KIT RSC SECTORIAL ENGAGE PARA ORGANIZACIONES, GERENTES Y GRUPOS DE INTERÉS

sector FORMACIÓN PROFESSIONAL Y OCUPACIONAL

Este proyecto (2014-1-TR01-KA200-013388) ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. La presente publicación refleja exclusivamente el punto de vista de sus autores. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida

Presentación del KIT

KIT RSC ENGAGE FPO

•Este kit, adaptado al sector de la FORMACIÓN PROFESIONAL Y OCUPACIONAL (FPO), quiere proporcionar materiales de formación sólidos, útiles y prácticos que contribuyan al desarrollo del reconocimiento de los distintos aspectos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y, al mismo tiempo, fomentar un enfoque basado en la RSC. Su objetivo es impulsar el aprendizaje sobre cómo construir, aplicar y emplear eficazmente los principios, políticas y programas de RSC dentro la empresa

•Ofrece recursos prácticos, como contenidos informativos, preguntas reflexivas, ejercicios, casos de estudio, buenas prácticas, recursos didácticos, *check-lists*, mensajes clave, recursos en línea, lecturas complementarias, y referencias europeas o por países.

GRUPOS OBJETIVO

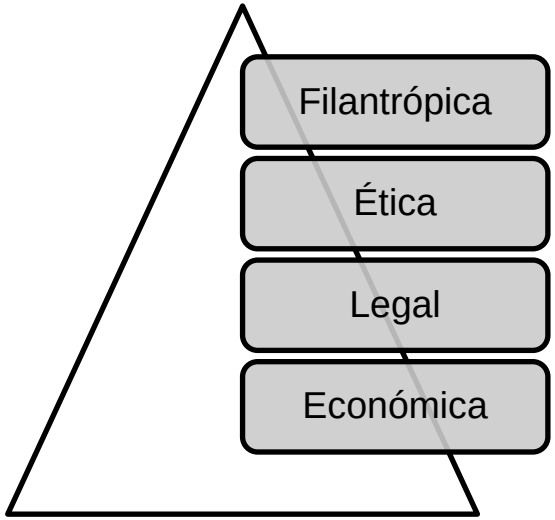
- Empresarios
- Directores de programa y personal pedagógic
- Técnicos en RSC
- Grupos de interés.
- Otros profesionales interesados en la RSC, cómo formadores, orientadores o asesores.

Presentación del KIT

Contenidos

- Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
- Ética y transparencia
- Derechos humanos básicos
- Diálogo con grupos de interés
- Generación de valor
- Gestión de los recursos humanos
- Diversidad e igualdad
- Protección y gestión medioambiental
- Desarrollo de comunidades locales
- Estudios de caso
- Buenas prácticas
- Referencias

Introducción a la RSC



Pirámide de Carroll : Tipos de RSC

Áreas de RSC

•" La mayoría de definiciones de la responsabilidad social de las empresas [la] entienden [..] como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.“ (Libro verde RSE)

http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366

Elementos clave de la RSC

•Los “elementos clave de RSC” según la Red Europea de Desarrollo Sostenible (ESDN) incluyen:

–La integración de RSC es voluntaria. Con la RSC, las entidades de FPO se comprometen a actuar según los objetivos generales de la sociedad.

–La RSC se desarrolla (y, por lo tanto, depende) de la relación entre la actividad de la FPO y la sociedad. Tiene en cuenta aspectos políticos, institucionales, culturales y medioambientales.

–La RSC incluye el cumplimiento por parte de las organizaciones de leyes y normativas específicas.

–La relación entre RSC y beneficio económico es controvertida; sobre todo en cuanto a rentabilizar económicamente la RSC.

Introducción a la RSC

Charla TED sobre RSC:

Tony Prophet: responsabilidad social corporativa (TEDxSantaCatalinaSchool):

www.youtube.com/watch?v=jeTyey8siH4

Análisis sobre la Comunicación de la Comisión Europea en RSC:

www.sd-network.eu/quarterly%20reports/report%20files/pdf/2011-December-The_New_Communication_of_the_EU_Commission_on_CSR_and_National_CSR_strategies.pdf

Definición de RSC de la Comisión Europea

•La Comisión define la RSC como la responsabilidad que las empresas tienen respecto sus efectos en la sociedad. La Comisión considera que las empresas "deben poner en marcha procesos para integrar en su estrategia central y en sus actividades comerciales las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, de derechos humanos, y de respeto al consumidor, colaborando estrechamente con los grupos de interés."

http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/

Referencias importantes sobre RSC

–Pacto Mundial de Naciones Unidas (2000).

–Libro Verde para fomentar el marco europeo de la Responsabilidad Social Corporativa a instancias de la Comisión Europea (2001).

–Directrices de la OCDE para empresas multinacionales (2008) (Recomendaciones de principios y estándares para conductas empresariales responsables).

–Comunicación. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas (2011).

