el Gobierno de Extremadura ha creado además el Consejo de Responsabilidad Social, que regula el procedimiento para la calificación de las empresas socialmente responsables. Se configura como institución colegiada, con fines de asesoramiento y consultoría en la conducción de responsabilidad social empresarial en las empresas y autónomos, con especial atención a las PYMEs.</p> <p>http://www.rsextremadura.es/</p>
PAIS	ESPAÑA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la implantación de la RSE en la estrategia de las organizaciones
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • ORSE es una aplicación de autoevaluación del Gobierno de Extremadura que integra los más importantes estándares de Responsabilidad Social. • ORSE permite realizar un diagnóstico del nivel de competitividad de la organización en base a su desempeño económico, social, medioambiental, ético, de transparencia y recursos humanos. • En base a las respuestas al sistema de indicadores (profundidad, cuantitativos y binarios) la organización obtendrá de forma automática su nivel de desempeño en RSE, una memoria de Responsabilidad Social y un informe ejecutivo en el que se comparan con el resto de las organizaciones registradas en la aplicación. <p>http://www.rsextremadura.es/index.php?modulo=contenidos&id_bloque=8&id_area=1</p>

Área temática: BUEN GOBIERNO**ACCIONES
TRANSFERIBLES**

- Realización de autoevaluación RSE con herramientas gratuitas existentes, con el fin de conocer el nivel de responsabilidad social de la empresa

http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/Manual_Autoevaluacion.pdf

<http://www.camaracastellon.com/desarrollo-empresarial/responsabilidad-social/>

<http://business.un.org/en/documents/9472>

http://www.discerno.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=6

Área temática: BUEN GOBIERNO

CONTROL DE CALIDAD

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>ALPHA KOUKOUTARIS</p> <p>Alfa es una empresa familiar fundada por Athanasios Koukoutaris, que comenzó el negocio a mediados de 1950 fabricando y vendiendo pasteles caseros. Hoy Alfa mantiene la posición de liderazgo en el mercado alimentario griego y sus exportaciones crecen rápidamente expandiéndose a Europa, EE.UU., Canadá y Australia.</p> <p>Alfa combina alta calidad e ingredientes naturales para crear productos de pastelería de carácter mediterráneo con alto valor nutritivo y sabor excepcional.</p> <p>Actualmente Alfa emplea a 220 personas y hace hincapié en la realización de seminarios de formación, especialización e información sobre nuevas técnicas y métodos relativos a la producción, suministro, distribución, ventas y el servicio.</p> <p>Poseen principalmente productores locales lo cual ayuda activamente al desarrollo de la comunidad manteniendo, entre otras cosas, una muy buena relación calidad/precio.</p> <p>http://www.alfapastry.com</p>
PAIS	GRECIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer medidas de control que garanticen la calidad del proceso de producción
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso con los más altos estándares internacionales de calidad y seguridad ISO 9001:2008, ACCPP, IFS, BRC • Refuerzo del mercado local utilizando exclusivamente productos de la zona • Compromiso continuo con la calidad, seguridad e innovación • Laboratorios químicos y microbiológicos internos que cuentan con los últimos y más avanzados instrumentos para el análisis y control de las materias primas y muestras de su producción • Exigencia de determinados requisitos relacionados con diferentes aspectos, (incluidos requisitos en materia de RSE) que los proveedores deben cumplir para formar parte de la lista de proveedores aprobados • Recogida de quejas de los clientes como herramienta para la mejora
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad de los procesos de producción y/o prestación del servicio de la organización en base a cualquier estándar • Establecimiento de requisitos de compra a los proveedores

Área temática: BUEN GOBIERNO

COMPROMISO CON PROVEEDORES LOCALES

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>PRODUCTS LAND VOIOU</p> <p>La compañía fue fundada en 2008 en Tsotili Kozani. Su objeto principal es la elaboración y envasado de legumbres. La compañía aplica los sistemas de calidad y seguridad de los alimentos según la norma EN ISO 22000:2005, así como un sistema de gestión de calidad en el cual se incluye la manipulación del producto, según el modelo de GLOBAL GAP para los productores que cultivan legumbres.</p> <p>Todos los procesos de la empresa son respetuosos con el medio ambiente, ya que desde el inicio de la construcción de sus instalaciones los propietarios colocaron un sistema para la recogida y uso de agua de lluvia en la planta, que se utiliza principalmente en el embellecimiento de los alrededores y la limpieza de las instalaciones. También han implementado un sistema para reciclar papel y material de envasado y embalaje utilizado por los productores. Sus productos son enviados a laboratorios externos para tener un mayor control sobre el uso de pesticidas. No usan pesticidas.</p> <p>http://www.proiontavoioou.gr</p>
PAIS	GRECIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer las necesidades y expectativas de sus proveedores con el fin de integrarles en la empresa y obtener su máximo compromiso con las políticas establecidas en la misma
GRUPOS DE INTERÉS	PROVEEDORES
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Suministro al proveedor de semillas certificadas (griegas) con el fin de garantizar la calidad del producto • Seminarios de formación dos veces al año para su personal sobre cómo mejorar las prácticas de cultivo • Cooperación con la Universidad en formación para los productores en materia de prácticas respetuosas con el medioambiente • Contratos exclusivos con 125 agricultores • Los productos son trasladados directamente del campo a Voiou, sin intermediarios, por lo que los productores puedan obtener un precio justo
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Impartición de formación a sus proveedores • Realización de compras sin intermediarios • Compra a proveedores locales

Área temática: BUEN GOBIERNO

CERTIFICACIÓN BRC Y PRODUCTOS ECOLÓGICOS

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>BIOPAN KOURELLAS</p> <p>Kourellas SA fue fundada en 1992 en la ciudad de Grevena dedicándose en sus inicios a la producción de productos lácteos y piensos, así como al desarrollo de la economía agrícola mediante aplicaciones innovadoras.</p> <p>Tiene su propia red de recogida de leche, almacenamiento, pasteurización, procesado, curado, envasado y almacenamiento de producto final.</p> <p>También dispone de un laboratorio interno para el control de calidad y sigue un sistema inviolable de trazabilidad.</p> <p>La compañía produce varios tipos de quesos y yogures así como un tipo de queso específico de la zona, con Denominación de Origen Protegida, que ha sido registrado por la empresa y se distribuye a través de Grecia y Europa.</p> <p>En 1996 Kourellas SA fue la primera empresa griega dedicada a la producción de productos lácteos orgánicos. Desde entonces, ha desarrollado un sistema automático para la producción de productos lácteos aplicando correctamente el Reglamento. La compañía tiene implementado el sistema APPCC (análisis de peligros y puntos de control críticos) para cada línea de producto para garantizar la seguridad de los productos así como un sistema de gestión de calidad certificado según la norma ISO 9001:2000 y un sistema BRC para productos lácteos. También cuenta con laboratorios reconocidos con un completo equipamiento y personal cualificado para llevar a cabo las auditorías.</p> <p>http://www.kourellas.gr</p>
PAIS	GRECIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la seguridad alimentaria
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, CLIENTES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado BRC Global Standard for Food Safety <p>Norma de certificación desarrollada en Reino Unido con reconocimiento internacional, que contiene los requisitos de un sistema APPCC (Análisis de Peligros y de Control Crítico) de acuerdo con los requisitos del Codex Alimentarius, un sistema de gestión de calidad documentado, y el control de requisitos de las condiciones ambientales de las instalaciones, de los productos, de los procesos, y del personal.</p> <p>http://www.brcglobalstandards.com/</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena práctica transferible en su totalidad

Área temática: BUEN GOBIERNO

CERTIFICACIÓN GMP BUENAS PRÁCTICAS DE FABRICACIÓN

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>PHARMACEUTICAL COMPANY “ACONITUM”</p> <p>Empresa farmacéutica líder en fabricación de productos farmacéuticos y de nutrición de Lituania. Es una compañía farmacéutica innovadora y de rápido crecimiento que lleva operando con éxito desde hace más de 13 años. Su Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación, excelentes instalaciones de producción y almacenamiento y alta cualificación del personal son factores importantes para garantizar la calidad y seguridad de sus productos.</p> <p>Calidad: fabrica productos farmacéuticos y de nutrición utilizando estándares de control de calidad: Certificado de buenas prácticas de fabricación (GMP), y tiene implantado un sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) en su producción de complementos alimenticios. La calidad de su producción es auditada por agencias estatales: La Dirección Nacional de Control de Medicamentos y la Inspección Veterinaria del Estado.</p> <p>Innovación: Uno de los valores fundamentales de la empresa es la innovación, cada año presenta en el mercado varios fármacos nuevos. El desarrollo de un nuevo medicamento es un proceso difícil e intenso que exige profesionales altamente cualificados y tecnología puntera en laboratorios y líneas de producción. Este proceso dura entre 5 y 7 años.</p> <p>Medio Ambiente: ha puesto en marcha un proyecto ecológico a gran escala y en su fabricación han comenzado a utilizar fuentes de energía renovables- energía geotérmica y solar. Las emisiones de CO2 se han reducido en más del 70 % reduciendo significativamente el impacto sobre el medio ambiente.</p> <p>La empresa ha instalado un sistema de suministro de energía renovable. Este sistema reduce el consumo de electricidad y gas natural en un 80 %, disminuyendo asimismo la emisión de CO2 en 81.000 m3 (que es igual a tener 820 coches en marcha realizando 1000 km / mes). Aconitum es la primera empresa de Europa del Este que ha implementado un sistema ecológico de tal alcance.</p> <p>http://www.aconitum.lt/en/</p>
PAIS	LITUANIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la producción de medicamentos de manera uniforme y controlada
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS Y CLIENTES
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) <p>Las Buenas Prácticas de Fabricación son un conjunto de requisitos mínimos que debe cumplir un laboratorio farmacéutico para garantizar que produce medicamentos de manera uniforme y controlada, según las normas de calidad exigidas.</p>
ACCIONES TRANSFERIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Buena práctica transferible en su totalidad para sectores dedicados a la fabricación de cosméticos, medicamentos y alimentos

