

# **DOSSIER SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

**ADOS Consulting Ikertaldea, S.L.**



## INDICE

<b>GUÍA DE LECTURA.....</b>	<b>4</b>
<b>DOCUMENTOS Y PONENCIAS.....</b>	<b>8</b>
<b>Doc. 1 "LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" Comisión de las Comunidades Europeas.....</b>	<b>9</b>
<b>Doc. 2 "COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible". Comisión de las Comunidades Europeas.....</b>	<b>16</b>
<b>Doc. 3 "Las PYME europeas/españolas y la responsabilidad social". Observatorio europeo de la PYME.....</b>	<b>25</b>
<b>Doc. 4 "El techo de cristal". Roy Douglas Adler.....</b>	<b>28</b>
<b>Doc. 5 "Herramientas de Responsabilidad Social Corporativa". Soluciona. Calidad y medioambiente.....</b>	<b>31</b>
<b>Doc. 6 "Experiencia de UNICEF en colaboración con empresas". UNICEF.....</b>	<b>33</b>
<b>Doc. 7 "Estado de la responsabilidad social de las empresas en Escocia en el año 2002". AGENDA.....</b>	<b>35</b>
<b>Doc. 8 "Trivisi. Ministerio Flamenco de empleo". Jef Van der Wee. Ministro de la comunidad flamenca.....</b>	<b>37</b>
<b>Doc. 9 "La igualdad salarial como valor empresarial". Banco sueco Swedbank.....</b>	<b>39</b>
<b>Doc. 10 "La responsabilidad social y la EFQM: aplicación en el País Vasco". Euskalit.....</b>	<b>43</b>
<b>Doc. 11 "Conclusiones sobre la Jornada Responsabilidad Social de las Empresas". Fundación Novia Salcedo.....</b>	<b>45</b>
<b>Doc. 12 "Análisis de la situación de las mujeres y la igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo". Gerhard Engelbrech.....</b>	<b>50</b>
<b>Doc. 13 "La igualdad como elemento de calidad y rentabilidad en las organizaciones". Oriol Homs I Ferret.....</b>	<b>55</b>



---

<b>LEYES Y NORMAS DE CALIDAD.....</b>	<b>58</b>
Leg. 1 "Real Decreto 765/1995, de 5 de mayo, por el que se regulan determinadas cuestiones del régimen de incentivos fiscales a la participación en actividades de interés general, previsto en la LEY 30/1994" .....	59
Leg. 2 "LEY 49/2002 de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.....	61
Leg. 3 "Norma SA8000" .....	64
Leg. 4 "La implantación del sistema de gestión ética SGE de Forética como instrumento de liderazgo en las organizaciones" .....	66
<b>PÁGINAS WEB .....</b>	<b>69</b>
Web 1 "SME key" .....	70
Web 2 "Guía para las empresas sobre responsabilidad social" .....	73
Web 3 "Fundación Empresa y Sociedad" .....	76
Web 4 "Premios Empresa y Sociedad a la mejor gestión de la Acción Social" .....	85
Web 5 "MRW" .....	88
Web 6 "Eroski" .....	89
Web 7 "Telefónica responsabilidad Corporativa" .....	90
Web 8 "Business in the Community" .....	92
Web 9 "Business in the Community Ireland" .....	99
Web 10 "Finnish Business & Society" .....	103
Web 11 "Business & Society Belgium" .....	105
Web 12 "The Copenhagen Centre" .....	108
Web 13 "Peer Review" .....	112
Web 14 "Fondo de formación para la economía de Hesse" .....	117
Web 15 "Mejores empresas para trabajar. España y EU 2003" .....	123

---



## **ANEXO: CASOS PRÁCTICOS DE EMPRESAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD**



EMAKUNDE. EUSKO JAURLARITZA/GOBIERNO VASCO. CON LA COFINANCIACIÓN DEL FONDO SOCIAL EUROPEO  
EMAKUME ETA GIZONEN BERDINTASUNERAKO AHOLKULARITZAN PRESTAKUNTZA ETA KREDITAZIOA  
FORMACIÓN Y ACREDITACIÓN EN CONSULTORÍA PARA LA IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES

## Guía de Lectura

### Introducción

El documento que a continuación se presenta es de carácter descriptivo, siendo su objetivo el "vaciado" de información de las referencias proporcionadas inicialmente por Emakunde en torno a la Responsabilidad Social de las Empresas y su relación con la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres. Se han revisado un total de 32 referencias entre las que se encuentran documentos y ponencias, leyes y normas de calidad, y páginas web. Junto a las referencias en castellano, se han revisado documentos y sitios webs en inglés, francés y alemán. La localización, lectura y estructuración de la información se ha realizado a lo largo de los meses de enero y febrero de 2003.

El *Dossier sobre Responsabilidad Social Corporativa e Igualdad de Oportunidades*, se estructura en cuatro grandes apartados. El primero, de carácter introductorio, es la presente guía de lectura, y en ella se da cuenta del trabajo realizado, facilitando además las características generales de la documentación consultada, así como los epígrafes o apartados en que se ha distribuido la información. En el segundo apartado se recoge la información derivada de documentos y ponencias. El tercer y cuarto apartado se ocupan de la documentación normativa y de los sitios web, respectivamente. Finalmente, a modo de anexo, se incluye una relación de casos prácticos de empresas en materia de responsabilidad social de la Fundación Empresa y Sociedad.

### Contenido del Dossier

Se han analizado un total de 32 referencias. De las reuniones con personal de Emakunde anteriores a la realización del trabajo se obtuvieron un total de 21 referencias para su revisión. La consulta de dichas fuentes ha llevado al *Equipo Técnico de ADOS CONSULTING IKERTALDEA, S.L* a ampliar la búsqueda de información hasta 10 nuevas referencias. Esta ampliación se explica, en parte, por el modo en que se encuentra distribuida la información en las páginas web y la necesidad de completarla con otros enlaces o "links" que llevan a otras páginas. Ante la necesidad de limitar la búsqueda, que de otro modo podría prolongarse indefinidamente, se optó por revisar hasta un segundo nivel. Es decir, a partir de la página de referencia, se revisaron, con la misma profundidad, todos aquellos enlaces que tuvieran relación con el tema de búsqueda: la Responsabilidad Social Corporativa o la Igualdad de Oportunidades.

Las 32 referencias analizadas se distribuyen en tres grandes categorías como se muestra a continuación:

#### Cuadro N°1

*Distribución de referencias consultadas, según tipos*

Distribución de referencias consultadas	
Tipo referencia	Número
Documentos y ponencias	13
Leyes y normas	4
Páginas webs	15
<b>Total referencias</b>	<b>32</b>



Todas las referencias cuentan con un apartado inicial de datos identificativos donde se recoge: el número de la referencia, el título, el autor o autora, el país de origen, una breve descripción del contexto, la fecha de celebración o constitución, si procede, y una breve referencia que facilite la búsqueda del documento original.

Identificado el documento, su contenido relevante se estructura en base a los siguientes epígrafes:

- ✍️ Contenidos: relación de temas. Se trata de un breve índice de todos los contenidos recogidos en la referencia, incluidos aquellos que por no estar relacionados con el tema no serán objeto de análisis.
- ✍️ Descripción general de la referencia. Una breve descripción de la referencia desde un enfoque global, que recoja todos los aspectos relevantes, incluidos aquellos no relacionados con la responsabilidad social y la igualdad de oportunidades.
- ✍️ Responsabilidad Social de las Empresas. Bajo este epígrafe se recoge toda la información relacionada con la responsabilidad social corporativa.
- ✍️ Igualdad de Oportunidades. Igual que en el caso anterior, se recoge la información específica de Igualdad de Oportunidades.

Puede ocurrir, no obstante, que no haya información para cumplimentar todos los campos de la estructura o que, por el contrario, los campos señalados den lugar a nuevos epígrafes.

Finalmente, en el caso de las referencias en inglés se ha optado por mantener su denominación en inglés ya que su traducción al castellano confundiría el texto por no haber un único término equivalente.

- ✍️ Stakeholders. Agentes implicados en la actividad de la empresa: proveedores, clientes, accionistas, etc.
- ✍️ Benchmarking. Proceso de identificación y análisis de buenas prácticas con el objetivo de adaptarlas e incluirlas en la organización.
- ✍️ Mentoring. Referido al proceso de acompañamiento que una persona con experiencia desarrolla hacia otra con menos experiencia, prestándole ayuda, asistencia y colaboración. Referido a la actividad en empresas y organizaciones. Normalmente, se trata de procesos de promoción o formación dentro de las organizaciones. Un mentor o una mentora facilita la promoción o incorporación de una persona en la organización, mediante un proceso de acompañamiento.

## Relación de referencias analizadas

### Documentos y Ponencias

- ✍️ Doc. 1. "LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" Comisión de las Comunidades Europeas.



- Doc. 2. "COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible". Comisión de las Comunidades Europeas
- Doc. 3. "Las PYME europeas/españolas y la responsabilidad social". Observatorio europeo de la PYME.
- Doc. 4. "El techo de cristal". Roy Douglas Adler.
- Doc. 5. "Herramientas de Responsabilidad Social Corporativa". Soluciona. Calidad y medioambiente.
- Doc. 6. "Experiencia de UNICEF en colaboración con empresas". UNICEF.
- Doc. 7. "Estado de la responsabilidad social de las empresas en Escocia en el año 2002". AGENDA.
- Doc. 8. "Trivisi. Ministerio Flamenco de empleo". Jef Van der Wee. Ministro de la comunidad flamenca.
- Doc. 9. "La igualdad salarial como valor empresarial". Banco sueco Swedbank.
- Doc. 10. "La responsabilidad social y la EFQM: aplicación en el País Vasco". Euskalit.
- Doc. 11. "Conclusiones sobre la Jornada Responsabilidad Social de las Empresas". Fundación Novia Salcedo.
- Doc. 12. "Análisis de la situación de las mujeres y la igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo". Gerahard Engelbrech.
- Doc. 13. "La igualdad como elemento de calidad y rentabilidad en las organizaciones". Oriol Homs I Ferret.

### Leyes y normas de calidad

- Leg. 1. "Real Decreto 765/1995, de 5 de mayo, por el que se regulan determinadas cuestiones del régimen de incentivos fiscales a la participación en actividades de interés general, previsto en la LEY 30/1994".
- Leg. 2. "LEY 49/2002 de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo".
- Leg. 3. "Norma SA8000".
- Leg. 4. "La implantación del sistema de gestión ética SGE de Forética como instrumento de liderazgo en las organizaciones".



## Páginas Webs

- ~~🔗~~ Web 1. "SNE key"
- ~~🔗~~ Web 2. "Guía para las empresas sobre responsabilidad social"
- ~~🔗~~ Web 3. "Fundación Empresa y Sociedad"
- ~~🔗~~ Web 4. "Premios Empresa y Sociedad a la mejor gestión de la Acción Social"
- ~~🔗~~ Web 5. "MRW"
- ~~🔗~~ Web 6. "Eroski"
- ~~🔗~~ Web 7. "Telefónica responsabilidad Corporativa"
- ~~🔗~~ Web 8. "Business in the Community"
- ~~🔗~~ Web 9. "Business in the Community Ireland"
- ~~🔗~~ Web 10. "Finnish Business & Society"
- ~~🔗~~ Web 11. "Business & Society Belgium"
- ~~🔗~~ Web 12. "The Copenhagen Centre"
- ~~🔗~~ Web 13. "Peer Review"
- ~~🔗~~ Web 14. "Fondo de formación para la economía de Hesse"
- ~~🔗~~ Web 15. "Mejores empresas para trabajar. España y EU 2003"



## DOCUMENTOS Y PONENCIAS



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc.1
<b>Título</b>	"LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"
<b>Autor/a</b>	Comisión de las Comunidades Europeas
<b>País</b>	Bélgica (UE)
<b>Contexto</b>	El Consejo Europeo de Gotemburgo, de junio de 2001 dentro de la estrategia de desarrollo sostenible para Europa, propone para las empresas que el crecimiento económico, la cohesión social y la protección medioambiental avancen en paralelo.
<b>Año</b>	18 de julio de 2001
<b>Referencia búsqueda</b>	<a href="http://www.europa.eu.int/comm/off/green/index_es.htm">www.europa.eu.int/comm/off/green/index_es.htm</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

#### Resumen

1. Introducción
2. ¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?
  - 2.1. Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna
    - 2.1.1. Gestión de recursos humanos
    - 2.1.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo
    - 2.1.3. Adaptación al cambio
    - 2.1.4. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales
  - 2.2. Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa
    - 2.2.1. Comunidades locales
    - 2.2.2. Socios comerciales, proveedores y consumidores
    - 2.2.3. Derechos humanos
    - 2.2.4. Problemas ecológicos mundiales
3. Enfoque global de la responsabilidad social de las empresas
  - 3.1. Gestión integrada de la responsabilidad social
  - 3.2. Informes y auditorías sobre la responsabilidad social
  - 3.3. Calidad en el trabajo
  - 3.4. Etiquetas sociales y ecológicas
  - 3.5. Inversión socialmente responsable
4. Proceso de consulta

### Descripción general del documento:

Este documento de trabajo tiene como objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la UE la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional y en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación



y la validación, así como recabar opiniones sobre responsabilidad social de las empresas a nivel nacional, europeo e internacional.

## **Responsabilidad Social:**

### **¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?**

La responsabilidad social de las empresas es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden integrar de forma voluntaria las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores.

El concepto de responsabilidad social se encuentra al margen de las leyes, en el sentido de que va más allá de la legislación e intenta llegar donde ésta no llega. La inversión en tecnologías y prácticas respetuosas con el medioambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas, de la misma forma, ir más allá que la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y las personas trabajadoras, puede tener un impacto directo en la productividad. No obstante, la responsabilidad social de las empresas no se puede considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación vigente en materia de derechos sociales o normas medioambientales.

Otro punto a tener en cuenta es que las empresas están llamadas a ser socialmente responsables. El Libro Verde dice que hasta ahora han sido las empresas más grandes las que se han interesado por este tema, pero reconoce que deben ser todas las empresas, incluidas las microempresas, las que deben tener un comportamiento socialmente responsable.

La incidencia económica de la responsabilidad social puede desglosarse en efectos directos e indirectos. Se pueden derivar efectos positivos de, por ejemplo, un mejor entorno laboral que a través de un mayor compromiso de trabajadoras y trabajadores se consiga un incremento en la productividad. Respecto a los efectos indirectos, estos se pueden dar mediante el aumento de la atención que prestan a la empresa los consumidores e inversores, ampliando sus posibilidades de mercado.

El hecho de que una empresa sea catalogada como responsable socialmente puede favorecer su cotización y aportar beneficios financieros.

### **Responsabilidad Social de las empresas: dimensión interna**

La responsabilidad social de las empresas tiene dos perspectivas:

- la *interna*, que contempla el interior de la empresa: los accionistas, los trabajadores y la gestión de recursos naturales en la producción que afectan al medioambiente.
- la *externa*, que se refiere a los interlocutores externos, socios comerciales, clientes, consumidores, proveedores e interlocutores públicos y las ONG.

La dimensión interna tiene por tanto dos ámbitos:

- ?? el relativo a los trabajadores, donde el Libro Verde estudia tres aspectos: la gestión de los recursos humanos, la salud e higiene en el lugar de trabajo y la adaptación al cambio



?? el relativo al medioambiente, donde el Libro Verde se va a centrar en la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

#### ✍️ Ámbito relativo a los trabajadores

✍️ *Gestión de recursos humanos.* Las empresas deben empezar por ser socialmente responsables en la contratación, las prácticas responsables de contratación, especialmente las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, personas de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Al ser socialmente responsable en la contratación se conseguirán los objetivos de lucha contra la exclusión social que pretende la UE. Por otro lado, la empresa debe luchar contra la discriminación que pueda existir dentro de la misma a través de un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad en la retribución y en las perspectivas profesionales para las mujeres,... Igualmente, debe permitir el aprendizaje permanente estableciendo las necesidades de formación de sus trabajadores, estar en contacto con las autoridades locales que diseñan los planes de formación, valorar el aprendizaje dentro de la empresa, permitiendo a los aprendices promocionarse.

✍️ *Salud y seguridad en el lugar de trabajo.* Las empresas, gobiernos y organizaciones profesionales están buscando modos complementarios de promover la salud y la seguridad utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos y servicios.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios se multiplican también las presiones para que el material promocional de la empresa comunique dicha calidad.

✍️ *Adaptación al cambio.* Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios. Es importante buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abierta. En las reestructuraciones deben participar las autoridades públicas y los representantes de los trabajadores. Las empresas deben procurar no dejar desamparados a los trabajadores, procurar que se organicen montando nuevas empresas o tutorizando su futura formación.

#### ✍️ Ámbito relativo al medioambiente

✍️ *Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.* La disminución del consumo de recursos de los desechos y las emisiones contaminantes puede reducir el impacto sobre el medio ambiente. También puede resultar ventajoso para la empresa reducir los gastos energéticos y de eliminación de residuos y disminuir los insumos y los gastos de descontaminación son inversiones normalmente ventajosas para todas las partes, tanto para las empresas como para el entorno natural.

El IV programa de medioambiente de la Comisión, donde se explica de qué manera la UE y los Estados miembros pueden desempeñar su labor y ayudar a las empresas a detectar oportunidades comerciales y efectuar inversiones ventajosas,



estableciendo programas de asistencia y tratando de armonizar los sistemas nacionales.

La política integrada de producto (PIP) constituye un buen ejemplo de un planteamiento que posibilita la colaboración de las autoridades públicas y las empresas. La PIP se basa en el análisis de las repercusiones del producto a lo largo de todo su ciclo vital e incluye un diálogo entre las empresas y otros agentes interesados.

Otro planteamiento que fomenta la responsabilidad social de las empresas es el sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS) ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía o en el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico.

### **Responsabilidad Social de las empresas: dimensión externa**

La responsabilidad social de la empresa no se limita a su actividad o actuación dentro de la misma sino que implica también su relación con todos los interlocutores con los que la empresa tiene relaciones: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG.

#### **Comunidades locales**

Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones e ingresos fiscales.

El Libro Verde indica como *modelos de compromiso responsable de las empresas con su comunidad local* los siguientes:

- el ofrecimiento de plazas adicionales de formación profesional
- la colaboración con organizaciones de defensa del medioambiente
- la contratación de personas socialmente excluidas
- la oferta de servicios de guardería a sus trabajadores
- el establecimiento de redes con grupos de la comunidad
- el patrocinio de actividades deportivas o culturales a nivel local
- la realización de donaciones para obras benéficas.

El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital social es especialmente importante para las empresas no locales. El conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar.

#### **Socios comerciales, proveedores y consumidores**

Sobre la base de que las empresas deben respetar las normas en materia de competencia, tanto estatales como comunitarias, el Libro Verde pone de manifiesto que las medidas sobre responsabilidad social que adopte una empresa afectan también a sus socios económicos de la misma manera que las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios o proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.



Los modelos de buenas prácticas que se proponen en este ámbito son, por ejemplo, los sistemas de tutorías ofrecidos por las grandes empresas a las empresas de nueva creación y las PYME locales, o la asistencia proporcionada a pequeñas empresas sobre la redacción de informes sociales o la divulgación de sus actividades en el ámbito de la responsabilidad social.

#### ☞ Derechos humanos

Cada vez hay más empresas y sectores que adoptan códigos de conducta en materia de condiciones laborales, derechos humanos y aspectos medioambientales, dirigidos en particular a sus subcontratistas y proveedores. Lo hacen especialmente por mejorar su imagen empresarial y reducir el riesgo de que los consumidores reaccionen negativamente. No obstante los códigos de conducta no pueden sustituir las legislaciones nacionales, comunitarias e internacionales ni las normas de obligado cumplimiento. El Libro Verde recuerda la importancia de estos códigos de conducta así como los instrumentos internacionales como la Declaración Tripartita de la OIT sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo, y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales. Los códigos de conducta deben estar basados siempre en estas normas internacionales.

Dentro de este contexto existe una resolución de 15 de enero de 1999 del Parlamento Europeo sobre "la adopción de normas por la Unión Europea para las empresas europeas que operan en países en desarrollo: hacia un código de conducta europeo" que insta a establecer un código de conducta europeo, basado en las normas internacionales, que contribuya a estandarizar en mayor medida los códigos de conducta voluntarios y a crear una plataforma de seguimiento europea, e incluya disposiciones sobre los procedimientos de denuncia y las medidas correctoras.

#### ☞ Problemas ecológicos mundiales

Es importante que las empresas colaboren en el desarrollo sostenible mundial, cumpliendo las directrices de la OCDE. El Libro Verde recuerda la Comunicación de la Comisión "Diez años después de Río: Preparación de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de 2002" (COM2001/%) , que contiene datos adicionales sobre el modo en que las empresas pueden contribuir al desarrollo sostenible en todo el mundo.

### **Enfoque global de la responsabilidad social de las empresas**

El Libro Verde pretende que las empresas que tienen comportamientos socialmente responsables las difundan y las comuniquen al resto de la sociedad, de la misma manera los interlocutores de las empresas deben exigir cada vez más a las empresas el que tengan un comportamiento responsable. En este ámbito se apuntan cinco ámbitos de actuación: la gestión integrada de la responsabilidad social, los informes y auditorías sobre la responsabilidad social, la calidad en el trabajo, las etiquetas sociales y ecológicas y la inversión socialmente responsables.

#### ☞ Gestión integrada de la responsabilidad social

Las empresas que deseen ser socialmente responsables deben integrar esta responsabilidad en la gestión. A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los



directivos y los trabajadores deben adoptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que se añaden a los que aprendían tradicionalmente a tener en cuenta, para lo que será necesario que tanto directivos como trabajadores reciban la pertinente formación. En este contexto se inscriben los cursos y módulos de ética empresarial que imparten universidades, aunque esto abarque parcialmente el concepto más general de responsabilidad social.

#### ☞ Informes y auditorias sobre la responsabilidad social

El enfoque de los informes sociales adoptado por las empresas es tan variado como su comportamiento en el ámbito de la responsabilidad social. Para que dichos informes sean útiles, es preciso un acuerdo general sobre el tipo de información que debe facilitarse, el formato de presentación y la fiabilidad del procedimiento de evaluación y auditoria.

Existen actualmente varias corrientes e iniciativas internacionales que elaboran normas para la rendición de cuentas, la presentación de informes y la auditoria en materia social, pero no existen unos criterios uniformes y generalmente admitidos. Entre las buenas prácticas actualmente en vigor el Libro Verde recoge las experiencias de Dinamarca y Francia.

El Libro Verde pretende que al final del debate abierto se estandaricen los indicadores que permitan informes o auditorias sociales uniformes y válidas para todos los países de la Unión; en todo caso, aunque los directivos de las empresas son los que están más implicados, el Libro Verde reconoce que es indispensable la comprobación por terceros independientes de la información publicada en los informes de responsabilidad social para que los informes sociales no sean meros ejercicios de relaciones públicas sin contenido real.

#### ☞ Calidad en el trabajo

El diálogo social con los representantes de los trabajadores desempeña un papel fundamental en el marco más amplio de la adopción de prácticas socialmente responsables. Debe ampliarse este dialogo social a las cuestiones sociales y medioambientales de las empresas.

El Libro Verde recoge como modelo de buena práctica la existencia en algunos países de la publicación de listas de empresas modélicas en el ámbito de la calidad en el trabajo

#### ☞ Etiquetas sociales y ecológicas

Cada vez más, los consumidores exigen saber las condiciones en que se ha producido un producto que desean comprar, no les basta saber la calidad y el precio del producto, quieren tener también la seguridad de que se producen de manera responsable desde el punto de vista social. Para la mayoría de los consumidores europeos, el comportamiento social de una empresa influye en las decisiones de compra de un producto o servicio.

En esta búsqueda, por parte del consumidor, del comportamiento social de una empresa, las cuestiones que más les preocupan son: la protección de la salud y la seguridad de los trabajadores, el respeto de los derechos humanos en el funcionamiento de la empresa y en toda la cadena de suministros (por ejemplo, la no utilización del trabajo infantil) y la protección general del medio ambiente.



En este contexto aparecen las etiquetas sociales hechas por los propios fabricantes (marcas autodeclaradas) que manifiestan que en la producción del producto que ellos han fabricado no ha habido explotación o abusos. El problema de las etiquetas sociales y ecológicas, que cada vez se utilizan más, es que no existe una verificación independiente de que ese hecho sea real.

El Libro Verde sugiere la necesidad de debatir el valor y la conveniencia de realizar acciones públicas para conseguir que las etiquetas sociales y ecológicas sean más eficaces.

#### ☞ Inversión socialmente responsable

Dentro de este enfoque global el último tema que recoge el Libro Verde es el de la inversión socialmente responsable.

Se llaman fondos socialmente responsables (ISR) aquellos que "no invierten" (criterio negativo) en determinadas empresas, como en empresas tabaqueras, en empresas productoras de armas o de alcohol, o en empresas que generen residuos no reciclables; o que "invierten" (criterio positivo) en empresas que son activas en el ámbito social o ecológico. Los fondos éticos pretenden ser una alternativa para entidades sociales o pequeños inversores que quieren garantías de que su capital no será invertido en empresas que choquen con sus principios éticos.

En los últimos años han crecido en Europa los fondos socialmente responsables, pero se ha publicado poco sobre su número, su importancia y sus resultados, salvo en el Reino Unido, donde la inversión socialmente responsable constituye el 5% de todos los fondos invertidos.

#### Proceso de consulta

El Libro Verde acaba con una invitación a las autoridades públicas de todos los niveles, incluidas las organizaciones internacionales, las empresas, los interlocutores sociales, las ONG y a cualquier persona interesada a expresar su opinión sobre la manera de establecer una asociación para crear un nuevo marco destinado a fomentar la responsabilidad social de las empresas, teniendo en cuenta los intereses tanto de las empresas como de las distintas partes involucradas.

El Libro Verde recuerda que el objetivo del mismo es sensibilizar y estimular el debate sobre los nuevos modos de fomentar la responsabilidad social de las empresas, por lo que la Comisión no quiere ser protagonista, sino dejar este protagonismo a las empresas y a sus interlocutores sin prejuzgar los resultados del debate.

#### Igualdad de Oportunidades:

El Libro Verde no aborda de forma explícita el ámbito de la Igualdad de Oportunidades pero en el apartado referido a la dimensión interna de la responsabilidad social de las empresas, cuando se hace referencia a la gestión de los recursos humanos, se apunta como medida a desarrollar por las empresas la igualdad en la retribución y en las perspectivas profesionales de las mujeres. Así mismo, se insta a llevar a cabo prácticas responsables de contratación no discriminatorias con las mujeres.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 2
<b>Título</b>	"COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible"
<b>Autor/a</b>	Comisión de las Comunidades Europeas
<b>País</b>	Bélgica (U E)
<b>Contexto</b>	En julio de 2001, la Comisión presentó el Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", cuyos objetivos eran: estimular el debate sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas (RSE) y definir los medios para desarrollar una asociación con vistas a la instauración de un marco europeo para la promoción de la RSE.
<b>Año</b>	02 de julio de 2002
<b>Referencia búsqueda</b>	<a href="http://www.europa.eu.int/comm/employment_social/social/crs/csr2002_es.pdf">www.europa.eu.int/comm/employment_social/social/crs/csr2002_es.pdf</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- 1 Introducción
- 2 Resumen de la consulta sobre el Libro Verde relativo a la RSE
- 3 Un marco de acción europeo para la RSE
- 4 Dar a conocer mejor el impacto de la RSE y facilitar el intercambio de experiencias y de buenas prácticas
  - 4.1. Dar a conocer mejor el impacto de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad
  - 4.2. Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre las empresas
  - 4.3. Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre los Estados miembros
  - 4.4. Desarrollar las capacidades de gestión en materia de RSE
  - 4.5. Fomentar la responsabilidad social entre las PYME
5. Promover la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de RSE
  - 5.1. Códigos de conducta
  - 5.2. Normas de gestión
  - 5.3. Medición, elaboración de informes y validación
  - 5.4. Etiquetas
  - 5.5. Inversión socialmente responsable (ISR)
6. Creación de un foro multilateral europeo sobre RSE
7. Integración de la RSE en todas las políticas de la UE



- 7.1. Política de empleo y asuntos sociales
- 7.2. Política empresarial
- 7.3. Política medioambiental
- 7.4. Política de protección de los consumidores
- 7.5. Política de contratación pública
- 7.6. Política exterior, incluida la política comercial y de cooperación al desarrollo
- 7.7. Administraciones públicas

### Descripción general del documento:

Se trata de una comunicación donde la Comisión elabora a partir del proceso de consulta sobre el Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" su propuesta de estrategia de promoción de la RSE. Esta comunicación va dirigida a las instituciones europeas, a los Estados miembros y a los interlocutores sociales, así como, a las asociaciones de empresas y de consumidores, a las empresas individuales y a otros agentes interesados.

### Responsabilidad Social:

#### Resumen de la consulta sobre el Libro Verde relativo a la RSE

La Comisión ha recibido más de 250 respuestas al Libro Verde. Casi la mitad proceden de organizaciones patronales, empresas individuales o asociaciones de empresas y el resto, de sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, así como de organizaciones locales, regionales, nacionales, europeas e internacionales, el mundo académico y otras personas interesadas.

Casi todas las respuestas se muestran favorables al Libro Verde y a la utilidad de mantener un debate abierto entorno a la responsabilidad social de las empresas.

Sin embargo, se observan divergencias importantes entre los diferentes agentes consultados:

- ✎ Las *empresas* destacan el carácter voluntario de la responsabilidad social y creen que cualquier intento de regular la RSE a nivel europeo sería contraproducente ya que anularía la creatividad y el carácter innovador de las empresas
- ✎ Los *sindicatos y las organizaciones de la sociedad civil* creen que las iniciativas voluntarias resultan insuficientes para salvaguardar los derechos de los trabajadores y ciudadanos y proponen desarrollar un marco reglamentario que establezca unas normas mínimas, por otro lado insisten en la necesidad de la participación de todas las partes interesadas en materia de RSE, ya que para ser creíbles, las prácticas de responsabilidad social no pueden ser definidas, aplicadas y evaluadas por las propias empresas.
- ✎ Los *inversores* señalan la necesidad de mejorar la divulgación de la información y la transparencia de las prácticas empresariales, así como la metodología utilizada por las agencias de calificación y la gestión de los fondos de inversión socialmente responsable y de los fondos de pensiones.
- ✎ Las *organizaciones de consumidores* acentúan la importancia de poder disponer de información exhaustiva y fiable sobre las condiciones éticas, sociales y ecológicas de producción y comercialización de bienes y servicios que les oriente en su compra.



- ✂✂ El *Consejo* apuntó que la responsabilidad social podría contribuir a mejorar la competitividad de todos los tipos de empresa, desde PYME a multinacionales, y en todos los sectores de actividad.
- ✂✂ El *Comité Económico y Social*, señaló que los principios de acción voluntaria y de sostenibilidad medioambiental, económica y social deben servir de marco de referencia para las nuevas iniciativas europeas destinadas a apoyar los esfuerzos de las empresas en el ámbito de la responsabilidad social
- ✂✂ El *Comité de Regiones*, considera que la acción a nivel europeo debe proporcionar un marco que permita aumentar la sensibilización, promover principios responsables y ayudar a las empresas y autoridades públicas a integrar la responsabilidad social en sus actividades.
- ✂✂ El *Parlamento Europeo*, propone integrar el concepto de RSE en todos los ámbitos de competencia de la UE, en particular en la financiación de las medidas sociales y regionales.

### Un marco de acción europeo para la RSE

A pesar de la gran variedad de enfoques de la RSE, existe un consenso generalizado sobre sus principales características:

- ✂✂ Consiste en un comportamiento que adoptan las empresas voluntariamente, más allá de sus obligaciones jurídicas.
- ✂✂ está intrínsecamente vinculada al concepto de desarrollo sostenible.
- ✂✂ no es algo que pueda "añadirse" optativamente a las actividades principales de la empresa, sino que afecta a su propia gestión.

Se ha ido avanzando hacia un mayor reconocimiento de la RSE, tanto las empresas como los responsables políticos la reconocen como un elemento importante en las nuevas formas de gobierno, que puede ayudarles a responder a los siguientes cambios:

- ✂✂ La complejidad organizativa que ha traído consigo la mundialización.
- ✂✂ La importancia que van adquiriendo la imagen y el prestigio social en el contexto empresarial.
- ✂✂ La exigencia por parte de los accionistas de informes que no se limiten a los aspectos financieros.
- ✂✂ La relevancia e importancia que van cobrando el conocimiento y la innovación para la competitividad.

Las respuestas al Libro Verde han puesto de manifiesto la naturaleza global de las cuestiones y preocupaciones relacionadas con la RSE, por lo que es importante que la promoción de la RSE a nivel global se base en normas e instrumentos consensuados. Estos instrumentos son de dos tipos:

- ✂✂ Las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales
- ✂✂ Los acuerdos internacionales, al margen de la RSE, cuyo cumplimiento deben fomentar los gobiernos

La definición de marcos comunes para fomentar la dimensión global de la RSE constituye un reto habida cuenta de la diversidad de las políticas nacionales, la protección de los trabajadores y la reglamentación en materia de medioambiente.