Introducción a la RSC

Los Principios para una Educación Responsable en Gestión (PRME) se presentaron en la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial en Ginebra (2007). Proveen un marco para la implicación que haga avanzar la RSC a través de la inclusión de valores universales en el currículum y la investigación.

La RSC en la Educación

En el ámbito educativo, las instituciones pueden implementar un conjunto de **Principios para una Educación Responsable en Gestión** (PRME por sus siglas en inglés) enfocados a la RSC, empezando por aquellos que son más relevantes a sus capacidades y misión. Se deberá informar a los grupos de interés el progreso hecho, así cómo intercambiar con otras instituciones educativas las buenas prácticas relativas a estos principios.

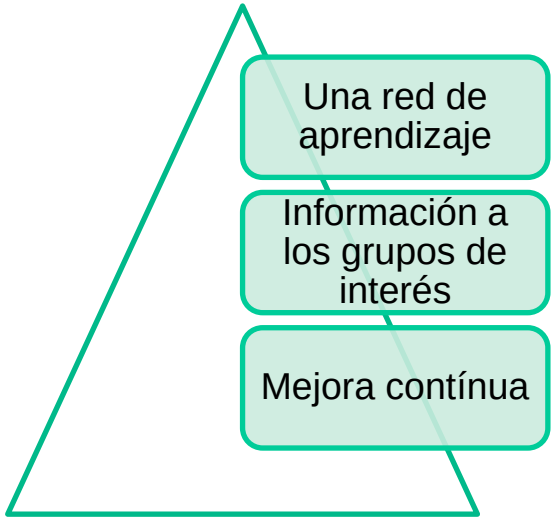
6 Principios

Principio 1- Propósito: Desarrollar las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en su conjunto, y para trabajar por una economía global incluyente y sostenible.

Principio 2- Valores: Incorporar en las actividades académicas y programas de estudio los valores de la responsabilidad social global

Principio 3- Método: Crear marcos educativos, materiales, procesos y entornos pedagógicos que hagan posible experiencias efectivas de aprendizaje para un liderazgo responsable.

Introducción a la RSC



Modelo de Implicación PRME

- **Principio 4 - Investigación:** compromiso con una investigación conceptual y empírica que permita mejorar la comprensión acerca del papel, la dinámica e el impacto de las corporaciones en la creación de valor sostenible social, ambiental y económico.

- **Principio 5 - Partenariado:** Interactuar con los gestores de las corporaciones empresariales para ampliar el conocimiento de sus desafíos a la hora de cumplir con sus responsabilidades sociales y ambientales y para explorar conjuntamente los modos efectivos de enfrentar tales desafíos.

- **Principle 6 – Diálogo:** Facilitar y apoyar el diálogo y el debate entre educadores, empresas, gobierno, consumidores, medios, de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y los demás grupos de interés, en temas críticos relacionados con la responsabilidad social global y la sostenibilidad.

Ética y transparencia

A través del compromiso con los principios éticos, la honestidad, el respeto mutuo, la confianza, la integridad, la transparencia empresarial, la lucha contra el tráfico de influencias , el soborno y la corrupción ,tanto en los ámbitos públicos como privados. Fomentar el comercio justo y los derechos de privacidad del cliente.

Áreas de la ética organizacional

•Según los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, estos son los aspectos que deben tener en cuenta las directrices y acciones de una entidad para seguir un código ético, sea cual sea su sector de actividad:

–**Derechos humanos**: las organizaciones deben respetar los derechos humanos (aceptados internacionalmente).

–**Laborales**: las organizaciones de FPO deben defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Rechazarán cualquier forma de trabajo forzoso u obligatorio, así como la explotación infantil y defenderán políticas antidiscriminatorias relativas al empleo y al trabajo.

–**Medioambientales**: las organizaciones de FPO deben tener un enfoque con conciencia medioambiental que fomente tecnologías ecológicas y medidas sostenibles.

–**Anticorrupción**: las organizaciones de FPO deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Ética y transparencia

Las organizaciones de formación trabajan a menudo con la colaboración de autónomos o "freelancers". Estos proveedores deben respetar un código de conducta, y tienen la obligación de conducir su propio negocio de acuerdo con las principales normas, regulaciones y leyes. .

Más información:

www.freelancer.es/info/codeofconduct.php

Estrategia para la inclusión de la ética en el sector de la FORMACIÓN PROFESIONAL Y OCUPACIONAL

–En primer lugar, para incluir una estrategia ética, la organización y su estrategia deben cumplir y respetar la ley.

– Es necesario comprobar si la actual estructura de la entidad o empresa permite poner en práctica una estrategia ética (de lo contrario, será necesario modificar las estructuras).

–La estrategia se construye sobre valores organizacionales concretos. Refleja los objetivos e intenciones declarados de la organización, su cultura y práctica diaria.

–La estrategia refleja el valor de la organización a nivel externo e interno.

–Está basada en principios y códigos de conducta que se interiorizan y respetan, no en normas que deben cumplirse.