3.2. Casos de Éxito

Se han establecido algunos elementos básicos que debe reunir una acción llevada a cabo en una organización para ser considerada Caso de Éxito, y por lo tanto ser incluida en la presente Guía. Estos elementos son orientativos, y son los siguientes:

- **INNOVACIÓN:** La práctica es innovadora, ya que incorpora nuevas metodologías, equipamientos, tecnologías, herramientas etc.,
- **SOSTENIBILIDAD:** La práctica incide de forma duradera en la estrategia y/o forma de trabajar, ya que establece cambios que pueden permanecer a largo plazo.
- **NECESIDAD:** La práctica cubre una necesidad de la empresa o de algún grupo de interés.
- **IMPACTO:** La práctica genera un impacto positivo en algún grupo de interés.
- **COLABORACIÓN:** La práctica conlleva el desarrollo de alianzas con otras empresas o entidades.
- **PARTICIPACIÓN:** Participan en el diseño, implantación y evaluación de la práctica, todos/as los/as posibles implicados/as.
- **TRANSFERENCIA:** Es posible intercambiar o replicar la prácticas en otras empresas.
- **RESULTADOS:** La práctica demuestra con resultados cualitativos y cuantitativos la mejora en alguna de las áreas de gestión.

Área temática: MEDIOAMBIENTE

COMPRA SOSTENIBLE

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	GULPENER BIER Pequeña empresa familiar holandesa dedicada a la fabricación de cerveza. http://www.gulpener.nl/
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la sostenibilidad • Minimizar el impacto medioambiental derivado de las actividades de la empresa
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, CLIENTES, PROVEEDORES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>• La declaración de intenciones de la empresa “Vinculados a la naturaleza” conlleva la realización de un control de su cadena de suministro para garantizar la sostenibilidad del proceso.</p> <p>Los ingredientes utilizados para la fabricación de la cerveza se cultivan de forma ecológica en la región y su proceso de producción se realiza con energía solar. Las botellas son reciclables.</p> <p>Los proveedores no utilizan plaguicidas y reciben por sus productos un precio un 10% superior al del mercado.</p> <p>Por otro lado, la protección de la seguridad y salud de sus trabajadores es primordial.</p>
RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción en los últimos 5 años de emisiones de CO2 en un 18% • 50% de energía de fuentes renovables <p>(Más información en Informe de Sostenibilidad)</p>
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

Área temática: MEDIOAMBIENTE

PROGRAMA MEDIOAMBIENTAL

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>LIPPEMEIER GEBÄUDEREINIGUNGSDIENST GMBH</p> <p>Empresa alemana que ofrece servicios de limpieza.</p> <p>http://www.lippemeier.com/</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar el impacto medioambiental derivado de las actividades de la empresa
GRUPOS DE INTERÉS	CLIENTES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Utilización de procedimiento y equipos sostenibles, así como sistema de limpieza de suelos “Envirostar Green”.</p> <p>Utilización de materiales respetuosos con el medio ambiente que reducen la necesidad de aplicar productos químicos más fuertes; un ejemplo es el revestimiento antiadherente que facilita la limpieza.</p> <p>El edificio de la empresa posee paneles solares para la calefacción, pavimentación ecológica (Eco-paving) y una “biozona” para plantas y libélulas.</p> <p>Uso de agua de lluvia para lavar los equipos de limpieza.</p>
RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de residuos y consumo de energía
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

PROGRAMA DE RETRIBUCIÓN	
EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>COMPENSA CAPITAL HUMANO</p> <p>Empresa española dedicada a ofrecer soluciones para que las empresas clientes puedan reconocer, recompensar y diferenciar de forma competitiva a sus profesionales en función de su contribución real a la organización y de los objetivos estratégicos de ésta.</p> <p>La empresa posee los siguientes certificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la Seguridad de la Información ISO 27001 • Conciliación: Certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable) • Gestión de la Calidad ISO 9001 • Gestión de la I+D+i UNE 166002 <p>Además, la empresa está acreditada en el primer puesto del ranking 2013 Best Workplaces, que le reconoce como generadora de un buen ambiente de trabajo, que mejora la atención al cliente, reduce los costes laborales y atrae y conquista al talento.</p> <p>http://www.greatplacetowork.es/mejores-empresas/las-mejores-empresas-pymes-espana</p> <p>http://www.compensach.com/</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la motivación del personal • Generar mayor compromiso del personal con la empresa • Facilitar el desarrollo personal y profesional de los/as empleados/as
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS
DESCRIPCIÓN	<p>Ofrecen un programa de Compensación a sus trabajadores/as denominado "Compensate". Dicho programa cubre todas las necesidades de los/as actuales y futuros/as empleados/as en tres aspectos básicos de cualquier política retributiva: la retribución económica (Aportas), el reconocimiento a la labor realizada (Triunfas) y la retribución emocional (Eres). Las tres partes conforman un paquete de más de 50 medidas puestas a disposición del empleado/a: horario flexible, programas de formación, desarrollo de una carrera profesional dentro de la empresa, teletrabajo, retribución flexible, un entorno de comunicación abierto, etc.</p> <p>http://www.compensach.com/Compensate.aspx</p>
RESULTADOS	<p>Profesionales comprometidos con la organización</p> <p>Mejora de la imagen de la organización</p>
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RR HH

POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>MELISSA</p> <p>Industria griega de alimentación, dedicada principalmente a la producción de pasta y sémola de trigo duro.</p> <p>http://www.melissa.gr/</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la motivación del personal • Generar mayor compromiso del personal con la empresa • Facilitar el desarrollo personal y profesional de los/as empleados/as
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS
DESCRIPCIÓN	<p>Ofrecen un ambiente de trabajo seguro para las personas que trabajan en la empresa.</p> <p>Ofrecen programas de educación en materia de prevención, tales como la prestación de primeros auxilios en el trabajo, y distribuyen folletos.</p> <p>Pruebas médicas gratuitas o consultas una vez por semana, realizadas por el médico de la empresa, así como análisis de sangre periódicos.</p> <p>Créditos blandos con condiciones favorables de pago.</p> <p>Interés por la familia, salud o problemas financieros de los/as trabajadores/as, ofreciendo permisos de salida y/o ayuda financiera.</p> <p>Aseguran una buena atención médica en problemas de salud de los/as trabajadores/as o de parientes de primer grado de consanguinidad.</p> <p>En Navidad y Pascua, se les entrega a todos/as los/as empleados/as, un paquete con los productos que se han lanzado recientemente en el mercado, así como pasteles, alimentos de temporada, bebidas y regalos.</p> <p>Durante el año se dan gratis invitaciones para representaciones teatrales, estrenos en el cine o eventos infantiles.</p> <p>Cada dos meses se ofrece a todo el personal, pasta gratis y productos de tomate de su elección.</p> <p>Descripción de más prácticas en:</p> <p>http://www.melissa.gr/en/company/career/</p>
RESULTADOS	<p>Profesionales comprometidos con la organización</p> <p>Mejora de la imagen de la organización</p>
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

Área temática: SOCIAL

FUNDACIÓN	
EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>MONNALISA SPA</p> <p>Empresa italiana del sector de la ropa infantil y para adolescentes, con presencia en 49 mercados mundiales. Sus clientes son grandes tiendas especializadas y grandes almacenes.</p> <p>http://www.monnalisa-spa.com/</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el crecimiento y el bienestar de la comunidad local
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Empresa certificada en SA 8000 norma internacional de Responsabilidad Social.</p> <p>Monnalisa se involucra en las cuestiones sociales, sobre todo, con las iniciativas para los niños, y por ello crea en noviembre de 2006, la Fundación Monnalisa Onlus.</p> <p>La Fundación trabaja en favor de las personas desfavorecidas y su familia, por razones de salud física, mental, económica y social en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia social • Educación y formación • Protección, promoción y mejora del medio ambiente, el territorio y la cultura <p>http://www.fondazionemonnalisa.org/</p>
RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • 23 proyectos sociales apoyados • 273 empresas donantes
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

Área temática: SOCIAL

COMPROMISO CON LAS PERSONAS DISCAPACITADAS

EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>PARAVAN</p> <p>Empresa alemana especialista en tecnologías destinadas a vehículos para discapacidad. Desde el año 2009 PARAVAN es líder mundial en el ámbito de los vehículos adaptados para discapacitados.</p> <p>http://www.paravan.de/es</p>
OBJETIVOS	Facilitar la movilidad de personas con discapacidad
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Contrata a personas discapacitadas.</p> <p>Patrocina asociaciones y grupos de autoayuda para este colectivo.</p> <p>Proporciona a las escuelas materiales sobre la realidad de los discapacitados.</p> <p>Realiza donaciones a escuelas, entidades, enfermos/as, actividades culturales desarrollada por personas discapacitadas, etc.,</p> <p>El propietario de la empresa es presidente honorífico de una Asociación para personas discapacitadas y apoya una campaña de concienciación financiada por la UE, aportando su experiencia para favorecer la movilidad de las personas con alguna minusvalía.</p> <p>Ha recibido multitud de premios, y el dinero recaudado lo destina directamente a la investigación y el desarrollo: Premio de Innovación de la economía alemana -Primer Premio de Innovación del mundo (2011), Premio Alemán de Comercio Exterior (2009), etc.,</p>
RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimientos y premios • Alta tecnología e innovación en sus productos
TRANSFERENCIA	Actividades de patrocinio, donaciones y contratación de personas discapacitadas