Las respuestas al Libro Verde pusieron de manifiesto el importante papel que desarrollan los gobiernos, las organizaciones internacionales y la sociedad civil en la sensibilización y en la supervisión de la aplicación de las normas sociales y medioambientales acordadas internacionalmente.



Los desafíos que plantean la sensibilización, la divulgación y la adopción generalizada de prácticas socialmente responsables en las empresas se derivan de:

- ✂✂ La falta de información sobre la relación que existe entre responsabilidad social y resultados económicos
- ✂✂ La ausencia de consenso entre las distintas partes interesadas en torno a una definición adecuada de responsabilidad social
- ✂✂ La escasa formación sobre el papel de la RSE, en particular en las escuelas de comercio y gestión empresarial
- ✂✂ La insuficiente sensibilización de las PYME y sus recursos limitados
- ✂✂ La falta de transparencia derivada de la ausencia de instrumentos reconocidos para diseñar, administrar y divulgar las políticas en materia de responsabilidad social.
- ✂✂ El escaso reconocimiento de los consumidores e inversores a los comportamientos socialmente responsables de las empresas.
- ✂✂ La falta de coherencia de las políticas públicas

La Comisión propone una estrategia de promoción de la RSE fundada en los siguientes principios:

- ✂✂ Reconocimiento de la naturaleza voluntaria de la RSE
- ✂✂ Prácticas de responsabilidad social creíbles y transparentes
- ✂✂ Focalización en las actividades en las que la intervención de la Comunidad aporte un valor añadido
- ✂✂ Enfoque equilibrado y global de la RSE que incluya los aspectos económicos, sociales y ecológicos, así como los intereses de los consumidores
- ✂✂ Atención a las características y necesidades de las PYME
- ✂✂ Apoyo y coherencia con los acuerdos internacionales existentes (normas fundamentales del trabajo adoptadas por las OIT, directrices de la OCDE para las empresas multinacionales)

La Comisión propone centrar su estrategia en las siguientes acciones:

1. dar a conocer mejor el impacto positivo de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad
2. fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre las empresas
3. promover el desarrollo de las capacidades de gestión en el ámbito de la RSE
4. fomentar la adopción de prácticas de responsabilidad social entre las PYME
5. facilitar la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de responsabilidad social
6. crear a nivel de la UE un foro multilateral en este ámbito
7. integrar la responsabilidad social en las políticas comunitarias

### **Dar a conocer mejor el impacto de la RSE y facilitar el intercambio de experiencias y de buenas prácticas**

✂✂ *Dar a conocer mejor el impacto de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad*

La demostración de que la responsabilidad social favorece la competitividad y el desarrollo sostenible, en particular de la PYME, puede ser el mejor argumento para



incentivar a las empresas a adoptar un enfoque socialmente responsable. Esto podría llevarse a cabo a través de:

- ☞ El examen de los medios y las condiciones que permiten a las empresas socialmente responsables contribuir al objetivo de una mayor competitividad y de un desarrollo más sostenible.
- ☞ El apoyo de las actividades desarrolladas por las empresas, los interlocutores sociales, los centros de enseñanza y de formación y otras partes interesadas con el fin de aumentar la sensibilización y mejorar los conocimientos sobre este tema.
- ☞ El análisis y la difusión de información sobre las prácticas socialmente responsables y sus representantes en las empresas y los países de acogida.

☞ *Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre las empresas*

La eficacia de los foros de intercambio de buenas prácticas y experiencias a nivel local, regional, nacional y europeo podría reforzarse a través de una mejor conexión en red y la coordinación de sus actividades.

La integración de la RSE en el trabajo de las redes europeas de apoyo a las empresas facilitaría el diálogo y la cooperación entre estas últimas.

☞ *Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre los Estados miembros*

Con el objeto de facilitar el intercambio de información sobre políticas nacionales y apoyar su trabajo en el ámbito de la RSE, la Comisión ha establecido un grupo de representantes sociales de alto nivel de los Estados miembros, que se ha reunido regularmente.

☞ *Desarrollar las capacidades de gestión en materia de RSE*

La mayoría de las respuestas al Libro Verde insisten en la importancia de la educación y la formación del personal de dirección, empleados y otros agentes para la promoción de la RSE. A este respecto, el Fondo Social Europeo podría contribuir a fomentar la responsabilidad social en la formación destinada al personal de dirección y otros trabajadores, así como elaborar, en colaboración con las empresas, material didáctico y cursos para los centros de enseñanza, en especial aquellos que trabajan en la formación permanente

☞ *Fomentar la responsabilidad social entre las PYME*

Con el objetivo de facilitar la adopción generalizada de prácticas empresariales responsables por parte de las PYME, conviene sensibilizar a estas empresas sobre sus ventajas económicas. Será necesario:

- ☞ Entender mejor el compromiso de las PYME en el ámbito social y ecológico
- ☞ Fomentar el intercambio y difusión de buenas prácticas
- ☞ Facilitar el desarrollo y la difusión de herramientas de fácil uso y adaptarlas a las PYME
- ☞ Llamar la atención de las asociaciones de PYME y de las estructuras de apoyo a las empresas sobre la responsabilidad social
- ☞ Facilitar la cooperación entre las grandes empresas y las PYME
- ☞ Sensibilizar a las PYME en relación con el impacto de sus actividades en los países en vía de desarrollo

## Promover la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de RSE



Es preciso fomentar la convergencia y la transparencia en los siguientes ámbitos:

☞☞ Códigos de conducta

El interés creciente por el impacto social y ecológico de la industria ha llevado a muchas empresas a adoptar códigos de conducta sobre los derechos de los trabajadores, los derechos humanos o la protección del medioambiente.

La Comisión considera necesario que los códigos de conducta:

- ☞☞ Tengan como normas mínimas comunes de referencia los convenios fundamentales de la OIT y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales.
- ☞☞ Incluyan mecanismos adecuados de evaluación y control de su aplicación, así como un sistema de evaluación de la conformidad.
- ☞☞ Impliquen en su elaboración, aplicación y control a los interlocutores sociales y otras partes interesadas, inclusive los países en desarrollo
- ☞☞ Divulguen las experiencias y prácticas correctas de las empresas europeas

☞☞ Normas de gestión

La Comisión fomentará la participación en el sistema de gestión y auditoría medioambiental (SGAM) como instrumento de responsabilidad social y estudiará la pertinencia de utilizar este sistema para abordar los resultados sociales de las empresas y otras organizaciones.

☞☞ Medición, elaboración de informes y validación

Los informes de "triple balance" relativos a los resultados económicos, sociales y medioambientales se imponen como ejemplo de prácticas correctas.

La Comisión invita al Foro Europeo Multilateral a que establezca, para mediados de 2004, directrices y criterios comunes en materia de medición, elaboración de informes y validación.

☞☞ Etiquetas

Con el objeto de evitar la publicidad engañosa y fomentar prácticas correctas en este ámbito, la Comisión prepara, conforme a la norma ISO 14021:1999, directrices aplicables a la formulación y evaluación de las autodeclaraciones medioambientales realizadas por productores y distribuidores.

La participación en los sistemas de etiquetado deberá ser voluntaria. Las etiquetas deben responder a criterios objetivos, transparentes, no discriminatorios y conformes a las obligaciones internacionales de la UE, así como a las normas de competencia en vigor.

La Comisión invita al Foro Multilateral Europeo sobre la RSE a que establezca orientaciones comúnmente acordadas para los sistemas de etiquetado, que tengan en cuenta los convenios fundamentales de la OIT y las normas de protección del medioambiente

☞☞ Inversión socialmente responsable (ISR)

La Comisión invita a los regímenes de pensiones profesionales y a los fondos de inversión a que indiquen si tienen en cuenta, los factores sociales, medioambientales y éticos en sus decisiones de inversión. Por otro lado, la Comisión apoya las iniciativas encaminadas a supervisar y evaluar comparativamente los fondos de pensiones y de inversión con respecto a la RSE, e invita la Foro Multilateral Europeo a que estudie la viabilidad de adoptar un enfoque europeo común



## Creación de un foro multilateral europeo sobre RSE

La Comisión propone la creación de un Foro Multilateral Europeo sobre RSE con el objeto de promover la transparencia y la convergencia de las prácticas y los instrumentos de responsabilidad social.

El Foro se estructurara en dos niveles:

- ✍ Se celebraran dos reuniones al año a nivel político, en las que se adoptarán orientaciones generales, normas de procedimiento y el programa de trabajo, también se evaluarán los progresos realizados.
- ✍ Se organizarán mesas redondas temáticas que se encargarán de ejecutar el programa de trabajo.

La Comisión invita al Foro a examinar y aprobar para mediados de 2004 orientaciones acerca de los siguientes temas:

- ✍ Relación entre RSE y competitividad
- ✍ Contribución de la RSE al desarrollo sostenible y a la integración de la igualdad entre hombres y mujeres
- ✍ Aspectos específicos de las PYME
- ✍ Eficacia y credibilidad de los códigos de conducta
- ✍ Desarrollo de orientaciones y criterios comunes para medir, informar y validar las prácticas de RSE
- ✍ Definición de principios comúnmente acordados para los sistemas de etiquetado
- ✍ Divulgación de información sobre las políticas de Inversión Socialmente Responsable (ISR) adoptadas por los fondos de pensiones y los fondos de inversión individuales

El Foro deberá presentar a la Comisión, antes del verano de 2004, un informe sobre el trabajo realizado, a partir del cual la Comisión evaluará los resultados, decidirá acerca del futuro del Foro y estudiará la posibilidad de llevar a cabo otras iniciativas de promoción de la RSE.

## Integración de la RSE en todas las políticas de la UE

La Unión Europea se ha comprometido a integrar en sus políticas y acciones consideraciones de tipo económico, social y medioambiental, además de derechos fundamentales, como las normas fundamentales de trabajo y la igualdad entre hombres y mujeres.

### ✍ Política de empleo y asuntos sociales

La Comisión desea recabar la opinión de los interlocutores sociales en relación con la utilidad de establecer a nivel comunitario una serie de principios de acción que apoyen las buenas prácticas de las empresas durante los procesos de reestructuración.

Por otro lado, las prácticas de RSE en este ámbito deben reflejar los cambios sociales, como la creciente participación de las mujeres en el mercado de trabajo, transformando el entorno de trabajo de modo que puedan establecerse condiciones más equilibradas para hombres y mujeres a través del reconocimiento de la contribución de estas últimas a la empresa.

### ✍ Política empresarial

El objetivo de la política empresarial es garantizar un enfoque equilibrado del desarrollo sostenible, que maximice las sinergias entre sus dimensiones económica, social y medioambiental.



En este apartado el Consejo presta especial atención a las PYME y al espíritu empresarial responsable, áreas en las que se llevan a cabo proyectos con los Estados miembros con el fin de definir las políticas y medidas de apoyo más apropiadas.

☞ *Política medioambiental*

Se invita a las empresas a que, como parte de sus estrategias en el ámbito de la responsabilidad social, utilicen como herramienta el Sistema de Gestión y Auditoría Medioambientales (SGAM), el cual promueve mejoras continuas en los resultados medioambientales de las actividades industriales animando a las empresas a evaluar y mejorar su propio comportamiento medioambiental

La Comisión, también apoya la iniciativa europea de eficiencia ecológica (European Eco-Efficiency Initiative, EEEI), que tiene por objeto integrar la eficiencia ecológica en las empresas europeas y en las políticas industriales y económicas de la Unión Europea.

☞ *Política de protección de los consumidores*

Las empresas son cada vez más sensibles a las exigencias de los consumidores, tanto para conservar a los consumidores habituales como para atraer a nuevos clientes. Para que la RSE cumpla sus objetivos es necesario establecer canales de comunicación sólidos entre los consumidores y las empresas.

☞ *Política de contratación pública*

Los compradores públicos no suelen disponer de información sobre las características sociales y medioambientales que pueden exigir en un producto, con el fin de responder a esta carencia, la Comisión publicó en noviembre de 2001 una serie de orientaciones para introducir la dimensión medioambiental en la contratación pública a través de los criterios de la etiqueta ecológica europea. Actualmente se está desarrollando un manual práctico y una base de datos con información sobre las características ecológicas de los productos y servicios dirigida a los compradores públicos y a las empresas.

☞ *Política exterior, incluida la política comercial y de cooperación al desarrollo*

Con el objeto de fomentar los principios y las prácticas de RSE a nivel internacional, en particular en los países en desarrollo, la Comisión:

- ☞ Continuará con la estrategia descrita en su comunicación "*Promover las normas fundamentales del trabajo y mejorar la gobernanza social en el contexto de la mundialización*"
- ☞ Contribuirá al desarrollo de las capacidades en los países en desarrollo y les prestará la ayuda técnica necesaria para facilitar el cumplimiento de las normas internacionales vigentes en materia de empleo y de medio ambiente
- ☞ Divulgará y fomentará la aplicación de los principios de RSE en el extranjero, facilitando el debate y el intercambio de buenas prácticas entre las partes interesadas europeas y terceros países
- ☞ Apoyará y fomentará el compromiso de la Comunidad y de los Estados miembros de la UE con las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, incluyendo en sus acuerdos de relaciones exteriores la siguiente frase: "*Las Partes recuerdan a las empresas multinacionales la*



*recomendación de respetar las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales dondequiera que desarrollen sus actividades"*

☞☞ *Administraciones públicas*

La Comisión tiene la intención de:

- ☞☞ Integrar más las prioridades sociales y medioambientales en su gestión, inclusive en sus propios procedimientos de contratación pública.
- ☞☞ Evaluar sus resultados sociales y medioambientales con la publicación de un informe a este respecto en 2004.
- ☞☞ Lanzar en 2003 una campaña de sensibilización dirigida a los agentes de la Comisión.

La Comisión invita a las administraciones públicas a nivel nacional, regional y local a que examinen también sus prácticas con vistas a la integración de consideraciones de tipo social y medioambiental.

### **Igualdad de Oportunidades:**

Al igual que el Libro Verde, la Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas no aborda de forma explícita el ámbito de la Igualdad de Oportunidades pero sí hace referencia a este ámbito en los siguientes apartados:

- ☞☞ *La creación de un Foro Multilateral Europeo sobre RSE:* la Comisión invita a este Foro a que examine y apruebe para mediados de 2004 la integración de la igualdad entre hombres y mujeres
- ☞☞ *La integración de la RSE en todas las políticas de la UE:* la UE se ha comprometido a integrar plenamente en sus políticas y acciones la igualdad entre hombres y mujeres. Por otro lado, dentro del apartado de política de empleo y asuntos sociales, la Comisión dice que las prácticas de RSE deben reflejar la creciente participación de las mujeres en el mercado de trabajo, adaptando a tal efecto los cambios estructurales y transformando el entorno de trabajo de modo que pueden crearse condiciones más equilibradas para hombres y mujeres mediante el reconocimiento de la valiosa contribución de estas últimas, lo que beneficiará a la sociedad y a la empresa.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 3
<b>Título</b>	"Las PYME europeas/españolas y la responsabilidad social"
<b>Autor/a</b>	Observatorio Europeo de la PYME. Ponente: Iñigo Isusi. IKEI
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	Seminario responsabilidad social de las empresas Fundación Novia Salcedo.
<b>Año</b>	Diciembre 2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a> . Iñigo Isusi (Ikei). Teléfono: 943426610. E-mail: iisusikei.es

## Contenidos

### Relación de temas:

- ≡≡ Definición/aproximación al concepto de responsabilidad social corporativa
- ≡≡ Actividades socialmente responsables de las PYME europeas
- ≡≡ Comparación de la respuesta española con la europea
- ≡≡ Principales iniciativas públicas europeas de apoyo

### Descripción general del documento:

Se trata de una ponencia donde se presenta el estudio: "PYME europeas y responsabilidad social y mediambiental". El informe se integra en el contexto del Observatorio Europeo de la PYME y se centra en la responsabilidad social de las PYME hacia sus stakeholders externos o de fuera de la empresa (la comunidad en un sentido amplio y el medio ambiente).

### Responsabilidad Social:

Todo el documento gira entorno a la responsabilidad social desde una perspectiva PYME. Comienza definiendo los términos:

- ≡≡ Responsabilidad Social Corporativa. La definición está tomada del Libro Verde: "Integración de las preocupaciones sociales y medioambientales en la práctica diaria de las empresas y en la interacción con sus stakeholders, siempre desde una perspectiva voluntaria".
- ≡≡ Stakeholder. Persona o grupo que tiene, o dice tener, un interés, propiedad o derecho sobre la empresa (accionistas/dueños, empleados, clientes, el medio ambiente, la comunidad, suministradores,...)

A continuación se hace una exposición de datos acerca de las actividades socialmente responsables de las PYME europeas donde se obtienen las siguientes conclusiones:

- ≡≡ La mitad de las PYME europeas llevan a cabo actividades socialmente responsables



- ✎✎ Existe una marcada diferencia entre las empresas muy pequeñas (48%) y las empresas pequeñas y mediadas (65% y 70%) a la hora de llevar a cabo iniciativas de responsabilidad social
- ✎✎ Las actividades sociales más comunes de las PYME europeas son por este orden: apoyo a actividades deportivas (no dirigidas a personal propio), apoyo a actividades culturales (no dirigidas a personal propio) y apoyo a actividades sanitarias y de bienestar (no dirigidas a personal propio)
- ✎✎ El apoyo a actividades deportivas es claramente la actividad preferida por las PYME europeas, independientemente del tamaño empresarial o geográfico.
- ✎✎ El compromiso social de las PYME europeas tiene las siguientes características:
  - ✎✎ Donaciones ad-hoc
  - ✎✎ Actividades puntuales no relacionadas con la estrategia de la empresa
  - ✎✎ Relación positiva entre compromiso y edad de la empresa
  - ✎✎ Influencia de la orientación estratégica de la empresa.
  - ✎✎ Preponderancia del ámbito local en sus compromisos sociales
  - ✎✎ Escasa difusión de sus actividades socialmente responsables (sólo una minoría publica alguna información)
  - ✎✎ Ausencia de medición del impacto y efectividad de sus acciones (sólo una minoría las mide)
  - ✎✎ La principal razón se refiere a razones éticas, especialmente entre las PYME más pequeñas.
  - ✎✎ ¾ partes de las PYME son capaces de identificar beneficios empresariales de sus actividades socialmente responsables.
  - ✎✎ La mayoría de las PYME continuaran o incrementaran sus actividades sociales en los próximos tres años.
  - ✎✎ Las razones actitudinales tienen un mayor peso que las razones referidas a la falta de recursos a la hora de explicar la ausencia de actividades socialmente responsables.

En un nivel más concreto, las PYME españolas, en una comparativa con el resto de las PYME europeas, se sitúan entre las que menos participan en actividades sociales.

Se encuentran las siguientes similitudes entre las PYME españolas y las europeas respecto a su participación en actividades sociales:

- ✎✎ Apoyo a actividades deportivas
- ✎✎ A través de donaciones ad-hoc

En cuanto a las diferencias, se destacan:

- ✎✎ Las actividades socialmente responsables de las PYME españolas son más regulares en el tiempo, aunque no están ligadas a la estrategia de la empresa.
- ✎✎ Las razones éticas tienen un mayor peso que en los países con una mayor implicación social.
- ✎✎ Las PYME españolas encuentran mayores dificultades para identificar los beneficios empresariales ligados con las actividades de responsabilidad social.

Para concluir se proporcionan ejemplos de buenas prácticas sobre políticas públicas dirigidas a la promoción de las actividades socialmente responsables. Se hace referencia a Dinamarca y Reino Unido destacando las siguientes buenas prácticas en cada uno de los casos:

- ✎✎ Dinamarca
  - ✎✎ Campañas de promoción
  - ✎✎ Creación de entidades consultivas con agentes sociales
  - ✎✎ Elaboración de un "índice social"



- ✍ Obligación de cumplir ciertas obligaciones "sociales" para suministrar al sector público o para recibir ayudas públicas
- ✍ ✍ Reino Unido
  - ✍ Campañas de sensibilización al público
  - ✍ Campañas de promoción y formación dirigidas exclusivamente a PYME
  - ✍ Valorización de mejores prácticas en PYME
  - ✍ Colaboración con organizaciones empresariales

### **Igualdad de Oportunidades:**

Este documento no hace referencia al tema de la Igualdad de Oportunidades



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 4
<b>Título</b>	"El techo de cristal"
<b>Autor/a</b>	Roy Douglas Adler. Centro de investigación sobre techo de cristal.
<b>País</b>	Malibú. USA
<b>Contexto</b>	Conferencia EQUAL PAY. Copenhague, 29 noviembre de 2002
<b>Año</b>	2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Conferencia EQUAL PAY. Copenhague, 29 noviembre de 2002

## Contenidos

### Relación de temas:

- ✍ Introducción
- ✍ Base de Datos de Fortuna 500
- ✍ El sistema de puntuación
- ✍ Cuatro Indicadores de rentabilidad
- ✍ Resultados
- ✍ Recomendaciones

### Igualdad de Oportunidades:

Se analiza la relación existente entre la presencia de mujeres en los niveles más altos de gerencia y la obtención de altos ingresos por parte de la empresa. Para ello, se exponen los resultados de una investigación realizada entre 1992 y 2001 con datos desde 1980 a 2001 de las mujeres en los 20 puestos más altos de las mayores empresas de USA.

Se constata la ausencia de estudios empíricos sobre el llamado "techo de cristal" que, sin embargo, ha sido objeto de comentarios, opiniones y gran número de anécdotas. En este sentido, se cree que las empresas que mantienen un buen historial de promoción de mujeres hacia puestos de responsabilidad, se benefician a medio plazo de dicha política. Sin embargo no han existido, hasta el momento, evidencias empíricas en las que apoyar esta creencia.

### Introducción

Las primeras publicaciones orientadas a convencer al mundo de los negocios de que las mujeres son tan capaces como los hombres en los puestos de dirección y que su inclusión revierte, de forma notable, en el éxito de la empresa, datan de principios de los ochenta. Varios autores se han acercado desde diferentes perspectivas, destacando aspectos distintos, pero ninguno de ellos ha podido cuantificar el beneficio que para las empresas tiene la promoción de mujeres en puestos de responsabilidad.



La ausencia de investigaciones empíricas sobre el tema se justifica por tres motivos: hasta ahora ha habido pocas empresas con mujeres en puestos de responsabilidad, lo que dificultaba establecer una comparación estadística entre las escasas empresas con mujeres y las que no las tenían. Por otro lado, al ampliarse el número de empresas con mujeres no era fácil determinar si las mujeres estaban en puestos de responsabilidad, inmediatamente por debajo de las posiciones más visibles. Finalmente, la recogida de este tipo de información era dificultosa y requería gran cantidad de tiempo.

### **Base de datos de Fortuna 500**

La gran ventaja del estudio es poder contar con la gran base de datos de Fortuna 500 que se fue construyendo entre 1980 y 1998. El estudio se inició en 1992 cuando cada empresa de fortuna 500 fue invitada a proporcionar datos sobre el número de mujeres en los 10 primeros puestos de responsabilidad, los 10 siguientes puestos ejecutivos y la relación de directivos de cada año desde 1980. El esfuerzo dio resultado, ya que se obtuvo una base de datos con la información relativa a 215 empresas de Fortuna 500 para cada año del periodo 1980 a 1998. Esta nueva base de datos permitiría establecer comparaciones por años, así como mostrar representaciones históricas.

### **El sistema de puntuación**

Una vez tabulada la base de datos, se estableció un sistema para puntuar a cada empresa en base a su historial de promoción de las mujeres hacia puestos de responsabilidad. Los esfuerzos pioneros de las empresas entre los años 1980 y 1992 se puntuaron mejor que los esfuerzos realizados en los últimos años. Las puntuaciones se sumaron y se estableció un ranking de empresas en base a la puntuación total obtenida. Las 31 empresas con mayor puntuación fueron evaluadas por su rentabilidad.

### **Cuatro indicadores de rentabilidad**

Debido a que había empresas de diferentes sectores industriales, se utilizaron distintas medidas de rentabilidad: ingresos, activos y reparto de las acciones. Además, se utilizó un cuarto indicador: se determinó la posición de cada empresa respecto a la media de las empresas del sector. Este indicador se estableció para exponer la situación potencial por la cual la medida más fuerte de una empresa dominante pudiera oscurecer una tendencia general en la posición opuesta para la mayoría de empresas con mujeres dentro del mismo sector.

### **Resultados**

Los resultados mostraron una tendencia clara. Las firmas de Fortuna 500 con elevado número de mujeres en puestos de responsabilidad sobrepasaron la media de las empresas de su sector en los tres indicadores. Además, las empresas con las mejores puntuaciones en la promoción de mujeres eran notablemente más rentables que aquellas cuyas puntuaciones eran, solamente, muy buenas.

El lector minucioso se dará cuenta de que los resultados podrían ser sensibles al número de empresas incluidas en el análisis. Si se limitase el objeto de estudio únicamente a las 10, 20 o 30 primeras empresas, los resultados hubieran sido algo diferentes. En efecto, un análisis más



profundo mostraría una dirección consecuente con la conclusión básica de que las empresas con mayor promoción de mujeres son más rentables.

Las firmas con las mejores puntuaciones en promoción de mujeres mostraron las puntuaciones de rentabilidad más altas.

### **Recomendaciones**

Es importante destacar que la correlación no prueba la causalidad. Aunque de ello se podría concluir que las empresas con una amplia experiencia en la promoción de mujeres a puestos de responsabilidad obtienen una rentabilidad más alta de lo normal, también se podría argumentar que las empresas más rentables reúnen las condiciones para experimentar con la promoción de mujeres en puestos de responsabilidad.

Una intrigante explicación adicional es que las compañías muestran rentabilidad más elevada porque sus altos ejecutivos, probablemente, han tomado decisiones inteligentes. Una de las decisiones inteligentes tomadas por estos ejecutivos es incluir mujeres en el ámbito de toma de decisiones, de modo que los mejores cerebros están disponibles para continuar tomando inteligentes y beneficiosas decisiones para la empresa.

Es claro que existe una correlación entre la existencia de un importante número de mujeres en los puestos de dirección y una rentabilidad más alta que la normal entre las empresas del mismo sector. Ejecutivos juiciosos harían bien en mantener este hecho presente, tanto como considerar la promoción de personas con talento hacia puestos de responsabilidad.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 5
<b>Título</b>	"Herramientas de responsabilidad social corporativa"
<b>Autor/a</b>	Soluziona. Calidad y Medio ambiente
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	Seminario responsabilidad social de las empresas Fundación Novia Salcedo. Diciembre 2002
<b>Año</b>	2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a> .

## Contenidos

### Relación de temas:

- ☒ Contexto de la responsabilidad social corporativa
- ☒ Herramientas de la responsabilidad social corporativa
  - ☒ Códigos de conducta
  - ☒ Sistemas de gestión ética
  - ☒ Acción social
  - ☒ Inversión socialmente responsable

### Descripción general del documento:

Se trata de una ponencia presentada en diapositivas de Power Point.

### Responsabilidad Social:

A través de la responsabilidad social corporativa se persiguen los siguientes objetivos:

- ☒ La satisfacción en los grupos de interés
- ☒ La permanencia de la organización a largo plazo
- ☒ La orientación de la gestión hacia la excelencia

Herramientas de responsabilidad social corporativa:

- ☒ *Códigos de conducta.* Se trata de una declaración de principios donde se señalan los objetivos y valores fundamentales, así como sus responsabilidades hacia sus interlocutores.

Las directrices mínimas que se establecen son:

- ☒ El convenio fundamental de la OIT
- ☒ Las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales
- ☒ Los mecanismos adecuados de evaluación y control de su aplicación

Se apuntan las siguientes normas de referencia:



- ✍ SAI: SOCIAL ACCOUNTABILITY (SA8000)
- ✍ AENOR: PNE 165010 EX "ÉTICA. Sistemas de Gestión Ética de las Organizaciones. Requisitos para el Ejercicio de la Responsabilidad Social"

✍ *Gestión ética.* Es el conjunto de procedimientos, procesos y medios necesarios para implantar la gestión ética en la organización.

Las normas de referencia respecto a la gestión ética son:

- ✍ AENOR: PNE 165010 EX "ÉTICA. Sistemas de Gestión Ética de las Organizaciones. Requisitos para el Ejercicio de la Responsabilidad Social"
- ✍ FORÉTICA: SGE 21 "Sistemas de la Gestión Ética"

✍ *Acción Social.* Entendida como la dedicación de recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos de desarrollo de la sociedad en beneficio de personas desfavorecidas en las áreas de: asistencia social, salud, educación y formación profesional y empleo.

✍ *Inversión socialmente responsable.* Invertir en organizaciones que mantengan un mejor comportamiento y contribuyan positivamente al desarrollo equilibrado.

La norma de referencia para llevar a cabo inversiones socialmente responsables es:

- ✍ AENOR: PNE 16501. ÉTICA. REQUISITOS DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS ÉTICOS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES, aprobada y con solicitudes para la certificación.

Otras herramientas de Responsabilidad Social Corporativa:

- ✍ Gestión de RRHH
- ✍ Etiquetas sociales y ecológicas
- ✍ Informes y auditorías sociales

### **Igualdad de Oportunidades:**

El documento no aborda el tema de la Igualdad de Oportunidades.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc.6
<b>Título</b>	"Experiencia de UNICEF en colaboración con empresas"
<b>Autor/a</b>	UNICEF. Ponente: Silvia Llorens. Coordinadora de empresas
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	Seminario responsabilidad social de las empresas Fundación Novia Salcedo.
<b>Año</b>	Diciembre 2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a> .

## Contenidos

### Relación de temas:

- ✂✂ Presentación de UNICEF
- ✂✂ Prioridades de UNICEF para la nueva década
- ✂✂ Vías de recaudación de UNICEF
- ✂✂ Papel de las empresas en UNICEF
- ✂✂ Antecedentes de las alianzas entre el sector privado y UNICEF
- ✂✂ Respuesta de la ciudadanía
- ✂✂ Beneficios para las empresas aliadas a UNICEF
- ✂✂ Formas de colaborar con UNICEF
- ✂✂ Origen de los fondos de UNICEF
- ✂✂ Perfil de las empresas aliadas con UNICEF

### Descripción general del documento:

Se trata de un documento donde UNICEF básicamente describe sus alianzas con el sector privado.

### Responsabilidad Social:

El *objetivo* de UNICEF respecto a las empresas es conseguir:

- ✂✂ Las mejores alianzas con las mejores empresas aliadas
- ✂✂ Acuerdos duraderos para obtener una recaudación estable
- ✂✂ Un nuevo vehículo de comunicación y visibilidad para llegar a un público mayor

Los *antecedentes* del establecimiento de alianzas entre UNICEF y las empresas son:

- ✂✂ El desconocimiento y la falta de información
- ✂✂ Las empresas además de aspectos económicos deben contemplar aspectos sociales (responsabilidad social corporativa)
- ✂✂ La opinión pública y privada demanda más compromisos sociales a la empresa
- ✂✂ El impacto de la participación: mejora la imagen y crea valor para la marca



- Las nuevas estrategias
- Demostrar que compromiso ético y social será premiado por el mercado

Se presentan los datos resultantes de la Encuesta Europea realizada por MORI entre 2000 y 2001 relacionados con la respuesta de la ciudadanía en relación con las acciones empresariales socialmente responsables:

- El 70% de la ciudadanía europea considera importante el compromiso de las empresas con la sociedad y uno de cada cinco está dispuesto a pagar más por un producto que apoye una buena causa.
- El 37% de la ciudadanía ha comprado un producto considerado ético durante el último año.
- Tres de cada cinco han colaborado en alguna buena causa.
- Uno de cada diez se sienten culpables cuando compran un producto considerado no ético.
- Uno de cada diez esperan más de las empresas.

Los *beneficios* que pueden obtener las empresas aliadas con UNICEF se concretan en:

- UNICEF puede ser un elemento clave en la estrategia de posicionamiento frente a la competencia.
- UNICEF es un excelente diferencial en imagen.
- Además de cumplir con sus objetivos de marketing, la empresa puede comunicar su compromiso social.
- Aporta valor añadido al producto.
- Exenciones fiscales.
- Accesos a nuevos segmentos de clientes.
- Fortalecimiento de la relación con la clientela identificada con la causa de UNICEF.
- Fortalecimiento de la imagen interna de la empresa ante las personas empleadas.

Las *vías* que ofrece UNICEF a las empresas aliadas *para colaborar* son:

- Marketing con causa
- Aportaciones directas
- Recaudaciones entre las personas empleadas
- Financiación conjunta
- Patrocinio de eventos
- Compra de productos UNICEF

Por último UNICEF establece el siguiente *perfil de empresa aliada*:

- Liderazgo
- Influencia
- Responsabilidad social
- Imagen positiva
- Potencial para relaciones de afinidad
- Capacidad para movilizar recursos

### **Igualdad de Oportunidades:**

Dentro de las prioridades que establece UNICEF para la nueva década está la educación para las niñas.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 7
<b>Título</b>	"Estado de la responsabilidad social de las empresas en Escocia en el año 2002"
<b>Autor/a</b>	Kyla Brand. Directora Ejecutiva de AGENDA
<b>País</b>	Escocia
<b>Contexto</b>	AGENDA Social Responsibility in Scotland. Se trata de un foro para entidades, públicas y privadas, y particulares que trabaja en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas en Escocia
<b>Año</b>	2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

-  Presentación de AGENDA
-  Mapa de la responsabilidad social de las empresas en Escocia
-  Experiencia acumulada
-  Desarrollo político y práctico

### Descripción general del documento:

Se trata de un documento que expone, de manera muy resumida y en formato visual, los principales resultados de una investigación desarrollada por AGENDA sobre la responsabilidad social de las empresas en Escocia. El documento recoge, en primer lugar, una breve descripción de la entidad promotora y de sus principales objetivos y servicios que presta, para pasar, en un segundo momento, a exponer las conclusiones de la investigación. Finalmente, se aportan una serie de claves o aspectos a tener en cuenta a la hora de desarrollar, a nivel político y práctico, la responsabilidad social corporativa.