–La participación, el estímulo y la formación ética de los empleados y/o asociados son parte de dicha estrategia.

–La transparencia, a través de la prestación de cuentas y comunicación con los grupos de interés, refleja el efecto externo de la estrategia.

–La estrategia tiene en cuenta opciones para lidiar con cuestiones éticas.

Ética y transparencia

CSR Europe dispone de un cuestionario de autoevaluación, disponible en:
www.csreurope.org/sites/default/files/CSR%20SAQ%20automotive%20sector.pdf

Evaluación

•Una evaluación puede medir la calidad y eficacia de la estrategia ética de la entidad o empresa, sus fortalezas y debilidades, y también su efecto. Los expertos sugieren efectuar una evaluación estándar de rendimiento ético al final de cada año, así cómo definir una "lista de control" de aspectos éticos en el plan estratégico para el siguiente año. La evaluación del rendimiento ético debería fijarse en el rendimiento de la empresa en aspectos como, por ejemplo, la transparencia, en base a sus principios.

Aspectos clave para planificar una estrategia ética empresarial

- La estrategia incluye una definición clara de su objetivo.
- Se va adaptando a la nueva normativa.
- Tiene en cuenta elementos distintos o nuevos.
- Tiene en cuenta las diferencias éticas en su colaboración con otras organizaciones.
- Garantiza una adecuada estructura de recompensas
- Incluye las modificaciones a adoptar en determinadas áreas de la organización (p.ej. estructura, desarrollo de personal).
- Incluye distintas formas de monitoreo y medición. .

Ética y transparencia

Beneficios de informar sobre la RSC

- *Construye confianza*
- *Ventaja competitiva.*
- *Procesos y sistemas mejorados.*
- *Visión y estrategia que progresa.*
- *Reduce los costes de cumplimiento.*

http://www.slideshare.net/LiaHuisman/csr-report-2014-digital-45464853?next_slideshow=1

Información

Planificación: es el primer paso en el proceso de información. En esta fase, se selecciona un equipo informativo que valorará cuales son los temas y criterios más adecuados para el informe, y acordará en qué forma debe presentarse (bien como un informe de sostenibilidad dentro del informe anual, bien como un informe separado). Para garantizar la transparencia interna, estas decisiones se comunicarán a los empleados.

- **Participación de los grupos de interés**: Su participación añadirá información valiosa, al aportar su punto de vista respecto la relevancia de los temas que se han acordado internamente para el informe.
- **Revisión y evaluación**: el proceso de propuesta inicial, la consulta con los grupos de interés y la revisión por parte del equipo informativo dan como resultado la definición de cuáles son los temas o asuntos relevantes en cuanto a la sostenibilidad. Para cada uno de estos asuntos, el equipo informativo valora qué efectos podrían producirse tanto dentro como fuera de la a (p. ej. sobre proveedores, distribuidores o emisiones).
- **Recopilación**: en esta fase, se recopila la información relevante y se analiza para dar contenido y rendimiento al informe.

Ética y transparencia

La educación es un derecho humano fundamental, y un motor esencial para el desarrollo humano y económico. Refuerza la integridad personal y da forma a las sociedades en las qué vivimos. La educación suele contener el 20 -30% del presupuesto de un país, lo que la hace especialmente propensa a la corrupción, desde los Ministerios Nacionales hasta las escuelas locales o universidades.

https://www.transparency.org/topic/detail/education/

Normas relativas a la transparencia sobre la responsabilidad social

- En 2013, se desarrolló la directiva 2013/34/EU que incorpora medidas para la transparencia y responsabilidad de las empresas, a la vez que limita cargas administrativas indebidas y garantiza condiciones equitativas en toda la UE. La directiva debe incorporarse a la legislación de los estados miembros en 2017.
- La directiva se dirige a "entidades públicas" como bancos, compañías de seguros u otras entidades de interés público por su tipología o tamaño. Rige para empresas de más de 500 trabajadores, no es de aplicación para las PYMES.

- La directiva incluye aspectos como la edad, el género y la formación académica y profesional. La política de diversidad está orientada a cuerpos administrativos, de gestión y supervisión y debe incluirse en el informe de gobierno corporativo.

- En el año 2018, se ha planificado un sistema de información nacional para cada estado miembro y terceros países en los que operen. Los informes contendrán información acerca beneficios conseguidos, impuestos abonados sobre beneficios, y subsidios públicos recibidos. Tomará en cuenta los avances hechos a nivel internacional ara aumentar la transparencia en la información financiera.

Derechos humanos básicos

Respetar plenamente la protección de los derechos humanos básicos basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos e incorporarla a sus prácticas, los principios de los Convenios Fundamentales de las Organizaciones Internacionales del Trabajo.

¿Por qué deberían las organizaciones preocuparse por los derechos humanos?