Área temática: BUEN GOBIERNO

GESTIÓN RESPONSABLE	
EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>GRUPO CH BUSINESS CONSULTING</p> <p>Grupo portugués que ofrece servicios integrales de Consultoría a través de distintas empresas pertenecientes al grupo: planificación estratégica, mercados, benchmarking, auditoría, proyectos de inversión, calidad y medioambiente, formación etc.,</p> <p>http://www.chconsulting.pt/</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la sostenibilidad de la organización en su triple vertiente: económica, medioambiental y social
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, CLIENTES, PROVEEDORES, COLABORADORES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Dispone de un Código ético y de conducta empresarial</p> <p>Establece distintas prácticas en Responsabilidad Social referentes a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objeción de conciencia: se reserva el derecho de rechazar trabajos que provengan de empresas cuya actividad refleje prácticas ilícitas • Medio Ambiente (Se fomenta el respeto por el medio ambiente, reciclaje de residuos y reutilización de materiales y consumibles de uso diario) • Respeto por la privacidad • Intervención Social (Participan y autorizan a sus colaboradores a que participen en conferencias, seminarios etc., no remunerados) • Integración Activa (Colaboran e incentivan a sus clientes para que respeten y a los ciudadanos con minusvalías y favorezcan su integración en la vida activa) • Sociedad (la gestión se asume como una responsabilidad que está muy por encima de los resultados económicos, el modo en como la empresa se integra en la sociedad y realiza sus tareas, está asociado con la puesta en marcha de buenas prácticas de Gobierno) • Personas (sus recursos humanos son su activo más valioso. Se trabaja sobre la base de un compromiso de transparencia total, procurando el crecimiento personal y profesional y la satisfacción de todos sus colaboradores) <p>Elabora Informe de Sostenibilidad http://www.chconsulting.pt/files/Grupo_CH-Relatorio_Sustentabilidade_2012.pdf</p>
RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de satisfacción del cliente del 83% • Tasa de satisfacción de los trabajadores del 81,4% • 380 horas de participación en acciones de voluntariado • 0 accidentes de trabajo
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

Área temática: BUEN GOBIERNO

SOSTENIBILIDAD	
EMPRESA/ ORGANIZACIÓN	<p>DENKSTATT</p> <p>Consultora austríaca que ofrece soluciones a sus clientes en materia de innovación ambiental y prácticas empresariales sostenibles.</p> <p>http://denkstatt.at/</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la sostenibilidad de la organización en su triple vertiente: económica, medioambiental y social
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, CLIENTES, PROVEEDORES, COLABORADORES, SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Disponen de un Código de Conducta</p> <p>Disponen de Certificados de Calidad y Medioambiente según las normas ISO 9001 e ISO 14001 respectivamente</p> <p>Disponen de Certificado de Reducción de CO2</p> <p>Desarrollan multitud de alianzas con otras organizaciones como fórmula para garantizar la sostenibilidad de su negocio</p> <p>Elaboran Informes de Sostenibilidad según el esquema GRI</p> <p>http://denkstatt.at/files/denkstatt_broschuere_final.pdf</p>
RESULTADOS	Crecimiento de la organización
TRANSFERENCIA	Práctica transferible en su totalidad a cualquier tamaño de empresa y sector

4. ¿QUÉ PODEMOS HACER PARA SER SOCIALMENTE RESPONSABLES?

Teniendo en cuenta todas las buenas prácticas descritas anteriormente llevadas a cabo por distintas empresas europeas, y con el fin de facilitar la implantación de la RSE en las PYMEs, a continuación se describen acciones y metodologías sencillas, cuya puesta en marcha no implique esfuerzos muy significativos para la empresa. Por todo ello, estas buenas prácticas se han seleccionado a través de la consideración de los siguientes requisitos básicos:

- **DISPONIBILIDAD:** Se dispone de metodologías, herramientas, etc., contrastadas, para su correcta puesta en marcha.
- **SOSTENIBILIDAD:** La práctica puede incidir de forma duradera en la estrategia y/o forma de trabajar, ya que establece cambios que pueden permanecer a largo plazo, si se incorpora de forma sistemática en la empresa.
- **NECESIDAD:** La práctica cubre necesidades básicas y comunes de las empresas o de algún grupo de interés.
- **PARTICIPACIÓN:** Facilita la participación en el diseño, implantación y evaluación de la práctica, de la totalidad de partes implicadas.
- **TRANSFERENCIA:** Son prácticas transferibles, sencillas de replicar en diferentes tipos de empresas.
- **RESULTADOS:** Se puede medir si la práctica ha impactado positivamente en la empresa, a través de los resultados obtenidos en la medición de los indicadores planteados.

MEDIO AMBIENTE	PRÁCTICAS LABORALES RECURSOS HUMANOS	ACCIÓN SOCIAL	BUEN GOBIERNO
Diseño de un Plan Medio-ambiental	Sistema de Gestión de Seguridad y Salud	Premio al mejor proyecto	Misión, visión y valores
Elaboración de una Guía de BBPP Medioambientales	Medición de Clima Laboral	Proyecto de Acción Social	Identificación y diálogo con los grupos de interés
Compras verdes	Elaboración de un Código de Conducta	Conocer el impacto en la Sociedad	Medición de Satisfacción de Clientes
Sistema de Gestión Medio-ambiental	Beneficios Sociales		Medición de Percepción de Proveedores

Área temática: MEDIOAMBIENTE

DISEÑO DE UN PLAN AMBIENTAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las pautas para el desarrollo de una empresa sostenible. • Identificar los aspectos ambientales de la empresa. • Determinar las pautas para minimizar los riesgos ambientales producidos por las actividades llevadas a cabo por la empresa
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PROVEEDORES, CLIENTES Y SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	El Plan Medioambiental es una herramienta a través de la cual las personas integrantes de la empresa se comprometen a gestionar los impactos ambientales negativos producidos por sus actividades, productos y/o servicios, con el objetivo de evitar o reducir dichos efectos negativos. Dicho Plan contempla los objetivos, responsables y plazos necesarios para reducir el impacto medioambiental.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº Aspectos medioambientales identificados • Nº Objetivos medioambientales conseguidos
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un Comité/Equipo Medioambiental, definiendo las funciones del mismo. 2. Impartir formación al Comité/Equipo en materia medioambiental, si es preciso. 3. Identificar los aspectos ambientales de las actividades o procesos de la empresa que pueden generar impactos negativos en el medio ambiente. (consumo de recursos, gestión de residuos, etc.,) 4. Establecer para cada aspecto medioambiental identificado, los objetivos medioambientales, determinando recursos necesarios, indicadores, responsables y plazos para cada uno de ellos. 5. Redactar el Plan de Gestión Medioambiental. 6. Revisar y aprobar el Plan de Gestión Medioambiental. 7. Difundir a todo el personal, el Plan de Gestión Medioambiental a través de los medios de comunicación interna disponibles en la empresa. 8. Realizar seguimiento del Plan de Gestión Medioambiental.
HERRAMIENTAS	<p>Cuestionario de Identificación de Aspectos Medioambientales en Oficina</p> <p>Guía de Indicadores de Desempeño Medioambiental. DEFRA Reino Unido</p> <p>http://archive.defra.gov.uk/environment/business/reporting/pdf/envkpi-guidelines.pdf</p> <p>Documentos sobre Gestión Medioambiental. Envirocentre.ie</p> <p>http://www.envirocentre.ie/Content.aspx?ID=97861425-C328-4B1B-AA3F-472CA8E3D759&PID=A257BECE-C1E7-464A-9CD0-FDE10D3A18C3</p> <p>Ecomapping</p> <p>http://www.ecomapping.org/es/index.html</p>

Área temática: MEDIOAMBIENTE

ELABORAR GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir entre el personal de la empresa una serie de prácticas, consejos y recomendaciones medioambientales. • Reducir los impactos negativos que la empresa ejerce sobre el entorno
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PROVEEDORES, CLIENTES Y SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	Las Buenas Prácticas Medioambientales son prácticas sencillas, de bajo coste, de fácil aplicación y con resultados medibles, que requieren la implicación de toda la empresa.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº Aspectos medioambientales identificados • Nº Objetivos medioambientales conseguidos
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Identificar los aspectos ambientales de las actividades o procesos de la empresa que pueden generar impactos negativos en el medio ambiente. (consumo de recursos, gestión de residuos, etc.,) 3. Redactar la Guía. 4. Revisar y aprobar la Guía. 5. Difundir a todo el personal, la Guía a través de los medios de comunicación interna disponibles en la empresa.
HERRAMIENTAS	<p>Guía de Buenas Prácticas Medioambientales: Oficinas y Despachos</p> <p>http://www.camarazaragoza.com/medioambiente/docs/buenaspracticass/buenaspracticass3.pdf</p> <p>Smart Steps to Sustainability. A Guide to Greening your small business. Agencia de Protección Medioambiental de Estados Unidos. EPA</p> <p>http://www.epa.gov/osbp/pdfs/smart_steps_greening_guide_042101.pdf</p>