### Responsabilidad Social:

AGENDA, tiene un carácter inclusivo y contempla la participación de agentes sociales, públicos y privados, cuya actividad y opinión también debe ser considerada a la hora de trabajar sobre la responsabilidad social. La responsabilidad social corporativa está relacionada con otros conceptos como responsabilidad, ciudadanía y sostenibilidad. Los agentes sociales a considerar van desde comunidades de vecinos, consumidores y consumidoras, entidades proveedoras, fundaciones, entidades inversoras, entidades contables, entidades aseguradoras, entidades prestadoras de servicios públicos; hasta investigadores, representantes políticos, formadoras de opinión, legisladoras, sociedad civil, empresarios, empresas de inversión, trabajadoras, comunidades de vecinos y consumidoras.



De la investigación realizada se deriva que para las ciudadanas y ciudadanos escoceses la responsabilidad social de las empresas debe ser comprendida, preferentemente, como implicación en la comunidad, medioambiente y participación en el empleo. Estos tres elementos son los que más grado de acuerdo suscitaron de una relación de doce opciones. Las menos mencionadas fueron la filantropía, el marketing y el riesgo empresarial. Factores que según las personas consultadas son los que menos relación deberían tener con la responsabilidad social corporativa. Llama la atención que la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres, no sea objeto de valoración.

Respecto a las *tendencias* de carácter más general derivadas del estudio se observa que:

- ✍ El 54% de las entidades considera que la responsabilidad social incrementa su importancia en sus agendas.
- ✍ El 0% considera que desciende.
- ✍ El 12% considera que la aproximación escocesa a la responsabilidad social corporativa es innovadora o avanzada
- ✍ El 37%, sin embargo, lo ve como atrasada o muy atrasada.

La *dimensión de la responsabilidad social* de las empresas escocesas en cuanto al empleo es la siguiente:

- ✍ Dos millones de empleos
- ✍ El 45% de los empleos se enmarcan en las pequeñas y medianas empresas del sector privado
- ✍ Una cuarta parte de la fuerza de trabajo se enmarca en el sector público.
- ✍ Concentrado en la región central del país
- ✍ Disperso en las Highlands y las fronteras
- ✍ Los principales sectores de la economía implicados son: empresas de hidrocarburos, servicios financieros, turismo, sector de alimentación y bebidas y minoristas.
- ✍ Algunos ejemplos de empresas son: Standard Life, The Royal Bank of Scotland, Lloyds TSB, Scottish Power, Scottish Newcastle, Robert Wiseman Dairies, HBOSplc, Scottish and Southern Energy plc, Scottish Widows

El desarrollo político y práctico de la responsabilidad social de las empresas está relacionado con diversas iniciativas, asociadas, a su vez, a las diferentes instituciones del país. Así en el Parlamento Escocés existe una Comisión Parlamentaria, formada por todos los grupos políticos, así como un Comité Europeo. El gobierno Escocés ha impulsado un compromiso interministerial cuyo objetivo general se relaciona con la justicia social. Los ayuntamientos impulsan iniciativas individuales. Finalmente las agencias del sector público implicadas van desde las empresariales hasta la educación, pasando por el sistema de salud y la policía.

Las *prioridades políticas* son las siguientes:

- ✍ Justicia social: inclusión económica y digital y empleabilidad
- ✍ Desarrollo sostenido: medioambiente.
- ✍ Aprendizaje a lo largo de toda la vida: creación de empleo y habilidades sociales.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc 8
<b>Título</b>	"Trivisi. Ministerio Flamenco de Empleo"
<b>Autor/a</b>	Jef Van der Wee, Ministro de la comunidad flamenca
<b>País</b>	Holanda
<b>Contexto</b>	TRIVISI. Se trata de una iniciativa del ministro flamenco de empleo y turismo para promover la responsabilidad social de las empresas en Flandes.
<b>Año</b>	2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- ~~///~~ Qué es TRIVISI
- ~~///~~ Objetivos de TRIVISI
- ~~///~~ Cómo trabaja TRIVISI
- ~~///~~ Resultados
- ~~///~~ Fortalezas y debilidades
- ~~///~~ El futuro

### Descripción general del documento:

Se trata de un documento que describe los orígenes, objetivos y principales características de TRIVISI, iniciativa del ministro flamenco de empleo y turismo para promover la responsabilidad social de las empresas. Tal y como se recoge en el documento, contemplar la responsabilidad corporativa, supone un cambio en la forma de hacer negocios. El carácter concreto del documento hace que pueda ser interpretado como un estudio de caso, únicamente relacionado con la responsabilidad social de las empresas, desde un enfoque general, y no relacionado con la Igualdad de Oportunidades.

### Responsabilidad Social:

TRIVISI es una iniciativa del ministro Flamenco de Empleo y Turismo orientada a la promoción de la responsabilidad social de las empresas en Flandes. El proyecto se inició en Junio de 2000, y hasta el momento se han desarrollado dos fases.

El objetivo es promover un cambio de comportamiento en cuanto a la forma de hacer negocios, partiendo de la visión de las 3P de la economía y considerando las fortalezas y debilidades del mercado de trabajo flamenco: aprendizaje a lo largo de toda la vida, diversidad y dirección de entidades relacionadas con la empresa.



Se trata de lograr la participación de empresas, Organizaciones No Gubernamentales, Gobierno, Entidades Formativas y otro tipo de entidades asociadas, en la adopción temprana de nuevos instrumentos como la construcción de Know-How y experiencia y diálogo y cooperación, con la finalidad última de lograr un cambio de comportamiento.

Para ello se concibió una primera fase, entre Junio de 2000 y Junio de 2002, con tres grupos pioneros que trabajarían sobre tres temas: diversidad, formación a lo largo de toda la vida, y dirección de agentes relacionados con la empresa. Se contaba con un enfoque plural, desde la perspectiva de todos los agentes relacionados con la empresa (trabajadoras, consumidores, proveedores, clientas, etc.) y con el apoyo de un grupo de expertos.

La segunda fase se desarrolló entre diciembre de 2002 y Noviembre de 2004. En esta fase se desarrollarán los mismos temas pero desde aproximaciones diferentes. Lo que se concreta en 13 proyectos cofinanciados por El Fondo Social Europeo. El trabajo está centrado en la transversalidad de género y la diseminación. La evaluación de las entidades asociadas se basa en la experiencia y en un trabajo en red con capacidad para optimizar el uso de los recursos y productos de la primera fase.

Los resultados de la primera fase, "Trivisi Box" son una relación de manuales, Cd-Roms y buenas prácticas en responsabilidad social corporativa, que deberán servir para que las empresas introduzcan elementos de responsabilidad social en su organización.

Las fortalezas del proyecto se basan en el aumento de la importancia del planteamiento del trabajo, una gran diversidad del tipo de agentes relacionados con la actividad empresarial, muchos productos, incremento del uso de los productos.

Las debilidades se centran en que no todos los agentes relacionados con la actividad empresarial están en el proyecto, se constata una disminución del interés a lo largo del proceso, la comunicación entre los grupos pioneros y la ausencia de metas claras.

Respecto al futuro del proyecto, se propone aprender de las debilidades, estableciendo metas claras al inicio de cada proyecto, implicando a nuevos agentes relacionados con la actividad empresarial, prestar atención a la comunicación, control permanente de la calidad por Comité de Dirección. El uno de diciembre se inician los trece proyectos con el apoyo del Fondo Social Europeo, cuya inversión total en el proyecto será de 2 millones de euros a lo largo de los dos próximos años. Los principales proyectos son el desarrollo de cursos sobre responsabilidad social en escuelas de negocios y universidades, herramientas sobre responsabilidad social corporativa para pequeñas y medianas empresas, métodos alternativos de aprendizaje, implicación de la comunidad, diversidad y herramientas para personas discapacitadas, elaboración de un protocolo para lograr una "certificación social"



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 9
<b>Título</b>	"La igualdad salarial como valor empresarial"
<b>Autor/a</b>	Göran Collert. Presidente del Banco "Swedbank"
<b>País</b>	Suecia
<b>Contexto</b>	Conferencia EQUAL PAY. Copenhague, 29 noviembre de 2002
<b>Año</b>	2002

## Contenidos

### Relación de temas:

- ✍✍ Introducción
  - ✍✍ Clientes
  - ✍✍ Personal empleado
  - ✍✍ Comunidad
  - ✍✍ Accionistas
- ✍✍ Estrategias
- ✍✍ Áreas de intervención
  - ✍✍ Dirección y liderazgo
  - ✍✍ Mainstreaming
  - ✍✍ Igualdad salarial

### Igualdad de Oportunidades:

Se trata del 4º banco de Suecia y del primero de los países bálticos. Entienden que la igualdad entre mujeres y hombres es importante para el banco desde el punto de vista de:

- ✍✍ La clientela
- ✍✍ El personal empleado
- ✍✍ Las personas accionistas
- ✍✍ La sociedad en general

Además el banco sabe que la igualdad es beneficiosa económicamente. Por ello, el trabajo interno se basa en dos ejes de actuación:

- ✍✍ Favorecer una política de personal que posibilite la igualdad de mujeres y hombres en el acceso a puestos de responsabilidades, etc.
- ✍✍ Facilitar la conciliación entre vida familiar y profesional. Incluso las personas empleadas que desean aumentar el tiempo de dedicación a la familia se complementa con ayuda salarial por parte del banco.

Para el banco la igualdad de oportunidades es:

- ✍✍ Una competencia
- ✍✍ Un punto de vista



Los ámbitos de trabajo se centran en:

Liderazgo

- Reglas formales. Máximo de un 60% de un sexo en todos los puestos
- Reglas informales

Mainstreaming. Integrar el enfoque de género en todas las actividades del banco y además desde una perspectiva comercial y de eficacia. Esto se aplica al personal y a la clientela de mujeres. Por ejemplo, existe un programa "Mujer y Dinero", a fin de fomentar la autonomía financiera. También existe en Suecia un premio en el sector financiero para incentivar el trabajo a favor de la igualdad en este sector (Premio ANA)

Igualdad Salarial. Este aspecto debe abordarse al trabajar sobre los convenios colectivos.

## Introducción

La igualdad de oportunidades se interpreta como un elemento dentro de la política del banco que revertirá en beneficios para la entidad financiera a largo plazo. La política de igualdad de oportunidades es importante desde el punto de vista de cuatro agentes implicados: clientela, personal empleado, comunidad (sociedad en general) y accionistas.

### Clientela

La actividad del banco debe reflejar la composición de su clientela. Las clientas tienen que poder identificarse con la entidad. Deben poder encontrar productos que se adapten a ellas, y necesitan encontrar mujeres en los puestos de dirección del banco. La entidad se adelantó a su tiempo cuando a mediados de los años ochenta insistió en la importancia de la planificación de los recursos financieros de las mujeres, y de nuevo a principios de los noventa cuando se introdujeron las cuotas de género en las juntas ejecutivas locales. Desde la entidad son conscientes de que trabajar en grupo y equipos con una distribución equitativa de género revierte en beneficio de sus clientes.

### Personal empleado

La igualdad de Oportunidades también es importante para el personal contratado de la entidad. Una entidad contratante atractiva a los ojos de las trabajadoras y trabajadores es aquella que ofrece un entorno laboral en el que trabajen mujeres y hombres, y en el que ambos tengan buenas perspectivas profesionales. La entidad quiere el mejor personal disponible, por lo que poner obstáculos relacionados con el género es muy desaconsejable, ya que supondría un desaprovechamiento de recursos, cosa que no se pueden permitir.

### Comunidad

El banco es un agente importante en el entorno próximo. Desde la entidad se contribuye al desarrollo de la comunidad y el banco se beneficia considerablemente de ella. Esta circunstancia significa que tanto la comunidad como el banco tienen la oportunidad y la obligación de contribuir a transformar la sociedad hacia la igualdad entre los sexos. La labor de la entidad financiera se orienta a formar opinión en este sentido, el conocimiento y los valores.

### Accionistas



Hoy en día los inversores se inclinan cada vez más por adoptar posiciones estéticas. Los esfuerzos para lograr una sociedad sostenible ganan importancia también a este respecto. El fracaso en el trabajo hacia la igualdad de género constituye, por lo tanto, una operación arriesgada. Mala publicidad, multas y sanciones pueden afectar, sin duda, a los beneficios

## Estrategias

Los aspectos tratados apuntan a un hecho evidente por sí mismo: la igualdad entre sexos es un valor empresarial. La forma de alcanzar este objetivo es definir una política de igualdad de oportunidades que contempla dos estrategias principales:

1. Las mujeres y hombres de la entidad financiera deben tener igualdad de oportunidades en términos de sus funciones y tareas, así como en la promoción de sus carreras profesionales.
2. Las mujeres y hombres que trabajan en el banco deben poder reconciliar sus trabajos con sus vidas privadas y sus responsabilidades domésticas.

Esta doble estrategia es esencial si se quiere avanzar hacia una completa igualdad entre los sexos. Es evidente que existe una relación entre la esfera profesional y la privada. Desde la entidad financiera se anima a las personas contratadas a aceptar los retos laborales, pero también a asumir la responsabilidad de sus familias. La gran diferencia entre mujeres y hombres no reside en el éxito laboral, sino en la preparación para asumir las responsabilidades domésticas. Consecuentemente, la entidad financiera combina el trabajo en igualdad salarial, formación de directivos y desarrollo profesional con esfuerzos para lograr una vida equilibrada. La igualdad de género empieza en el hogar, no en el trabajo. Además, se investiga la posibilidad de poner a disposición del personal servicios domésticos como complemento. Bajo este esquema, el personal que deseara pasar más tiempo con sus familias podría contar con ayuda doméstica como parte de su salario. A este respecto, sería de agradecer la colaboración de los representantes políticos suecos, cambiando el sistema de impuestos, de forma que la gente pudiera deducir este tipo de gastos. Esto no sólo conseguiría mover las cosas en el sector servicios de Suecia, sino que además supondría un estímulo para aquellas entidades que favorecen la igualdad plena entre mujeres y hombres.

## Áreas de intervención

La política de igualdad de oportunidades se debe basar más en el conocimiento que en la opinión. Se precisa, por tanto, información relevante relacionada con las diferentes situaciones de mujeres y hombres en el mercado de trabajo y sobre lo que esto supone. Sólo entonces se podrán establecer discusiones libres de prejuicios y orientadas a lograr planes de actuación específicos y prácticos. A continuación, se citan algunas de las áreas de intervención en las que trabaja la entidad.

### Dirección y liderazgo

Es en el nivel de dirección donde se regulan las normas, y es ahí donde se establecen pautas, formales e informales. En 1992 la entidad empezó a introducir cuotas de género en los órganos ejecutivos del banco. Se introdujeron en los órganos de dirección de cien sucursales encargadas de operaciones financieras en toda Suecia. La norma establecía que cada junta local debería tener como máximo el sesenta por ciento de representación de uno u otro sexo. Lograr que se aceptara esta cuota no fue tarea fácil. La oposición procedía de un machismo extremo. En el antiguo sistema operativo del banco las fuerzas reaccionarias entraron en funcionamiento. Las cuotas propuestas fueron duramente criticadas. Se cuestionaba el hecho de que hubiera un número suficiente de mujeres



competentes, pero no se cuestionaba la competencia de los hombres. Finalmente, los defensores de las cuotas salieron victoriosos. Diez años después se observan los efectos del sistema de cuotas. Muchas mujeres han accedido a puestos de responsabilidad en los órganos ejecutivos. Además, las mujeres beneficiadas por el sistema de cuotas han logrado la experiencia y la confianza necesaria para dar un paso más y llegar a los puestos de dirección. Este hecho muestra dos cosas: que el sistema de cuotas ha tenido su impacto, y que el progreso requiere tiempo, por lo que hay que empezar cuanto antes.

#### Mainstreaming

Hace referencia a la integración del enfoque de género en todas las actividades del banco, desde una perspectiva comercial y de eficacia. Desde este enfoque se oferta asesoría y productos a las clientas en base a sus necesidades específicas de mujeres. Se inauguró un nuevo programa, "Mujer y dinero". Inicialmente, se invitó a mujeres a sesiones informativas para discutir sus necesidades y problemas económicos. En aquel entonces, muchas mujeres no estaban acostumbradas a asumir la gestión de sus salarios o pensiones. Como resultado de aquel proceso de orientación financiera, cientos de mujeres tomaron la responsabilidad personal de su seguridad y libertad financiera. También existe en Suecia un premio en el sector financiero para incentivar el trabajo a favor de la igualdad en este sector (Premio ANA)

#### Igualdad salarial

Otra área de intervención en cuanto a la igualdad de géneros en la que la entidad se encuentra activamente implicada es la diferencia salarial entre mujeres y hombres. En la medida en que estas diferencias se encuentran en el conjunto de la sociedad sueca, también se hallan en la entidad financiera. Se han establecido principios salariales orientados a la eliminación de diferencias salariales no justificadas.

- ✍ Las diferencias salariales relacionadas con el género tienen que ser identificadas antes de las revisiones salariales
- ✍ Las cuotas salariales identificadas tienen que ser corregidas con la revisión de los salarios
- ✍ Las consecuencias de las revisiones salariales tienen que ser analizadas desde la perspectiva de género.

Junto a estas medidas, relacionadas todas ellas con la revisión salarial, la entidad financiera está desarrollando un método y una estructura que mejoraría las negociaciones sobre pagos individuales entre personal directivo y personal empleado. El objetivo es evidenciar las diferencias salariales en razón de sexo. Finalmente, la entidad financiera ha iniciado un proceso de redefinición de las escalas salariales.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc.10
<b>Título</b>	"La responsabilidad social y la EFQM: aplicación en el País Vasco"
<b>Autor/a</b>	Euskalit. Fundación Vasca para la Calidad. Ponente: Mikel Ugalde. Director de Euskalit
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	Seminario responsabilidad social de las empresas Fundación Novia Salcedo. Diciembre 2002
<b>Año</b>	2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- ☞ Modelo EFQM de excelencia:
  - ☞ Conceptos fundamentales de la excelencia
  - ☞ El modelo EFQM de excelencia
  - ☞ Esquema de evaluación REDER
- ☞ Proceso para gestionar la responsabilidad social de las organizaciones
- ☞ Actividades de Euskalit

### Responsabilidad Social:

Uno de los conceptos fundamentales de la excelencia es la responsabilidad social, se considera que la mejor forma de satisfacer los intereses a largo plazo tanto de la organización como de las personas que la integran es mediante la adopción de un enfoque ético superando las expectativas y la normativa de la comunidad en su conjunto.

El modelo EFQM de excelencia consta de 9 criterios, 32 subcriterios y 200 áreas a abordar, uno de los nueve criterios, más concretamente el octavo, hace referencia a los resultados en la sociedad y se define como: *"los logros que está alcanzando la organización en la sociedad, a nivel local, nacional e internacional (según resulte pertinente)"*.

Este criterio contempla una serie de:

- ☞ Medidas de percepción, indican la percepción de la organización por parte de la sociedad y hacen referencia a temas como:
  - ☞ Las actividades de la organización como miembro responsable de la sociedad.
  - ☞ La difusión de información relevante para la comunidad
  - ☞ La política de igualdad de oportunidades
  - ☞ La incidencia en la economía local y nacional
  - ☞ La relación con las autoridades relevantes
  - ☞ El comportamiento ético



- ✍ La implicación en las comunidades donde opera
- ✍ Las actividades encaminadas a reducir y evitar las molestias y daños provocados por sus actividades
- ✍ La información sobre sus actividades para contribuir a la preservación y al mantenimiento de los recursos

✍ Indicadores de rendimiento, se trata de medidas internas que utiliza la organización para supervisar, entender, predecir y mejorar su rendimiento, así como para anticipar las percepciones de la sociedad., incluyen los citados en el apartado de medidas de percepción y además los referidos a:

- ✍ El tratamiento de los cambios en los niveles de empleo
- ✍ La cobertura en prensa
- ✍ Las relaciones con las autoridades
- ✍ Las felicitaciones y premios recibidos.

Euskalit a través de esta ponencia nos describe el proceso para gestionar la responsabilidad social de las organizaciones mediante la identificación de los siguientes pasos o acciones:

1. Concreción del término "responsabilidad social", mediante la definición del ámbito de actuación, los colectivos que se van a tener en cuenta y los aspectos a considerar.
2. Identificación de necesidades y expectativas
3. Integración de las necesidades y expectativas identificadas con las de los grupos de interés de la organización (accionistas, clientes, personas en plantilla, proveedores,...)
4. Formulación del planteamiento estratégico del impacto de la organización en la sociedad definiendo los objetivos a largo plazo (misión, visión, valores, plan estratégico,...)
5. Despliegue de planes de acción en el medio y corto plazo.
6. Medición de los resultados que se están obteniendo y revisión y ajuste de la eficacia de todos los pasos dados.

### **Igualdad de Oportunidades:**

En esta ponencia no se aborda de forma explícita el ámbito de la Igualdad de Oportunidades pero si se contempla, tal y como se puede comprobar en el epígrafe anterior, como uno de los criterios a tener en cuenta a la hora de medir la percepción de la organización por parte de la sociedad si la organización cuenta con política de igualdad de oportunidades.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc.11
<b>Título</b>	"Conclusiones sobre la Jornada de Responsabilidad Social"
<b>Autor/a</b>	Fundación Novia Salcedo
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	Seminario responsabilidad social de las empresas Fundación Novia Salcedo. Diciembre 2002
<b>Año</b>	2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Novia Salcedo. Jornadas sobre responsabilidad social. <a href="http://www.noviasalcedo.es">www.noviasalcedo.es</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

Se presenta un resumen de la situación Europea sobre los diferentes hitos tratados en la Jornada, así como de las conclusiones más relevantes:

- ✍✍ El Libro Verde
- ✍✍ La responsabilidad social
- ✍✍ Foro multilateral sobre responsabilidad social
- ✍✍ Equipo de trabajo de responsabilidad social local y europeo
- ✍✍ Conclusiones generales

### Descripción general del documento:

Se trata de un documento que recoge las principales conclusiones de la Jornada Europea sobre Responsabilidad Social que organizó la Fundación Novia Salcedo el 13 de diciembre de 2002.

### Responsabilidad Social:

La responsabilidad social debe entenderse como un compromiso que vaya más allá de lo legal, de manera que la responsabilidad social:

- ✍✍ es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y medioambientales en sus actividades comerciales.
- ✍✍ la principal función de las empresas es crear valor con su producción, responder a la demanda de la sociedad en general y generar beneficios para sus propietarios y accionistas.
- ✍✍ sin embargo las presiones sociales ayudan a cambiar los valores. Hoy en día el empresariado está cada vez más convencido de que el éxito del negocio y los beneficios duraderos no se obtienen únicamente con una maximización de los beneficios sino con un comportamiento orientado para el mercado pero responsable.



En este sentido son cada vez más las empresas que adoptan una cultura de responsabilidad social y sus principales características son:

- ✎✎ La RSE consiste en un comportamiento que adoptan las empresas voluntariamente más allá de sus obligaciones jurídicas.
- ✎✎ La RSE está íntimamente vinculada al concepto de desarrollo sostenible y por tanto las empresas deben integrar en sus operaciones las consecuencias económicas, sociales y medioambientales.
- ✎✎ La RSE no se añade optativamente a las actividades de la empresa sino que afectan a su propia gestión.

Aun existiendo una larga tradición e iniciativas responsables en Europa este concepto es un concepto nuevo que permite gestionar la responsabilidad social estratégicamente.

En las respuestas de los diferentes agentes al Libro Verde existen diferentes posiciones respecto a la RSE:

- ✎✎ *Empresas*: subrayan la naturaleza voluntaria de la RSE., su integración en el contexto de desarrollo sostenible y la necesidad de definir su contenido a escala global; no hay soluciones únicas y universales.
- ✎✎ *Sindicatos y organizaciones de la sociedad civil*: las iniciativas voluntarias no son suficientes y propugnan desarrollar un marco reglamentario con normas mínimas que garantice unas reglas de juego equitativas.
- ✎✎ *Inversores*: necesidad de divulgar la información y transparencia de las prácticas empresariales
- ✎✎ *Organizaciones de consumidores*: información exhaustiva y fiable sobre condiciones éticas, sociales y ecológicas de producción y comercialización de bienes y servicios que les oriente en su decisión de compra.
- ✎✎ El enfoque señalado por la *Comisión Europea* sobre la responsabilidad social de las empresas: servirá para desarrollar el concepto y como complemento para las medidas existentes a nivel local y nacional fomentando un elevado nivel de cohesión social y protección del medio ambiente.
- ✎✎ *El Comité Económico y Social*: subraya que los principios suscritos deben servir como marco de referencia para posteriores iniciativas europeas destinadas a apoyar los esfuerzos de las empresas en el ámbito de responsabilidad social.
- ✎✎ *El Comité de las Regiones*: considera que las acciones a nivel europeo proporcionarán un marco que permita aumentar la sensibilización promoviendo principios responsables y ayudar a las empresas y autoridades públicas a que integren dichos principios.
- ✎✎ *El Parlamento Europeo*: propone integrar el concepto de RSE en todos los ámbitos de competencia de la UE en particular en la financiación de medidas sociales y regionales

### **Foro multilateral sobre responsabilidad social: European Multistakeholder Forum. CSR-EMF**

Se trata de un foro de debate europeo que se establece en julio de 2002 con el fin de promover la transparencia, convergencia e innovación a través de prácticas e instrumentos mejorando el conocimiento sobre la relación entre CSR y desarrollo sostenible y explorando la implantación de guías comunes y principios para el CSR.

#### Funcionamiento del Foro:

Anualmente se celebrarán dos reuniones plenarias a nivel político donde se adoptarán orientaciones generales, normas de procedimiento y el programa de trabajo. También se



organizarán mesas redondas temáticas cuyo objetivo será la ejecución del programa de trabajo donde participaran todas aquellas partes interesadas invitándose también a países en vías de desarrollo.

#### Agenda del Foro:

La Comisión Europea invita al Foro Multilateral Europeo sobre CRS a que en la medida de lo posible examine y apruebe para mediados de 2004 orientaciones y guías sobre los siguientes temas:

- ✂✂ Relación entre CSR y competitividad (argumento comercial)
- ✂✂ Contribución de la CSR al desarrollo sostenible, en particular en los países en desarrollo
- ✂✂ Contribución de la CSR a la igualdad entre hombres y mujeres.
- ✂✂ Aspectos específicos de las PYME (herramientas, programas de formación,...)
- ✂✂ Eficacia y credibilidad de los códigos de conductas
- ✂✂ Desarrollo de orientaciones y criterios comunes para medir, informar y validar las prácticas de CSR
- ✂✂ Definición de los principios comúnmente consensuados para sistemas de etiquetado
- ✂✂ Divulgación de las políticas sobre CSR

Tanto la agenda como los resultados serán expuestos en la página web del foro:  
[http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/soc-dial/csr/csr\\_index.htm](http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm)

#### Objetivo

El objetivo de este foro es promover la adopción de la responsabilidad social entre las empresas, instituciones, representantes del empresariado, trabajadoras y trabajadores, consumidores y consumidoras y sociedad civil a través de las siguientes acciones:

- ✂✂ Intercambio de prácticas
- ✂✂ Estimulación del diálogo y establecimiento de un consenso en torno a los elementos tractores de la responsabilidad social
- ✂✂ Difusión de los avances realizados en nuestra sociedad
- ✂✂ Participación en redes europeas, nacionales y locales de trabajo y promoción del concepto

#### **Equipo de trabajo de Responsabilidad Social Local y Europeo**

##### ✂✂ Nivel Local

- ✂✂ Plan de trabajo 2002-2003
  - ✂✂ Desarrollo de una Jornada Europea de Responsabilidad Social en Bilbao
  - ✂✂ Diseño y elaboración de un estudio sobre la PYME vasca y la responsabilidad social y medioambiental
- ✂✂ Resultados esperados
  - ✂✂ Inicio de una red local de empresas comprometida con la responsabilidad social
  - ✂✂ Diagnóstico de las PYMEs vascas en cuanto a su compromiso hacia la responsabilidad Social y establecimiento de un plan de promoción

##### ✂✂ Nivel Europeo

- ✂✂ Plan de Trabajo 2002-2003



- Organización de un Comité de Trabajo Interregional para el diseño de un Manual Europeo sobre la aplicación de la responsabilidad social en la gestión de políticas de empleo y promoción económica local
- Resultados esperados
  - Diseño del Manual de Aplicación de la responsabilidad social CSR-Vaderegio, pilotado en cuatro regiones europeas: Escocia, País Vasco, Sicilia y Flandes que pretende ofrecer a los gobiernos locales una guía de aplicación del concepto de responsabilidad social
  - Jornada Europea, Bruselas Junio 2003 en la que se difundirá el CSR-Vaderegio

## Conclusiones generales

La Fundación Novia Salcedo recoge las conclusiones generales de las jornadas referentes a:

### • La administración

- Facilitar el conocimiento y la aplicación de las prácticas socialmente responsables
- Estudiar la posibilidad de trato fiscalmente favorable para las aportaciones a actividades responsables
- Las políticas institucionales pueden favorecer la responsabilidad social a través de:
  - Premios y subvenciones a las mejores prácticas de empresas
  - Establecimiento de la transparencia en las condiciones reguladoras del mercado
  - Exigiendo como contratador o contratadora buenas prácticas de responsabilidad social a sus proveedores
  - Promoción de la integración de la responsabilidad social en las diversas políticas como elemento transversal de las mismas
  - Aplicación a nivel interno de los criterios de responsabilidad social
- Promover la plataforma de empresas de buenas prácticas en responsabilidad social que se integren en la red europea
- La Comisión Europea promueve que los actores, empresas, proveedores, asociaciones de consumidores, sindicatos, inversores y ONG autorregulen su colaboración en la responsabilidad social.

### • Los gestores de empresas

- Mejorar los resultados en la sociedad de las empresas que se evalúan a través de la metodología EFQM.
- Las empresas senior, a la luz de la nueva definición de la responsabilidad social pueden reformular sus aportaciones en un nuevo compromiso ético.
- La responsabilidad social va más allá del cumplimiento de una normativa vigente y además la complementa.
- La responsabilidad social en las PYME se debe concretar también en una mejor gestión interna de producción, de clientes y de los trabajadores.
- Adaptar el concepto de la responsabilidad social a las PYME más con carácter estratégico que filantrópico de mecenazgo.

### • Las herramientas

- Aplicar la herramienta SME-KEY Tool o similares para el autodiagnóstico de la responsabilidad social.



- ☞ Desde la óptica EFQM, la responsabilidad social debe definir el ámbito, la integración con otros grupos de interés, una estrategia, un objetivo a largo plazo, un despliegue con planes, recursos y una medición de resultados.
- ☞ La aplicación de herramientas (S.A. 8000; PNE 165010; SGE21; el triple informe económico, social y medioambiental; las etiquetas sociales, etc. pueden facilitar la medición de la responsabilidad social).

#### ☞☞ Las PYME

- ☞ Las PYME realizan donaciones puntuales en apoyo cultural y deportivo en el ámbito local por razones éticas pero necesitan integrar estas actividades en su estrategia.
- ☞ La globalización de las cadenas de suministros y la internacionalización de las PYME, les lleva a ampliar su compromiso social en la esfera internacional.
- ☞ Los empresarios locales quieren pasar de una estrategia defensiva ante un posible traspaso de la responsabilidad social del bienestar, a una posición de coliderar la implantación de la responsabilidad social tomando un papel activo en las tres dimensiones: económica, medioambiental y social.
- ☞ Participación en la Comunidad, Medioambiente y Participación en el empleo son las dimensiones de la responsabilidad social en las PYME.
- ☞ Las empresas PYME valoran los consensos, los premios y los compromisos como programas de responsabilidad social, más que las normativas impuestas.
- ☞ Las pequeñas empresas pueden ensayar fórmulas agrupadas para desarrollar la responsabilidad social.
- ☞ La voluntariedad de la responsabilidad social viene de la exigencia de una fuerza social creciente. Hay un movimiento positivo del mercado. La normativa no es la mejor manera de conseguir el compromiso. Debe cumplirse la normativa vigente y además desarrollar un compromiso socialmente responsable.