- " La responsabilidad de respetar los derechos humanos exige que las empresas: a) Eviten que sus propias actividades provoquen o contribuyan a provocar consecuencias negativas sobre los derechos humanos y hagan frente a esas consecuencias cuando se produzcan; b) Traten de prevenir o mitigar las consecuencias negativas sobre los derechos humanos directamente relacionadas con operaciones, productos o servicios prestados por sus relaciones comerciales, incluso cuando no hayan contribuido a generarlos." http://www.ohchr.org/Documents/Publications/HR.PUB.12.2_sp.pdf
- Las organizaciones pueden resultar implicadas en efectos negativos sobre los derechos humanos (DDHH) bien por medio de sus propias actividades o como resultado de sus relaciones con terceros.
- No respetar los DDHH implica riesgos y costes para la organización: poner en riesgo su "licencia social" para operar, sufrir daños en la reputación, boicot, afrontar responsabilidades jurídicas y acciones gubernamentales negativas, acciones adversas por parte de inversores y socios comerciales, disminución de la productividad y baja moral de los empleados.

Derechos humanos básicos

¿Cómo desarrollar una política de derechos humanos?
www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/human_rights/Resources/HR_Policy_Guide_2nd_Edition.pdf

¿Hacia una política de derechos humanos?

• Las normas internacionales de Naciones Unidas recomiendan a las empresas desarrollar una política interna de DDHH. Ésta debe disponer de qué forma la empresa se ocupa del respeto a los DDHH, mediante políticas y procesos que identifiquen, prevengan, alivien y den cuenta de los posibles efectos adversos de su actividad sobre éstos. Especialmente, la política interna debe:

- Proporcionar una base para integrar la responsabilidad de respetar los DDHH en todas las funciones en la entidad.
- Responder a las expectativas fundamentales de los grupos de interés.
- Identificar vacíos en las políticas e iniciar procesos de alerta para detectar nuevas áreas de riesgo para los DDHH.
- Explicar detalladamente el compromiso de la empresa con el apoyo a los DDHH.
- Generar una mayor confianza con grupos de interés externos y comenzar a entender y a canalizar sus preocupaciones.
- Promover el desarrollo del aprendizaje interno, la capacidad de gestión y liderazgo en asuntos de derechos humanos.
- Demostrar una buena práctica organizacional internacional.

Derechos humanos básicos

"Derechos Humanos Traducidos - Una Guía de Referencia Empresarial" desarrollada por la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos:

www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/human_rights_translated.pdf

Responsabilidad Corporativa en los Derechos Humanos: Un análisis crítico de la Guía de la OCDE para Multinacionales:

http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID1601544_code722235.pdf?abstractid=1317263&mirid=1

Estándares globales y buenas prácticas en la dimensión de los derechos humanos.

- Después de la publicación de los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas en julio de 2000, los grupos de interés en RSC comenzaron a describir la cuestión de los derechos humanos siguiendo estos principios:
  - **Principio 1**: Las empresas y organizaciones deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente.
  - **Principio 2**: Deben asegurarse de no ser cómplice de la violación de los derechos humanos.

- Los derechos humanos también están contemplados en la norma ISO26000 y afectan a las siguientes áreas:
  - Diligencia debida.
  - Situaciones de riesgo para los derechos humanos.
  - Evitar la complicidad.
  - Resolución de reclamaciones.
  - Discriminación y grupos vulnerables.
  - Derechos civiles y políticos.
  - Derechos económicos, sociales y culturales.
  - Principios y derechos fundamentales en el trabajo.

Diálogo con grupos de interés

Garantice una comunicación abierta, transparente y de confianza con los distintos grupos de interés estableciendo canales de consulta e integrando sus preocupaciones. Comunique de una forma creíble y objetiva los resultados sociales, medioambientales y económicos. Fomente el diálogo para una mayor cooperación con nuevos grupos de interés.

Información general sobre cómo aproximarse a los grupos de interés

•¿Desea involucrar o no a los grupos de interés? Esa ya ha dejado de ser la cuestión. La pregunta actualmente es, ¿cómo hacerlo?. Las respuestas para una participación exitosa en pocas palabras:

–Comience por identificar las principales categorías de grupos de interés con los que se relaciona la institución: empleados, becarios, clientes, proveedores, socios, instituciones educativas, autoridades locales, asociaciones de estudiantes y formadores, comunidades, ONGs, accionistas, inversores, instituciones financieras, etc.

–Puntúe esos grupos de interés según el efecto que podrían tener en la institución, así como la intensidad de ese efecto.

–Elabore estrategias basadas en los pasos anteriores e implemente aquellos mecanismos que posibilitan que se cumplan las expectativas y que se conozca la opinión de los grupos de interés acerca de la entidad.

–Por último pero no por ello menos importante, comuníquese con los grupos de interés mediante un lenguaje y unos canales de comunicación adecuados.

Diálogo con grupos de interés

R. Edward Freeman es un filósofo norteamericano y profesor de administración de empresas en la Universidad de Virginia, especialmente conocido por su trabajo sobre la teoría de los grupos de interés.