Área temática: MEDIOAMBIENTE

COMPRAS VERDES

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer pautas y herramientas, que faciliten una gestión más sostenible y responsable de las compras y consumo en la empresa.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PROVEEDORES, CLIENTES Y SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	Las empresas, a través de las compras y contrataciones que realiza, se abastecen de productos y/o servicios que para su elaboración han podido impactar en el medioambiente. Es por ello, que las empresas deben controlar su cadena de suministro, exigiendo el cumplimiento de unos criterios medioambientales a sus proveedores, tales como el cumplimiento de la legislación y aquellos que minimicen los aspectos medioambientales del producto y/o servicio adquirido.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº Criterios medioambientales exigidos a proveedores. • Nº Proveedores de la empresa que cumplen con los criterios medioambientales exigidos. • Grado de cumplimiento de los objetivos e indicadores establecidos en la Política de Compras Verdes definida.
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Identificar y redactar los criterios ambientales a exigir a los proveedores. Política de compra verde. P.Ej. En la compra de papel, se debe exigir que el papel sea 100% reciclado o certificado FSC o PEFC y libre de cloro. 3. Difundir la política a la totalidad de grupos de interés y en concreto a los proveedores. 4. Establecer Indicadores y Objetivos. P.Ej. 100% del papel sea reciclado.
HERRAMIENTAS	<p>Compra Sostenible para PYMES http://www.mas-business.com/documentos/Compras_Sostenibles_PYMES.pdf</p> <p>Guía de Compras Sostenibles http://www.ader.es/fileadmin/redactores/SERVICIOS/Innovacion/Proyecto_Eneco/Guias_Compras_Sostenibles.pdf</p> <p>Red Internacional de Compras Verdes http://www.igpn.org/</p>

Área temática: MEDIOAMBIENTE

SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir los impactos medioambientales de la actividad de la empresa. • Optimizar la gestión de recursos y residuos. • Mejorar de forma continua el desempeño medioambiental.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PROVEEDORES, CLIENTES Y SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Las empresas tienen que cumplir con la legislación medioambiental, cada día más exigente.</p> <p>Por ello, es importante definir un sistema que permita integrar el medio ambiente en la gestión global de la empresa.</p> <p>La ISO 14001, es una norma internacional de carácter voluntario, que puede ser aplicada por cualquier organización independientemente de su tamaño o sector.</p> <p>Esta norma es certificable, garantizando a los grupos de interés que cuenta con un sistema de gestión medioambiental apropiado</p>
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Plazo de implantación. • Obtención de certificación.
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Adquirir la Norma ISO 14001 y estudiar los requisitos. 3. Impartir formación, si procede, al grupo de trabajo y personal de la empresa sobre los requisitos de la norma ISO 14001. 4. Definir la Política Medioambiental. 5. Identificar los aspectos medioambientales y requisitos legales. 6. Elaborar la documentación requerida del Sistema de Gestión Medioambiental (procedimientos, instrucciones, etc.,) Para este proceso, se puede contar con el apoyo de una consultora especialista. 7. Revisar y aprobar la documentación del Sistema de Gestión Medioambiental. 8. Implantar el Sistema de Gestión Medioambiental, es decir, poner en marcha los procedimientos e instrucciones de trabajo definidas. 9. Certificar el Sistema de Gestión Medioambiental (opcional) por parte de entidad certificadora acreditada.
HERRAMIENTAS	<p>Guía para la implantación en la pyme de la ISO 14001. Gobierno de Aragón http://www.conectapyme.com/files/publica/guia_norma_une.pdf</p> <p>Herramientas de Gestión Ambiental para las PYMES http://ec.europa.eu/environment/emas/toolkit/further/resources_2.htm</p>

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

SISTEMA DE GESTION DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la gestión de riesgos de salud y seguridad laboral. • Demostrar el compromiso de la empresa con los/as trabajadores/as. • Asegurar el cumplimiento de la legislación en materia de prevención de riesgos laborales.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS
DESCRIPCIÓN	<p>La Seguridad y Salud en el lugar de trabajo son claves para cualquier organización, ya que la legislación es cada vez más exigente, se desarrollan políticas económicas y otras medidas para fomentar las buenas prácticas en seguridad y salud laboral y existe cada vez una mayor preocupación de las partes interesadas en esta materia.</p> <p>Un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Laboral ayuda a proteger a la empresa y a sus empleados/as.</p> <p>OHSAS 18001 es una norma internacional voluntaria, aplicable en cualquier organización, independiente del sector de negocios o actividad, que define los requisitos para el establecimiento, implantación y operación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Laboral.</p> <p>Esta norma es certificable, garantizando a los grupos de interés que cuenta con un sistema de gestión de la seguridad y salud apropiado.</p>
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Plazo de implantación. • Obtención de certificación.
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Adquirir la Norma OHSAS 18001 y estudiar los requisitos. 3. Impartir formación, si procede, al grupo de trabajo y personal de la empresa sobre los requisitos de la norma OHSAS 18001. 4. Definir la Política de Seguridad y Salud. 5. Identificar los riesgos y requisitos legales. 6. Elaborar la documentación requerida del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud (procedimientos, instrucciones, etc.,) Para este proceso, se puede contar con el apoyo de una consultora especialista. 7. Revisar y aprobar la documentación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud. 8. Implantar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud, es decir, poner en marcha los procedimientos e instrucciones de trabajo definidas. 9. Certificar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud (opcional) por parte de entidad certificadora acreditada. Certificación del Sistema de Gestión (opcional).

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

HERRAMIENTAS	<p>Norma OHSAS 18001</p> <p>http://www.ohsas.org/</p> <p>http://fiis.unheval.edu.pe/images/galeriaseg/Cursos/002-NormaOHSAS18001-2007AENOR.pdf</p> <p>Guía de Implantación Norma OHSAS 18001. NQA. Reino Unido.</p> <p>Galardones Europeos a las Buenas Prácticas en materia de seguridad y salud en el trabajo. Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (EU-OSHA).</p> <p>https://osha.europa.eu/en/publications/reports/european-good-practice-awards-2012-2013</p>
---------------------	--

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

MEDICIÓN DE CLIMA LABORAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el grado de satisfacción laboral de los/as trabajadores/as • Identificar posibles acciones de mejora en materia laboral y de recursos humanos
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS
DESCRIPCIÓN	Es clave para cualquier organización satisfacer las necesidades y expectativas de las personas trabajadoras con la finalidad de generar un sentido de pertenencia a la empresa, mejorar el clima laboral y aumentar la productividad. La medición de la satisfacción es un proceso que debe realizarse de manera permanente y sistemática, con el fin de obtener información para mejorar.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de satisfacción global del personal • % Personas que participan en la Encuesta • N° Acciones de mejora identificadas • N° Acciones de mejora implantadas
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Diseñar Encuesta. Se recomienda introducir en primer lugar variables de clasificación tales como sexo, puesto de trabajo, edad, departamento, años de antigüedad en la empresa, etc., con el fin de poder extraer mayor información en el análisis estadístico. Posteriormente introducir cuestiones clasificadas por temas: puesto de trabajo, salario, seguridad y salud, formación, etc., así como un apartado para la realización de sugerencias de mejora por parte del personal. 3. Enviar la Encuesta a todas las personas de la empresa a través de cualquier medio que garantice la confidencialidad y anonimato. Asignar un plazo para la cumplimentación. 4. Recepcionar y analizar estadísticamente los resultados. Extraer conclusiones. 5. Elaborar Informe de Medición de Clima Laboral. 6. Identificar, priorizar e implantar acciones de mejora resultantes.
HERRAMIENTAS	<p>Modelo de Encuesta de Clima Laboral</p> <p>Guía de Aplicación para Empresas. ManpowerGroup</p> <p>http://www.manpowergroup.com.mx/uploads/estudios/Guia_de_apliacion.pdf</p>

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

ELABORACIÓN DE UN CÓDIGO DE CONDUCTA

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un modelo de conducta aceptable para la empresa, sus proveedores, clientes y personal. • Mejorar la imagen de la empresa.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PROVEEDORES, ACCIONISTAS Y CLIENTES
DESCRIPCIÓN	Elaboración e implantación de un Código de Conducta en el que se definan los principios y conductas que constituyen los deberes de las personas de la empresa.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº trabajadores/as adheridos/as al Código de Conducta.
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Lectura de Guías, ejemplos, etc., con el fin de conocer diferentes metodologías de elaboración de Códigos de Conducta, así como los contenidos mínimos que debe incluir. 3. Elaborar un Código de Conducta, teniendo en cuenta la misión, visión y los valores de la empresa. 4. Revisar y aprobar el Código de Conducta. 5. Firmar todo el personal su compromiso de cumplimiento de los principios y conductas establecidos en el Código. 6. Difundir el Código de Conducta a través de los medios de comunicación disponibles de la empresa (página web, blog, redes sociales, etc.,)
HERRAMIENTAS	<p>Códigos Éticos. Documento de identidad social de la empresa. Xertatu Diputación Foral de Bizkaia</p> <p>http://www.xertatu.net/fitxategiak/xertatu/dokumentuak/up/codigos.pdf</p> <p>Instrucciones de cómo elaborar un Código Ético para Pymes. Greebiz.</p> <p>http://www.greenbiz.com/sites/default/files/document/BusinessEthicsforSMEs.pdf</p> <p>Manual para elaborar Códigos de Ética Empresarial. DERES Organización empresarial de Uruguay</p> <p>http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Manual-de-Etica-DERES.pdf</p> <p>Código de Conducta de Coca-Cola</p> <p>http://assets.coca-colacompany.com/45/59/f85d53a84ec597f74c754003450c/COBC_English.pdf</p>