#### **Igualdad de Oportunidades:**

La Comisión Europea invita al Foro Multilateral Europeo sobre Responsabilidad Social a examinar orientaciones y guías sobre igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 12
<b>Título</b>	"Análisis de la situación de las mujeres y la igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo"
<b>Autor/a</b>	Gerhard Engelbrech. Instituto de Investigación Laboral del servicio Federal de Empleo. Miembro fundador de "Total E-Quality" (Igualdad y Calidad Total). Alemania
<b>País</b>	Alemania
<b>Contexto</b>	Jornadas "La igualdad, instrumento rentable en las organizaciones". Diputación Foral de Bizkaia.
<b>Año</b>	30 de mayo de 2002
<b>Referencia búsqueda</b>	Jornadas "La igualdad, instrumento rentable en las organizaciones". Diputación Foral de Bizkaia.

## Contenidos

### Relación de temas:

- ✍ Introducción
- ✍ Situación del empleo para hombres y mujeres
- ✍ Perspectivas del mercado laboral para hombres y mujeres hasta el año 2010
  - ✍ Evolución cuantitativa global previsible para hombres y mujeres
  - ✍ Consecuencias para la empresa
- ✍ Motivos para fomentar la igualdad de oportunidades en la empresa
  - ✍ Motivos internos y objetivos de una política de igualdad de oportunidades dentro de la empresa
  - ✍ Motivos externos y objetivos de la política de igualdad de oportunidades
- ✍ Costes y benéficos: experiencias de diversas empresas
  - ✍ Repercusiones internas
    - ✍ Tener en consideración las particularidades individuales de cada sexo permite utilizar los potenciales de forma óptima
    - ✍ Optimizando el aprovechamiento del potencial mediante la modificación de algunas condiciones organizativas específicas de ambos sexos
  - ✍ Repercusiones externas
    - ✍ Aprovechamiento de potenciales suplementarios de fuerza de trabajo femenina
    - ✍ Explotación de nuevos mercados a través de una mayor orientación hacia la clientela femenina
- ✍ Sobre el otorgamiento de la distinción Total E-Quality

### Descripción general del documento:

Se trata de una ponencia que fue presentada durante las jornadas "La igualdad, instrumento rentable en las organizaciones" organizadas por la Diputación Foral de Bizkaia



## **Responsabilidad Social e Igualdad de Oportunidades:**

La igualdad de oportunidades entre hombre y mujeres no es solamente cuestión de justicia, sino que en el futuro se convertirá en factor decisivo del éxito empresarial en un entorno de competencia globalizado.

### **Motivos para fomentar la igualdad de oportunidades en la empresa**

Engelbrech presenta una serie de resultados basados en encuestas llevadas a cabo en 50 empresas alemanas donde se está desarrollando una política de personal ejemplar, y que por ello han sido galardonadas con la distinción Total E-Quality.

Los motivos que estas empresas encuentran para llevar a cabo una política de personal orientada hacia la igualdad de oportunidades dependen de expectativas internas y externas y podrían dividirse en cuatro grandes categorías:

- ☞ Inclusión de las capacidades profesionales de las mujeres en la política de desarrollo de personal y mejor aprovechamiento de los recursos humanos
- ☞ Mejora del clima empresarial con el fin de aumentar la productividad
- ☞ Mejora de la imagen pública de la empresa
- ☞ Compromiso personal de la dirección y la administración

### Motivos internos y objetivos de una política de igualdad de oportunidades dentro de la empresa

La mayor parte de las personas entrevistadas de ambos sexos resalta el efecto positivo de las medidas favorecedoras de la igualdad de oportunidades a nivel interno como uno de los motivos más importantes. El objetivo preferencial de las actividades es integrar a la mujer en la política de desarrollo de personal de la empresa. Para ello se parte del grado de cualificación profesional cada vez más alto con el que las mujeres jóvenes entran en el mercado de trabajo.

Las nuevas generaciones de mujeres se plantean trabajar de por vida, y esto hace patente la noción de que una inversión en el desarrollo de personal de la empresa respecto a aquellas sea rentable.

### Motivos externos y objetivos de la política de igualdad de oportunidades

*Las empresas también esperan que sus actividades internas surtan efecto de cara al exterior. La satisfacción en el trabajo y la identificación de los empleados y empleadas con la empresa transmiten un alto grado de estima y actitudes positivas dentro del ámbito del personal. Las empresas encuestadas consideran importante que aspirantes y nuevos empleados y empleadas perciban una imagen mejorada de la empresa. Al efecto de optimizar el procedimiento de selección de personal quienes obtuvieron la nominación Total E-Quality exhiben su logo en sus ofertas publicitarias de empleo.*

### **Costes y beneficios: experiencias en diversas empresas**

*No se constata en ninguna de las empresas investigadas ningún incremento significativo en cuanto a los costes directos o indirectos de la introducción de políticas de personal orientadas a favorecer la igualdad de oportunidades.*



En general las empresas están de acuerdo en que sus actividades en este sentido no vulneran la rentabilidad, aún cuando resulte difícil evaluar una repercusión de las mismas.

Las repercusiones de la política de personal, sobre todo en el sector terciario, son perceptibles en casos concretos, siendo menos visibles, y difíciles de medir en las empresas de la rama industrial.

### Repercusiones internas

Todas las personas entrevistadas están de acuerdo en que las actividades en pro de la igualdad de oportunidades producen una mejora del clima empresarial.

Una política de personal orientada a la igualdad de oportunidades ejerce a su vez efectos en el comportamiento cooperativo de las y los empleados así como de cara a la colaboración entre hombres y mujeres dentro de la plantilla.

☞ Tener en consideración las particularidades individuales de cada sexo permite utilizar los potenciales de forma óptima

Las empresas consideran que una mejor compatibilización del trabajo y la vida familiar no solamente es ventajosa para las empleadas, sino también para la propia empresa.

El esfuerzo organizativo adicional para conseguir horarios de trabajo orientados en mayor medida a las posibilidades individuales, es considerado como parte de los propios esfuerzos por implantar mayor flexibilidad en la empresa. Un trabajo más intenso y un mayor grado de compromiso compensan sobradamente los costes.

Algunas de las acciones que resultan en este ámbito son:

☞ *Mejor desempeño del personal a través de horarios y destinos flexibles.* Los horarios flexibles y orientados a las posibilidades de las empleadas aumentan la intensidad del trabajo, la motivación y también la satisfacción laboral. Entre las ventajas obtenidas por la empresa a partir de una regulación más flexible de los horarios de trabajos se mencionan:

- ☞ Mayor identificación con la empresa y sus objetivos
- ☞ Reducción de las ausencias por motivos familiares
- ☞ Las mujeres con hijos e hijas trabajan con mayor concentración y sin tanto estrés
- ☞ Consecución de un mayor potencial de fuerza de trabajo femenina
- ☞ Desempeño del personal más efectivo y satisfactorio para la clientela
- ☞ Reducción de la fluctuación de las empleadas y conservación de las trabajadoras cualificadas

☞ *Conservación de capacitaciones a través de una reducción de las ausencias del trabajo por motivos familiares.* Toda ayuda de la empresa para el cuidado de los hijos e hijas, bien mediante jardines de infancia o canguros, contribuirá a reducir los periodos de interrupción evitando las pérdidas de capacitación personal. Las empresas galardonadas han mencionado las siguientes repercusiones positivas de las actividades en pro del acortamiento de los periodos de interrupción:

- ☞ Horario de trabajo flexible y más corto mientras los hijos e hijas son pequeñas
- ☞ Uso de personal sustituto durante el tiempo que la empleada cuida de sus hijos e hijas



☞ Cuando la interrupción laboral es corta la identificación de la empleada con la empresa es más fácil.

☞ *La empresa ha de mantener el contacto durante las ausencias laborales prolongadas por razones familiares.* Las empresas ofrecen una serie de medidas que van más allá de las regulaciones legales de los permisos por maternidad, incluyendo posibilidades para mantener la capacitación profesional durante o después del periodo de interrupción. Las empresas galardonadas confiaban en obtener las siguientes ventajas una vez que las empleadas regresaban al trabajo tras el periodo de interrupción prolongado:

- ☞ Regreso a la vida laboral con un alto grado de motivación y compromiso, favoreciendo la integración en la empresa
- ☞ Tras un largo periodo de ausencia laboral las dificultades para compatibilizar trabajo y vida familiar suelen quedar atrás.
- ☞ Las mujeres en etapa familiar pueden ser consideradas como reserva potencial de capacidad, que ayudará a reducir costes

☞ Optimizando el aprovechamiento del potencial mediante la modificación de algunas condiciones organizativas específicas de ambos sexos.

Siguen existiendo algunos impedimentos directos o indirectos que impiden la participación de la mujer en el ámbito laboral en igualdad de condiciones, y con ello un aprovechamiento óptimo de los recursos humanos femeninos. Para superar dichos obstáculos la mayoría de las empresas galardonadas han tomado medidas que permitan instituir una igualdad efectiva en la selección de personal. Se notaron efectos beneficiosos en:

- ☞ *Mayor eficacia en la planificación del personal mediante análisis específicos según sexos*
- ☞ *Un mejor aprovechamiento del potencial del trabajo femenino.* Se puede conseguir una mayor oferta de personal de trabajadores y trabajadoras especializadas mediante un procedimiento modificado de selección de personal. Revisando, objetivizando y reorientando criterios de selección hechos a medida de un currículo masculino.
- ☞ *Realización eficaz de los objetivos de la empresa.* El cumplimiento sostenido de los objetivos de la empresa, en lo referente a su política de personal, y la superación de potenciales de fricción dentro de la empresa eran plenamente alcanzables toda vez que:
  - ☞ La política de personal orientada a la igualdad de oportunidades que lleva a cabo la dirección sea asumida de una forma activa y se consiga comprometer con ella a los niveles subordinados
  - ☞ Las actividades de política de personal queden institucionalizadas mediante convenios o directrices de empresa
  - ☞ Se establezca un equipo de responsables en este sentido
- ☞ *Desarrollo eficiente del trabajo en todos los ámbitos de la empresa.* Las mujeres pueden ser asignadas de forma flexible a diversos ámbitos de actividad, mientras que los hombres, independientemente de los nuevos requisitos de su trabajo dentro de la empresa, tenderán a continuar afirmando sus roles tradicionales masculinos.

Las empresas encuestadas resaltan el carácter complementario de las diversas competencias y capacidades de hombres y mujeres. El éxito del trabajo desempeñado por equipos mixtos es más notable, en función de los diversos antecedentes profesionales de hombres y mujeres



### Repercusiones externas

*Tanto las empleadas como las consumidoras son cada vez más críticas, incluyendo también aspectos de cultura y ética empresarial en la búsqueda de empleo y en sus decisiones de compra.*

Junto a los productos y a los servicios, la imagen pública de la empresa como agente económico progresista y socialmente responsable va siendo cada vez más uno de los objetivos fundamentales.

- ☞ Aprovechamiento de potenciales suplementarios de fuerza de trabajo femenina. Las empresas consideran que el éxito de su imagen externa queda plasmado en los efectos siguientes:
  - ☞ Atracción de reemplazos femeninos
  - ☞ Aumento del atractivo de la empresa ante candidatas cualificadas
  - ☞ Atracción de fuerza laboral ausente incluso entre los grupos de mujeres que han estado dedicándose a cuidar de hijas e hijos pequeños
- ☞ Explotación de nuevos mercados a través de una mayor orientación hacia la clientela femenina
  - ☞ *Mayor atractivo de la empresa frente a sus potenciales clientelas.* El mayor compromiso de las empleadas y un buen clima empresarial también repercute positivamente en el contacto con la clientela y socios colaboradores de ambos sexos. Las repercusiones internas de una política de personal ejemplar se trasladan de esta forma hacia el exterior
  - ☞ *Mejores ofertas dirigidas a grupos específicos.* La imagen externa adquiere cada vez una importancia mayor a la hora de convencer a la clientela femenina. Las mujeres pueden aportar la perspectiva femenina que permite reconocer las preferencias de las potenciales clientas, apelando así mejor a sus intereses y captando su demanda.
  - ☞ *Competitividad en la adjudicación de contratos del sector público.* Las actividades intraempresariales a favor de la igualdad de oportunidades unidas a una oferta asequible, suman puntos a la hora de efectuarse la adjudicación de los pedidos y/o ayudas públicas, mejorando la competitividad en este sentido. Condición indispensable para ello es que la política de personal orientada hacia la igualdad de oportunidades sea presentada de cara al exterior de una forma honesta y solvente.

### **Sobre el otorgamiento de la distinción Total E-Quality**

La entidad Total E-Quality Alemania se fundó con el propósito de apoyar a aquellas empresas que en sus políticas de personal se distinguen de modo ejemplar por la implementación de medidas en pro de la igualdad de oportunidades. Las primeras menciones se concedieron en el año 1997.

La asociación Total E-Quality Alemania está compuesta por representantes de ambos sexos de la empresa privada, los agentes sociales, los ministerios competentes y las instituciones científicas. Las empresas pueden solicitar esta mención voluntariamente, debiendo cumplir una lista de requisitos que será examinada por un jurado independiente.



El propósito de esta distinción consiste en incrementar la reputación de las empresas progresistas y comprometidas dentro del contexto político y social.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Doc. 13
<b>Título</b>	"La igualdad como elemento de calidad y rentabilidad en las organizaciones"
<b>Autor/a</b>	Oriol Homs i Ferret. Director de la Fundació Centre d'Iniciatives i Recerques Europees a la Mediterrània (CIREM). Barcelona
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	<u>Jornadas</u> "La igualdad, instrumento rentable en las organizaciones". Diputación Foral de Bizkaia.
<b>Año</b>	30 de mayo de 2002
<b>Referencia búsqueda</b>	<u>Jornadas</u> "La igualdad, instrumento rentable en las organizaciones". Diputación Foral de Bizkaia.

## Contenidos

### Relación de temas:

 Razones por las cuales la igualdad es un elemento rentable para las organizaciones

### Descripción general del documento:

Se trata de una ponencia que fue presentada durante las jornadas "La igualdad, instrumento rentable en las organizaciones" organizadas por la Diputación Foral de Bizkaia.

### Responsabilidad Social e Igualdad de Oportunidades:

La empresa es una organización dedicada al beneficio a obtener rentabilidad económica que se ubica dentro de una sociedad y forma parte de ella, por lo tanto es una institución de la sociedad y como tal debe tener responsabilidades, derechos y obligaciones que le permitan identificarse como miembro de esa sociedad.

Esta conciencia de pertenencia a una sociedad ya sea regional, nacional, estatal o mundial, requiere de unos comportamientos por parte de la empresa si quiere seguir existiendo.

A medida que las sociedades cambian lo hacen también la cultura y la mentalidad. Hay grandes cambios culturales que influyen en las empresas, porque están formadas por personas que tienen una vida, una relación social externa a la empresa.

En este sentido, si la sociedad está avanzando hacia una mayor relación de igualdad ente mujeres y hombres y hacia una mayor participación de las personas, la empresa no puede mantenerse al margen de estos cambios.

La responsabilidad social de la empresa, la gestión del conocimiento y la calidad son el marco en el que hay que plantear la cuestión de la igualdad de género en las empresas.



Para la gestión de los recursos humanos en la empresa, el gran reto es conseguir que las personas desarrollen al máximo sus potencialidades. No se puede pensar en desarrollar el aspecto productivo de las personas, obviando que tiene otras dimensiones, cuando esto se obvia es cuando no funciona y entonces disminuye su productividad. Desde este punto de vista la responsabilidad de la dirección de recursos humanos sería conseguir tratar de forma global, a la persona que está empleada, con sus problemas, inquietudes, esperanzas y deseos, porque de esta manera su dimensión productiva mejorará.

En este contexto de preocupación de una dirección de recursos humanos es desde donde hay que plantear el aspecto de género y es necesario plantearlo porque no aparece como problemático en las organizaciones.

Las cuestiones de género no se ven como un problema. Este es uno de los motivos que está dificultando el avance de la aplicación de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el interior de las empresas: a primera vista no aparece como problemático.

A través de los problemas que van apareciendo en la gestión de los recursos humanos se puede demostrar porque la cuestión de género es un problema oculto y que la resolución de este problema va a ayudar avanzar en una mayor calidad, en una mayor responsabilidad de la empresa en su entorno y en una mejor gestión del conocimiento.

### **Razones por las cuales la igualdad es un elemento rentable para las organizaciones**

*✍* La escasez de mano de obra en algunos sectores como el textil, el comercio y la hostelería.

*✍* La gestión del conocimiento y de la complejidad en las organizaciones. El nivel educativo, el nivel de cualificación, el nivel de competencia de la organización, ya no puede estar concentrado en la Dirección, sino que requiere que toda la organización funcione perfectamente y la aportación de todos los individuos sea excelente. Este aspecto obliga a buscar fórmulas que permitan utilizar al máximo esas capacidades y potencialidades, y se están perdiendo esas potencialidades si no se sabe tratar correctamente a una parte de las mismas que es lo que aporta el género femenino.

No se distinguen géneros en la empresa. En los análisis de recursos humanos, se habla de personas y no se hacen distinciones entre hombres y mujeres y estas distinciones deben hacerse porque los dos géneros no son iguales y por lo tanto es un error plantear una política asexual y sin género en las empresas.

Las mujeres no han culturizado, durante todos los años lo que han hecho los hombres, cómo hay que comportarse en una empresa, que requiere estar en una relación competitiva. Las mujeres, como género, no lo han interiorizado culturalmente. Por lo tanto cuando se incorporan a las empresas, traen otras formas de concebir y de hacer las cosas.

Hacer un correcto diagnóstico de la problemática de género en la organización ayudaría mucho a encontrar soluciones que coincidan con los retos generales de la dirección de recursos humanos de una empresa.

*✍* Una organización es un conjunto inteligente de procesos de adaptación a un entorno en el que la capacidad de acumular el conocimiento es el aspecto clave. Esto se



denomina gestión del conocimiento. Si el personal de una organización no se identifica con su trabajo, ni con la empresa, no hay gestión del conocimiento. El conocimiento se encuentra dentro de las personas y para que circule es necesario sacarlo.

Desde el punto de vista de la gestión del conocimiento en las organizaciones, es importante conseguir un clima de colaboración y de identificación de las personas con la empresa. Que las personas se sientan cómodas, dispuestas e interesadas en aportar su conocimiento. Esto se puede hacer trabajando los aspectos de género.

Estas son algunas reflexiones acerca de la rentabilidad de la igualdad en las organizaciones. Hay que tener en cuenta que demostrar la rentabilidad directa de una política de recursos humanos es muy complicado. Pero si se piensa bien, a las políticas de calidad tampoco se les pide que demuestren cada inversión que se hace al respecto ni cuantas impactan en la cuenta de resultados. Que tampoco se les exija a las políticas de género directamente, como condición para implantarlas.



## LEYES Y NORMAS DE CALIDAD



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Leg.1
<b>Título</b>	"Real Decreto 765/1995, de 5 de mayo, por el que se regulan determinadas cuestiones del régimen de incentivos fiscales a la participación en actividades de interés general, previsto en la Ley 30/1994, de 24 de noviembre, de fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de Interés General"
<b>País</b>	España
<b>Año</b>	5 de mayo de 1995

## Contenidos

### Contenidos del Decreto:

- ✍ ✍ CAPÍTULO I. Procedimientos para el disfrute de los beneficios fiscales aplicables a las entidades sin fines lucrativos
  - ✍ ✍ Artículo 1. Acreditación de participaciones mayoritarias en sociedades mercantiles
  - ✍ ✍ Artículo 2. Acreditación ante la Administración tributaria para el disfrute de los beneficios fiscales
  - ✍ ✍ Artículo 3. Explotaciones económicas exentas del Impuesto sobre Sociedades
  - ✍ ✍ Artículo 4. Acreditación para el disfrute de los beneficios fiscales en los tributos locales
- ✍ ✍ CAPÍTULO II. Procedimiento para la deducción de los gastos realizados en actividades en interés general
  - ✍ ✍ Artículo 5. Gastos en actividades y acontecimientos de interés general
  - ✍ ✍ Artículo 6. Gastos en actividades de fomento y desarrollo de algunas artes
  - ✍ ✍ Artículo 7. Requisitos comunes a los gastos contemplados en los artículos 5 y 6.1.
- ✍ ✍ CAPÍTULO III. Actividades y programas prioritarios de mecenazgo
  - ✍ ✍ Artículo 8. Obligación de informar sobre la ejecución de las actividades y programas prioritarios de mecenazgo
- ✍ ✍ DISPOSICIONES ADICIONALES
- ✍ ✍ DISPOSICIONES TRANSITORIAS

### Responsabilidad Social:

La ley 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones y de incentivos fiscales a la participación privada en actividades de interés general, estableció un marco de beneficios fiscales tendentes a estimular la participación de la iniciativa privada en actividades de interés general.



## **Procedimiento para la deducción de los gastos realizados en actividades de interés general**

### Gastos en actividades y acontecimientos de interés general

Tendrán la consideración de partida deducible las cantidades empleadas por las empresas en la realización de actividades u organización de acontecimientos públicos, de tipo:

- ~~///~~ asistencial
- ~~///~~ educativo
- ~~///~~ cultural
- ~~///~~ científico
- ~~///~~ de investigación
- ~~///~~ deportivo
- ~~///~~ de promoción del voluntariado social o
- ~~///~~ cualquier otro de interés general de naturaleza análoga.

Para que proceda la deducción de tales cantidades las entidades o personas interesadas deberán comunicar por escrito a la delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, la realización de dichas actividades o acontecimientos, el carácter asistencial, educativo, cultural, científico, de investigación, deportivo, de promoción del voluntariado social o cualquier otro de interés general de naturaleza análoga de los mismos, el importe del gasto, así como una memoria en la que se describa y justifique la contribución a los fines del artículo.

### Gastos en actividades de fomento y desarrollo de algunas artes

Tendrán la consideración de partida deducible las cantidades empleadas por las empresas en la realización de actividades de:

- ~~///~~ fomento y desarrollo del cine,
- ~~///~~ fomento y desarrollo del teatro,
- ~~///~~ fomento y desarrollo de la música
- ~~///~~ fomento y desarrollo de la danza
- ~~///~~ la edición de libros,
- ~~///~~ la edición de vídeos y
- ~~///~~ la edición de fonogramas.

Para que proceda la deducción de tales cantidades las entidades o personas interesadas deberán comunicar por escrito a la delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, la realización de dichas actividades, el importe del gasto, así como una memoria en la que se describa y justifique la efectiva contribución al fomento y desarrollo del cine, teatro, música y danza, la edición de libros, vídeos y fonogramas.

## **Igualdad de Oportunidades:**

El decreto a la hora de definir los ámbitos en los que se enmarcan las actividades de interés general no tiene en cuenta la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. De la misma forma, resulta difícil enmarcar la igualdad de oportunidades en cualquiera de los que se mencionan.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Leg.2
<b>Título</b>	"Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo"
<b>País</b>	España
<b>Año</b>	23 de diciembre de 2002
<b>Referencia búsqueda</b>	BOE núm. 307. Martes 24 de diciembre de 2000

### CONTENIDOS

#### Contenidos de la Ley:

- ✍ ✍ TÍTULO I. Objeto y ámbito de aplicación
- ✍ ✍ TÍTULO II. Régimen fiscal especial de las entidades sin fines lucrativos
  - ✍ ✍ CAPÍTULO I. Normas generales
    - ✍ ✍ Artículo 2. Entidades sin fines lucrativos
    - ✍ ✍ Artículo 3. Requisitos de las entidades sin fines lucrativos
    - ✍ ✍ Artículo 4. Domicilio fiscal
  - ✍ ✍ CAPÍTULO II. Impuesto sobre sociedades
    - ✍ ✍ Artículo 5. Normativa aplicable
    - ✍ ✍ Artículo 6. Rentas exentas
    - ✍ ✍ Artículo 7. Explotaciones económicas exentas
    - ✍ ✍ Artículo 8. Determinación de la base imponible
    - ✍ ✍ Artículo 9. Normas de valoración
    - ✍ ✍ Artículo 10. Tipo de gravamen
    - ✍ ✍ Artículo 11. Obligaciones contables
    - ✍ ✍ Artículo 12. Rentas no sujetas a retención
    - ✍ ✍ Artículo 13. Obligación de declarar
    - ✍ ✍ Artículo 14. Aplicación del régimen fiscal especial
  - ✍ ✍ CAPÍTULO III. Tributos locales
    - ✍ ✍ Artículo 15. Tributos locales
- ✍ ✍ TÍTULO III. Incentivos fiscales al mecenazgo
  - ✍ ✍ CAPÍTULO I. Entidades beneficiarias
    - ✍ ✍ Artículo 16. Entidades beneficiarias del mecenazgo
  - ✍ ✍ CAPÍTULO II. Régimen fiscal de las donaciones y aportaciones
    - ✍ ✍ Artículo 17. Donativos, donaciones y aportaciones deducibles
    - ✍ ✍ Artículo 18. Base de las deducciones por donativos, donaciones y aportaciones
    - ✍ ✍ Artículo 19. Dedución de la cuota del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas
    - ✍ ✍ Artículo 20. Dedución de la cuota del Impuesto sobre Sociedades
    - ✍ ✍ Artículo 21. Dedución de la cuota del Impuesto sobre la renta de no residentes
    - ✍ ✍ Artículo 22. Actividades prioritarias de mecenazgo



- ✍ Artículo 23. Exención de las rentas derivadas de donativos, donaciones y aportaciones.
- ✍ Artículo 24. Justificación de los donativos, donaciones y aportaciones deducibles.
- ✍ ✍ CAPÍTULO III. Régimen fiscal de otras formas de mecenazgo
  - ✍ Artículo 25. Convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general
  - ✍ Artículo 26. Gastos en actividades de interés general
  - ✍ Artículo 27. Programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público

### **Responsabilidad Social:**

El marco normativo fiscal diseñado en el Título II de la Ley 30/1994 ha quedado desfasado, siendo necesario un nuevo régimen fiscal para las entidades sin fines lucrativos y para regular la participación privada en actividades de interés general.

### **TÍTULO III. Incentivos fiscales al mecenazgo**

El Título III, dedicado a la regulación de los incentivos fiscales al mecenazgo, comienza estableciendo las **entidades** que pueden ser **beneficiarias** de esta colaboración:

- ✍ ✍ Entidades sin fines lucrativos
- ✍ ✍ El Estado, Las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, así como los Organismos Autónomos del Estado y las entidades autónomas de carácter análogo de las Comunidades Autónomas y de las Entidades Locales
- ✍ ✍ Las universidades públicas y los colegios mayores adscritos a las mismas
- ✍ ✍ El Instituto Cervantes, El Institut Ramón Llull y las demás instituciones con fines análogos de las Comunidades Autónomas con lengua oficial propia.

#### Las actividades de mecenazgo deducibles se enmarcan en los siguientes ámbitos:

- ✍ ✍ Defensa de los derechos humanos
- ✍ ✍ Defensa de las víctimas del terrorismo y actos violentos
- ✍ ✍ Asistencia social e inclusión social
- ✍ ✍ Defensa de los derechos cívicos, educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, laborales, de fortalecimiento institucional, de cooperación para el desarrollo, de promoción del voluntariado, de promoción de la acción social
- ✍ ✍ Defensa del medioambiente
- ✍ ✍ Promoción y atención a personas en riesgo de exclusión por razones físicas, económicas o culturales
- ✍ ✍ Promoción de valores constitucionales y de defensa de los principios democráticos
- ✍ ✍ Fomento de la tolerancia
- ✍ ✍ Fomento de la economía social
- ✍ ✍ Fomento del desarrollo de la sociedad de la información
- ✍ ✍ Fomento de la investigación científica y del desarrollo tecnológico

#### Diferentes formas de mecenazgo



### *Donaciones y aportaciones*

Darán derecho a practicar las deducciones los siguientes donativos, donaciones o aportaciones realizadas a favor de las entidades anteriormente mencionadas:

- ~~///~~ Donativos y donaciones dinerarios, de bienes o derechos
- ~~///~~ Cuotas de afiliación a asociaciones
- ~~///~~ La construcción de un derecho real de usufructo sobre bienes, derechos o valores, realizada sin contraprestación
- ~~///~~ Donativos o donaciones de bienes que formen parte del Patrimonio Histórico Español
- ~~///~~ Donativos o donaciones de bienes culturales de calidad a favor de entidades que persigan entre sus fines la realización de actividades museísticas y el fomento y difusión del patrimonio histórico artístico.

### *Convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general*

Se entenderá por convenio de colaboración empresarial en actividades de interés general, aquel por el cual las entidades beneficiarias de este tipo de colaboración citadas anteriormente, a cambio de una ayuda económica para la realización de las actividades que efectúen en cumplimiento del objeto o finalidad específica de la entidad, se comprometen por escrito a difundir, por cualquier medio, la participación del colaborador en dichas actividades.

### *Gastos en actividades de interés general*

Se entienden por actividades de interés general las que se enmarcan en los ámbitos anteriormente señalados

### *Programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público*

Son programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público el conjunto de incentivos fiscales específicos aplicables a las actuaciones que se realicen para asegurar el adecuado desarrollo de los acontecimientos que, en su caso se determinen por Ley

### **Igualdad de Oportunidades:**

La Ley a la hora de definir los ámbitos de actividad susceptibles de deducciones fiscales no señala de forma expresa el ámbito de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, aunque las actuaciones dirigidas a promover esta igualdad podrían enmarcarse dentro de los siguientes ámbitos:

- ~~///~~ Defensa de los derechos laborales
- ~~///~~ Promoción de los valores constitucionales y defensa de los principios democráticos



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Leg. 3
<b>Título</b>	"Norma SA8000"
<b>Autor/a</b>	SAI (Social Accountability International)
<b>Año</b>	1998
<b>Referencia búsqueda</b>	<a href="http://www.cepaa.org/SA8000/SA8000.htm">www.cepaa.org/SA8000/SA8000.htm</a> o <a href="http://www.sa-intl.org">www.sa-intl.org</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- ☞ Descripción de SA8000
- ☞ Elementos estándar de SA8000
- ☞ Cómo las empresas pueden implementar el SA8000
- ☞ Ventajas de SA8000
- ☞ Programas SAI (Social Accountability International) para avanzar en la responsabilidad social

### Responsabilidad Social:

SA8000 es el primer sistema de responsabilidad social de SAI (Responsabilidad Social Internacional), es una manera de que los minoristas, las empresas, los proveedores y el resto de las organizaciones implicadas en la cadena de suministro mantengan unas condiciones justas y dignas de trabajo.

El estándar SA8000 y el sistema de verificación es una herramienta eficiente, completa y que aporta credibilidad en los lugares de trabajo porque incluye:

- ☞ Todos los derechos laborales internacionalmente aceptados
- ☞ Requiere del sistema de gerencia de la fábrica para ponerlo en marcha
- ☞ Una verificación independiente y experta de buena voluntad
- ☞ Implica a todos los stakeholders
- ☞ Divulgación pública
- ☞ La concienciación del inversor y del consumidor

### Elementos estándar del SA8000

El SA8000 está basado en las normas laborales internacionales, en las convenciones de la OIT, en la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU y en la Convención de los Derechos del Niño y se resume en los siguientes requerimientos de responsabilidad social:

- ☞ Trabajo infantil
- ☞ Trabajos forzados
- ☞ Salud y seguridad en el trabajo
- ☞ Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva



Discriminación: La compañía no efectuará, ni auspiciará, ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, **género**, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política o edad al contratar, remunerar, entrenar, promocionar, despedir, o jubilar a su personal.

La compañía no interferirá en el ejercicio del derecho de sus empleados al observar sus prácticas religiosas, o en la necesidad de satisfacer necesidades que vengan determinadas por su raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, **género**, orientación sexual, participación en un sindicato, o afiliación política.

La compañía no permitirá comportamientos, incluyendo gestos, lenguajes, y el contacto físico, que sean, desde el punto de vista sexual, coercitivos, amenazadores, abusivos o explotadores.

- Medidas disciplinarias
- Horario de trabajo
- Remuneración
- Sistemas de gestión

### Programas de SAI para avanzar hacia la responsabilidad social

- Investigación y desarrollo. A través de la revisión de los estándares sociales de la responsabilidad, de la difusión de buenas prácticas y de las ventajas de la certificación
- Acreditación. Las licencias de SAI acreditan a auditores que certifican la idoneidad de los lugares de trabajo
- Mejora a través de la revisión de la eficacia
- Capacitación y asistencia técnica. Capacitación de auditores, proveedores, encargados y trabajadores. SAI certifica a los auditores individuales y ayuda a las empresas en la puesta en práctica de la responsabilidad social proporcionándolas formación y capacitación
- Establecimiento de alianzas. Trabajando con los sindicatos, las ONG, los gobiernos, las agencias internacionales para mejorar los sistemas de SAI a través de talleres regionales, conferencias y programas corporativos.