Vea una de sus clases relativas al diálogo con los grupos de interés:

www.youtube.com/watch?v=x9cOBad9sWA

¿Aún tiene dudas de quiénes son sus grupos de interés?

- Algunas descripciones para ayudarle a identificar sus grupos de interés:

–Cualquier persona que influye o se ve influido por su organización.

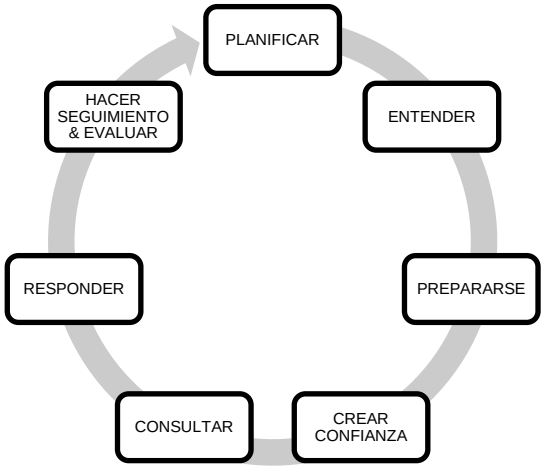
–Esos grupos o personas tienen una participación, reclamación o interés en las operaciones y decisiones de la organización.

–Aquellos grupos o personas que suministran recursos críticos para el éxito de la institución.

–Los grupos de interés "arriesgan" algo de valor, p. ej. su propio bienestar se ve directamente afectado por su organización.

–Los grupos de interés tienen suficiente poder como para influir en el rendimiento de la organización, tanto positiva como negativamente.

Diálogo con los grupos de interés



Neil Jeffery, Doughty Centre, Cranfield School of Management

Diálogo con los grupos de interés en 7 pasos

1. **Planificar**: planificar los objetivos y asuntos que se van a tratar.
2. **Entender**: conocer los grupos de interés, saber sus intereses, sus deseos y necesidades, qué les motiva.
3. **Prepararse**: preparar la empresa, sus recursos, su conocimiento y su capacidad para trabajar con los grupos de interés.
4. **Crear confianza**: conseguir diferentes niveles de confianza con los distintos grupos de interés, conocer cada subgrupo y generar aceptación.
5. **Consultar**: la más importante y la más difícil, la comunicación con los grupos de interés debe ser abierta, honesta, sensible y flexible.
6. **Responder**: dar respuesta e implementar medidas relativas a los asuntos que se han discutido con los grupos de interés.
7. **Hacer seguimiento y evaluar**: una empresa socialmente responsable presenta informes periódicos a los grupos de interés acerca de sus resultados.

Diálogo con los grupos de interés

Norma AA1000 de compromiso con los grupos de interés
www.accountability21.net

Índice de sostenibilidad Dow Jones
www.sustainabilityindexes.com

Series de índices FTSE4Good
www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp

GRI
www.globalreporting.org

Directrices OECD
www.oecd.org

SA8000
www.sa-intl.org

Normas y estándares internacionales para la participación de los grupos de interés

- **Norma AA1000 de compromiso con los grupos de interés**: gestionado por NGO Accountability, un marco de trabajo de código abierto.
- **Índice Dow Jones de sostenibilidad**: establece estándares para la gobernabilidad corporativa y la participación de grupos de interés.
- **Índices FTSE4Good** : serie de referencias e índices para inversores socialmente responsables.
- **Global Reporting Initiative (GRI)**: serie de indicadores sociales, económicos, medioambientales y de gobernabilidad, incluida la participación de grupos de interés.
- **Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)**: fomentan la consulta con los empleados y con las comunidades.
- **SA8000**: Norma de certificación voluntaria por terceros, desarrollada por Social Accountability International (SAI).
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**: insta a las empresas a apoyar y respetar los derechos humanos reconocidos internacionalmente, así como los estándares laborales y medioambientales.

Value Creation

Promoting a high level of management quality of products and services and processes by integrating environmental and social aspects in planning and decision making; and investing in research, development and innovation.

The added value of CSR

- Existe cierto conocimiento sobre cómo la RSC contribuye a la creación de valor desde una concepción moderna de ésta.
- La RSC y la creación de valor no son aspectos diametralmente opuestos. Resulta incierto cómo las exigencias y expectativas de los grupos de interés pueden incluirse en las decisiones empresariales. Para aclararlo hay que prever las consecuencias económicas o, en términos de gestión basada en valor: es necesario visualizar el potencial de creación de valor que tiene la RSC.
- Las actividades visibles de RSC mejoran la reputación de la organización, que es un valor intangible especialmente importante en las instituciones educativas en general, entre ellas las que ofrecen formación profesiona y educacional.
- La mejora en la reputación no solo atraerá potenciales alumnos, si no también a profesores/formadores y personal educativo altamente cualificados.
- También potencia la capacidad de gestionar los grupos de interés y crea una ventaja competitiva significativa.

Creación de valor

La RSC puede actuar como fuente de bienestar y como motor de innovación, ventaja competitiva y creación de valor

Pero, ¿de qué forma pueden las empresas desencadenar este potencial innovador?