Área temática: PRÁCTICAS LABORALES / RECURSOS HUMANOS

BENEFICIOS SOCIALES

OBJETIVOS	Aumentar el compromiso de los/as trabajadores/as con la empresa.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS
DESCRIPCIÓN	Diseñar un Plan de Beneficios Sociales, que contemple las ayudas para mejorar el bienestar social del personal de la empresa (seguros médicos, móvil de empresa, descuentos con proveedores, etc.
MEDICIÓN	• Nº Beneficios Sociales ofrecidos.
RECOMENDACIÓN	Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica: <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo formado por personal directivo y empleados/as que representen a la totalidad de la empresa, y por lo tanto los intereses de cada grupo. 2. Identificar posibles beneficios sociales a ofrecer en función de los recursos disponibles de la empresa. 3. Diseñar el Plan de Beneficios Sociales. 4. Aprobar el Plan de Beneficios Sociales. 5. Poner en marcha y realizar seguimiento al Plan de Beneficios Sociales.
HERRAMIENTAS	Soluciones para ofrecer beneficios sociales al personal de la empresa http://www.edenred.es/soluciones/beneficios-sociales

Área temática: SOCIAL

PREMIO AL MEJOR PROYECTO

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la Responsabilidad Social en el entorno de la empresa. • Impulsar la participación de toda la sociedad en la creación de un entorno responsable y sostenible.
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	Diseñar un Premio dirigido a diferentes colectivos de la sociedad (colegios, asociaciones, etc.), consistente en la valoración por parte de un Comité previamente constituido, del mejor proyecto en la temática indicada en las bases (medioambiente, accesibilidad, etc.), relacionado con la mejora de la sociedad.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº Candidaturas presentadas • Mejora en algún aspecto relativo al área temática propuesta en las bases. Medición a través de objetivos e indicadores cuantitativos.
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar las Bases del Premio (requisitos de presentación, plazo, documentación a presentar, jurado, método y criterios de evaluación, en qué consiste el premio, etc.,) y de la imagen (logotipo). En la documentación a presentar, se debería establecer como requisito, que se indicaran los objetivos cuantitativos que se pretenden conseguir, así como los indicadores de medición necesarios para poder comprobar la consecución de dichos objetivos. 2. Difundir el Premio a través de los medios disponibles por la empresa (página web, redes sociales, radio, prensa, trípticos, etc.,) 3. Recepcionar y valorar los proyectos propuestos. Previa constitución de un Comité creado por personas de la empresa y otras pertenecientes a otras entidades privadas o públicas para dotar de objetividad al proceso. 4. Conceder el Premio y difusión. 5. Poner en marcha y realizar seguimiento del proyecto premiado
HERRAMIENTAS	<p>Premio Idea Responsable. Oficina de Responsabilidad Social de la Universidad de Extremadura (UEX)</p> <p>http://www.unex.es/organizacion/oficinas/responsabilidadsocial/archivos/ficheros/docs/pag2</p>

Área temática: SOCIAL

REALIZACIÓN DE PROYECTO SOCIAL

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a la mejora de las comunidades en las que opera la empresa. • Colaborar en la resolución de cuestiones sociales, aportando los recursos disponibles.
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Los proyectos sociales buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la sociedad (salud, educación, empleo, etc.,), y pueden ser llevados a cabo por empresas dentro de su estrategia de responsabilidad social.</p> <p>La acción social, cuando se desarrolla de forma conjunta con o para otras entidades, ésta debe estar regulada en un convenio, con la finalidad de poder describir las características de la colaboración (objetivos, plazos, etc.,) y poder realizar una mayor concreción de la misma y facilitar su seguimiento.</p>
IMPACTO	<ul style="list-style-type: none"> • N° convenios o acuerdos de colaboración firmados • N° Proyectos de acción social llevados a cabo • Resultados de los objetivos e indicadores planteados para el proyecto con la finalidad de observar si se han cumplido
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir equipo de trabajo. 2. Diseñar el Proyecto de Acción Social (descripción, objetivos, beneficiarios, temática, recursos disponibles, etc.,) 3. Identificar entidades susceptibles de colaboración para llevar a cabo el proyecto de acción social. 4. Contactar con la/s entidad/es y determinación de acuerdo/s de colaboración (objetivos, responsables, duración, indicadores de medición, etc.,) para llevar a cabo el proyecto de acción social. 5. Diseñar el borrador del Convenio que recoja el Proyecto de Acción Social. Revisión y aprobación del Convenio. 6. Poner en marcha y realizar seguimiento del Convenio
HERRAMIENTAS	<p>Modelo de Acuerdo de Colaboración</p> <p>Modelo de Ficha de Diseño y Control de Proyecto</p>

Área temática: SOCIAL

CONOCER EL IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE LA EMPRESA

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer qué impacto produce la empresa en el entorno en el que opera, a través del desarrollo de sus actividades. • Establecer medidas correctivas que favorezcan el aumento del impacto positivo, y a la vez reduzcan el negativo.
GRUPOS DE INTERÉS	SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	Las empresas en el desarrollo de sus actividades, impactan de forma positiva o negativa en la comunidad en la que opera. Una empresa socialmente responsable, a través del diálogo con sus grupos de interés, identifica estos impactos e intenta implementar mecanismos para reducir los negativos y potenciar los positivos.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº Impactos identificados. • Nº Acciones propuestas para la mejora de los resultados. • Grado de cumplimiento de objetivos.
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medir el impacto de la empresa en la sociedad. Para ello, recopilar, por ejemplo, información acerca de: <ul style="list-style-type: none"> • Premios, reconocimientos recibidos en los últimos años. • Empleo creado en el entorno. • Apoyo a personas emprendedoras. • Proveedores procedentes del entorno local y/o de empresas de inserción laboral. • Proyectos en los que ha participado para favorecer el desarrollo local, etc., 2. Establecer indicadores y objetivos. 3. Proponer acciones que mejoren los resultados. 4. Implantar, medir y realizar seguimiento de dichas acciones
HERRAMIENTAS	<p>Herramienta de Medición de Impacto Económico de la empresa en su entorno https://www.lm3online.com/</p> <p>Herramienta Retorno Social a la Inversión http://www.thesroinetwork.org/</p> <p>Herramienta para medir la contribución al desarrollo de una empresa http://www.wbcsd.org/work-program/development/measuring-impact.aspx</p> <p>Herramienta para medir el grado de desarrollo de la RSE en la empresa. Test RSE de Acción RSE + http://test.accionrse.cl/</p> <p>Herramienta para medir el impacto de las alianzas. Pacto Mundial http://www.unglobalcompact.org/Issues/partnerships/pat.html</p>

Área temática: BUEN GOBIERNO

DEFINICIÓN DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Crear cultura organizacional. • Servir de guía para el establecimiento de la estrategia de la empresa. • Alinear a las personas de la empresa, creando un objetivo común.
GRUPOS DE INTERÉS	EMPLEADOS/AS, PROVEEDORES, CLIENTES Y SOCIEDAD EN GENERAL
DESCRIPCIÓN	<p>Definir la misión, visión y valores de la empresa. Debe ser compartido por todo el personal de la empresa, y es el punto de partida para la definición de la estrategia.</p> <p>La misión es la razón de ser de una empresa, sería la respuesta a las siguientes preguntas ¿A qué se dedica la empresa? ¿Por qué existe la empresa?</p> <p>La visión sería cómo nos gustaría que fuera nuestra empresa en un futuro, sería la respuesta a ¿Cómo debe ser la empresa en la que nos gustaría trabajar?</p> <p>Los valores son la forma de ser de una empresa, cómo actúa, cómo se comporta. Son normas y principios de conducta y deben estar ligados a la misión y visión.</p>
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº Personas de la empresa que han participado en la definición de la misión, visión y valores, bien en la participación del equipo o realizando propuestas. • Nº Propuestas recogidas • Nº Personas de la empresa que están alineadas con la misión, visión y valores • Grupos de interés a los que se ha difundido la misión, visión y valores
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo formado por personal directivo y empleados/as que representen a la totalidad de la empresa. 2. Establecer una propuesta de misión, visión y valores por parte del equipo de trabajo. 3. Diseñar Cuestionario para recopilar las mejoras propuestas a la misión, visión y valores definidos, y remisión a todo el personal, asignando un plazo para su contestación. 4. Recopilar y analizar las propuestas del personal. 5. Introducir los cambios oportunos en la misión, visión y valores con el fin de aglutinar lo más posible todas las propuestas realizadas por el personal. 6. Definir el documento de misión, visión y valores. 7. Difundir el documento de misión, visión y valores a la totalidad de personal y grupos de interés a través de los canales de comunicación disponibles en la empresa.