### Igualdad de Oportunidades:

Dentro de los requerimiento de responsabilidad social que contempla la Norma SA8000 se hace referencia a la discriminación donde se especifica la no discriminación basada en el atributo de género, así mismo, se hace referencia a la no intervención en la satisfacción de las necesidades que vengan determinadas por el género y a la no admisión de abusos y amenazas sexuales.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Leg. 4
<b>Título</b>	"La implantación del sistema de gestión ética SGE, de Forética como instrumento de liderazgo en las organizaciones"
<b>Autor/a</b>	Alberto Urtiaga. Consejero Delegado de Forética y Germán Granda. Responsable del Área Técnica de Forética. Forética. Foro para la Evaluación de la Gestión Ética
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	La idea de crear el Foro para la Evaluación de la Gestión Ética, Forética, surge como consecuencia de la convocatoria que hizo el X congreso de Empresas de Calidad, de Barcelona, el año 1999, el cual a su vez, lo hizo respondiendo a las demandas e inquietudes que le llegaban, como una necesidad de avanzar en el ámbito de la gestión, con los valores que dependieran directamente de las personas en las organizaciones.
<b>Año</b>	2000
<b>Referencia búsqueda</b>	<a href="http://www.foretica.es">www.foretica.es</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- ☞ La necesidad de establecer un sistema objetivo de implantación, evaluación y verificación de la gestión ética en las organizaciones
- ☞ Efectos que se persiguen
- ☞ El sistema de gestión de Forética
- ☞ Implantación del Sistema de Gestión Forética
- ☞ Evaluación del Sistema de Gestión Forética
- ☞ Conclusiones

### Responsabilidad Social:

Forética es una asociación independiente, sin ánimo de lucro, con voluntad de tercera parte, que aplica los conceptos de la gestión de calidad.

Sus objetivos prioritarios, son:

- ☞ Fomentar la implantación de sistemas de gestión ética en las organizaciones
- ☞ Sensibilizar a directivos y empresarios
- ☞ Desarrollar modelos para su evaluación
- ☞ Preparar códigos internos de conducta ética
- ☞ Elaborar documentos formales básicos y de apoyo
- ☞ Formar evaluadores y asesores
- ☞ Formar directivos y personal de las organizaciones



El actual grado de desarrollo de la ética empresarial y la experiencia acumulada en este campo, así como la creatividad de las empresas han dado lugar a ciertos instrumentos de institucionalización de la ética.

Hasta la fecha el compromiso ético de las organizaciones ha sido conocido sólo a través de la propia organización. Los agentes externos han de confiar en las afirmaciones de los propios interesados, lo cual es insuficiente en el mundo de los negocios. Esto hace que sea necesaria la puesta en marcha de un sistema objetivo de implantación, evaluación y verificación de la gestión ética de las organizaciones.

En este sentido Forética establece normas, criterios e instrumentos para implantar, evaluar y verificar la gestión ética de las organizaciones. La norma marco del sistema de gestión ética (SGE21) establece los criterios generales de la gestión ética y refleja los principios básicos que deben orientar la acción en cada área de gestión de las organizaciones.

### **Implantación del sistema de gestión ética**

El sistema de gestión ética de Forética está formado por una serie de documentos que complementan la norma marco y facilitan la implantación y posterior evaluación del sistema.

Forética en su sistema documental, ha desarrollado un glosario de términos que incorpora no sólo los valores éticos de utilización más común en la implantación del sistema de gestión ética, sino que además incorpora definiciones o incluso frases que tiene relación con dichos valores.

Este planteamiento permite que cualquier técnico que esté trabajando en un documento pueda disponer de un glosario para consulta rápida y centrar el significado de cada valor ético o cada término relacionado.

Las funciones de este sistema de gestión ética son las siguientes:

- ✍✍ La intención del glosario es poner a disposición de los gestores en las organizaciones una herramienta para consulta rápida en los casos de dudas más comunes, al aplicar cualquier documento del SGE de Forética, de tal modo que propicie el avance de la cultura de la gestión ética en las organizaciones.
- ✍✍ Tiene una segunda utilidad y es que puede servir como guía para seleccionar valores o términos que vayan a incluirse en un determinado documento como política de la gestión ética de la organización, código de conducta, etc., siempre que antes de aplicarlos se investiguen y documenten con profundidad mediante publicaciones o diccionarios especializados.

Siguiendo el sistema planteado en estos momentos por Forética, la organización se subdivide en ocho áreas de gestión que son:

- ✍✍ La alta dirección
- ✍✍ Las relaciones con clientes
- ✍✍ Las relaciones con proveedores
- ✍✍ Las relaciones con personal propio
- ✍✍ Las relaciones con el entorno
- ✍✍ Las relaciones con el accionariado
- ✍✍ Las relaciones con la competencia
- ✍✍ Las relaciones con las administraciones competentes



En la norma de empresa SGE 21 se describe cada una de ellas y como se cumple el compromiso adquirido mediante una auditoria por tercera parte, gracias a la cual se puede evaluar el grado de cumplimiento de su implantación.

Conseguir la implantación y posterior evaluación de un sistema de gestión ético va a depender de la voluntad de la dirección general responsable de la organización.

### **Igualdad de Oportunidades:**

El sistema de gestión ética de Forética no tiene en cuenta, al menos de forma explícita, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



## PÁGINAS WEB



## DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 1
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a>
<b>Organización</b>	SME Key
<b>País y Contexto</b>	Unión Europea. Se trata de una web sobre responsabilidad social dirigida a las PYME

## Contenidos

### Índice de contenidos:

#### 🔗🔗 **Página inicial**

#### 🔗🔗 **Business Case**

- 🔗🔗 Su compañía y la responsabilidad social
- 🔗🔗 Razones para practicar la responsabilidad social
- 🔗🔗 El acercamiento a la responsabilidad social
- 🔗🔗 El negocio de la responsabilidad social
  - 🔗🔗 Valor del accionista
  - 🔗🔗 Rédito
  - 🔗🔗 Eficacia
  - 🔗🔗 Acceso al capital
  - 🔗🔗 Atracción de clientes
  - 🔗🔗 Reputación y credibilidad
  - 🔗🔗 Capital humano e intelectual
  - 🔗🔗 Riesgo
  - 🔗🔗 Innovación
- 🔗🔗 Integrar a los stakeholders en la estructura
  - 🔗🔗 Clientes
  - 🔗🔗 Personal
  - 🔗🔗 Inversores
  - 🔗🔗 Contratistas y proveedores
  - 🔗🔗 Socios de negocio y competidores
  - 🔗🔗 Comunidades
  - 🔗🔗 Autoridades públicas
  - 🔗🔗 ONG

#### 🔗🔗 **La guía**

#### 🔗🔗 **Glosario** (se definen los siguientes conceptos)

- 🔗🔗 Responsabilidad 1000 (AA1000)
- 🔗🔗 Benchmarking (Análisis comparativo)
- 🔗🔗 Business case
- 🔗🔗 Código de conducta
- 🔗🔗 Ciudadanía corporativa
- 🔗🔗 Gobierno corporativo
- 🔗🔗 Comercio ético
- 🔗🔗 Responsabilidad social 800 (SA 8000)
- 🔗🔗 Revisión social
- 🔗🔗 Etiqueta social



- 🔗🔗 Inversión social responsable
- 🔗🔗 Informe social
- 🔗🔗 Desarrollo sostenible
- 🔗🔗 Balance triple
- 🔗🔗 P triple
- 🔗🔗 **Demo**
- 🔗🔗 **Base de datos de SME**
- 🔗🔗 **Sala de prensa**
- 🔗🔗 **Links**
- 🔗🔗 **Campaña de CSR**
- 🔗🔗 **Mapa de la web**

## **Responsabilidad Social:**

La responsabilidad social puede ayudar a cualquier negocio a tener éxito. Puede incrementar las ventas, mejorar la mano de obra, incrementar el entusiasmo y la innovación, realzar la confianza en la empresa y mejorar su reputación y situación. Poner en marcha la práctica del negocio responsable hace a las compañías más competitivas.

Las PYME están perfectamente situadas para poner en marcha la práctica del negocio responsable. Para muchas la responsabilidad social es una manera de describir algo que ya vienen haciendo: invertir en valores sociales cuyas ventajas van más allá del beneficio. En este sentido la responsabilidad social se asienta sobre una práctica ya existente, maximizando su impacto y transmitiendo las prácticas concretas a nivel interno y externo de manera que ayude a las empresas a ser más competitivas.

## **Las empresas y la responsabilidad social**

Las empresas no funcionan de forma aislada. A través de su historia las empresas se han visto influidas por factores externos. Las condiciones del mercado, los nuevos modelos de negocio, las tendencias sociales y la forma en la que son percibidas en la sociedad en general afectan a su manera de funcionar y a su competitividad.

Hoy en día existen nuevas presiones externas que las empresas tiene que tener en cuenta si quieren ser competitivas, dentro de ellas se incluyen la globalización, la distribución de la riqueza, las formas de gobierno, las preocupaciones medioambientales y el rápido cambio de las expectativas sociales.

A través de la adopción de prácticas de negocio responsables la empresa puede transmitir a todos sus stakeholders que las cuestiones claves para la sociedad son también cuestiones claves para desarrollar su negocio.

## **Razones para practicar la responsabilidad social**

La práctica de la responsabilidad social es, a menudo, una opción difícil para las compañías pequeñas y medianas.

Todas las compañías se hacen las mismas preguntas:  
🔗🔗 ¿Cuánto me va a costar en tiempo y en dinero?



- ¿Cómo la puedo relacionar con la base de mi negocio?
- ¿Cómo puede una compañía de este tamaño tener un impacto significativo en el medioambiente?
- ¿Cómo ayudarán estas regulaciones a prosperar en mi negocio?

Las empresas que han llevado a cabo la responsabilidad social destacan las siguientes ventajas:

- Lealtad creciente del cliente
- Mejores relaciones con la comunidad
- Mayor satisfacción de la plantilla
- Nuevos socios de negocio
- Ahorro de costes derivado de un mejor uso de los recursos
- Ventajas comerciales
- Cobertura de prensa positiva

### **Igualdad de Oportunidades:**

SME Key no hace alusión específica al ámbito de la igualdad de oportunidades, aunque cuenta con enlaces de páginas de distintos países europeos, las cuales se describen más adelante, donde se presentan algunos casos prácticos relacionados con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 2
<b>Título</b>	"Guía para empresas sobre responsabilidad social"
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a>
<b>Organización</b>	SME Key
<b>País y Contexto</b>	Unión Europea. Se trata de una guía para empresas que quieran llevar a cabo acciones de responsabilidad social

## Contenidos

### Relación de temas

- ✍ Introducción: bienvenida a la guía, beneficios de la guía, ¿cómo está organizada?, ¿cómo usarla?
- ✍ Tu empresa: identidad, misión y valores
- ✍ Tu empresa: su impacto económico, social y medioambiental
- ✍ Tu empresa: ideas para el desarrollo de una estrategia de responsabilidad social

### Descripción general del documento

Se trata de un documento orientado a evidenciar la importancia creciente de la responsabilidad social corporativa. Para alcanzar este objetivo el documento se plantea como una herramienta de trabajo, una guía sobre responsabilidad social para las empresas. Así entendida la guía es un documento flexible adaptable a la realidad de cada empresa. Mediante una batería de indicadores, formulados como preguntas, el documento fija aquellos aspectos sobre los que se deberá reflexionar para desarrollar una primera aproximación al tema de la responsabilidad social corporativa, o, en su caso, desarrollar una estrategia de implantación, de manera transversal, en todas las dimensiones de la organización.

Tras un apartado introductorio en el que se evidencian los beneficios asociados al desarrollo de una estrategia de responsabilidad corporativa, así como el establecimiento de pautas para el uso de la guía, se presentan otros tres apartados a considerar para desarrollar una estrategia de responsabilidad social en la empresa. Cada uno de estos apartados se centra en los tres aspectos clave de la organización. El primero de ellos, *Tu empresa: identidad, misión y objetivos*, se recogen una serie de preguntas cuyas respuestas servirán para dibujar los aspectos formales de la organización, su organigrama, estructura y agentes implicados, así como la estrategia seguida con cada uno de ellos. El segundo apartado, *Tu empresa: su impacto económico, social y medioambiental*, trata de medir, mediante las preguntas recogidas en cada subapartado, las consecuencias económicas, sociales y medioambientales derivadas de la actividad de la organización. Finalmente, en el tercer apartado, *Tu empresa: ideas para el desarrollo de una estrategia de responsabilidad social*, de nuevo por medio de preguntas, se marcan pautas para desarrollar una estrategia de responsabilidad social corporativa.



## Responsabilidad Social

La información relevante relacionada con la responsabilidad social de la empresa se recoge en el segundo apartado del documento: *Tu empresa: su impacto económico, social y medioambiental*.

A continuación se presentan cada una de las áreas de análisis en cada uno de los "impactos" de la actividad empresarial. La información relacionada con la Igualdad de Oportunidades existente en la guía se encuentra en este apartado, por lo que será objeto de un mayor desarrollo.

### ~~///~~ Impacto económico

- ~~///~~ Balance
- ~~///~~ Ventas: domésticas, Unión Europea, otros
- ~~///~~ Régimen fiscal
- ~~///~~ Número de empleados y empleadas, especificando tipos de contrato y duración
- ~~///~~ Tabla de retribución salarial
- ~~///~~ Inversión, incluyendo I+D y nuevos productos
- ~~///~~ Dividendos
- ~~///~~ Impuestos, financiación directa a la economía local
- ~~///~~ Tamaño de la empresa en términos de su participación en el mercado
- ~~///~~ Valor añadido
- ~~///~~ Distribución del valor añadido
- ~~///~~ Otros ...

### ~~///~~ Impacto social

- ~~///~~ Identificando agentes clave para la empresa (stakeholders)
- ~~///~~ Trabajadores y trabajadoras
- ~~///~~ Igualdad de oportunidades
  
- ~~///~~ ¿Dónde estas?
  - ~~///~~ ¿Es tu empresa activa en el campo de la Igualdad de Oportunidades?
  - ~~///~~ ¿Cómo pones en marcha actividades relacionadas con la Igualdad de Oportunidades?
  - ~~///~~ ¿Organizas formación o actividades en materia de diversidad e igualdad de Oportunidades?
  
- ~~///~~ ¿Has pensado sobre...?
  - ~~///~~ ¿Cuál es el perfil de tu plantilla en cuanto a edad, género, origen étnico, personas con discapacidades?
  - ~~///~~ El origen étnico o nacional de las trabajadoras y trabajadores (indicando el porcentaje respecto a la plantilla total)
  - ~~///~~ Número y porcentaje de mujeres y personas con origen étnico en los ámbitos de toma de decisiones
  - ~~///~~ ¿Cuántos trabajadores y trabajadoras tienes a tiempo completo y parcial?
  
- ~~///~~ Seguridad y salud laboral
- ~~///~~ Formación y desarrollo



- ~~///~~ Comunicación interna
  - ~~///~~ Salarios y beneficios
  - ~~///~~ Actividad medioambiental
  - ~~///~~ Relaciones industriales
  - ~~///~~ Dirección de la innovación industrial
  - ~~///~~ Derechos humanos
  - ~~///~~ Clientes
  - ~~///~~ Satisfacción de los clientes
  - ~~///~~ Seguridad y calidad de los productos
  - ~~///~~ Servicios pre y post venta
  - ~~///~~ Relaciones con clientes
  - ~~///~~ Marketing
  - ~~///~~ Educación del consumo
  - ~~///~~ Caridad, donaciones y apoyo a buenas causas
  - ~~///~~ Implicación en el empleo
  - ~~///~~ Impacto social
  - ~~///~~ Regeneración económica
  - ~~///~~ Socios empresariales
  - ~~///~~ Relaciones con socios empresariales
  - ~~///~~ Apoyo a proveedores locales
  - ~~///~~ Relaciones con autoridades públicas
  - ~~///~~ Exenciones y penalizaciones
  - ~~///~~ Relaciones con ONGs
- 
- ~~///~~ Impacto Medioambiental
    - ~~///~~ Dirección medioambiental
    - ~~///~~ Impacto medioambiental
    - ~~///~~ Energía/uso del agua
    - ~~///~~ Materiales
    - ~~///~~ Gestión de residuos
    - ~~///~~ Reciclaje
    - ~~///~~ Transporte
    - ~~///~~ Empaquetado
    - ~~///~~ Homologación con certificaciones nacionales e internacionales (ISO, EMAS)
    - ~~///~~ Conciencia medioambiental

## **Igualdad de Oportunidades**

Tal y como se ha indicado anteriormente la guía dedica un pequeño apartado a la aplicación de la igualdad de oportunidades en la empresa.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 3
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.empresaysociedad.org">www.empresaysociedad.org</a> (procede de: <a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a> )
<b>Organización</b>	Fundación Empresa y Sociedad
<b>País y Contexto</b>	España. La <i>Fundación Empresa y Sociedad</i> es una entidad no lucrativa constituida en junio de 1995 para promover la acción social de las empresas presentes en España.

## Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** Fundación

**Año de creación:** 1995

**Finalidad:** Promover la acción social de las empresas presentes en España.

**Actividades:**

**Asesoramiento a empresas.** El objetivo es ayudar a diseñar, concretar y gestionar la acción social a través de una actividad de consultoría estratégica especializada a medida de cada caso.

**Investigación y publicaciones.** El objetivo es desarrollar los aspectos clave de la acción social. Las publicaciones están dirigidas a los responsables de área de la empresa, entre los que destacan los de Recursos Humanos, Comunicación, Marketing y Calidad.

**Desarrollo institucional.** El objetivo es promover la responsabilidad y la acción social de la empresa en el sector empresarial a través de la comunicación corporativa de la Fundación y de su participación en foros públicos dirigidos a empresas.

## Contenidos

### Índice de Contenidos

- ✍ ✍ Empresa y sociedad
  - ✍ ✍ Presentación
  - ✍ ✍ Relación con empresas
  - ✍ ✍ Patronato
  
- ✍ ✍ Acción social
  - ✍ ✍ Concepto de Acción Social
  - ✍ ✍ Programas relacionados con los productos y las marcas de la empresa
  - ✍ ✍ Programas en colaboración con los empleados
  - ✍ ✍ Programas corporativos
  - ✍ ✍ La gestión de la Acción Social de la empresa
  - ✍ ✍ La comunicación de la Acción Social
  
- ✍ ✍ Para su empresa
  - ✍ ✍ Servicio de asesoramiento
  - ✍ ✍ Herramientas de gestión
  - ✍ ✍ Casos prácticos



-  Actualidad
-  Librería
-  Enlaces
-  English Version
-  Contacto
-  FAQs

## Responsabilidad Social:

Dentro de los diferentes ámbitos en los que se enmarca la Responsabilidad Social de las Empresas, la Fundación Empresa y Sociedad centra su actividad en la Acción Social Empresarial. Entiende por Acción Social Empresarial la dedicación de recursos empresariales al apoyo de personas desfavorecidas de su entorno y consideran que este es el capítulo de la responsabilidad social más desatendido por la empresa a pesar de ser especialmente visible en la sociedad.

Entienden que tanto el concepto como la práctica de la responsabilidad social, en general, y de la acción social, en particular, deben integrarse en la estrategia, la cultura y la organización de la empresa.

Así, se ofrecen una serie de pautas generales para llevar a cabo la elaboración de un Plan de Acción Social en la empresa y se señalan los principios estratégicos de la acción social de la empresa relacionados con la gestión de la acción social. Por otro lado, se señala la necesidad de llevar a cabo una comunicación especializada de la acción social de la empresa en función de los diferentes públicos.

A la hora de señalar los efectos que produce para la empresa la práctica de la acción social destacan los siguientes:

EFECTOS DE LA ACCIÓN SOCIAL	
EXTERNOS	INTERNOS
Reputación corporativa	Cultura corporativa
Comunicación externa	Comunicación interna
Relaciones con el entorno	Trabajo en equipo
Marketing corporativo	Clima interno
Promoción de productos	Motivación



A su vez, se facilita un modelo de valoración del coste de la aplicación de la acción social para la empresa, así como un modelo de valoración del impacto de esta acción social tanto en la comunidad como en la propia empresa.

### El esquema general del modelo de valoración del coste

<i>Programas y proyectos</i>	<i>Coste</i>				<i>Impacto</i>
	<i>Dinero</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Producto</i>	<i>Total</i>	
<p><b>Programas relacionados con los productos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Donación o venta a precios especiales</li> <li>2. Servicios para grupos especiales de clientes</li> <li>3. Apoyo desde la infraestructura de la empresa</li> <li>4. Programas en colaboración con clientes</li> <li>5. Investigación sobre nuevos productos y servicios</li> </ol> <p><b>Programas en colaboración con empleados</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Canalización/respuesta a iniciativas</li> <li>7. Financiación conjunta</li> <li>8. Apoyo al voluntariado</li> <li>9. Actividades de trabajo en equipo</li> </ol> <p><b>Programas corporativos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>10. Aportaciones económicas</li> <li>11. Patrocinio y mecenazgo</li> <li>12. Fundación empresarial</li> <li>13. Involucración del equipo directivo</li> <li>14. Formación y empleo desde el área de RR.HH.</li> <li>15. Formación y empleo desde el área de Compras</li> <li>16. Donación de activos usados. Costes de gestión</li> </ol>					



## Evaluación de impacto

<i>Tipo de impacto</i>	<i>Aspectos a valorar</i>
<b>Efecto en la sociedad</b> 	Número de beneficiarios directos Organizaciones sociales beneficiarias Sensibilización pública Mejora de las condiciones sociales del entorno Mejora en la gestión de las organizaciones sociales
<b>Efecto interno en la empresa</b> 	Número de personas que participan Cultura corporativa Comunicación interna Trabajo en equipo Clima interno Motivación
<b>Efecto externo en la empresa</b> 	Reputación corporativa Imagen Comunicación corporativa Relaciones con el entorno Marketing/ventas
<b>Efecto multiplicador</b> 	Nuevos recursos de clientes/empleados/proveedores Nuevos recursos de otras empresas Nuevos recursos de Administraciones Públicas

### La gestión de la acción social de la empresa

A medida que un mayor número de empresas reconocen la importancia de la acción social de la empresa como parte natural del proceso de negocio, se hace más necesario que sea gestionada profesionalmente y evaluada en toda su dimensión.

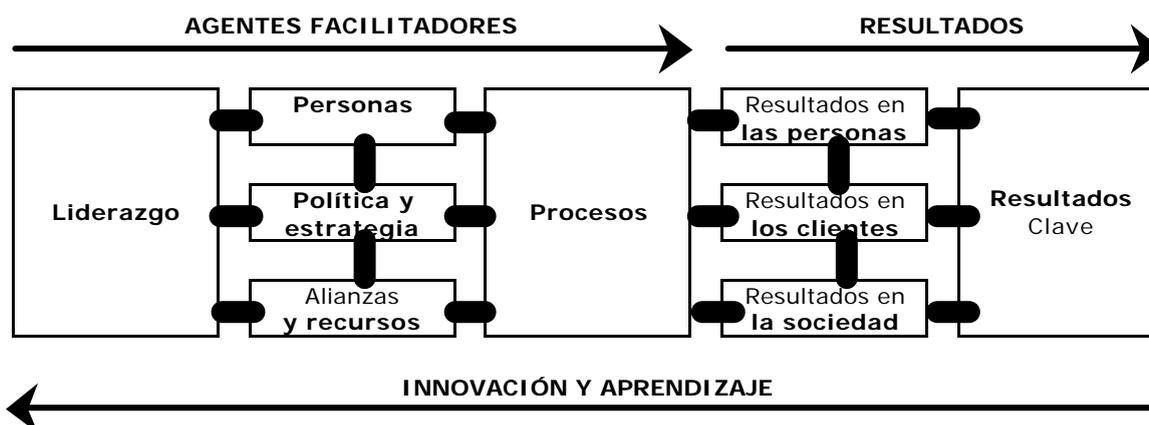
La gestión eficiente y profesional se plantea desde dos puntos de vista:

-  **Cualitativo:** gestión de la acción social con criterios de calidad.
-  **Cuantitativo:** valoración del volumen de recursos destinados a la acción social y evaluación de su impacto.



La acción social de la empresa no tendrá éxito si no se plantea a primer nivel desde el principio. El primer ejecutivo debe liderar el proceso de diseño, puesta en marcha y gestión del Plan de Acción Social, y apoyar personalmente las actuaciones más relevantes

### Gestión de la acción social



Una vez cumplido el requisito previo, la gestión de la acción social suele realizarse a partir de una adaptación del Modelo de Excelencia de la European Foundation for Quality Management (EFQM), cuyo representante oficial en España es el Club Gestión de Calidad y que se enuncia de la siguiente forma:

#### Principios estratégicos de la Acción Social de la empresa

1. **Liderazgo empresarial.** El primer nivel ejecutivo y de representación de la empresa debe inspirar, apoyar y promover personalmente la acción social como una parte integrante de su cultura para alcanzar los objetivos de negocio.
2. **Política y estrategia** La estrategia de implantación de la acción social debe estar claramente centrada en todos los grupos de interés y apoyada por políticas, planes, objetivos, metas y procesos relevantes.
3. **Personas.** La acción social debe gestionar, desarrollar y aprovechar el conocimiento y todo el potencial de las personas de la empresa, tanto individualmente, como en equipo o en la empresa en su conjunto.
4. **Alianzas y recursos.** La política y la estrategia de acción social de la empresa deben gestionar con eficiencia los distintos tipos de recursos internos y las posibles alianzas externas.
5. **Procesos.** El procedimiento de gestión de la acción social de la empresa debe garantizar una mejora continua, generando cada vez mayor valor a los grupos de interés.
6. **Resultados en las organizaciones sociales.** La acción social debe tener efectos concretos en las organizaciones sociales con las que la empresa desarrolla sus proyectos.



7. **Resultados en las personas.** La acción social de la empresa debe tener efectos concretos en su equipo humano.
8. **Resultados en la sociedad.** La acción social de la empresa debe tener efectos concretos en las comunidades en las que está presente.
9. **Resultados clave.** La acción social debe crear valor para la empresa de acuerdo a los indicadores previstos.

El modelo de gestión desarrollado por la European Foundation for Quality Management (EFQM) se ha impuesto como el modelo de excelencia más utilizado por empresas e instituciones europeas, por lo que permite utilizar un lenguaje común para:

- ✍ evaluar la situación actual de la empresa,
- ✍ contrastar la situación de la empresa con la de otras aplicando técnicas de benchmarking,
- ✍ identificar las fortalezas y áreas de desarrollo,
- ✍ definir objetivos de mejora, y
- ✍ establecer un marco de referencia para demostrar el compromiso de la empresa ante terceros y ante los empleados.

### Igualdad de Oportunidades:

No se hace referencia explícita a la Igualdad de Oportunidades como medida de acción social, pero si se contemplan cuatro casos prácticos en este ámbito que se desarrollarán en el siguiente epígrafe.

## Casos Prácticos

A la hora de presentar los casos prácticos de empresas que llevan a cabo la práctica de acción social establecen tres grupos atendiendo al tipo de programa que desarrolla cada empresa, así se distinguen tres clases de programa:

✍ *Programas relacionados con los productos de la empresa.* Son programas relacionados directamente con los productos y las marcas de la empresa.

Se concretan en actuaciones tales como:

- ✍ Donación o venta a precios especiales de productos o servicios
- ✍ Servicios en condiciones especiales para grupos especiales de clientes
- ✍ Apoyo desde la infraestructura de la empresa
- ✍ Programas en colaboración con clientes.
- ✍ Investigación sobre nuevos productos y servicios en colaboración o prestando apoyo a proyectos sociales.

✍ *Programas relacionados con las personas empleadas.* Son programas que implican la participación directa de las personas de la empresa con el objeto de ofrecerles posibilidades de acción social. Se trata de promover esquemas que permitan concretar la habitual predisposición existente, pensando en proyectos a medida compatibles con la carga de trabajo y las numerosas ocupaciones extralaborales individuales, y poniendo la infraestructura de la empresa a disposición de las personas de la empresa (comunicación interna, salas de reuniones, equipos informáticos...).



☞ *Programas corporativos.* Son programas que implican la participación institucional de la empresa o la implicación personal de sus directivos con el objetivo de generar efecto multiplicador en la acción social empresarial.

A modo indicativo, los tipos de programas corporativos pueden ser:

- ☞ Aportaciones económicas
- ☞ Patrocinio y mecenazgo
- ☞ Fundación empresarial
- ☞ Implicación del equipo directivo
- ☞ Apoyo a la formación y el empleo desde el área de RRHH
- ☞ Donación de activos usados (mobiliario, equipos informáticos,...)

Los casos prácticos que presenta la Fundación Empresa y Sociedad se distribuyen de la siguiente manera entre los tres tipos de programas<sup>1</sup>:

<b>TIPO DE PROGRAMA</b>	<b>Nº DE CASOS</b>
Con empleados	9
Con productos	17
Corporativos	74
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Si se tiene en cuenta el ámbito de actuación en los que se enmarcan los diferentes casos se obtiene la siguiente distribución:

<b>AMBITO DE ACTUACION</b>	<b>Nº DE CASOS</b>
Integración socio-laboral de colectivos en riesgo de exclusión social	17
Integración socio-laboral de personas discapacitadas	43
Apoyo o fomento del empleo (inserción laboral)	11
Igualdad de Oportunidades	4
Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo	22
Salud	3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

## Casos Prácticos en el ámbito de la Igualdad de Oportunidades

### ENTIDAD: BP AMOCO

**Tipo:** Programa de igualdad de oportunidades de la mujer en el trabajo. Apoyo institucional a la igualdad de oportunidades del hombre y la mujer en el trabajo.

**Descripción:** BP Oil España colabora con el *Programa Óptima* promovido por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, apoyando un programa de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres que pretende evitar la discriminación de la mujer en el entorno laboral mediante una serie de objetivos y acciones concretas.

**Evaluación:** La implantación del *Programa Óptima* pretende generar un cambio en la imagen interna y externa de la empresa, que persigue la incorporación de mujeres a puestos y niveles donde era escasa su presencia, proporciona herramientas que facilitan la conciliación vida familiar/carrera profesional y concede una importancia fundamental a la formación.

<sup>1</sup> Se anexa una base de datos con los casos prácticos de empresas en materia de responsabilidad social de la Fundación Empresa y Sociedad



**Motivación:** *El Programa Óptima* se desarrolla en todos los puntos en los que B.P. opera. Consideran que es transferible a otras empresas, organizaciones sociales o países.

#### **ENTIDAD: MRW**

**Tipo:** Apoyo a la Igualdad de Oportunidades para la mujer en el trabajo

**Descripción:** En agosto de 1997 MRW solicita la incorporación al Programa Optima para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el trabajo. Desde octubre de 1997 hasta noviembre de 1998, con el asesoramiento de la consultora Deloitte & Touche, aplica una serie de Acciones Positivas destinadas a optimizar la gestión de Recursos Humanos en aras de conseguir una plena igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Desde el departamento de Recursos Humanos se ha canalizado la información sobre el Programa a todas las agencias de MRW y se han aplicado Acciones Positivas para la selección de mujeres en aquellos departamentos en los que existía una subrepresentación, potenciándose su promoción a puestos de responsabilidad. La labor no ha sido difícil puesto que MRW desde el inicio de su actividad ha apostado por la igualdad de oportunidades.

**Evaluación:** La repercusión de la incorporación ha sido favorable para el personal puesto que ha servido de comparación entre aquello que desde hace muchos años se realizaba y un programa muy bien diseñado. El personal se ha involucrado tanto en los procesos de selección como en las promociones internas. La representación femenina en los puestos de gerencia de franquicias MRW, en los puestos técnicos y administrativos ha crecido porcentualmente respecto a años anteriores. En estos momentos el 35,6% de los gerentes de las agencias son mujeres, siendo su representación del 88% en los cargos administrativos. Es por ello que estar reconocidos como Entidad Colaboradora en Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres ha sido un orgullo para las más de 4.000 personas vinculadas a la red.

**Motivación:** En cuanto a la incorporación al Programa Optima coinciden sus premisas con la filosofía corporativa y con las acciones cotidianas de la empresa.

**Posibilidad de transferencia:** Es perfectamente adaptable a cualquier otra empresa o a cualquier país. A efectos de difusión, MRW publica mensualmente un periódico corporativo gratuito, llamado EMERREUVE Noticias, del que se difunden 100.000 ejemplares controlados por la OJD, y en el que se incluye una sección específica sobre su acción social entre cuyos objetivos se encuentra el de animar a otras empresas a desarrollar proyectos de acción social.

#### **ENTIDAD: NUTREXPA**

**Tipo:** Apoyo institucional a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el trabajo.

**Descripción:** Nutrexpa, S.A. (NUTREXPA) ha apostado por la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, acogiendo al PROGRAMA ÓPTIMA promovido por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, comprometiéndose a realizar acciones positivas en su organización con el fin de corregir desequilibrios entre hombres y mujeres.

Los objetivos del programa de acción positiva eran varios:

- ☞ integrar la igualdad de oportunidades en la cultura empresarial,
- ☞ aumentar la formación y la cualificación de las mujeres, tanto a nivel de contenidos como de competencias y habilidades,



- ☞ enriquecer y ampliar el contenido de los puestos de trabajo que ocupan las mujeres,
- ☞ facilitar y promover la promoción interna, e
- ☞ incrementar la motivación de las mujeres hacia la formación como herramienta de desarrollo profesional.

Concretamente, se ofreció la participación en el programa a un grupo de mujeres con baja cualificación profesional para que, en un futuro inmediato, pudieran mantener su puesto de trabajo o ampliar sus tareas. El programa englobaba acciones de formación para adaptarse a los nuevos sistemas de organización del trabajo, formación técnica informática, formación en hábitos de estudio, formación básica y especializada, sensibilización y apoyo psicológico-social.