¿Existen formas específicas para garantizar que la RSC se alinee con la estrategia de la empresa y genere valor?

Bryan Husted y David Allen Responsabilidad social y generación de valor

Comparativa entre RSC tradicional, estrategia tradicional y RSC estratégico

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS	RSC tradicional	Estrategia tradicional	RSC estratégica
Visibilidad	Irrelevante: hacer bien las cosas es ya una recompensa y resulta rentable a largo plazo.	El cliente debe tener conciencia y conocimiento del producto/servicio y la marca.	El cliente y los grupos de interés deben tener consciencia del producto/servicio y su valor añadido RSC
Conveniencia	Irrelevante: hacer bien las cosas es ya una recompensa y resulta rentable a largo plazo.	Gestionar las relaciones con proveedores, clientes y competidores para captar el valor añadido	Gestionar las relaciones con los grupos de interés para captar el valor añadido.
Voluntarismo	Participar en la acción social más allá de lo exigido por los intereses o la ley.	Innovación empresarial basada en la habilidad para aprender.	Participar en la acción social más allá de lo exigido por ley.
Centralidad	Irrelevante: hacer bien las cosas está unido a la necesidad social y no al objetivo central de la empresa.	Crear valor a través de la innovación de productos/servicios.	Crear valor a través de la innovación de productos/servicios vinculados a los asuntos sociales.
Proactividad	Anticipar los cambios en los asuntos sociales.	Ventaja pionera.	Anticipar cambios en los asuntos sociales que presentan oportunidades de mercado.

Creación de valor

Enfoques sobre la creación de valor

- **Desarrollo comunitario**: se centra en las comunidades locales con las que las empresas pueden trabajar mejor. Flower Valley en Sudáfrica, fundado por Shell Foundation, es un claro ejemplo de este enfoque: crearon un Centro de Atención Temprana para ayudar a la formación de los niños de la comunidad y, de la misma forma, desarrollar nuevas habilidades en los adultos.

- **Integrar CSR en la estrategia empresarial**: crea unas relaciones comerciales justas para los agentes que participan en el campo de negocio, como los compradores y proveedores. Por ejemplo, distintas organizaciones – entre ellas la multinacional KPMG - han elegido proveedores de café o té de comercio justo.

- **Creación de valor compartido**: este enfoque se basa en la idea de que éxito empresarial y bienestar social son interdependientes. Así, algunos factores como contar con una plantilla formada y saludable, disponer de recursos sostenibles- tangibles e intangibles- y de una gestión experta son necesarios para poder competir con eficacia.

Gestión de los recursos humanos

Reforzar los sistemas de gestión para garantizar la salud, seguridad y bienestar de los empleados. Promover el desarrollo de habilidades individuales. Recompensar la excelencia y los méritos. Rechazar las prácticas abusivas y discriminatorias. con la igualdad de oportunidades.

¿Por qué implementar una estrategia RSC en los recursos humanos?

- Tomando en cuenta los **impactos sociales**, contribuye a...:
  - El respeto a los derechos humanos.
  - Garantizar la de igualdad de oportunidades.
  - Crear entornos de trabajo justos, seguros y confortables
  - Mejorar la empleabilidad de los trabajadores/as.
  - Contar con una plantilla comprometida y competente.
  - Facilitar la conciliación de la vida laboral, personal y familiar de los trabajadores/as
- Desde el punto de vista de los **beneficios para la organización**, ...:
  - Evita perder empleados o candidatos con talento a causa de la discriminación, prejuicios o falta de adaptación a las circunstancias personales.
  - Mejora la reputación de la empresa y encuentra fuertes adeptos y prescriptores de la marca en sus empleados.
  - Consigue una fuerza de trabajo bien formada y motivada, adaptada a las necesidades de la institución.
  - Impulsa el compromiso de los empleados con los valores de la RSC.

Human Resource Management

Contratación transparente, justa y no discriminatoria

•La contratación es el primer paso para fortalecer la plantilla de la entidad de FORMACIÓN. Para elegir el mejor candidat/a, y garantizar la igualdad de oportunidades, los procesos de selección deben ser transparentes, ampliamente difundidos, contrarios a cualquier tipo de discriminación y respetuosos con las personas que participan. Claves para las distintas fases:

- **Descripción del puesto de trabajo:** una vez identificada una vacante, describir claramente las funciones y aptitudes requeridas hará transparente y fiable el proceso.
- **Definición del proceso de selección:** la selección no se puede dejar a la improvisación o a la intuición. Una definición clara del proceso impide que se base en tópicos y/o prejuicios. Todas las personas candidatas deben saber qué esperar y seguir los mismos pasos**.**
- **Oferta de trabajo neutra:** el lenguaje empleado no debe sugerir la exclusión de aspirantes por otras razones que no sean las titulaciones, habilidades y/o experiencia (p. ej. sexo, edad). Se puede incluir una declaración de igualdad.
- **Proceso de selección y contratación:** acorde con la planificación, con respeto a los derechos individuales, proporcionando información transparente y dando respuesta a las personas candidatas.