Área temática: BUEN GOBIERNO

HERRAMIENTAS	<p>Cuestionario Definición de Misión, visión y valores</p> <p>Ejemplos de Misión, visión y valores de empresas</p> <p>http://www.copreca.es/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=2</p> <p>http://www.cavexsl.com/mision-vision-y-valores/</p> <p>http://www.gesor.es/mision-vision-valores.php?cod=es</p>
---------------------	---

Área temática: BUEN GOBIERNO

IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los grupos de interés, con el fin de poder tenerlos en cuenta para satisfacer las necesidades y expectativas de los mismos.
GRUPOS DE INTERÉS	TOTALIDAD
DESCRIPCIÓN	<p>Los grupos de interés son grupos de personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones y con algún interés legítimo sobre las mismas (por ejemplo: personal, clientes, proveedores, etc.).</p> <p>Es necesario saber qué opinan y esperan las diferentes partes interesadas en la actividad que realiza la empresa. Muchas pueden ser las partes interesadas que podemos identificar, aunque según el caso de cada empresa algunos de estos grupos serán de mayor relevancia que otros. De modo general podemos agrupar a estos en dos grandes grupos:</p> <p>LAS PARTES INTERESADAS DIRECTAS o de mayor influencia, en el que incluiríamos los/as accionistas y los/as empleados/as.</p> <p>LAS PARTES INTERESADAS INDIRECTAS, aquellas organizaciones e individuos dentro de la esfera de influencia de la compañía. En este grupo aparecen clientes, proveedores, ONGs, comunidades locales, administraciones públicas, analistas financieros, etc.,</p> <p>La empresa debe tener en cuenta e intentar dar respuesta a las exigencias de sus grupos de interés.</p>
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • N° Grupos de interés identificados. • N° Necesidades y expectativas identificadas para cada grupo de interés como consecuencia de la puesta en marcha del Mapa de Diálogo.

Área temática: BUEN GOBIERNO

<p>RECOMENDACIÓN</p>	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Identificar las personas, grupos o entidades, internos y externos, que pueden, de alguna manera, influenciar o ser influenciados por los objetivos de la empresa. Para ello se recomienda un brainstorming (tormenta de ideas). 3. Establecer, para grupo de interés, la metodología de identificación de necesidades y expectativas. Elaboración de un mapa de diálogo. 4. Poner en marcha el Mapa de Diálogo.
<p>HERRAMIENTAS</p>	<p>Metodología de Identificación de grupos de interés. Cuaderno de Trabajo RSE para PYMES. Cámara de Valencia.</p> <p>http://www.rse.org.es/docs/analisis%20gi.pdf</p> <p>Ejemplo de Mapa de Diálogo. Cuaderno de Trabajo RSE para PYMES. Cámara de Valencia.</p> <p>Guía de Gestión y Diálogo con los Grupos de Interés. Gobierno de Islas Baleares.</p> <p>http://www.caib.es/govern/archivo.do?id=845043</p>

Área temática: BUEN GOBIERNO

MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el grado de satisfacción de los Clientes. • Mejorar el proceso de Atención a Clientes, así como los productos y servicios ofrecidos. • Atender a las necesidades planteadas por los clientes en la relación comercial mantenida con la empresa.
GRUPOS DE INTERÉS	CLIENTES
DESCRIPCIÓN	Las empresas deben orientarse hacia sus clientes, adaptando de manera continua el producto o servicio que ofrecen, a sus necesidades y expectativas, con el fin de satisfacerles y obtener así su fidelización. La medición de la satisfacción es un proceso que debe realizarse de manera permanente y sistemática, que permita a la empresa obtener información con el objetivo de realizar mejoras.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • % Clientes que han participado en la encuesta • Nº Sugerencias de mejora recogidas • Nº Sugerencias de mejora implantadas • Grado de satisfacción general obtenido
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Diseñar Encuesta. Se recomienda introducir en primer lugar variables de clasificación tales como sexo, edad, producto o servicio que demandan, etc., con el fin de poder extraer mayor información en el análisis estadístico. Posteriormente introducir cuestiones, así como un apartado para la realización de sugerencias de mejora. 3. Segmentar clientes en función de variables tales como periodicidad de compra, volumen de compra, etc., 4. Enviar la Encuesta a la muestra de clientes obtenida en base a la segmentación realizada, a través de cualquier medio. Asignar un plazo para la cumplimentación. 5. Recepcionar y analizar estadísticamente los resultados. Extraer conclusiones. 6. Elaborar Informe de Satisfacción de Clientes. 7. Identificar, priorizar e implantar acciones de mejora resultantes.
HERRAMIENTAS	<p>Modelo de Encuesta de Satisfacción de Clientes</p> <p>Guía de Medición de Satisfacción de Clientes. Club Asturiano de Calidad. http://www.clubcalidad.com/V2/html/downloads/documentaciones/2008_Guia_medicion_directa_de_la_Satisfaccion_del_Cliente.pdf</p> <p>Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados. Gobierno de Navarra. http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/5A006CFC-7EBC-4A3F-9FA5-4574ADA817D8/0/GuiaPARAMEDIRLASATISFACCION2012.pdf</p>

Área temática: BUEN GOBIERNO

MEDICION PERCEPCIÓN DE PROVEEDORES	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el grado de satisfacción de los proveedores con la empresa. • Mejorar el proceso de compras y de relación con los proveedores. • Atender a las necesidades planteadas por los proveedores en la relación comercial mantenida con la empresa.
GRUPOS DE INTERÉS	PROVEEDORES
DESCRIPCIÓN	Los proveedores tienen un papel fundamental en la satisfacción del cliente. En consecuencia, hay que esforzarse por integrarles plenamente, satisfaciendo sus necesidades y expectativas. La medición de la satisfacción es un proceso que debe realizarse de manera permanente y sistemática, que permita a la empresa obtener información con el objetivo de realizar mejoras.
MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • % Proveedores que han participado en la encuesta • N° Sugerencias de mejora recogidas • N° Sugerencias de mejora implantadas • Grado de satisfacción general obtenido
RECOMENDACIÓN	<p>Se proponen las siguientes fases para el desarrollo de la buena práctica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constituir un equipo de trabajo. 2. Diseñar Encuesta. Se recomienda introducir en primer lugar variables de clasificación tales como proveedor, producto o servicio suministrado, etc., con el fin de poder extraer mayor información en el análisis estadístico. Posteriormente introducir cuestiones, así como un apartado para la realización de sugerencias de mejora. 3. Enviar la Encuesta a todos los proveedores claves de la empresa a través de cualquier medio que garantice la confidencialidad y anonimato. Asignar un plazo para la cumplimentación. 4. Recepcionar y analizar estadísticamente los resultados. Extraer conclusiones. 5. Elaborar Informe de Medición de Percepción de Proveedores. 6. Identificar, priorizar e implantar acciones de mejora resultantes.
HERRAMIENTAS	Modelo de Encuesta de Medición de Percepción de Proveedores

5. ¿CÓMO COMUNICAMOS NUESTRAS PRÁCTICAS RESPONSABLES?

Comunicar las prácticas llevadas a cabo en las diferentes dimensiones de la RSE es fundamental para garantizar un diálogo activo con los diferentes grupos de interés, conseguir una imagen positiva de nuestra empresa y nuestros productos y servicios, así como lograr diferenciarse de la competencia.

Existen diversas herramientas a través de las que la empresa puede comunicar a sus grupos de interés el compromiso que ha adquirido con la mejora de la sociedad. Desde la ejecución de acciones de prensa para informar de una iniciativa social que ha emprendido la organización o de su adhesión a los principios promulgados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, hasta la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y de Códigos Éticos. Son, en definitiva, herramientas que ayudan a la empresa a ser transparente y a demostrar que sus palabras van acompañadas de hechos.

A continuación se presentan algunas de estas herramientas:

- **Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative**

<https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G4-Part-One.pdf>

<https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G4-Part-Two.pdf>

La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (en adelante, la Guía) presenta una serie de Principios de elaboración de memorias, unos Contenidos básicos y un Manual de aplicación con ánimo de facilitar la elaboración de memorias de sostenibilidad por parte de las organizaciones, independientemente de su tamaño, sector o ubicación.

- **Informe de Progreso del Pacto Mundial**

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

Reporte anual a través del cual la empresa informa sobre las acciones realizadas en la implementación de los 10 Principios del Pacto Mundial a sus Grupos de Interés.

- **AA1000 Assurance Standard (2008)**

<http://www.accountability.org/standards/aa1000as/index.html>

La norma de aseguramiento AA1000 es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del Informe de Sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento.

- **Balance Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)**

<http://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>

http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_687.pdf

http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_688.pdf

El Balance Social ofrece la información necesaria para evaluar el cumplimiento de la Responsabilidad Social frente a metas establecidas tanto internas como externas de cada organización.

El Modelo del Balance Social de la OIT fue elaborado por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) de Colombia.