**Evaluación:** La evaluación general del proyecto ha sido positiva. Del 100% de mujeres formadas, actualmente un 20% están asumiendo nuevas responsabilidades y un 78% mantienen su puesto de trabajo con un aumento de su rendimiento laboral, aunque en el 2% el programa fracasó. Pero, en todos los casos, las participantes se han sentido altamente satisfechas por su participación y, actualmente, la empresa se está planteando la ampliación del proyecto a un número mayor de beneficiarias para facilitarles mayores posibilidades de desarrollo profesional.

**Motivación:** NUTREXPA, es una empresa del sector de alimentación que considera el capital humano elemento clave de la competitividad de la organización, desarrollando una política de Recursos Humanos adaptada a los cambios del entorno socio-económico. Por ello, apostar por una política de igualdad de oportunidades en la empresa permite disponer de todas las ventajas de unos recursos humanos de primera línea.

NUTREXPA otorga especial importancia a la formación de las mujeres y hombres de la empresa y concretamente hace especial hincapié en aumentar la cualificación de aquellas personas que tienen un bajo nivel educativo, a las que les impide acceder a posteriores cursos de especialización y, al mismo tiempo, ampliar sus funciones en la empresa. En esta situación se halla un importante colectivo de mujeres de mediana edad y con categoría de personal auxiliar que precisaban mejorar su cualificación con el fin de garantizar un cambio de funciones y, sobre todo, su continuidad laboral.

**Posibilidad de transferencia:** NUTREXPA está absolutamente convencida de que el programa de acción positiva que fue puesto en marcha en el año 1994 no es sólo exclusivo de nuestra empresa y de nuestro sector, sino que se trata de una acción totalmente transferible tanto a empresas como a organizaciones sociales. Sólo hace falta un poco de compromiso social.

## ENTIDAD: SANITAS

**Tipo:** Apoyo institucional a la igualdad de oportunidades del hombre y la mujer en el trabajo.

**Descripción:** Sanitas, S.A. (SANITAS) participa en el *Programa Optima* promovido por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Se trata de un programa de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres que, mediante una serie de objetivos y acciones concretas, pretende evitar la discriminación de la mujer en el trabajo.

**Evaluación:** El *Programa Optima* supone un cambio en la imagen interna y externa de la empresa. Es un cambio cultural que se materializa en la incorporación de mujeres a puestos y niveles donde era escasa su presencia. Proporciona información abierta, herramientas que



facilitan la conciliación vida familiar/carrera profesional y concede una importancia fundamental a la educación.

**Motivación:** SANITAS es una empresa en la que la mayoría de clientes externos, y más del 50% de nuestros clientes internos (empleados) son mujeres. No se puede ser coherente con la marcha del negocio dando la espalda a las mujeres.

**Posibilidad de transferencia:** El *Programa Optima* se desarrolla en todos los puntos en los que SANITAS tiene oficinas. Consideran que es transferible a otras empresas, organizaciones sociales o países.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 4
<b>Título</b>	"Premios Empresa y Sociedad a la mejor gestión de la Acción Social"
<b>Autor/a</b>	Fundación Empresa y Sociedad
<b>País</b>	España
<b>Contexto</b>	La Fundación Empresa y Sociedad premia a aquellas empresas que hayan destacado por la gestión de su Acción Social en España
<b>Año</b>	2003
<b>Referencia búsqueda</b>	Fundación Empresa y Sociedad <a href="http://www.empresaysociedad.org/noticias">www.empresaysociedad.org/noticias</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- ☒ Premios a la gestión de la Acción Social
- ☒ Apoyos a la iniciativa
- ☒ El Jurado
- ☒ Las modalidades
- ☒ Bases de la convocatoria
- ☒ Ficha de preinscripción

### Responsabilidad Social:

La Fundación Empresa y Sociedad convoca los *Premios Empresa y Sociedad* con el objeto de reconocer públicamente a las empresas que hayan puesto en marcha las actuaciones mejor gestionadas en las áreas de asistencia social, salud, educación, formación profesional y empleo en España o en países en vías de desarrollo, realizadas en los últimos doce meses o que estén en curso en el momento de la presentación de la candidatura.

### Objetivos

Los objetivos de estos premios son los siguientes:

- ☒ Sensibilizar a las empresas sobre la importancia de la buena gestión de la Acción Social para generar el mejor impacto posible en la sociedad y en la propia empresa
- ☒ Sensibilizar a los principales agentes sociales sobre la importancia de la Acción Social de la empresa
- ☒ Conocer y difundir casos prácticos de empresas con un Plan de Acción Social bien definido y gestionado
- ☒ Como consecuencia de lo anterior, impulsar la Acción Social de las empresas.



## Apoyos a la iniciativa

La iniciativa cuenta con el apoyo de los tres diarios económicos de ámbito nacional, *Cinco Días*, *Expansión*, y *La Gaceta de los Negocios*.

## El Jurado

El jurado está compuesto por un grupo de diez expertos que representan el mundo universitario, empresarial, escuelas de negocios, ONG y periodismo económico, así como representantes de la Administración Pública.

## Las modalidades

Los tres premios a los que podrán optar las empresas candidatas son:

- ✂ **Premio al Mejor Programa de Acción Social en Colaboración con los Empleados.** Distingue a la empresa que ha puesto en marcha los mejores programas de impacto en la sociedad y en la propia empresa, en colaboración con sus empleados (financiación conjunta, apoyo la voluntariado, etc.)

Incluye programas de los siguientes tipos:

- ✂ Donación de productos/servicios o venta a precios especiales
- ✂ Prestación de servicios especiales para personas desfavorecidas
- ✂ Apoyo desde la infraestructura de la empresa
- ✂ Programas en colaboración con clientes

- ✂ **Premio al Mejor Programa de Acción Social apoyado en Productos y Servicios.** Reconoce a la empresa que ha puesto en marcha los mejores programas de acción social en relación con sus productos y servicios (donación o venta a precios especiales de productos, programas de marketing con causa, servicios en condiciones especiales para personas desfavorecidas, etc.)

Incluye programas como:

- ✂ Financiación conjunta
- ✂ Voluntariado
- ✂ Trabajo en equipo
- ✂ Colaboración con antiguos empleados, en activo o jubilados

- ✂ **Premio a la Mejor Acción Social de Integración Laboral.** Reconoce a la empresa que ha puesto en marcha los mejores programas corporativos para la creación de puestos de trabajo entre las personas desfavorecidas.

Incluye los siguientes programas:

- ✂ Formación y contratación de personas discapacitadas
- ✂ Formación y contratación de personas discapacitadas o desfavorecidas y con dificultades especiales de acceso al mercado laboral
- ✂ Compra de productos y servicios a centros especiales de empleo o a empresas de inserción
- ✂ Apoyo técnico a centros especiales de empleo o a empresas de inserción



<b>GANADORES PREMIOS EMPRESA Y SOCIEDAD EDICIONES ANTERIORES</b>		
<b>Modalidades</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Mejor programa de Acción Social en Colaboración con Empleados	Iberia	Eroski
Mejor programa de Acción Social en Programas corporativos	Grupo Lar	Telefónica
Mejor programa de Acción Social enfocado a Productos y Servicios	MRW	MRW

### **Criterios de evaluación**

Los criterios de evaluación que se tienen en cuenta a la hora de valorar la acción social de las empresas candidatas son los siguientes:

- ☞ El carácter innovador
- ☞ La posibilidad de generar efecto multiplicador de la candidatura en otras empresas
- ☞ La articulación del o de los programas incluidos en la candidatura con otros programas de Acción Social operativos en la empresa pero no presentados en la candidatura
- ☞ La calidad de la gestión de los proyectos sociales correspondientes

Para valorar el último criterio se consideran y ponderan los siguientes aspectos, que son una adaptación del Modelo de Excelencia de la *European Foundation for Quality Management* (EFQM):

- ☞ *Liderazgo*. ¿Cómo se demuestra el liderazgo del equipo directivo en el diseño, ejecución y resultados del o de los programas?
- ☞ *Política y Estrategia*. ¿Cómo se diseñan, actualizan y comunican las políticas, estrategias, objetivos y planes del o de los programas?
- ☞ *Personas*. ¿Cómo se consulta, motiva e involucra a las personas de la empresa?
- ☞ *Alianzas y Recursos*. ¿Cómo se optimiza la gestión de los recursos de la empresa, considerando las posibilidades de colaboración con otras entidades del entorno?
- ☞ *Procesos*. ¿Qué procesos existen para asegurar la efectividad de la gestión, comunicación y mejora continua?
- ☞ *Resultados*. ¿Cuáles son los principales resultados alcanzados en la sociedad y en la empresa?

### **Igualdad de Oportunidades:**

En la convocatoria del concurso no se tiene en cuenta el criterio de la Igualdad de Oportunidades ni en lo que a las modalidades de premios otorgados se refiere ni en los criterios de evaluación utilizados para valorar la Acción Social de las empresas candidatas.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 5
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.mrw.gi">www.mrw.gi</a>
<b>Organización</b>	MRW. Ha obtenido el reconocimiento de la Fundación Empresa y Sociedad por su labor en el ámbito de la responsabilidad social en el 2002
<b>País y Contexto</b>	España.

#### Responsabilidad Social:

MRW cuenta en su página web con una sección dedicada a la acción social. Dentro de esta sección encontramos los siguientes apartados:

- ✂✂ *Campañas y colaboraciones.* Relación de campañas y colaboraciones que MRW ha desarrollado a lo largo de los años 1999 y 2000
- ✂✂ *Servicios.* Servicios que presta MRW en el ámbito de la acción social:
  - ✂✂ Plan Sub-25, envío gratuito para estudiantes
  - ✂✂ Plan ForUn (Formación Universal), envío gratuito para estudiantes y profesores en el extranjero
  - ✂✂ Plan de ayuda a las entidades sin ánimo de lucro
  - ✂✂ Plan Manos Libres
  - ✂✂ Plan 2000 para personas con alguna discapacidad
  - ✂✂ Plan Mayor para personas mayores que residen en centros geriátricos
  - ✂✂ Plan amigo de traslado de perros guía, de salvamento, adoptados y detectores de estupefacientes
  - ✂✂ Plan gran familia, para las familias numerosas (más de dos hijos)
  - ✂✂ Plan ayuda cultura con el fin de colaborar en la divulgación cultural
  - ✂✂ Plan campañas solidarias, para campañas de carácter humanitario

#### Igualdad de Oportunidades

MRW no cuenta con ningún plan específico en el ámbito de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, de la misma forma no lleva a cabo colaboraciones y campañas en esta área.

Aún así, aunque en su página web no aparezca nada relativo a este ámbito, dentro de los casos prácticos que recoge la Fundación Empresa y Sociedad se describe como en agosto de 1997 MRW solicita la incorporación al Programa Optima para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el trabajo. Desde octubre de 1997 hasta noviembre de 1998, con el asesoramiento de la consultora Deloitte & Touche, aplica una serie de acciones positivas destinadas a optimizar la gestión de recursos humanos en aras de conseguir una plena igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 6
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.fundaciongrupoeroski.es">www.fundaciongrupoeroski.es</a>
<b>Organización</b>	Eroski (Fundación Grupo Eroski). Ha obtenido el reconocimiento de la Fundación Empresa y Sociedad por su labor en el ámbito de la responsabilidad social en el 2002
<b>País y Contexto</b>	España.

#### Responsabilidad Social:

Eroski cuenta con una fundación, denominada Fundación Grupo Eroski en cuya página web se pueden encontrar los siguientes contenidos:

- ☞ Qué es Fundación Grupo Eroski
  - ☞ Información al consumidor
  - ☞ Innovación e iniciativas sociales
  - ☞ Desarrollo sostenible
  - ☞ Los protagonistas
- ☞ Proyectos
  - ☞ Asesoría de deporte y salud
  - ☞ La escuela de pastelería
  - ☞ Asesoría de alimentación y salud
  - ☞ Becas de Fundación Grupo Eroski
  - ☞ Escuela de cata de cava
  - ☞ Escuelas del consumidor
  - ☞ Asesoría del juguete de hipermercados Eroski
  - ☞ Parque de ocio y seguridad vial
  - ☞ Mesas redondas para conocer el euro
  - ☞ Publicación en Consumer-digital de algunos consejos para elegir bien los juguetes de los niños
  - ☞ Financiación de intervenciones en cooperación internacional

La Fundación Grupo Eroski es fruto del esfuerzo de miles de consumidores y trabajadores asociados a Eroski y Consum, cooperativas del sector de distribución que se han caracterizado por su sensibilidad hacia el mundo del consumo y los temas sociales y medioambientales.

La Fundación ofrece a los consumidores soluciones y respuestas ante el entorno cambiante.

El Grupo Eroski destina parte de sus beneficios a la Fundación con el fin de promover acciones a favor de los consumidores, realizar campañas de divulgación, editar revistas y guías, ofrecer becas, colaborar con organizaciones de ayuda al Tercer Mundo y con campañas solidarias de recogida de alimentos, juguetes, libros de texto, etc.

El trabajo de la Fundación se orienta en tres grandes líneas:

- ☞ Información al consumidor
- ☞ Innovación e iniciativas sociales
- ☞ Promoción del desarrollo sostenible

#### Igualdad de Oportunidades:



La Fundación Grupo Eroski no centra ninguna de sus iniciativas en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, al menos de forma directa.

#### **DATOS IDENTIFICATIVOS**

<b>Ref.</b>	Web 7
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa/contenido.html">www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa/contenido.html</a>
<b>Organización</b>	Telefónica. Responsabilidad Corporativa. Ha obtenido el reconocimiento de la Fundación Empresa y Sociedad por su labor en el ámbito de la responsabilidad social en el 2002
<b>País y Contexto</b>	España.

#### **Responsabilidad Social:**

Telefónica ha creado en su web una entrada específica sobre responsabilidad corporativa con los siguientes contenidos:

#### **Telefónica. Responsabilidad Corporativa**

##### El compromiso de telefónica

- Un compromiso diario. Modelo integrado de reputación corporativa
- Valores. Compromiso público:
  - Nuestros valores
  - Liderazgo de nuestro presidente
  - ¿Cómo vive telefónica sus valores?
- Gobierno corporativo

##### El compromiso ante todos

##### Clientes

- Responsabilidad basada en productos y servicios
- Nuestra prioridad es la satisfacción del cliente
- La calidad y su reconocimiento: objetivos estratégicos
- Universalidad del servicio
- Contribución positiva a la evolución de los precios
- Desarrollo de la sociedad de la información
- Acciones contra la brecha digital (digital divide)

##### Empleados

- Más de 150.000 empleados
- Acuerdos internacionales de empleo
- Servicio de información on-line (e-LEARNING)
- Comunicación con los empleados
- Planes de opciones sobre acciones en el Grupo telefónica
- Acción social liderada por empleados

##### Sociedad

- Productos y servicios responsables con la sociedad
- Fundación Telefónica
- Patrocinios de Telefónica
- Investigación y desarrollo para la sociedad



- ☞ Impulso a organizaciones internacionales
- ☞ El español y las telecomunicaciones

#### ☞ Medioambiente

- ☞ Compromiso medioambiental Grupo telefónica
- ☞ Noticias medioambientales

#### ☞ Inversores y accionistas

- ☞ Relaciones con inversores
- ☞ La oficina de atención al accionista
- ☞ Telefónica en los índices para inversiones responsables

#### ☞ Proveedores

- ☞ Transparencia
- ☞ Eficacia y eficiencia
- ☞ Innovación
- ☞ Comunicación y cercanía

Con esta entrada específica de responsabilidad corporativa en la web de telefónica se persigue, por un lado, poner en el mismo canal las actuaciones del grupo en materia de valores, ética y gobierno corporativo (elementos claves en la constitución de la responsabilidad empresarial) y por otro lado busca recopilar las políticas concretas en las que se traducen los compromisos que la compañía adquiere con sus clientes, accionistas, inversores, empleados, socios, medios de comunicación, proveedores,... Por último, persigue también reflejar el compromiso con la parte más visible de la responsabilidad corporativa: la faceta social, es decir, la derivada de la contribución a las sociedades en las que opera, del desarrollo medioambiental sostenible, y de los derechos en materia socio-laboral.

De la suma de todas estas variables, surgen los compromisos, y, en consecuencia, la responsabilidad corporativa del Grupo Telefónica.

En octubre de 2001 Telefónica inició el "Proyecto Reputación Corporativa", con un doble objetivo:

- ☞ Localizar, conocer e identificar todos y cada uno de los puntos de contacto en las relaciones con sus grupos de interés (Stakeholders)
- ☞ Una vez identificados todos estos puntos, gestionarlos de forma eficiente y sistemática, en todo el Grupo Telefónica, y en todo el mundo.

Para ello la compañía ha creado el Modelo Integrado de Reputación Corporativa, la herramienta que agrupa todos los grandes conceptos que, en Telefónica y en el ámbito empresarial en general, inciden en la reputación corporativa.

### **Igualdad de Oportunidades:**

Telefónica en su entrada específica sobre responsabilidad corporativa no dedica ningún espacio al ámbito de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 8
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.bitc.org.uk">www.bitc.org.uk</a> ( procede de: <a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a> )
<b>Organización</b>	Business in the Community.UK
<b>País y Contexto</b>	Reino Unido. Business in the Community (BITC) es una organización compuesta por 189 empresas constituida en 1982 cuyo objetivo es obtener un beneficio público a través del trabajo con las empresas mejorando el impacto positivo de las actividades empresariales en la sociedad.

## Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** Institución independiente de empresas que implica a 189 compañías

**Año de creación:** 1982

**Finalidad:** Trabajar en la mejora continua del impacto de las empresas en la comunidad

**Servicios para los miembros:**

- ☞ Acceso a una red de conocimiento compuesta por 750 compañías desarrollada a lo largo de veinte años
- ☞ Apoyo en la medición, modelos de referencia y comunicación de las acciones de responsabilidad social
- ☞ Provisión de ideas de negocio para incluir la responsabilidad social en los objetivos empresariales
- ☞ Asistencia en el desarrollo e integración de políticas y prácticas avanzadas de responsabilidad corporativa
- ☞ Acceso a innovadores estudios de caso e innovación
- ☞ Oportunidad de comunicar a los stakeholders (grupos de interés) el compromiso de la compañía, los progresos y el impacto
- ☞ Oportunidad de conocer las políticas públicas a nivel nacional y europeo

## Contenidos

**Índice de contenidos:**

- ☞ **Acerca de BITC:** quienes somos
- ☞ **Miembros:** perspectiva general, miembros de BITC
- ☞ **Oficina de Prensa:** bienvenido a la oficina de prensa de BITC
- ☞ **Carreras:** trabajar para BITC
- ☞ **Contactos:** contacta con nosotros
  - ☞ **Noticias:** directorio de noticias
  - ☞ **Eventos:** perfil de los conferenciantes, calendario de eventos, próximos eventos, agenda de información
  - ☞ **Programas:** servicios de asesoría, iniciativas, directorio de programas
  - ☞ **Regiones:** BITC en tu región, red europea
  - ☞ **Premios:** puesta al día, categorías, últimos ganadores
  - ☞ **Recursos:** recursos, estudios de caso, publicaciones, puntos de vista, herramientas
  - ☞ **Directorio:** equipos de liderazgo, miembros



## Responsabilidad Social:

### Premios para la Excelencia 2003

BITC en asociación con el Financial Times, y con la esponsorización del Departamento de Comercio e Industria convoca los premios de la Excelencia 2003. Se trata del premio más prestigioso del Reino Unido en el reconocimiento de la práctica de la responsabilidad social corporativa. A través de él se pretende promover las mejores prácticas para hacer negocios animando a las empresas a tomar medidas socialmente responsables, a desarrollar una mejora continua y a llevar a cabo la comunicación de su impacto positivo en la sociedad.

Estos premios cuentan con las siguientes categorías:

-  Premio al Impacto en los Negocios. Reconoce a las empresas que demuestran el valor de la revisión y la mejora en el modo de hacer negocios consiguiendo un impacto positivo en la empresa y en la sociedad.
-  Premio al Impacto en la Comunidad. Reconoce a las compañías que abordan las desigualdades sociales y económicas, este premio está esponsorizado por Powergen UK y Neighbourhood Renewal Unit.
-  Premio Embajador del Príncipe de Gales. Se trata de un reconocimiento individual a aquellas personas que a través de sus dotes de mando y de su acción personal en la incorporación de la responsabilidad social han conseguido impactos positivos en la compañía y en la sociedad.
-  Premio Sieff. Se trata de un reconocimiento individual o a una empresa, basado en la comunidad, a aquellas que hayan tenido la mejor colaboración a favor de la sociedad, lo esponsoriza Marks & Spencer.

## Igualdad de Oportunidades:

BITC aporta varios casos prácticos, algunos de ellos enmarcados en el ámbito de la igualdad de Oportunidades estos se describen en el siguiente epígrafe.

## Casos Prácticos

BITC presenta los casos prácticos en función de las siguientes áreas:

ÁREAS	Nº DE CASOS
Estrategia de negocio	12
Brecha digital	3
Diversidad	30
Educación	39
Medioambiente	16
Salud y Seguridad	4
Regeneración	14
Exclusión social (*)	29
Aprendizaje a lo largo de toda la vida	2
Balance de la vida laboral	19
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>



(\*) Dentro del área de exclusión social se han incluido los casos referidos a las áreas de: drogadicción, sin techo y exclusión social)

## Casos Prácticos en el ámbito de Igualdad de Oportunidades

### Marks & Spencer

Marks & Spencer pone el acento en la importancia de tratar a las personas con imparcialidad y respeto, promoviendo un ambiente libre de discriminación y acoso, asegurándose de que todo el mundo recibe un trato igualitario en todos los aspectos de las políticas, las prácticas y los procedimientos laborales.

La compañía ha introducido y extendido prácticas de trabajo flexibles, incluyendo el permiso por maternidad con salario integro, el trabajo a tiempo parcial, trabajo en casa, permiso para cuidados familiares, excedencias para cuidar a hijas e hijos..., asumiendo un papel activo en el incremento de las oportunidades para las mujeres en estrecha colaboración con organismos externos, incluido Opportunity Now.

### Transco

Transco pone en marcha un programa de desarrollo personal para las mujeres de la empresa tras diagnosticar que la mayor parte de las mujeres que formaban parte de la plantilla, el 78%, se ubicaban en puestos administrativos, un 19% en puestos de supervisión y tan sólo un 7% en puestos de dirección.

Diseñado para ayudar a las mujeres a considerar sus ambiciones e identificar la forma de dar el siguiente paso para desarrollar su potencial, el Programa de Desarrollo Personal para Mujeres consistió en la puesta en marcha de cuatro talleres de un día de duración durante un periodo de cinco meses en la compañía y diseñado para conocer las necesidades de las mujeres en los niveles administrativos principalmente. Los talleres son lo suficientemente flexibles para que puedan adaptarse a las necesidades individuales de cada mujer.

### Inland Revenue National Insurance Contributions Office (NICO)

Esta organización parte de la necesidad de que todas sus iniciativas tienen que tener un impacto positivo en las mujeres.

Se han definido los acuerdos de trabajo y de cuidado de hijos e hijas. Se ha proporcionado formación en materia de diversidad a todo el personal y la organización dirige un programa de seguimiento que forma parte de varios programas externos de desarrollo y voluntariado. A su vez también dirige el programa de desarrollo para mujeres *Springboard*.

Cuentan con un programa de dieciocho meses de duración denominado *Taking the Lead* dirigido a todo el personal cuyo objetivo es desarrollar las dotes de mando, ayudar a la organización a mejorar la competencia del personal y producir una cultura de cambio.

Llevar a cabo el cambio en la cultura organizacional y establecer la conexión entre los objetivos de diversidad y las metas de negocio, es una labor complicada, para lo que han sido necesario contratar cuatro asesores expertos en diversidad e igualdad a tiempo completo. Estos fueron ubicados dentro de las unidades de negocio, donde trabajaron estrechamente con el equipo de diversidad de recursos humanos ofreciendo pautas para conseguir los objetivos de diversidad e



igualdad en el conjunto de la plantilla al mismo tiempo que ayudaban a los directivos a insertar la diversidad en los planes de negocio.

El impacto del trabajo de los asesores ha sido significativo. Ahora todas las áreas de negocio cuentan con planes de acción para la diversidad proporcionando apoyo y asistencia individual a todo el personal con discapacidad.

### **Queen's University Belfast**

El vicerrector de Queen's University Belfast tras tomar conciencia de la ausencia de mujeres en puestos altos, llevó a cabo una iniciativa de género que comenzó en septiembre de 1999.

Esta iniciativa no sólo pretendía llevar a cabo la promoción de las mujeres a puestos más altos en la universidad, sino que también perseguía mejorar las perspectivas profesionales y las condiciones laborales de todas las mujeres de la universidad con el fin de beneficiar a todo el personal empleado en la misma.

Se llevaron a cabo seminarios donde se consultaba a las mujeres de la universidad por cada una de las áreas de actuación.

Como resultado de esta iniciativa se han experimentado cambios en el sistema de promoción y de evaluación.

### **Departamento de Salud, Servicios Sociales y seguridad Pública de Irlanda del Norte**

El Departamento de Salud, Servicios Sociales y Seguridad Pública de Irlanda del Norte establece en 1997 un foro regional junto con 18 Health Trusts, Boards y Agencias utilizando el nombre de Opportunity Now's para calificar una iniciativa de diversidad con el objetivo de consolidar los objetivos y las principios de la campaña en la cultura de cada organización.

Los planes de acción del foro están centrados en el desarrollo de las oportunidades de las mujeres y son actualizados semestralmente. En el foro se trabajan aspectos tales como: el desarrollo de sus carreras profesionales, el incremento del número de mujeres en puestos altos, y el fomento de la presencia de mujeres en trabajos en los que se encuentran subrepresentadas.

Se lleva a cabo un proceso de motivación de los miembros del foro para incluir los objetivos de la iniciativa Opportunity Now's en sus planes de negocio.

### **Leeds Metropolitan University**

Las demandas crecientes de profesorado por año completo y para cursos nocturnos y de fines de semana en la universidad llevan a una revisión de las políticas de conciliación de vida laboral y doméstica.

La universidad pone en marcha una serie de iniciativas que permiten conciliar la vida laboral y doméstica, algunas de estas iniciativas son:

- ✍* la puesta en marcha de un programa de ayuda a los y las empleadas a través del cual pueden disponer de asesoría legal, financiera, familiar y laboral
- ✍* la oferta de varios servicios de salud y bienestar por parte de los centros médicos,



- ✍ la existencia de una amplia variedad de guarderías infantiles
- ✍ la posibilidad de acogerse a opciones de trabajo flexible que incluyen el trabajo compartido (sistema por el cual dos personas comparten un mismo puesto) y la reducción de jornada para todo el personal.

La comunicación de todas estas acciones se lleva a cabo a través de distintos canales: la Intranet de la universidad, los boletines de personal y las guías de desarrollo del personal centradas principalmente en la diversidad.

### **Citigroup Corporate & Investment Bank, Europe**

Citigroup ha optado por hacer de la diversidad una prioridad de negocio, mejorando la posición, contratación y el desarrollo de mujeres y minorías étnicas.

La Primera Conferencia Europea de la Mujer se celebró en junio de 2000 y allí se identificaron cuatro temas claves de la diversidad: la contratación, el mantenimiento del puesto de trabajo, el mentoring/desarrollo profesional y la conciliación de la vida laboral y profesional.

Se establecieron cinco grupos transversales y temáticos compuestos por diez miembros cada uno, con el fin de conseguir los objetivos establecidos para cada una de las cuatro áreas identificadas en 100 días.

La empresa creó un modelo de negocio que integra la diversidad en su estructura organizacional.

### **Barclays Bank Plc**

En el año 2001 Barclays Bank lleva a cabo un diagnóstico sobre diversidad e igualdad entre 10.000 empleados y empleadas del cual se desprende la necesidad de llevar a cabo una mayor conciliación entre la vida laboral y doméstica.

El esquema de reparto de trabajo de Barclays permite a las personas trabajar con una reducción de horas y combinar su carrera profesional con otras responsabilidades e intereses. Existen ejemplos de reparto del puesto de trabajo en puestos de alta responsabilidad.

Cualquier persona o puesto de trabajo pueden ser susceptibles de un reparto de trabajo, se trate de un puesto consolidado dentro de la estructura de la empresa o de un puesto nuevo. El establecimiento de horas de trabajo se acuerda entre las personas implicadas, sus directores y el equipo de trabajo constituido para desarrollar este tipo de cuestiones.

En julio de 2001 Barclays, a través de su Intranet, implantó a nivel nacional un sistema que registra los detalles profesionales y las preferencias de los miembros de su plantilla, para posteriormente buscar iguales potenciales dentro de la empresa con los que puedan compartir su puesto de trabajo. Este sistema registra gente a diario y las personas usuarias pueden variar sus datos o sus preferencias parejas en cualquier momento.

### **The Stream University**

Stream International es un proveedor técnico para la industria que cuenta con una plantilla de 600 personas. Se trata de una compañía que invierte fuertemente en su plantilla y ha



introducido a Stream University para promover la igualdad de género y apoyar el desarrollo corporativo, haciendo especial hincapié en el incremento del número de mujeres en plantilla.

Stream University para llevar a cabo este proceso ha trabajado en cuatro áreas:

- ✍ *El modelo de contratación.* Introdujeron un nuevo modelo de contratación a través del cual se ha producido un incremento de mujeres en plantilla.
- ✍ *Mejora de la calidad del trabajo.* Mejorar la formación técnica del personal no técnico
- ✍ *El aprendizaje extra-curricular.* Ofrecer a la plantilla la oportunidad de obtener certificaciones reconocidas de idiomas, informática,...asumiendo la compañía el costo de la formación.
- ✍ *La carrera profesional Pathing.* Ayudar a dirigir la carrera profesional de las personas jóvenes de la plantilla.

### **Consejo del Distrito Metropolitano Wakefield**

El Consejo de Distrito Wakefield es el mayor empleador en el área de la minería. Aunque el 69% de sus 16.000 empleados eran mujeres, sólo el 13% de los directores eran mujeres y no había mujeres entre los oficiales de primera, por lo que la eficacia de la política de igualdad de oportunidades quedó cuestionada. Teniendo en cuenta esta situación se desarrolló un programa con el objetivo de lograr un equilibrio entre hombres y mujeres en todos los niveles.

Las actividades que se desarrollaron se centraron en dos áreas:

- ✍ El desarrollo personal y profesional de las mujeres
- ✍ El desarrollo organizacional y el cambio cultural

### **Ministerio de Defensa**

Desde principios de los noventa el centro de personal del ejército viene considerando las ayudas para el cuidado de hijos e hijas de su personal. La falta de espacio impidió la creación de una guardería en el lugar de trabajo y la oferta de guarderías privadas no cubría las necesidades de la demanda, por lo que los vales para el cuidado de hijos e hijas emergieron como la única solución.

A través de los vales para el cuidado de niñas y niños los padres consiguen la flexibilidad necesaria para compaginar su trabajo con el cuidado de hijos e hijas evitándose los problemas de lista de espera de las guarderías. Mediante este sistema los miembros de la plantilla obtienen un tercio del costo del cuidado de sus hijos e hijas a través de vales.

### **Metro de Londres**

El Metro de Londres cuenta con una plantilla de 12.370 personas de las cuales el 85% son hombres y un 30% minorías étnicas. En 1999 la estrategia Equality identificó el acoso sexual y racial como área prioritaria de acción. Se estableció un plan de acción, pero resultaba muy difícil que las víctimas de acoso denunciaran su situación por lo que resultaba complicado llevarlo a cabo, además los directores no contaban ni con las herramientas ni con la experiencia necesaria para tratar las cuestiones relacionadas con el acoso.



Partiendo de esta situación se acordó una estrategia para el cambio cuyas claves principales deberían desarrollar un proceso que llevara a tratar el acoso a través de los sindicatos con el fin de cambiar la cultura organizacional hacia otra donde el acoso no se tolere.

Se creó la figura del representante del acoso en el sindicato y fueron formados para que pudieran proporcionar un apoyo adecuado tanto a las víctimas como al acosador. Todo esto se apoyo con una serie de acciones y comunicaciones dirigidas al conjunto de la plantilla.

### **Universidad de Warwick**

La Universidad de Warwick vio como la expansión de su guardería infantil, utilizada tanto por el personal contratado como por el alumnado, juega un papel esencial en la entrada y permanencia de mujeres, así como en el incremento de mujeres en puestos altos. En el año 2001 se emprendió una investigación con el objetivo de extender la demanda del servicio de guardería y como resultado de esta investigación se implantó un programa de expansión de las facilidades de la guardería infantil.

La investigación sacó a la luz las siguientes necesidades:

- ✍ la necesidad de un servicio para bebés mayores de cuatro meses que ayudara a los y las trabajadoras a retornar el trabajo de forma inmediata tras agotar el permiso por maternidad/paternidad
- ✍ la necesidad de un servicio para niños y niñas entre uno y cinco años que permita llenar el vacío de su cuidado en la edad preescolar.

Se adecuó un nuevo edificio para ubicar la guardería, se contrató a más personal para trabajar en el servicio y se ofertó un servicio de guardería de 46 semanas al año.

Los miembros de la universidad son informados de las prestaciones del servicio de guardería a través de la Intranet y de la revista de la universidad.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 9
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.bitc.ie">www.bitc.ie</a> ( procede de: <a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a> )
<b>Organización</b>	Business in the Community Ireland
<b>País y Contexto</b>	Irlanda. Business in the Community Ireland es una organización compuesta por 24 empresas constituida en el año 2000 cuyo objetivo es mejorar su impacto en la sociedad.

## Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** Organización de empresas que implica a 24 compañías irlandesas

**Año de creación:** 2000

**Finalidad:** Trabajar en la mejora continua del impacto de las empresas en la comunidad

**Servicios para los miembros:**

Las empresas que se asocian a BITC Ireland buscan aumentar su impacto positivo en la comunidad, reducir riesgos, intercambiar conocimiento, mejorar sus operaciones de negocio y ganar nuevas relaciones. Las razones más frecuentes para unirse a BITC Ireland son las siguientes:

- ☞ Unirse a un *movimiento de empresas* con el objetivo de mejorar su reputación y su impacto en el mercado y en la sociedad irlandesa y avanzar hacia un cambio real a través de la colaboración con el sector público y con las entidades sin ánimo de lucro.
- ☞ *Mejorar la relación con las comunidades locales en las que se encuentran ubicadas.* Aquí se incluyen aquellas compañías que establecen una primera relación con los grupos establecidos en la comunidad con el fin de establecer una diferencia positiva y aquellas empresas que establecen su relación con la comunidad a través de programas estratégicos específicos de responsabilidad corporativa.
- ☞ Las compañías que reconocen las ventajas de medir y mejorar su impacto en todos los stakeholders (sociedad, medioambiente, lugar de trabajo y mercado) se unen para *incorporar la responsabilidad corporativa en la gestión de sus negocios* con el fin de crear un valor duradero

A la hora de exponer las ventajas de pertenecer a BITC Ireland se establecen dos ámbitos diferenciados:

- ☞ **La implicación en la comunidad.** Las empresas miembro reciben asesoría acerca de cómo mejorar el impacto de sus actividades en la comunidad, la reducción de los riesgos, la nueva legislación social y la mejora de la imagen corporativa.

BITC Ireland ofrece a sus miembros un marco para que su personal pueda desarrollar acciones positivas en su comunidad. Las empresas han descubierto que invirtiendo en las comunidades locales pueden aumentar la lealtad de la clientela, realzar las habilidades de sus empleados y empleadas, mejorar las relaciones con los proveedores y conseguir una buena reputación mientras abordan algunos de los problemas sociales más graves de Irlanda como la regeneración urbana, el crimen o la situación de las personas indomiciliadas.

A través de las reuniones de la red tienen la oportunidad de escuchar experiencias del resto de los miembros.



- ✍ **La responsabilidad corporativa.** Algunos miembros, a través de la aplicación de sistemas de gestión medioambiental mejorados consiguen reducir costes, otros aumentan sus cuotas de negocio mejorando las políticas de recursos humanos. Otras empresas identifican carencias en algunas de sus áreas de negocio y ponen en marcha prácticas de mejora. Por otro lado, la empresa miembro tiene la posibilidad de cuantificar el tiempo y los recursos que invierten en la comunidad así como de conocer la repercusión que tienen.

## Contenidos

### Índice de contenidos:

- ✍ **Antecedentes y contacto**
  - ✍ Sobre nosotros
  - ✍ El Consejo
  - ✍ ¿Qué hacemos?
  - ✍ Ver para creer
  - ✍ Contacta con nosotros
- ✍ **Miembros y socios**
  - ✍ Nuestros miembros
  - ✍ ¿Por qué asociarse?
  - ✍ Ventajas de asociarse
  - ✍ Redes de BITC Ireland
- ✍ **Responsabilidad Corporativa**
  - ✍ ¿Qué es?
  - ✍ Análisis del impacto
  - ✍ Política y práctica
  - ✍ Comunicación
- ✍ **Implicación en la Comunidad**
  - ✍ Acercamiento estratégico
  - ✍ Aportando un impuesto rentable
  - ✍ Asociación APRA, la educación
  - ✍ Empleo Social
  - ✍ Servicio de consulta
- ✍ **Noticias y acontecimientos**
  - ✍ Últimas noticias
  - ✍ Acontecimientos

## Responsabilidad social

La responsabilidad corporativa es una iniciativa distinta pero complementaria a las actividades de compromiso con la comunidad, promovidas por BITC Ireland. Surgió como respuesta a la demanda de miembros de empresas que consideran importante medir y mejorar su impacto en todos los agentes implicados en la empresa y requieren consejos estratégicos sobre cómo transversalizar la responsabilidad corporativa en los procesos de sus empresas.



## ¿Qué es?

La responsabilidad corporativa trata de la actuación responsable de las empresas en todos sus procesos de negocio, ya que aporta beneficios comerciales y otros indirectos a la empresa. La meta del programa de responsabilidad corporativa de una organización es asegurar que los intereses de todos los agentes implicados en la empresa estén equilibrados, capacitando a la compañía para atraer la mejor gente, mejorar la actuación del negocio, ser más eficiente en los costos y contribuir a la rentabilidad a largo plazo. La responsabilidad con los clientes, inversores, empleados, el público y la comunidad se convierte en parte integral de la forma de hacer negocios y promueve un cambio social. Pero la responsabilidad es mucho más que eso; además ayuda a crear un entorno adecuado, dentro del cual los negocios puedan florecer para el beneficio de la sociedad. BITC Ireland ha establecido la responsabilidad corporativa porque Irlanda tiene el potencial para definir, por sí misma, un papel de liderazgo en el desarrollo sostenible a través de la responsabilidad corporativa.

## Análisis del impacto

El modo en que se producen bienes y servicios, la forma en que se venden y compran, las consecuencias para el medioambiente, el empleo creado, los procesos de contratación, formación y desarrollo de los trabajadores y trabajadoras, los beneficios para los inversores, y las repercusiones para la comunidad, etc. son ámbitos donde la actividad empresarial tiene un claro impacto y constituye el interés de las empresas medir y mejorar, de forma continuada, dicho impacto, pero muchas empresas desconocen como hacerlo de manera efectiva.

El proyecto de responsabilidad corporativa de BITC Ireland ayuda a las empresas asociadas a identificar amenazas y oportunidades para mejorar el desarrollo del negocio y aislar riesgos potenciales.

## Política y práctica

Las empresas asociadas participan en un proceso por etapas para integrar buenas prácticas en toda la estructura, mediante el trabajo en red en reuniones centradas en la transferencia de conocimiento. La primera concreción de esta propuesta fue organizada por Cap Gemini Ernst & Young en Junio de 2001. Se celebraron varias reuniones que fueron objeto de una valoración muy positiva por parte de las personas asistentes.

## Informando

Todas las actividades realizadas en el marco de esta iniciativa se dan a conocer con el objetivo de difundir los pasos dados y los logros conseguidos hasta la base de las organizaciones.

## Políticas y prácticas innovadoras en materia de responsabilidad corporativa

Durante la pasada década la economía de Irlanda experimento un crecimiento sin precedentes que fue objeto de atención de observadores internacionales. Sin embargo, a partir del análisis de la forma y el volumen del periodo de expansión, se esperaba un periodo de recesión. Los observadores internacionales comenzaron a hablar de la necesidad de un periodo de ajuste, a



partir del cuestionamiento de procesos de crecimiento a corto plazo. Esta circunstancia favoreció que se empezase a hablar de la Responsabilidad Social de las empresas.

BITC, Ireland define la responsabilidad social corporativa como un concepto a través del cual integrar el contexto social y consideraciones éticas en los procesos de toma de decisiones de la empresa y sus repercusiones con todos los agentes implicados en la actividad empresarial, desde un planteamiento voluntario. En los últimos cinco años los principios de responsabilidad social han comenzado a ser adaptados por gran número de empresas transnacionales. La integración de estos principios está relacionada con un crecimiento sostenible de las empresas implicadas y no solo como un reflejo de su buena voluntad. Las características esenciales de la responsabilidad social, entendida desde este enfoque son las siguientes:

- ✍ La responsabilidad social corporativa está directamente relacionada con el crecimiento sostenible de la empresa y con el éxito a largo plazo.
- ✍ La responsabilidad social corporativa implica que para alcanzar, de manera exitosa, un crecimiento a largo plazo tiene que haber un valor añadido en todos los agentes implicados en la actividad de la empresa y no sólo en la estructura básica.
- ✍ La responsabilidad social corporativa implica medir el impacto de la empresa en todos los agentes implicados en su actividad para maximizar el impacto positivo y minimizar el impacto negativo.
- ✍ La responsabilidad social corporativa esta relacionada con la forma de hacer negocios y se adopta de manera voluntaria por encima de los requerimientos legales.
- ✍ La responsabilidad social corporativa del sistema de valores y la filosofía de la empresa.
- ✍ La responsabilidad social de las empresas ha dejado de ser una posición ética para convertirse en una estrategia corporativa que implica a todos los agentes relacionados con la actividad de la empresa.

### **Igualdad de Oportunidades:**

BITC Ireland no dedica ningún espacio al ámbito de la Igualdad de Oportunidades.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 10
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.businessandsociety.net">www.businessandsociety.net</a> (procede de: <a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a> )
<b>Organización</b>	Finnish Business & Society
<b>País y Contexto</b>	Finlandia. Finnish Business & Society es una red para la promoción de la responsabilidad social dirigida a compañías de diferentes sectores de actividad. Esta red pone en relación a las empresas, el sector público, la ciudadanía y los consumidores y consumidoras con el fin de avanzar hacia un desarrollo social y económicamente sostenible.

## Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** Red compuesta por empresas y otros grupos de interés

**Año de creación:** 2000

**Finalidad:** Introducir el concepto de desarrollo social y económicamente sostenible en las compañías Finlandesas y establecer una asociación entre el sector público, el sector privado y el tercer sector.

**Actividades:** Las actividades de Finnish Business & Society son desarrolladas por el Grupo de Desarrollo, compuesto por representantes de las empresas que forman parte de la red y por los inversores.

El Grupo de Desarrollo se responsabiliza, entre otras cosas, de la planificación de actividades, de la estrategia y de la comunicación de la red. La coordinación general y la planificación práctica corren a cargo de los inversores.

La red tiene como objetivos:

- ☞ Desarrollar la política de recursos humanos
- ☞ Promover el bienestar del personal
- ☞ Aumentar el capital social y humano en las empresas y de esta manera mejorar la productividad, la seguridad, la capacidad y la asunción de responsabilidad.
- ☞ Diseñar un sistema de referencia de responsabilidad social corporativa a nivel nacional e internacional
- ☞ Desarrollar grupos de referencia para impulsar el desarrollo sostenible
- ☞ Actuar como una red amplia de compañías de diferente tamaño y con diferentes líneas de negocio

Finnish Business & Society ofrece a sus miembros actividades y servicios que les permitan mejorar su responsabilidad social corporativa. La tarea del coordinador general es facilitar la consecución de este objetivo de la siguiente forma:

- ☞ Desarrollando, supervisando y evaluando las actividades de la red junto con el grupo de desarrollo.
- ☞ Ofreciendo asesoría y evaluación del proyecto a los miembros de la red y a las empresas interesadas en formar parte de la red. El propósito de la evaluación del proyecto es aconsejar a las empresas acerca de cómo introducir el desarrollo sostenible en la política de recursos humanos y en la gerencia.
- ☞ Organizando la formación a corto plazo a través de seminarios y talleres.
- ☞ Comercializando la red
- ☞ Comunicando las buenas prácticas entre la red finlandesa y las organizaciones europeas
- ☞ Mejorando el trabajo en red entre el sector público y el sector privado



## Contenidos

### Índice de contenidos:

-  **Actualidad:** últimas noticias, campaña del negocio, sondeos (actitudes europeas hacia la Responsabilidad Social: información desagregada por países)
-  **Asociación:** visión, actividades, miembros, socios, antecedentes
-  **Oficina de Prensa:** bienvenida a la oficina de prensa de BITC
-  **Contactos**
-  **Links útiles**

### Responsabilidad Social:

Una empresa puede llevar a cabo responsabilidad social de muchas maneras. Las empresas tienen que definir sus necesidades, recursos e intereses y en función de ellos adecuar sus actividades de RSE. Una política acertada de RSE trae consigo beneficios concretos a la empresa, a su personal y a la comunidad donde está ubicada.

Tradicionalmente el papel de la sociedad respecto al sector privado ha sido crear y mantener las condiciones necesarias para desarrollar el negocio: hacerse cargo del planteamiento y la infraestructura de la ciudad, así como de la educación, del cuidado diario de niños y niñas y de otro tipo de servicios sociales. La sociedad también se ocupa del cuidado de todas aquellas personas que han quedado al margen del mercado laboral. Las empresas por su parte contribuyen a financiar los servicios públicos. A pesar de estos vínculos entre el sector público y privado, ambos se perciben muy distantes el uno del otro.

Finnish Business & Society fue creada para conocer las necesidades tanto de las empresas como de la sociedad con el propósito de establecer un foro común que permitiera a las empresas llevar a cabo un desarrollo social y económicamente sostenible. El objetivo es encontrar nuevas perspectivas que permitan tener en cuenta los efectos negativos de la empresa y anticiparse a ellos. La RSE es una parte integrante de la política social que aumenta el bienestar social de una sociedad.

La red abre nuevas posibilidades a las empresas para poner en marcha una política de recursos humanos que promueva el desarrollo sostenible. El establecimiento de una red permite que las compañías establezcan comparaciones eficaces y adopten buenas prácticas en Finlandia y en otros países europeos. Como miembros de la red las empresas pueden establecer contactos con otras organizaciones similares europeas, dando a la red finlandesa la posibilidad de utilizar los conocimientos técnicos, la experiencia a largo plazo y las buenas prácticas de RSE desarrollada en otras redes europeas.

La unidad europea común para la responsabilidad social corporativa, *CSR Europa* ([www.csreurope.org](http://www.csreurope.org)) permite establecer contactos entre las distintas redes nacionales. CSR Europa colabora de forma estrecha con la Comisión de las Comunidades Europeas, lo cual le permite influir en el contenido de la estrategia europea del empleo.

### Igualdad de Oportunidades:

No cuenta con ningún apartado específico en el que se trate la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 11
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.businessandsociety.be">www.businessandsociety.be</a> (procede de: <a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a> )
<b>Organización</b>	Business & Society Belgium
<b>País y Contexto</b>	Bélgica

## Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** red de empresas que asegura la promoción e integración de la responsabilidad social de la empresa en sus actividades (gestión/procesos/operaciones), con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y al progreso humano.

**Año de creación:** 1998. Se creó a partir de la red europea "European Business Network for Social Cohesion" (EBNSC), nacida en 1995. En el año 2000 la EBNSC se convirtió en CSR Europa.

**Finalidad:** contribuir a un desarrollo sostenible y al progreso de la humanidad.

**Actividades:** la red basa su acción en la asociación con todos los actores comprometidos en la responsabilidad social de la empresa. Quiere ser un catalizador de proyectos e iniciativas de empresas, así como un centro de referencia sobre este tema. Sus objetivos son los siguientes:

- ✂ Sensibilizar a las empresas
- ✂ Promover iniciativas generadoras de empleo y contribuir a la integración en el mercado de trabajo de los grupos de riesgo
- ✂ Suscitar el intercambio de experiencias.

## Contenidos

### Índice de contenidos:

- ✂ Novedades: noticias y revista
- ✂ Empresa y Sociedad
- ✂ La organización
- ✂ Los miembros
- ✂ Los socios
- ✂ ¿Cómo ser miembro?
- ✂ Actividades: actividades pasadas
- ✂ Programa
- ✂ Bases de datos: base de las iniciativas, base de noticias de prensa, publicaciones, enlaces.
- ✂ Contacte con nosotros

### Responsabilidad Social:

Se entiende la responsabilidad social de las empresas como una forma de maximizar el valor añadido que las empresas ofrecen a la sociedad, a través de la suma de valores e impactos generados por sus operaciones.

✂ **Desde un punto de vista económico:**



- ☞ Suministrando productos y servicios que satisfagan las demandas del consumidor.
- ☞ Recompensando de forma justa las contribuciones de sus empleados y proveedores
- ☞ Mediante el uso eficiente de los recursos productivos.
- ☞ Y mediante la creación de beneficios

☞ **Desde un punto de vista humano y social:**

- ☞ Eliminando cualquier conducta o práctica mercantil que pudiera ir en detrimento de la dignidad humana o del adecuado funcionamiento de la sociedad
- ☞ Contribuyendo a proporcionar oportunidades para el progreso personal y social (en términos de condiciones materiales, cualificación y autonomía)

☞ **Desde un punto de vista medioambiental:**

- ☞ Optimizando la utilización de los recursos naturales en el más amplio sentido.
- ☞ Y minimizando los impactos negativos de productos y servicios en todos sus ciclos de vida.

☞ **Sus miembros aspiran a:**

- ☞ Crear y mantener diálogo y transparencia con sus accionistas, inversores, empleados, clientes, proveedores o comunidades donde se instalan, así como con los representantes de dichas comunidades.
- ☞ Alcanzar y mantener el progreso mediante la medición de su impacto, la transparencia de los contratos, y mediante la puesta en marcha de acciones concretas.
- ☞ Implicar a ejecutivos y empleados en los procesos de toma de conciencia, responsabilidad y puesta en marcha de acciones.

Este compromiso está basado en la creencia de que la responsabilidad social de las empresas es el único camino para hacer negocios a largo plazo y obtener beneficios a corto plazo a partir de un mejor y mayor diálogo con accionistas, proveedores, clientes, empleados y representantes de la comunidad.

**Para esta red de empresas, la responsabilidad social engloba temas** como el apoyo al aprendizaje, el acercamiento al mundo de la enseñanza, al de las empresas, el respeto a los derechos humanos y el voluntariado de empresas.

Últimos proyectos activos que aparecen en esta página

- ☞ **Voluntariado de empresa**, donde la red apoya y encuadra un grupo piloto de empresas que quieren participar en una relación de intercambios mutuos con el sector asociativo (con el apoyo de la fundación Roi Baudouin)

Al servicio de la sociedad:

- ☞ *Employee involvement* (o implicación del personal) significa que las empresas ponen a los empleados y sus competencias al servicio de las organizaciones sociales.
- ☞ Las empresas participan en Employee Involvement porque consideran que la aportación de competencias individuales es más rica para la sociedad que la simple puesta a disposición de medios financieros.

Ejemplo:

Una empresa puede apadrinar una escuela de barrio con el fin de instaurar una clase de deberes.



Una empresa puede igualmente enviar a sus empleados para ayudar a los escolares a desarrollar un buen método de trabajo.

Si al final del año escolar, los estudiantes que obtienen buenos resultados son más numerosos, la satisfacción, en el segundo escenario, será mucho mayor. La puesta en práctica del capital humano implica un importante rendimiento social

#### En función de los objetivos de la empresa

- ✍✍ Employee involvement implica más que el simple hecho de aportar tiempo y de compartir competencias para fines loables.
- ✍✍ Los programas de Employee involvement están siempre, en efecto, basados en la mejora de las aptitudes individuales, de las aptitudes para dirigir y trabajar en equipo de los trabajadores implicados.
- ✍✍ Las empresas que consideran Employee involvement como una alternativa válida a la actividad escolar o a las actividades de "team bulding" son cada vez más numerosas.

#### Ejemplo:

Los trabajadores competentes que son menos aptos para la comunicación se revelarán más rápidamente como interlocutores motivados en un programa bien estructurado con escolares que en una situación de aprendizaje artificial.

Employee involvement constituye por tanto una baza para el desarrollo de los recursos humanos y para la política de comunicación de cada empresa.

- ✍✍ "PYME Toolkit", donde la red desarrolla una herramienta de formación y sensibilización en responsabilidad social para las pequeñas y medianas empresas.

(\*) La base de datos de las iniciativas no está aún disponible, por lo que no se pueden obtener casos prácticos.

### **Igualdad de Oportunidades:**

*No existe ninguna mención explícita o implícita a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, salvo en lo que se refiere a "recompensar de forma justa las contribuciones de sus empleados y proveedores", o en lo referido a "proporcionar oportunidades para el progreso personal y social (en términos de condiciones materiales, cualificación y autonomía)".*

### **Enlaces de interés que aparecen en esta página:**

Responsabilidad Social a nivel mundial: [www.ethicsinaction.com](http://www.ethicsinaction.com)

Responsabilidad Social a nivel europeo: [www.csreurope.org](http://www.csreurope.org)



## DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 12
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.copenhagencentre.org">www.copenhagencentre.org</a> (procede de: <a href="http://www.smekey.org">www.smekey.org</a> )
<b>Organización</b>	The Copenhagen Centre (TCC)
<b>País y Contexto</b>	Dinamarca.

## Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** TCC es una institución internacional y autónoma establecida por el Gobierno Danés

**Finalidad:** TCC centra su labor en la promoción de la cohesión social. Trabaja para que los gobiernos, las esferas empresariales y los agentes sociales proporcionen apoyo y oportunidades a las personas menos privilegiadas a través del mantenimiento de sus empleos y del acceso al mercado de trabajo.

TCC basa su filosofía en el reparto de la responsabilidad social entre el sector público y el privado y en la promoción de la sostenibilidad social. Considera que las asociaciones voluntarias entre el gobierno y el sector empresarial resultan altamente efectivas en la creación de cohesión social.

**Actividades:** La principal misión de TCC es dirigir las investigaciones y trabajos, organizar y facilitar las redes, establecer un centro interactivo de conocimientos, publicar los informes, las notas y los boletines, organizar los seminarios internacionales y mantener las redes internacionales incluyendo al sector público y privado. Para desarrollar todos estos objetivos TCC cuenta con una serie de programas.

## Contenidos

### Índice de contenidos:

- ✍✍ Bienvenida:
  - ✍✍ Acerca de nosotros
    - ✍✍ Plataforma
    - ✍✍ Programas
    - ✍✍ Gente
  - ✍✍ Contacta con nosotros
  - ✍✍ Acerca de este sitio web
    - ✍✍ Diseñadores y espónsores
    - ✍✍ Ayuda
    - ✍✍ Mapa del sitio web
- ✍✍ Conocimientos
  - ✍✍ Asociaciones locales en Europa
  - ✍✍ Estudios de caso



- ✍✍ Metodología
- ✍✍ Actividades
- ✍✍Asociaciones *Alchemy*
  - ✍✍ Definición de nuevas asociaciones sociales
  - ✍✍ Significado de algunos términos
  - ✍✍ Significado de palabras clave
- ✍✍Asociaciones TCC
- ✍✍Bases de datos de casos
- ✍✍Publicaciones
- ✍✍Actividad
  - ✍✍Eventos
    - ✍✍ Calendario
    - ✍✍ Búsqueda
  - ✍✍Participantes
    - ✍✍ Quién es quién
    - ✍✍ Organización
- ✍✍Conferencias
- ✍✍Proyectos
  
- ?? Últimas noticias
- ?? Búsquedas de sitios webs
- ?? Conferencia europea sobre responsabilidad social
  - ✍✍ Bienvenida
  - ✍✍ Programa
  - ✍✍ Sesiones de apertura
  - ✍✍ Presentaciones
  - ✍✍ Temas especiales
  - ✍✍ El precio de la RSE
  - ✍✍ Documentos
  - ✍✍ Contactos

## Responsabilidad Social:

### Asociaciones Locales en Europa

A finales del año 2000 TCC inició un proyecto de investigación, basado en el análisis de seis asociaciones locales de diferentes países europeos. Todas estas asociaciones son ejemplos de respuestas locales innovadoras a problemas de exclusión social.

El proyecto de investigación se encarga de recopilar las experiencias de estas asociaciones y de difundir los procesos de cada asociación con el fin de facilitar el conocimiento y el intercambio de buenas prácticas, es decir, el proyecto explorará las dinámicas de las nuevas asociaciones con prácticas sociales exitosas.

Por otro lado, describirá y analizará los procesos locales de las asociaciones: los desafíos, las potencialidades, los obstáculos y las estrategias para hacerles frente. El acento se pondrá en el proceso de aprendizaje y en los beneficios potenciales para el sector público o las organizaciones sociales civiles, las esferas empresariales o la comunidad local en su conjunto.

*La metodología:* se estudiarán un total de seis asociaciones locales durante un periodo de tres años. Las asociaciones objeto de estudio pertenecerán a entornos geográficos y culturales



distintos y trabajaran en ámbitos diferentes tales como: la creación de empleo, la integración de minorías y la empleabilidad, siendo el acceso al mercado de trabajo el denominador común. El proyecto analizará los métodos de trabajo, la toma de decisiones, la comunicación,..., en una tentativa de entender como los participantes interactúan en las nuevas asociaciones sociales.

Cada asociación será visitada varias veces durante el periodo de investigación, lo cual permitirá al equipo de investigación analizar el desarrollo del proceso y los resultados. Adicionalmente cada asociación formará parte de un foro donde los participantes podrán compartir experiencias e ideas. El trabajo en red y el intercambio de experiencias se llevará a cabo on line en el espacio virtual del proyecto ubicado en la página web de TCC el cual funcionará como plataforma de trabajo. Finalmente se desarrollaran talleres de trabajo de temas específicos. La utilización de esta metodología permite al grupo de investigación llevar a cabo una comparación continua de las prácticas de las asociaciones, así como identificar los problemas, los beneficios y los resultados obtenidos

### **Igualdad de Oportunidades:**

Esta página web cuenta con un enlace de casos prácticos donde se pueden encontrar dos casos que TCC enmarcan dentro del ámbito de la igualdad de oportunidades, aunque tal y como se puede observar (se presentan en el siguiente epígrafe) no llevan a cabo acciones específicas en este ámbito, o al menos no se describen. Se han incluido porque son los dos casos prácticos que TCC relaciona con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. El resto de la página no cuenta con ningún enlace específico referido a Igualdad de Oportunidades.

## **Casos Prácticos en el ámbito de la Igualdad de Oportunidades**

### **The Jobs Network. Asociación social para asegurar el empleo**

El proyecto lo han puesto en marcha los sindicatos locales LO Sikeborg, Them, Hammel y Gjern, en cooperación con la asociación de empresarios y financiado por el Comité de coordinación de Galten. El proyecto se puso en marcha en 1997 y aún se está desarrollando.

The Jobs Network ha establecido una red compuesta por 60 miembros donde participan empresas e instituciones. El objetivo es obtener la representación tanto de los directivos como de las personas empleadas en las reuniones que convoca la red, también participan los consejos municipales en calidad de autoridades locales y de generadores de puestos de trabajo.

The Jobs Network ofrece:

- ✍ Programar y organizar las reuniones mensuales de la red
- ✍ Participar en grupos de trabajo y conferencias de las compañías individuales y de las instituciones
- ✍ Crear un foro para el diálogo entre las administraciones locales y las organizaciones empresariales con el fin de llegar a acuerdos de cooperación
- ✍ Establecer asociaciones sociales entre Jobs Network y las administraciones locales
- ✍ Cooperar con los facultativos médicos en el soporte de trabajadoras y trabajadores enfermos y de los miembros desempleados del sindicato
- ✍ Asistir a reuniones para discutir acerca de la capacitación del mercado laboral



Los objetivos de The Jobs Network son los siguientes:

- ✍ Establecer redes locales de compañías y administraciones con una política específica de personal que incluya la seguridad en el trabajo
- ✍ Asegurar la asociación del mayor número de empleados y empleadas
- ✍ Crear oportunidades para desarrollar trabajos en condiciones especiales en la red

### **Arbejdsmarkedsnetværk (La Red del Mercado de trabajo)**

El propósito de Arbejdsmarkedsnetværk es integrar a la persona desempleada con otros problemas a parte del desempleo en el mercado de trabajo.

Los municipios de Aarhus cubren los costos habituales pero el proyecto ad hoc es financiado por la Unión Europea y el Ministerio de Asuntos Sociales. Arbejdsmarkedsnetværk esta formado por una red que alberga a 100 compañías, instituciones locales educativas y los grupos del mercado de trabajo. Además Arbejdsmarkedsnetværk coopera con los agentes locales en The Inclusive Labour Market (*Mercado inclusivo de trabajo*). Se trata de un proyecto que comenzó en 1995 y aún continua ya que se trata de un proyecto de carácter permanente.

*Metodología:* Arbejdsmarkedsnetværk identifica e integra a colectivos desfavorecidos en el mercado laboral. Esto se lleva a cabo utilizando las herramientas de The Inclusive Labour Market que son fundamentalmente la rehabilitación laboral y la creación de trabajos flexibles.

Sus clientes son básicamente las personas usuarias de centros de Servicios Sociales del municipio de Aarhus, las cuales necesitan testar y poner en práctica sus habilidades para el trabajo ya que no pueden conseguir un contrato en el mercado laboral por problemas de salud, sociales, culturales o lingüísticos.

Cuando el orientador laboral busca una empresa para un cliente utiliza diferentes medios:

- ✍ La base de datos de Arbejdsmarkedsnetværk. En esta base de datos están registradas todas las empresas con las que se ha establecido un contacto
- ✍ La búsqueda de nuevas empresas: les informa de las posibilidades que oferta The Inclusive Labour Market

La tarea más importante que desempeña el orientador laborar es emparejar la necesidad de mano de obra de las empresas con las capacidades de la persona desempleada.

*Organizaciones implicadas:* Arbejdsmarkedsnetværk se ubica dentro del Departamento Social del municipio de Aarhus, la segunda ciudad más grande de Dinamarca. El proyecto está organizado en cuatro equipos ubicándose cada uno en su área local, existe un Equipo de Proyectos y Formación que proporciona capacitación, desarrolla proyectos y ayuda a los cuatro grupos geográficos en los momentos de mayor trabajo.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 13
<b>Dirección</b>	<a href="http://peerreview.almp.org">http://peerreview.almp.org</a>
<b>Organización</b>	Programa de Evaluación de la Transferibilidad de buenas prácticas de la Comisión Europea.
<b>País y Contexto</b>	Evaluación por Pares del programa de Dinamarca sobre Responsabilidad Social de las Empresas.

## Descripción del Programa

**Peer Review Programme (Evaluación Por Pares)** es un programa de la Estrategia Europea para el Empleo lanzado por la Comisión Europea en 1999, con el objetivo de fomentar la transferibilidad de buenas prácticas en el ámbito de políticas activas de empleo en la Unión Europea. Se analiza y discute una buena práctica de un Estado miembro (host country o país anfitrión) mediante informes específicos y reuniones de expertos de alto nivel, prestando especial atención a su transferibilidad a otros Estados miembros (peer countries o países pares).

## Contenidos

### Índice de contenidos:

- ☞ Principios clave
- ☞ Resultados por fecha
- ☞ Resultados por países anfitriones (host countries)
- ☞ Índice
- ☞ Enlaces
- ☞ Contacto
- ☞ Noticias

Dentro de la base de datos por temas que presenta las evaluaciones realizadas mediante esta metodología, se ha identificado el caso del programa "Responsabilidad Social en las Empresas", puesto en marcha por Dinamarca. El resumen que se presenta a continuación se ha obtenido de los siguientes documentos:

- ☞ Resumen Ejecutivo
- ☞ Documento de los expertos independientes

## Responsabilidad social de las empresas, Dinamarca (Peer Review)

La reunión de la "evaluación por pares" sobre "responsabilidad social de las empresas" tuvo lugar en Copenhague los días 17 y 18 de septiembre de 2001. Actuó como anfitrión el Ministerio danés de Asuntos Sociales, mientras que participaron como países pares Austria, Bélgica, Grecia, Francia y Luxemburgo.



La iniciativa sobre "responsabilidad social de las empresas" se lanzó en 1994, un momento en que el desempleo era alto y existían altos niveles de dependencia de las transferencias públicas. La respuesta del Gobierno danés fue en dos direcciones: por un lado, activar a los individuos y, por otro, la responsabilidad social de las empresas (públicas y privadas). La evaluación por pares se centró en la segunda cuestión.

## 1. El enfoque danés sobre la responsabilidad social de las empresas

Fomentar la responsabilidad social de las empresas es uno de los medios para promover un mercado de trabajo inclusivo donde haya "un sitio para todos", incluyendo a personas con una capacidad reducida para el trabajo, personas discapacitadas y minorías étnicas, y las personas desempleadas de larga duración. Un mercado de trabajo inclusivo adaptado a las necesidades y capacidades de seres humanos diversos también significa, por ejemplo, que las personas empleadas puedan conciliar la vida familiar y laboral. La iniciativa supuso un paso innovador en la implicación de las empresas en la política social. Esta había sido tradicionalmente considerada como una responsabilidad exclusiva de las autoridades públicas. El objetivo no consistió en desplazar la carga de la responsabilidad, sino en cooperar en parternariado para combatir la exclusión social.

El enfoque danés de la responsabilidad social no implica la existencia de cuotas o sanciones para forzar la actuación de las empresas en este sentido. Tampoco supone un cierto idealismo por parte de las empresas (con consecuencias negativas para la salud económica de los negocios) ni un desplazamiento de la carga social desde las autoridades públicas al empresariado. En cambio, significa que las empresas se den cuenta de que tienen una responsabilidad social y que es de su interés hacerse cargo de dicha responsabilidad. Tienen interés en un buen funcionamiento y estabilidad de la sociedad y la responsabilidad social puede, de forma gradual, contribuir a aumentar la competitividad de las empresas, tanto en el mercado de trabajo (emplear y retener a empleados cualificados) como en los mercados de productos y servicios. La dirección moderna implica políticas de personal con una dimensión social. En vez de considerar las empresas y las autoridades públicas como esferas separadas, se pide un nuevo parternariado para favorecer la cohesión social, implicando a empresas, autoridades públicas y otros agentes.