Gestión de los recursos humanos

***Linda Wirth** arguyó en su ya mítico ensayo (2001) que las mujeres chocan sistemáticamente contra un "techo de cristal", una serie de limitaciones invisibles que impiden a las mujeres continuar con su desarrollo profesional más allá de cierto punto; unos obstáculos que persisten en las sociedades modernas una vez superadas barreras discriminatorias más obvias.*

Políticas salariales equitativas, justas y transparentes

- El sistema de retribuciones de la organización es "un conjunto de procedimientos que tienden a establecer o mantener estructuras salariales equitativas y justas" (Chiavenato, 2000).
- Las empresas y entidades deben otorgar un valor específico a cada puesto de trabajo y equilibrar los salarios tanto con el mismo puesto dentro de la empresa (igualdad interna) como con los mismos puestos en otras empresas (igualdad externa).
- Frecuentemente la discriminación salarial se oculta tras complementos injustos y desiguales. Unas normas claras en este sentido ayudan a combatir el problema.
- La divulgación de los salarios internos puede mejorar la motivación; cuando se desconoce el salario de los compañeros o directivos, suele suponerse más elevado de lo que realmente es.

Gestión de la carrera

- Igual que ocurre con los salarios, unos mecanismos claros y bien establecidos para la promoción interna pueden animar la progresión en la carrera profesional, la motivación y la igualdad de oportunidades. Las condiciones para el desarrollo profesional deben tener en cuenta el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, y adoptar medidas contra el "techo de cristal" para las mujeres.

Gestión de los recursos humanos

Esta cita, muy conocida en el mundo empresarial, refleja la importancia de la formación en el seno de las empresas:

Dos directivos están charlando sobre la formación del personal. El primero pregunta, "sí, pero ¿qué pasa si les formamos y después se marchan?" El segundo responde, "¿y qué pasa si no les formamos y se quedan?"

Formación para el desarrollo de competencias y empleabilidad

- Con el fin de crecer, ser competitivas y rentables, las empresas deben establecer planes de formación coherentes y adecuados a la forma en la que evoluciona el entorno.
- Asimismo, las personas empleadas necesitan formación para poder conservar su puesto de trabajo, para poder acceder a puestos de mayor responsabilidad (ya no es posible ascender simplemente por antigüedad), porque es necesario ser eficaz y porque se trata de una exigencia del entorno.

Conciliación de la vida laboral y familiar

Las personas tienen otras responsabilidades fuera del entorno laboral como por ejemplo cuidar de personas dependientes (hijos, mayores, ...), gestión del hogar (tareas domésticas, reparaciones...), entre otras. Además, necesitan tiempo personal para cuidar de sí mismos, comprometerse con su comunidad y/o lograr sus proyectos personales (p. ej. estudiar, hacer deporte, voluntariado...). Algunas de estas responsabilidades no encajan en horarios estrictos, establecidos a veces de forma arbitraria por el empleador. Las empresas responsables les apoyan concediéndoles, por ejemplo, un horario laboral flexible.

Gestión de los recursos humanos

Prevenir y tratar el acoso sexual en las empresas:
https://youtu.be/EAxu68ZlQwQ

Entorno de trabajo justo, seguro, saludable y cómodo.

- La prevención de riesgos laborales (PRL) se puede garantizar a través de una política que respete los requisitos legales, e incluya medidas complementarias, para identificar los riesgos potenciales de las actividades laborales, promover el compromiso de la empresa con las prácticas de PRL y garantizar la formación de trabajadores y trabajadoras. Asimismo, deben ser elegidos o designados representantes de PRL, que cuenten con horas liberadas suficientes para realizar su tarea.
- Un entorno laboral confortable va más allá de medidas ergonómicas o de higiene. Deben abordarse riesgos psicológicos y sociales. Para prevenirlos son importantes aspectos como:
  - La motivación de las personas empleadas y las estrategias para su implicación.
  - Directivos bien formados que tengan competencias para la gestión de equipos, tales como capacidad de motivar, resolución de conflictos, etc.
  - Protocolos claros, bien aplicados y divulgados para impedir y actuar en contra de cualquier tipo de acoso, incluidos acoso sexual, por razón de género o por orientación sexual.

Diversidad e igualdad

Respetar y valorar las diferencias como condición básica de la existencia de una relación ética y del desarrollo de la humanidad, tratando de estimular la promoción de la diversidad cultural y social y de la diferencia étnica como un aspecto positivo para el desarrollo de la misión de la empresa, en la que no se tolera la discriminación.

Gestión de la diversidad y no discriminación

- La gestión de la diversidad incluye un trato igualitario, integración y la existencia de directrices corporativas de no discriminación. Su objetivo es resaltar la diversidad individual de los empleados de forma positiva y utilizarla como valor añadido y ventaja competitiva de la empresa.