6. ANEXOS

- **Anexo I. Cuestionario de Identificación de Aspectos Medioambientales en Oficina**
- **Anexo II. Modelo de Encuesta de Clima Laboral**
- **Anexo III. Modelo de Acuerdo de Colaboración**
- **Anexo IV. Modelo de Ficha de Diseño y Control de Proyecto**
- **Anexo V. Cuestionario Definición de Misión, visión y valores**
- **Anexo VI. Ejemplo de Mapa de Diálogo. Cuaderno de Trabajo RSE para PYMES. Cámara de Valencia.**
- **Anexo VII. Modelo de Encuesta de Satisfacción de Clientes**
- **Anexo VIII. Modelo de Encuesta de Medición de Percepción de Proveedores**

ANEXO I. CUESTIONARIO DE IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES EN OFICINA

↓ IDENTIFICAR CON UNA X LOS QUE SÍ APLICAN

	ASPECTO MEDIOAMBIENTAL	IMPACTO	ORIGEN
	Generación de papel usado	Afección al medio o contaminación por residuos	Actividades propias de la oficina
	Generación de residuos asimilables a urbanos (basura)	Afección al medio o contaminación por residuos	Actividad diaria de la oficina
	Cartuchos de tinta y toner	Afección al medio o contaminación por residuos	Impresoras y fotocopiadoras
	Vertido de aguas sanitarias	Afección al medio	Aseos y limpieza
	Consumo de agua	Utilización de recursos	Aseos y limpieza
	Consumo de electricidad	Utilización de recursos	Alumbrado y equipos
	Generación de tubos fluorescentes usados	Contaminación por residuos	Mantenimiento, instalación
	Pilas usadas	Contaminación por residuos	Actividad diaria
	Generación de ordenadores usados, material electrónico	Contaminación por residuos	Actividad diaria
	Fugas de gases refrigerantes	Agotamiento capa ozono Contaminación Aire	Refrigeración
	Generación de ruido	Contaminación Acústica	Actividades de oficina
	Generación de envases de productos de limpieza	Contaminación por residuos	Limpieza

ANEXO II. MODELO DE ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

VARIABLES

FECHA		PUESTO (Opcional)	
DEPARTAMENTO		EDAD	
AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA		SEXO	Hombre Mujer

1 = Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3 =Ni en desacuerdo, ni de acuerdo, 4= De acuerdo y 5=Totalmente de Acuerdo

CUESTIONES	1	2	3	4	5
CONDICIONES AMBIENTALES Y ERGONÓMICAS					
Las instalaciones son las adecuadas					
La temperatura es la adecuada					
Las herramientas y equipos, técnicos o informáticos, son adecuados a las necesidades de mi puesto					
SUPERIORES					
Recibo un trato amable de mis superiores					
Delegan funciones					
Poseen un dominio técnico					
Solucionan los problemas de manera eficaz					
Participamos en la toma de decisiones					
ORGANIZACIÓN					
El trabajo de mi Departamento está bien organizado					
En mi Departamento las cargas de trabajo están bien distribuidas					
Se fomenta el trabajo en equipo					
Es necesario establecer procedimientos de trabajo documentados					
COMUNICACIÓN INTERNA					
Existe buena comunicación interna					
Se informa sobre todos los asuntos que afectan al desarrollo de las funciones					
FORMACIÓN					
Recibo toda la formación necesaria para el desarrollo de mis funciones					
Participo en el desarrollo del Plan de Formación					

CUESTIONES	1	2	3	4	5
SATISFACCIÓN GENERAL					
Estoy satisfecho/a en la empresa					
Ordena de mayor a menor los distintos ítems en función de la importancia que consideras para cada uno de ellos (de 1 a 5, siendo 1 el de mayor importancia y 5 el de menor):					
Condiciones ambientales y ergonómicas					
Superiores					
Organización					
Comunicación interna					
Formación					
Satisfacción general					
SUGERENCIAS DE MEJORA					

Muchas gracias por colaborar

ANEXO III. MODELO DE ACUERDO DE COLABORACIÓN

En (lugar y fecha en la que se establece el acuerdo)

REUNIDOS

DE UNA PARTE.- D. /Dña. (representante legal de la Entidad) según (documento legal vigente que acredita como representante), mayor de edad, vecino de (localidad, provincia), con domicilio profesional en (domicilio de la entidad), y provisto de D.N.I. número (número).

DE OTRA PARTE.- D. /Dña. (representante legal de la empresa) mayor de edad, vecino/a de (localidad, provincia), con domicilio en (domicilio social de la empresa) según documento legal vigente, y provisto de D.N.I. número (número);

INTERVIENEN

El/La Sr./a (representante legal de entidad), en nombre y representación de (Nombre de la entidad) entidad sin ánimo de lucro, provista de C.I.F número (número), con domicilio en (localidad y provincia), dirección (domicilio social de la entidad según documento legal vigente),

El/La Sr. /a (representante de la empresa), en nombre y representación de la (sociedad/empresa), provista de C.I.F. número (número), con domicilio social en (localidad y provincia) constituida el día (fecha), ante el Notario, (nombre del Notario), bajo el número (número) de orden de su protocolo, inscrita en el Registro Mercantil al Tomo (nº tomo), libro (nº libro), folio (nº folio), sección (nº sección), hoja (nº hoja), inscripción (nº inscripción).

Ambas partes, reconociéndose mutua y recíprocamente las respectivas intervenciones en las que actúan, y capacidad jurídica bastante para las suscripción, desarrollo y plena ejecución del presente Acuerdo, al efecto

EXPONEN

- I. Que (nombre entidad) es una entidad sin ánimo de lucro que encontrándose dedicada a la realización de fines de interés general, dentro de este ámbito de actuación, tiene como objetivo y está destinada fundamentalmente a (describir los fines de la entidad).
- II. Que (empresa) es una sociedad mercantil que desarrolla en España como actividad enmarcadas dentro de su objeto social las siguientes: (objeto social).

CLÁUSULAS

PRIMERA. DENOMINACIÓN.-

Este acuerdo de colaboración, así como los objetivos y actividades que en él se proyecta desarrollar se denominará

ANEXO III. MODELO DE ACUERDO DE COLABORACIÓN

- (dar denominación al Proyecto).

SEGUNDA. OBJETO.-

El objeto de este acuerdo de colaboración persigue la colaboración de (empresa) y (Entidad) para colaborar a favor de (los fines de la Entidad).

Este objetivo se determinará en las siguientes actividades:

- (Enumerar las Actividades del Proyecto).

TERCERA. DURACIÓN.-

Ambas partes, de mutuo acuerdo, atendiendo a la naturaleza, carácter y circunstancias del presente Acuerdo, así como a una óptima ejecución del mismo, convienen que la duración inicial del mismo se iniciará el día (día del mes de año) y concluirá el día (día de mes de año), sin perjuicio que se apruebe una prórroga a la finalización del mismo y siempre que ambas partes estén de acuerdo.

Cualquiera de las partes, en cualquier momento, podrá resolver el presente Acuerdo, tanto en su primer periodo de vigencia como en sus prórrogas. Esta circunstancia o su contraria se establecerán con un mes de antelación.

CUARTA. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO (DENOMINACIÓN).-

El Proyecto (Denominación) se concreta en lo siguientes objetivos:

Definir Objetivos del Proyecto (General y Específicos)...

Para lograr estos objetivos se prevé la realización de las actividades que a continuación se enumeran:

(Enumerar actividades previstas para el Proyecto)

La concreción de dichas actividades se reflejará en un calendario de actuaciones previstas y de actuaciones realizadas que se reflejará en un informe-memoria que (la entidad) entregará a (la empresa) antes del día (fecha).

QUINTA. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES INTERVINIENTES.-

(En esta cláusula, o en un anexo al que se refiera ella, deben quedar claras las responsabilidades de cada una de las partes en la gestión operativa del proyecto, los costes que serán asumidos por cada una de las partes y la evaluación del proyecto).

En términos de buena fe contractual, (la empresa) y la (entidad), mediante la suscripción del presente Acuerdo, se compromete expresa e irrevocablemente ante a la observancia de los siguientes extremos:

Ejemplos de puntos que podrían incluirse dentro de este apartado:

- a) A mantener la confidencialidad en relación con el Acuerdo, que no podrá ser divulgado sin la previa autorización expresa y por escrito de las partes.*
- b) A respetar y salvaguardar en todo momento los principios básicos, normas y valores de (entidad) y (empresa), de los cuales han sido informados con anterioridad al desarrollo y cumplimiento del Acuerdo por parte de la propia entidad.*
- c) A realizar las acciones que sean necesarias o convenientes para llevar a cabo los objetivos del presente Acuerdo y que se encuentran recogidas en el anexo adjunto.*
- d) Formar parte de la Comisión de Seguimiento que se creará bajo el marco de este acuerdo de colaboración, cuya función será velar por el cumplimiento de los objetivos propuestos en el presente acuerdo de colaboración.*

SEXTA. COMISIÓN DE SEGUIMIENTO.-

Para la vigilancia en el cumplimiento del presente convenio se creará un Comisión de Seguimiento que estará integrado por (número) personas de la (empresa), y (número) personas de (la entidad). Esta Comisión será convocada (número) veces al año.

SÉPTIMA. PROTECCIÓN DE DATOS.-

Ambas partes cumplirán en todo momento con la normativa y legislación vigente en materia de protección de datos, y especialmente con la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter personal, su normativa de desarrollo y cuanta normativa resulte de aplicación en cada momento.

OCTAVA. JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

El presente Acuerdo se rige por las estipulaciones establecidas en el mismo y, en lo no contemplado, por las disposiciones civiles y mercantiles de aplicación.

Para el sólo supuesto de que surgiera duda ó discrepancia en la interpretación y cumplimiento del presente Documento, las partes contratantes, con renuncia a su fuero propio si lo tuvieran, se someten al de los Juzgados y Tribunales de (localidad), lugar en el que se firma el mismo.

Y, en prueba de conformidad con cuanto antecede, las Partes intervinientes firman por duplicado ejemplar y a un solo efecto tanto el presente Acuerdo como el Documento Anexo que se le acompaña formando parte integrante del mismo, en el lugar y fechas expresados en su encabezamiento.

Por (la entidad)	Por (la empresa)
D. / Dña.	D. / Dña.