La campaña está basada en la creencia de que los problemas sociales y de empleo no pueden ser resueltos solamente por la intervención de las administraciones públicas; las empresas deben también jugar un papel activo, en cooperación con las administraciones públicas. Una de las características de la campaña es que la participación es voluntaria. A diferencia de otros países europeos, Dinamarca no impone cuotas para el empleo de grupos concretos de personas con desventajas, tales como los de personas con discapacidades. La filosofía de la campaña consiste en que las empresas no están obligadas a contratar a una persona porque se encuentre en una cierta categoría en desventaja, sino porque la persona tiene un perfil y capacidades que coinciden con las necesidades de las empresas. Las empresas pagan por el trabajo proporcionado, mientras que las administraciones públicas se hacen cargo del "coste" de la menor productividad de la persona implicada, a través de incentivos económicos, tales como subsidios a los salarios.

## 2. La campaña para la responsabilidad social de las empresas se centró en tres tipos de conductas:

**Mantenimiento del trabajo** (de, por ejemplo, personas con enfermedades de larga duración, otras personas empleadas con aptitud reducida para el trabajo o las personas mayores). El



grupo objetivo para el "mantenimiento" son, por ejemplo, las personas empleadas que han estado enfermas durante un período largo, pero que, con los remedios apropiados, pueden ser capaces de mantenerse en el trabajo.

**Integración** (por ejemplo, el empleo de personas paradas de larga duración o personas con capacidad reducida para el trabajo). El grupo objetivo para la "integración" son personas sin trabajo que tienen graves dificultades para encontrar un empleo en condiciones regulares.

**Prevención** (por ejemplo, problemas de salud y problemas sociales entre los empleados). El grupo objetivo para "prevención" incluye, en principio, a todas las personas que, por alguna razón relacionada con el lugar de trabajo, tienen el riesgo de convertirse en enfermas de larga duración.

Entre las empresas, los grupos objetivo incluyen tanto a las organizaciones públicas como a las empresas privadas (grandes y pequeñas).

### 3. Instrumentos de implementación

Para la puesta en marcha de la iniciativa se han utilizado tres tipos principales de instrumentos:

- ✍ Instrumentos dirigidos a influenciar, crear conocimiento y producir cambios de actitudes, por ejemplo, actividades de marketing, difusión de información y herramientas, experimentos con soluciones innovadoras (proyectos), investigación e intercambio de experiencias.
- ✍ Instrumentos dirigidos a cambiar la conducta empresarial a través de incentivos económicos.
- ✍ Instrumentos indirectos relacionados con los esfuerzos de las autoridades públicas en política social.

#### ?? La Campaña

En 1997 el Ministerio inicia un programa de investigación sobre "responsabilidad social en las empresas". De este programa surgen un cierto número de publicaciones.

En 1996 se editó una hoja informativa sobre la misma cuestión, que se convirtió más tarde en una revista con dos números al año. El Ministerio ha preparado una serie de publicaciones sobre diferentes temas de la campaña como, por ejemplo, personas discapacitadas, lugares de trabajo "amables" con las familias, absentismo y el empleo de refugiados y emigrantes.

Se inicia una nueva campaña en septiembre de 2001 hasta mayo de 2002. Los grupos objetivo son el público en general, el sector público y las empresas privadas. Se trata de una campaña que combina el nivel nacional con el local.

#### ?? Asociación de empresas

El Ministerio de Asuntos Sociales la creó en 1995. Empresas públicas o privadas, autoridades locales, y otras organizaciones o instituciones pueden solicitar ayuda económica para proyectos que promuevan la responsabilidad social en las empresas. Los proyectos tienen una gran variedad de temas. Más de un tercio se refieren a la integración (personas sin empleo). Alrededor de un cuarto se refieren al mantenimiento del trabajo y un sexto tienen que ver con una política de personal con dimensión social



## ?? Indicadores sociales

Se han desarrollado indicadores sociales para medir hasta dónde una empresa (pública o privada) cumple con sus responsabilidades sociales.

## ?? Red de Ejecutivos

El propósito de esta red es promover el debate sobre responsabilidad social de las empresas, proporcionar asesoría al Ministerio de Asuntos Sociales y motivar a las empresas para poner en marcha iniciativas en este ámbito.

## ?? Trabajos en condiciones especiales: capítulos sociales en los convenios, trabajos flexibles y trabajos protegidos.

Los *capítulos sociales* a incluir en los convenios colectivos permiten a empresarios y sindicatos llegar a acuerdos sobre empleos en condiciones especiales. Estos tipos de empleos se dirigen a personas con reducida capacidad para trabajar por diversas razones.

Los grupos objetivo para el *trabajo flexible* son personas con una capacidad para el trabajo reducida de forma permanente, que no reciben pensiones anticipadas. El empresario recibe un subsidio al salario que alcanza a un tercio, la mitad o dos tercios del salario mínimo, dependiendo del grado en que la capacidad para trabajar de la persona esté reducida.

El *trabajo protegido* es una iniciativa para personas que reciben pensiones anticipadas. En este caso, también el empresariado recibe un subsidio o subvención al salario.

## ?? Cláusulas sociales

Una cláusula social implica que una agencia pública demanda actuaciones sociales a proveedores (empresas privadas) como condición para comprarles sus productos o servicios.

## ?? Organización y contenidos de la Política Social

Bajo este título se pueden incluir una serie de instrumentos. Los más importantes en relación con las políticas para incrementar la responsabilidad social de las empresas son los nuevos Comités Locales de Coordinación, El Consejo Responsable de las Iniciativas relacionadas con un mercado laboral inclusivo, y algunos cambios en la política social, relacionados con las políticas activas.

## 4. Debates y discusiones

Los debates se centraron en los siguientes temas:

- ~~///~~ Los costes de la iniciativa
- ~~///~~ Las cláusulas sociales
- ~~///~~ Los indicadores sociales
- ~~///~~ **Igualdad de oportunidades y responsabilidad social.**
- ~~///~~ Los efectos de la iniciativa
- ~~///~~ Beneficios de la iniciativa



- ~~///~~ El enfoque voluntario v.s. el regulado
- ~~///~~ Implicación de los agentes sociales
- ~~///~~ Las estrategias para implicar a las empresas.

## 5. La igualdad de oportunidades

*Se habla explícitamente sobre igualdad de oportunidades y responsabilidad social en el ámbito de la conciliación de la vida laboral y familiar.*

*En el capítulo de debates y discusiones, se hace una pregunta a la representante de la iniciativa danesa en el sentido de cómo los temas de género y la conciliación de la vida laboral y familiar se tratan dentro de esta iniciativa de responsabilidad social. Se pregunta también por la existencia de sesgos de género en los subsidios a los salarios.*

*Como respuesta, se señala que la igualdad de oportunidades se trata en toda la iniciativa y que la conciliación entre la vida laboral y familiar ha sido un tema de la iniciativa desde 1994. Con respecto a los diferenciales de género en el mercado de trabajo, se indica que, a diferencia de otros países de la UE, Dinamarca tiene una alta participación femenina en el mercado de trabajo, así que este aspecto ha sido menos significativo de lo que pudiera ser en otros Estados miembro. Para finalizar, no se cree que haya sesgos de género en las subvenciones a los salarios.*

*De forma implícita, la cuestión de la conciliación aparece en el apartado de "La Campaña" cuando se refiere a "lugares de trabajo amables con las familias", y en el apartado "Asociación de Empresas", donde se indica que una sexta parte de los proyectos apoyados económicamente tienen que ver con una "política de personal con dimensión social".*



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 14
<b>Dirección</b>	<a href="http://www.bwhw.de/default.htm">www.bwhw.de/default.htm</a>
<b>Organización</b>	"Fondo de formación para la economía de Hesse"
<b>País y Contexto</b>	La empresa <i>Bildungswerk der Hessischen Wirtschaft e.V</i> (en adelante <i>BWHW</i> ) se encuentra situada en Alemania en el land de Hesse, land con una población aproximada de 6 millones de habitantes y en el que están, entre otras, ciudades como Frankfurt, Darmstadt, Wiesbaden, Offenbach, Kassel, Marburg o Fulda.

### Descripción de la Organización

**Tipo de organización:** Sociedad registrada con 4 sociedades limitadas que se reparten dentro de ella los diferentes campos de la oferta que hacen y los ámbitos geográficos donde actúan. La BWHW tiene carácter de institución formativa y surgió como iniciativa de la "Asoc. de empresas de Hesse". En su conjunto trabajan actualmente 800 personas (con dedicación parcial) y 300 con dedicación total. Cada año pasan a formarse o a asesorarse por ella más de 10.000 personas. Desde las 4 sociedades mencionadas llevan a cabo acciones específicas de formación y/o de colaboración con otras entidades. Trabajan en colaboración con el servicio alemán de empleo.

**Año de creación:** 1972

**Finalidad:** Sus objetivos empresariales abarcan diversos campos, desde proyectos de calidad total (haciendo hincapié en todo lo que tiene que ver con el factor humano dentro de las políticas de empresa), formación no-reglada para colectivos desfavorecidos, gestión del conocimiento (transmisión intergeneracional del mismo). Es decir, que sus campos de acción van desde el fomento y gestión de ayudas a la creación de empresas, pasando por la acción social. La acción social es así entendida como una línea transversal que se imbrica en todos los programas en los que esta empresa participa.

#### Actividades:

- ?? **Elaboración de programas de información, preparación y cualificación laboral.** Dirigidos a colectivos con perfiles que dificultan su acceso al mercado laboral, por ejemplo, jóvenes que están fuera del sistema educativo reglado y en búsqueda de su primer trabajo, mujeres jóvenes con cargas familiares, mujeres emigrantes, parad@s y personas impedidas. Aquí se incluyen también los programas para promover el autoempleo.
- ?? **Asesoramiento a empresas.** Con el objetivo general de promover la actividad económica en general, prestando especial atención a las pequeñas y medianas empresas. Dentro de esta actividad se encuentra también la ayuda a diseñar, concretar y gestionar la acción social.
- ?? **Investigación y publicaciones.** El sitio Web de esta empresa tiene una página dedicada a sus publicaciones, ordenadas por temas, y que abarcan algunos de los temas de responsabilidad social en los que la empresa en cuestión incide. A la mayor parte de estas publicaciones se puede acceder por internet o solicitarlas a través de la red.



## Contenidos

El sitio Web presenta un buen número de páginas con muy diferente tipo de información. En lo referente a contenidos los encontramos repartidos por una parte en lo que titulan **Temas** y otra parte bajo el término de **Proyectos**.

### Índice de contenidos:

En **Temas** encontramos:

- ✂✂ Igualdad de oportunidades
- ✂✂ Apoyo a la innovación
- ✂✂ Transmisión intergeneracional de los conocimientos
- ✂✂ Organización del aprendizaje
- ✂✂ Cualificación por módulos

En **Proyectos** están:

- ✂✂ Diversidad generacional: Prueba piloto *"El proceso de hacerse mayor. La configuración de estructuras laborales y de aprendizaje heterogéneas desde el punto de vista generacional"*
- ✂✂ Plan piloto *"Trabajo y Cualificación"*
- ✂✂ Diálogo en la organización del aprendizaje: Plan piloto *"Diálogo para el fomento de la inteligencia colectiva en procesos organizativos del aprendizaje"*

- ✂✂ Programa *Equal-it-y*
- ✂✂ Programa *Joblab*
- ✂✂ Programa *E-Calidad Total*

### Responsabilidad Social:

Dentro de los diferentes ámbitos en los que se enmarca la responsabilidad social de las empresas, BWHW centra su actividad en la acción social en el ámbito formativo y en el asesoramiento sobre acción social empresarial, destinando recursos y trabajando en colaboración con entidades públicas para apoyar a colectivos desfavorecidos en el mercado laboral, así como realizando programas destinados a promover un cambio en la cultura empresarial, dentro de las líneas de la Calidad Total y de otras propuestas de política social (regionales, estatales, europeas) en relación al mundo de la empresa.

En consonancia con las líneas de trabajo de otras entidades, entienden también que tanto el concepto como la práctica de la responsabilidad social, de la acción social, deben integrarse en la estrategia, la cultura y la organización de las empresas.

### Igualdad de Oportunidades:

La igualdad de oportunidades la entienden como parte de la gestión de calidad que afecta a la política de recursos humanos. Es de señalar que dentro de esta página (<http://www.bwhw.de/chancengleichheit.htm>) recomiendan una lista de publicaciones sobre el



tema (incluye una breve sinopsis de cada texto mencionado), y también incluyen en la misma direcciones interesantes de Internet.

## Casos Prácticos sobre Responsabilidad Social interpretada desde la Igualdad de Oportunidades

Se trata de programas con distintos objetivos. La información relacionada con los casos prácticos se basa en la descripción de los objetivos a los que se orienta cada uno de ellos.

### Casos Prácticos en el ámbito de la Igualdad de Oportunidades

- 1) El proyecto "**Joblab**" consiste en un sitio Web configurada como juego interactivo destinado a la orientación laboral de mujeres jóvenes. En diciembre del 2002, 15 meses después de su primera aparición, se llegó a la edición de 100.000 de estos programas para ordenadores. Actualmente se está utilizando como material de trabajo y estudio en círculos universitarios. Su área de acción es internacional.

El concepto de **Joblab** consiste en un laboratorio submarino en el que se pueden simular (en función de los intereses y nivel de información de quien visite la página) las elecciones laborales y aparecen las circunstancias, requisitos, en definitiva las consecuencias, características que puede conllevar esa elección laboral a la hora de planificar la vida laboral. En las simulaciones se hace especial hincapié en promover la elección de oficios técnicos entre las mujeres jóvenes, ofreciéndolos como otra alternativa más entre las posibles, especialmente los asociados a las nuevas tecnologías. Todo ello sin perder de vista, como uno de los posibles objetivos, la compatibilidad del futuro trabajo con la vida familiar.

Existe un CD-ROM con el nombre del programa disponible para quien lo solicite en la dirección principal, y también viene la dirección de la página: [www.joblab.de](http://www.joblab.de)

- 2) El programa **JAMBA** se gestiona en las ciudades de **Darmstadt** y **Gross Gerau**. Es un programa de orientación laboral dirigido a madres solteras jóvenes (de hasta 27 años), sin cualificación laboral. El programa funciona desde Septiembre de 2001, su duración es hasta que se dé por finalizada la formación y es posible la financiación del mismo por el instituto de empleo alemán, previa solicitud ante el mismo. A través de esta página Web no es posible acceder a más información sobre este programa, pero sí indican las direcciones de correo electrónico de 3 personas de contacto para este programa. Esas personas y sus direcciones son las que aparecen a continuación:

Ursula Krebs  
Tel.: 06151 2710-55  
E-Mail: [krebs.ursula@bwhw.de](mailto:krebs.ursula@bwhw.de)

Anna Diebel  
Tel.: 06151 2710 -0  
E-Mail: [diebel.anna@bwhw.de](mailto:diebel.anna@bwhw.de)

Simone Kosyra  
Tel.: 06151 2710-48



E-mail: [kosyra.simone@bwhw.de](mailto:kosyra.simone@bwhw.de).

- 3) Programa "**Rehabilitación profesional en labores administrativas**". En **Frankfurt** ofrecen una readaptación profesional con miras a trabajar a tiempo parcial en empresas como auxiliar administrativa. Como requisitos (aparte de buenos conocimientos de alemán) el tener por lo menos un hijo o hija en edad escolar o en guardería. La duración del programa es de 30 meses (6 horas diarias de lunes a viernes) y su fecha de comienzo fue otoño del 2002. En la página WEB no es posible conseguir más información sobre este programa. La persona de contacto que aparece es la siguiente:

Karin Cherib  
Tel.: 069 **580909**-20  
E-Mail: [cherib.karin@bwhw.de](mailto:cherib.karin@bwhw.de)

- 4) Programa "**Medidas de cualificación a tiempo parcial en organización y comunicación administrativa**". En la ciudad de **Michelstadt** ofertan un programa de primera inserción laboral para mujeres con cualificación en el campo administrativo o tres años de práctica laboral en ese campo. La duración del programa, a tiempo parcial, es de 8 meses y el curso tuvo lugar desde Mayo a Diciembre del 2002. En otra página Web se hace referencia a este programa y se menciona que la del año pasado ha sido su tercera convocatoria y que en él tomaron parte 20 mujeres. La persona de contacto que aparece es la siguiente:

Hilda Klems  
Tel.: 06061 **9438**-0  
E-Mail: [michelstadt@bwhw.de](mailto:michelstadt@bwhw.de)

- 5) Proyecto "**E-CALIDAD TOTAL**". La asociación E-Calidad total distingue (mediante un diploma y el logo de e-calidad total) a empresas que fomenten, con su política de personal, la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres. Las empresas pueden utilizar esta distinción en sus campañas de marketing y en su presencia mediática y pública en general (en este punto se incluye un link por si se quiere conocer la lista de empresas que cuentan con esta distinción). Si bien es una iniciativa desde los círculos económicos, no se limita a este campo y a esta distinción pueden presentarse empresas de todos los sectores y tamaños, que tengan más de 15 trabajadoras/es y un volumen de negocio anual igual o superior a 1 millón de marcos alemanes (aprox. 500.000 €).

Se ha elaborado una lista-procedimiento tomando como base la praxis de las empresas y las experiencias recogidas. Dicha lista contiene medidas posibles respecto a los siguientes campos de acción:

1. Situación de empleo u ocupación de mujeres en empresas
2. Diseño de plantillas, ajuste, fomento de su renovación
3. Desarrollo de las plantillas y formación continua
4. Compatibilidad Familia-Empleo
5. Comportamiento participativo en el puesto de trabajo
6. Institucionalización de la igualdad de oportunidades
7. Igualdad de oportunidades como filosofía empresarial

- 6) Proyecto "**E-CALIDAD TOTAL SCIENCE AWARD**". También en las instituciones científicas van ganando terreno la gestión y los compromisos referidos a la calidad total. El



cambio a una innovadora política de personal lo consideran aquí fundamental para aumentar la competitividad. Objetivo de este proyecto es introducir un compromiso para la calidad referido a las medidas aplicadas en escuelas técnicas y centros de investigación, a raíz de la aplicación de la igualdad de oportunidades. Para ello, en el futuro, la calificación o distinción E-CALIDAD TOTAL, se aplicará también en este tipo de centros con el fin de valorar la igualdad de oportunidades en los mismos.

A partir del catálogo de criterios desarrollado para empresas e instituciones, la asociación E-CALIDAD TOTAL ALEMANIA Sdad. Reg., ha desarrollado y comprobado un instrumento-encuesta con indicadores que tienen en cuenta las especiales circunstancias y condiciones del proceso de cualificación en las escuelas técnicas y centros de investigación. Además, este instrumento ofrece la posibilidad de obtener el nivel de su política de igualdad de oportunidades mediante una autoevaluación, y de mejorarlo cualitativamente. Este documento tiene como título "*Certificación E-Calidad Total. Instrumento de auto-evaluación para escuelas técnicas e institutos de investigación*", y es un documento de 26 páginas publicado en Septiembre de 2002 y que recoge una serie de preguntas-indicadores con la finalidad de hacer un diagnóstico.

Las instituciones interesadas obtienen, mientras dura el proyecto, asesoramiento de cómo pueden incorporar temas de equiparación a la gestión de la calidad total, todo esto en el marco de nuevas formas de dirección. A la vez, se las puede apoyar durante la preparación y realización de la promoción para conseguir la distinción. Se tienen en cuenta también experiencias de otros países europeos. Finalmente tiene lugar una conferencia internacional en la que se presentan los resultados de los proyectos.

En la última edición fueron distinguidas 31 empresas entre las que, por primera vez, se encontraban 13 instituciones científicas. La del 2002 era la novena edición de este programa y son, en total, 76 entidades las que han recibido dicha calificación a lo largo de estos años. La página ofrece material de información y la dirección de una persona de contacto.

Infomaterial: [Newsletter 5, 6 and 7](#)

**Interlocutora**

Carola Busch

Tel.: 069 95808-273 bzw. 06103 28180

Fax: 069 95808-259 bzw. 06103 28190

E-Mail: [busch.calchera.bwhw@t-online.de](mailto:busch.calchera.bwhw@t-online.de)

**Dirección**

Bildungswerk der Hessischen Wirtschaft e. V.

– Forschungsstelle

Emil-von-Behring-Str. 4

D - 60439 Frankfurt am Main

- 7) Iniciativa comunitaria "**Equal-it-y in the information society**". Dentro de la dirección <http://www.bwhw.de/equal-it-y.htm>, presentan esta iniciativa cuyo plazo de ejecución va desde el 15.5.2002 hasta el 15.5.2005. Este programa tiene como fin conseguir incorporar al mercado de trabajo a distintos colectivos con menores oportunidades de acceder a él. Para conseguir este objetivo se trataría de establecer una red a nivel europeo de todas las partes que interactúan en el mercado laboral.



El programa tiene varios puntos esenciales y uno de ellos es el fomento de la **igualdad de oportunidades**. A partir de la constatación de la reducida representación de mujeres en relación a las tecnologías de la información y la comunicación (tanto en el mercado laboral como en ámbitos de formación), las entidades que participan en el proyecto se comprometen a buscar formas de promover la presencia de mujeres en este campo.

Las entidades participantes son varias, (entre las que se encuentra la que nos ocupa y que se ocupa del asesoramiento científico), y a través de colaboraciones transnacionales cooperan con diferentes iniciativas en el ámbito europeo. Más información en el siguiente link:

**Infos:** [Kurzinfo \(pdf-Datei\)](#)

Persona de contacto:

Carola Busch

Tel: 069 **95808**-273

Fax: 069 **95808**-259

E-Mail: [busch.calchera.bwhw@t-online.de](mailto:busch.calchera.bwhw@t-online.de)

- 8) Proyecto Jobmobil. El sitio web ofrece otro caso práctico, pero la oferta se reduce a informar de la filosofía del programa y de algún otro aspecto, pero no aporta datos cuantificables del mismo. El programa consiste en un punto móvil de información (una furgoneta) y asesoramiento destinado a mujeres. También se ofrece como una vía de contacto con las empresas. La información se refiere a temas de formación y trabajo. La furgoneta visita ciudades, barrios y comunidades del entorno de la ciudad de **Darmstadt** y de la región **Starkenbug**. Las fechas en las que va a pasar por las distintas localizaciones se publican en prensa y están disponibles también en departamentos u organizaciones colaboradoras. Otra posibilidad de información es a través de [www.jobmobil-starkenbug.de](http://www.jobmobil-starkenbug.de). También hay la posibilidad de bajarse dos prospectos informativos sobre este programa.

Este proyecto es un resultado del proyecto rector "Mujeres y Ocupación" de la agenda regional.

## Publicaciones

El sitio web de esta entidad tiene una página dedicada a sus publicaciones. Estas están ordenadas por temas y abarcan algunos de los temas de responsabilidad social en los que la empresa en cuestión incide, a saber: informaciones generales; estructuras de aprendizaje intergeneracional; catálogo y libro sobre la exposición „*Chicas y mujeres jóvenes turcas y marroquíes*“; el aprendizaje y sus posibles localizaciones; formación continua y pos-cualificación; empresas aprenden de empresas; soportes multimedia para la orientación laboral entre mujeres jóvenes (programa *joblab*, ya comentado) y para la orientación laboral pedagógica; y un apartado también con el epígrafe: **Promoción de la mujer y la familia**.



### DATOS IDENTIFICATIVOS

<b>Ref.</b>	Web 15
<b>Título</b>	"Mejores empresas para trabajar. España y EU 2003"
<b>Autor/a</b>	Great Place to Work Institute España
<b>País</b>	España -UE
<b>Contexto</b>	Concurso a partir del cual se elegirán tres empresas que serán galardonadas con un premio especial por los esfuerzos y logros obtenidos en las áreas de formación permanente, igualdad entre hombres y mujeres y promoción de la diversidad
<b>Año</b>	2003
<b>Referencia búsqueda</b>	Great Place to Work Institute <a href="http://www.greatplacetowork.com/es/index.html">www.greatplacetowork.com/es/index.html</a>

## Contenidos

### Relación de temas:

- ☞ Características del concurso
- ☞ Motivos de la organización del concurso
- ☞ Quién puede participar
- ☞ Cómo participar
- ☞ Ventajas de participar
- ☞ Metodología de evaluación
- ☞ Fase europea
- ☞ Descripción de la entidad que convoca el concurso

### Responsabilidad Social:

A través de este concurso se va a reconocer públicamente por primera vez cuales son los mejores lugares de trabajo de España. La lista con los resultados se publicará entre enero y marzo de 2003 en un suplemento especial del diario *El País* con el objeto de reconocer cuáles con sus mejores prácticas en el ámbito laboral. Las empresas que participen en el proceso de selección serán candidatas a:

- ☞ La lista de las mejores empresas para trabajar en España
- ☞ La primera lista de las 100 mejores empresas para trabajar en Europa
- ☞ Los premios de la Comisión Europea para reconocer a las tres empresas con las mejores prácticas en el ámbito de la igualdad entre hombres y mujeres, la diversidad y el aprendizaje permanente.



## **Motivos de la organización de un concurso para reconocer a las mejores empresas desde el punto de vista de los trabajadores**

Mediante la convocatoria de este concurso la Comisión Europea pretende llamar la atención con respecto a varias empresas europeas que despierten por sus avanzadas políticas laborales.

El objetivo general para la iniciativa es aumentar la calidad laboral de España y del resto de Europa. Para ello, la Comisión quiere promover una sana competencia entre las empresas europeas. En lugar de competir por cuotas de mercado y beneficios, las empresas competirán para que se las conozca como los mejores lugares para trabajar.

### **Quién puede participar**

Puede participar cualquier organización pública o privada, sin ánimo de lucro u organismo gubernamental con al menos 50 personas en plantilla en España.

### **Cómo participar**

La Dirección de las empresas candidatas debe seguir los siguientes pasos:

- ✍✍ Ponerse en contacto con Great Place to Work Institute para comunicar su interés en participar en el proceso de selección
- ✍✍ Rellenar un cuestionario sobre la empresa que contiene preguntas sobre cultura corporativa, política de recursos humanos y sobre la filosofía de la empresa en general
- ✍✍ Distribuir una encuesta entre la plantilla a un mínimo de 50 y a un máximo de 250 empleados.
- ✍✍ Proporcionar la información que consideren oportuna sobre la empresa que ilustre porque la organización es ejemplar cómo lugar de trabajo.

### **Ventajas de participar**

Aparecer en las listas conlleva una serie de ventajas para las empresas:

- ✍✍ Aumenta la visibilidad con respecto a empleados potenciales
- ✍✍ Aumenta la cantidad y calidad de las candidaturas a trabajar en la organización
- ✍✍ Aumenta el orgullo y la satisfacción de trabajar en la organización
- ✍✍ Disminuye el cese de empleados

Los ganadores se beneficiarán de toda la campaña publicitaria que se hará del evento. Obtendrán un reconocimiento tanto en su país como en Europa ya que serán las mejores en lo que a las prácticas laborales se refiere.

Las empresas que no aparezcan en la lista de las mejores empresas de España, podrán adquirir informes comparativos que les permitan saber cual es su posición con respecto a las demás empresas de España, de Europa y de Estados Unidos.



## Metodología de evaluación

La lista de las mejores empresas para trabajar se elaborará a partir de los datos aportados por la organización y sus empleados. A la hora de evaluar los datos se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- ☞ Las opiniones de los empleados sobre su lugar de trabajo (2/3 de la puntuación global)
  - ☞ Cuestionario de empleados
  - ☞ Respuestas a las preguntas a desarrollar e información que hagan llegar los miembros de la plantilla por correo electrónico o por teléfono
- ☞ La cultura corporativa (1/3 de la puntuación global)
  - ☞ Indicadores y estadísticas proporcionadas por la organización en respuesta a la auditoría sobre cultura organizativa
  - ☞ Programas y políticas del entorno laboral descritos por la organización en la auditoría sobre cultura corporativa
  - ☞ Material suplementario que ilustre que la empresa es un lugar ejemplar para trabajar (videos corporativos, manuales de empleados, artículos de prensa, etc.)

A su vez, a la hora de llevar a cabo la evaluación se tendrán en cuenta tres cuestiones interrelacionadas:

- ☞ La relación entre los trabajadores y la dirección
- ☞ La relación entre los trabajadores y sus puestos de trabajo /su empresa
- ☞ La relación entre los propios trabajadores

## Descripción de la entidad que convoca el concurso

Great Place to Work es la organización encargada del proceso de selección e investigación para elaborar la lista de las mejores empresas para trabajar en España.

En España, ESADE actuará como socio académico facilitando la coordinación del estudio, y garantizando la correcta aplicación de la metodología. ESADE utilizará esta información para la creación de espacios de reflexión sobre el ámbito de mejora de la calidad de relación en las organizaciones con los empleados, el impacto que tiene en la gestión empresarial y la búsqueda de prácticas para mejorarlas.

Del desarrollo, la organización y la publicación de los premios a los centros de la UE y de la lista de las 100 mejores empresas para trabajar se encargará Great Place to Work Europe Consortiumfección

## Igualdad de Oportunidades:

Se concederá, a nivel europeo, un premio especial a la ejemplaridad en el ámbito de la igualdad entre hombre y mujeres.



## **ANEXO: CASOS PRÁCTICOS DE EMPRESAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD**



TIPO DE PROGRAMA	EMPRESA	AMBITO DE ACTUACIÓN
Con empleados	Grupo Jefferson Smurfit	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	Unión Fenosa	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	Arthur Andersen	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	Citigroup	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	IBM	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	JP Morgan	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	JP Morgan Chase & Co	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	Union Fenosa	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con empleados	Barclays	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Marketing con causa en la red	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Varios establecimientos comerciales	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Fundación Levi Strauss, MRW, Postal Free, Vitrina Salud	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	RENFE	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	RAM	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	The Body Shop	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	L'Acxertell	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	JJL Geka, S.L. Y JJL Seguridad y Automoción, S.L.	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Bioingeniería Aragonesa	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Con productos	Correos y Telégrafos	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Clarins	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Cepsa	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Homeless	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Con productos	BCN Languages	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Con productos	BBVA	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Con productos	Avon	Salud
Con productos	Asociación Española de Agencias de Publicidad	Salud
Corporativo	Confederación de la PYME Aragonesa (CEPYMEL Aragón)	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Cecot	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Carrefour	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Círculo de Empresarios	Inserción Laboral
Corporativo	Círculo de Progreso	Inserción Laboral
Corporativo	Condis Supermercats	Integración socio-laboral de personas discapacitadas



Corporativo	Confederación de Empresarios de Zaragoza	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Cepsa	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Corporación Grupo Norte	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Dalphi Metal	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	DIA	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	DKV Seguros a través de Fundación Integralia	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Eléctricas reunidas de Zaragoza	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Fundación Argentaria	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Corporativo	Cámaras de Comercio	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Airtel Movil	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Federación de Empresarios del Metal de Zaragoza	Inserción laboral
Corporativo	BBVA	Apoyo a proyectos sociales y de desarrollo
Corporativo	Acenture	Inserción laboral
Corporativo	Acotex	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Adecco (Grupo)	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	ADL Computers	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Limpisa Grupo Norte	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Alcampo	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Fundación BBV	Inserción laboral
Corporativo	Andalucía Textil	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	BBK	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Cajasur	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Bimbo	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	BP Amoco	Igualdad de Oportunidades
Corporativo	Café de Oriente	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Caixa de Terrassa	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Caja Madrid	Inserción laboral
Corporativo	Caja Madrid	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	BBK	Inserción laboral
Corporativo	Smurfit España	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Opel España	Integración socio-laboral de personas discapacitadas



Corporativo	Philips Ibérica	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Philips Ibérica, S.A.	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Pricewaterhousecoopers	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	RENFE	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Saneamientos de Córdoba, S.A. (Sadeco)	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	La Bella Easo	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Sanitas	Igualdad de Oportunidades
Corporativo	MRW	Igualdad de Oportunidades
Corporativo	Software AG	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Sol Meliá	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Telefónica	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Televisión Española, S.A,	Inserción laboral
Corporativo	The Body Shop	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Union Fenosa International Software Factory	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Watson Wyatt	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Saneamientos de Córdoba, S.A. (Sadeco)	Inserción laboral
Corporativo	IBM	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Fundosa Social Consulting, S.A.	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Grupo Eroski	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Grupo Eulen	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Grupo Neca	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Grupo Sigla	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Grupo Siro	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Hewlett Packard	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Nutrexpa	Igualdad de Oportunidades
Corporativo	IBM	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Navarro y Navarro Impresores	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Asociación de empresas de artes gráficas, papel y manipulados de Aragón	Inserción laboral
Corporativo	La Caixa	Integración socio-laboral de personas en riesgo de exclusión social
Corporativo	Mark & Spencer	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Macdonal's	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Microsoft Iberia	Inserción laboral



Corporativo	Microsoft Iberia	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Fundación Retevisión	Integración socio-laboral de personas discapacitadas
Corporativo	Iberia Líneas Aéreas de España	Integración socio-laboral de personas discapacitadas