ANEXO IV. MODELO DE FICHA DE DISEÑO Y CONTROL DE PROYECTO

Fecha		Nombre del proyecto		Presupuesto estimado(€)	
Beneficiarios/as			Temática		
Entidad/es colaboradora/s					

Actividades a desarrollar en el proyecto					
Fases	Actividades a desarrollar	Presupuesto (€)	Presupuesto ejecutado (€)	Responsable Fecha estimada ejecución	Fecha real ejecución
Indicadores de Medición del Proyecto					
Descripción del Indicador	Nivel objetivo	Frecuencia seguimiento	Resultado	Observaciones	
Incidencias surgidas durante la ejecución del proyecto					
Incidencia	Fecha de incidencia	Solución	Responsable de solución	Observaciones	

ANEXO V. CUESTIONARIO DEFINICIÓN DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN					
<p>Determina la esencia de la empresa, el por qué de su existencia y define su ámbito fundamental de actuación, así como el valor ofrecido a sus clientes. En ese sentido debe ser propio de la empresa, se debe asociar de modo inconfundible con nuestra organización. Sería la respuesta que se daría a familiares y amigos/as sobre ¿a qué se dedica la empresa? ¿qué tiene de especial esa empresa? ¿Por qué es necesaria?</p>					

Valoración (1 Totalmente en desacuerdo y 5 Totalmente de acuerdo)	1	2	3	4	5
Redacción de la misión propuesta					
PROPUESTAS DE MEJORA:					

VISIÓN					
<p>Describe de modo sintético qué empresa se quiere para el futuro, debe ser retadora, ilusionante y apasionar a todos los grupos de interés (personal, clientes, aliados, etc.,) Debe ser POSIBLE Y REALISTA. Sería la respuesta que daríamos a la pregunta de ¿Cuál sería la empresa ideal para trabajar?, al mismo tiempo la empresa que se quiere como cliente, como proveedor, etc.,</p>					

Valoración (1 Totalmente en desacuerdo y 5 Totalmente de acuerdo)	1	2	3	4	5
Redacción de la visión propuesta					
PROPUESTAS DE MEJORA:					

VALORES					
<p>Determinan la forma de ser de la empresa, cómo actúa en todo lo que hace, cómo se comporta y en definitiva aquello que une al persona, que le hace ser un equipo, es la personalidad de la empresa. Sería todo aquello que al personal le hace sentirse unido a la empresa como organización, a compañeros/as, al mismo tiempo aquello que hará que la empresa sea atractiva a sus clientes, a sus proveedores, etc.,...</p>					

Valoración (1 Totalmente en desacuerdo y 5 Totalmente de acuerdo)	1	2	3	4	5
Redacción de los valores propuestos					
PROPUESTAS DE MEJORA:					

ANEXO VII. MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Cliente (opcional):		Fecha:	
---------------------	--	--------	--

Por favor, valore las siguientes cuestiones de 1 a 5, siendo 1 Totalmente en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 3 Ni en desacuerdo, ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 Totalmente de acuerdo.

CUESTIONES	1	2	3	4	5
Las instalaciones son las adecuadas					
El horario de atención es adecuado					
Se me atiende correctamente y de acuerdo a mis necesidades					
Se resuelven mis consultas en un plazo admisible					
Se resuelven mis quejas y/o reclamaciones de forma adecuada					
El producto/servicio ofrecido es de calidad					
El personal que me atiende es competente y está cualificado					
El trato que recibo es amable					

Valore del 1 al 10 la importancia que tiene para usted los siguientes atributos del servicio prestado, siendo 1 ninguna importancia y 10 máxima importancia.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Trato recibido										
Rapidez en la atención										
Resolución de dudas										
Profesionalidad										
Calidad del producto y/o servicio										
Otro/s (indíquelo/s por favor):										
Sugerencias de Mejora:										

Gracias por su colaboración

ANEXO VIII. MODELO DE ENCUESTA DE MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN DE PROVEEDORES

FECHA	
PROVEEDOR (opcional)	
SERVICIO/PRODUCTO	

1 = Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3 =Ni en desacuerdo, ni de acuerdo, 4= De acuerdo y 5=Totalmente de Acuerdo

CUESTIONES	1	2	3	4	5
La información del Pedido de Compra es clara					
La atención prestada por las personas de la empresa es profesional					
La relación con nuestra empresa es mejor que con otros clientes					
La forma y los plazos de pago son los adecuados					
Se procede al pago en el plazo acordado					

Valoración global de la empresa (1 es muy poca satisfacción y 10 muy buena satisfacción)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Valore del 1 al 10 la importancia que tienen para su organización los siguientes atributos:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Profesionalidad										
Información clara del Pedido										
Cumplimiento de los plazos de pago										
Atención y trato recibido										
Otro/s (indíquelo/s por favor):										
Sugerencias de Mejora:										

Gracias por su colaboración

7. DEFINICIONES

ACCIÓN SOCIAL: Conjunto de actuaciones llevadas a cabo por la empresa para contribuir a la mejora del entorno en el que opera. La acción social no se refiere a actuaciones puntuales. Algunas de las más comunes son: donaciones, patrocinio de iniciativas sociales, culturales y deportivas, promoción del voluntariado de los/as empleados/as, etc.,

ALIANZAS: Iniciativas conjuntas donde cada uno contribuye con recursos, ya sean éstos humanos, técnicos, financieros, etc., y participa en la toma de decisiones.

BENEFICIOS SOCIALES: Prestaciones no retributivas que las organizaciones ofrecen a su personal, con la finalidad de mejorar su calidad de vida y de las personas a su cargo.

CADENA DE VALOR: Describe los procesos de una empresa por los que transcurre (de manera horizontal) a lo largo del ciclo de vida, un producto/servicio, desde su concepción hasta su entrega al Cliente, de tal forma que en cada una de las etapas se añade valor.

CERTIFICACIÓN: Proceso por el cual una entidad autorizada (pública o privada) evalúa y reconoce que un producto/servicio u organización ha conseguido los requisitos o requerimientos predeterminados por una norma o estándar.

CLIMA LABORAL: Situación o ambiente laboral en una empresa. La calidad de vida laboral redundará en un buen clima laboral, que influye, lógicamente en la satisfacción y en la productividad del personal.

CODIGO DE CONDUCTA: Documento redactado voluntariamente por la empresa que supone una declaración formal de los principios éticos de la empresa y de sus normas de actuación con los grupos de interés, que se compromete unilateralmente a cumplir.

COMUNIDAD: Es el entorno inmediato de la empresa, no sólo desde un punto de vista geográfico, sino también desde la proximidad de la actividad.

CONSUMO RESPONSABLE: Acto por el cual una persona es consciente de que detrás de cada acto de consumo que realiza se pone en marcha una maquinaria compleja y que con este acto de consumir puede estar favoreciendo o agravando determinadas desigualdades.

GRUPOS DE INTERÉS: son todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad de la empresa, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de ésta.

INDICADORES: Medidas que sintetizan situaciones importantes de las cuales interesa conocer su evolución en el tiempo.

MISIÓN: razón de ser de una organización.

VALORES: Conjunto de principios, creencias, ideales o declaraciones que forman parte de la cultura de una empresa. Los valores son la base que guía las decisiones dentro de una organización.

VISIÓN: define qué pretende la empresa conseguir en el futuro.

8. OTROS RECURSOS WEB

INTERNACIONALES

- **Programa REAP. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial**

<http://www.unido.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/reap.html>

- **Red Greenbiz**

<http://www.greenbiz.com/>

- **Organización Internacional de Trabajo OIT. Guía de Recursos sobre RSE**

<http://www.ilo.org/public/spanish/support/lib/resource/subject/csr.htm>

- **Ashridge Center for Business and Society**

<http://www.ashridge.org.uk/website/content.nsf/wCON/Sustainability+Practice+Group+Homepage?opendocument>

- **Red CSR 360 Global Partner Network (BITC)**

<http://www.csr360gpn.org/>

EUROPEOS

- **Comisión Europea. Empresa e Industria**

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/documents/corporate-social-responsibility/toolkit/index_en.htm

Bibliografía

DOCUMENTOS

- La Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes. Ejemplos prácticos para fomentar la competitividad de las Pymes. Documento basado en el estudio “CSR and Competitiveness European SMEs’ Good Practice”.
- Guía RSE para el sector textil. Xunta de Galicia.
- Responsabilidad empresarial. Recopilación de casos de buenas prácticas entre pequeñas y medianas empresas de Europa. Comisión Europea. Dirección General de Empresa.
- Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (COM 2001.336 FINAL) - Comisión de las Comunidades Europeas, 2001
- Casos de éxito. Responsabilidad Social de las empresas. Comisión Europea. Dirección General de Empresa.
- Catálogo de Buenas Prácticas en Responsabilidad Corporativa. Club de Excelencia en Sostenibilidad.
- Tendencias de la RSE en España. Documento Final. Congreso Nacional del Medioambiente.
- RSE y la PYME: Del Discurso a la Implementación. Una perspectiva Europea. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa del Gobierno de España.
- Guía de la RSC para las Pymes. Observatorio RSC y Fundación El Monte.
- Guía de Responsabilidad Social Empresarial para PYMEs. Gobierno del Principado de Asturias.
- Responsabilidad social empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia. Universidad Santiago de Cali.
- Consejos para asesores. Responsabilidad social para las pequeñas y medianas empresas. adelphi.
- Comunicación interna y RSE. DERES.
- Estudio de la percepción de la responsabilidad social empresarial en las pymes navarras. Eco innovación y Responsabilidad Social Empresarial en las PYMEs navarras. EcoinnovaRSE
- Guía de Compras Sostenibles. Proyecto ENECO.
- Guía CARPE de compra responsable. Ciudades Europeas por el Consumo Responsable.
- Cuadernos de Trabajo RSE para PYMES. Cámara de Comercio de Valencia.
- Voluntariado apoyado por la empresa. Guía para entidades de acción social. Comunidad de Madrid.
- Gestión de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las pymes. Modelo de indicadores de RSE para pymes. Manual de uso.