- Así, la gestión de la diversidad apoya la tesis de que una plantilla diversa tiene más éxito que empleados con un origen, trayectoria y/o perfil más homogéneo.

- En relación con la discriminación en el lugar de trabajo, se pueden llegar a emprender acciones legales contra las empresas de la Unión Europea.

- En la práctica, la gestión de la diversidad se considera una dimensión interna-organizativa RSC en la empresa, especialmente en las compañías de mayor tamaño.

Diversidad e igualdad

La gestión de la diversidad para crear igualdad de oportunidades

Pero el objetivo de la gestión de la diversidad no es sólo el de impedir la discriminación y de crear igualdad de oportunidades en la empresa.

Las empresas también emplean la gestión de la diversidad estratégicamente para generar ventajas económicas.

•En términos de ventas y relaciones con el cliente, la diversidad del personal puede facilitar focalizarse específicamente a nuevos grupos de clientes, por ejemplo con un origen migratorio (*etnomarketing*); o representar una ventaja competitiva para la retención de clientes al ofrecer una amplia variedad de servicios multilingües.

Diversidad e igualdad

La gestión de la diversidad para la prevención de conflictos

- En la empresa, la gestión de la diversidad también ayuda a resolver y prevenir conflictos, aportando un efecto positivo al clima empresarial.
- El conflicto en el entorno laboral puede estar ligado a un entorno de trabajo diverso. Pueden surgir conflictos basados simplemente en diferencias culturales, generacionales, de personalidad o de estilo de trabajo. Siempre que se produzca un conflicto entre empleados/as, o entre estos y su supervisor/a, es importante resolverlo para conservar la calidad de las relaciones laborales así como la productividad y rentabilidad de la empresa.
- Las medidas proactivas por sí solas no son suficientes para manejar conflictos en el entorno laboral que tienen su origen en la diversidad. Poner en práctica una combinación de medidas preventivas y pasos reactivos garantizará cubrir todos los aspectos en caso que se produzca algún conflicto. Forme a su plantilla para que se respeten las diferencias en todo el personal y emplee las técnicas de resolución de conflictos una vez que haya descubierto incidentes que posiblemente hayan sido causados por la diversidad en el entorno laboral.

Protección y gestión ambiental

Fomentar iniciativas que contribuyan al medioambiente. Invertir en tecnologías y productos sostenibles y entender la dimensión ecológica. Ampliar la utilización de los criterios medioambientales. Impedir y minimizar el riesgo de los efectos medioambientales. Control de indicadores.

El aspecto medioambiental de la RSC

- Tradicionalmente, se ha considerado que la protección del medio ambiente formaba parte "del interés público", y fuera del ámbito privado. Los gobiernos han asumido la mayor responsabilidad en cuanto a garantizar la gestión medioambiental, y han puesto esfuerzos en crear y preservar un entorno seguro. Han dado directrices al sector privado para que adopte comportamientos respetuosos con el medio ambiente por medio de normativas, sanciones y, en ocasiones, incentivos.
- Sin embargo, el papel de los sectores ha ido cambiando, de forma que el sector privado se ha convertido en un socio activo en la protección medioambiental. Muchos gobiernos y empresas se han dado cuenta de que la protección ambiental y el crecimiento económico no siempre están en conflicto.
- El aspecto medioambiental de la RSC se define como el deber de hacerse cargo de las implicaciones ambientales que conllevan las operaciones de la empresa, sus productos e instalaciones; eliminar residuos y emisiones; maximizar la eficacia y productividad de los residuos; y minimizar prácticas que puedan afectar de forma negativa al disfrute de los recursos en generaciones venideras.

Protección y gestión ambiental

Pasos para gestionar los efectos sobre el medioambiente.

•Sea cual sea la naturaleza de su compromiso, la mayoría de empresas siguen pasos similares para abordar sus efectos sobre el medioambiente:

1. **Política medioambiental corporativa**: las organizaciones comprometidas a reducir su impacto ambiental, suelen crear una serie de principios y estándares ambientales, indicando a menudo objetivos formales. La mayoría de estas declaraciones incluyen, como mínimo, la intención de la empresa de respetar el medio ambiente en el diseño, producción y distribución de sus productos y servicios; el compromiso de la empresa de cumplir la legislación, e ir más allá del mero cumplimiento siempre que sea posible; y el establecimiento de una política abierta y transparente en la que empleados, miembros de la comunidad y otros agentes puedan estar informados de cualquier potencial efecto negativo que la empresa pudiera ocasionar al medioambiente.

Protección y gestión ambiental

ISO 14000 ofrece herramientas prácticas para empresas de todo tipo que desean gestionar sus responsabilidades medioambientales

Pasos para gestionar los efectos sobre el medioambiente.

2. **Auditoría medioambiental:** antes de intentar reducir sus impactos ambientales, es básico que la organización tenga pleno conocimiento de cuáles son. En la mayoría de casos, esto significa realizar algún tipo de auditoría ambiental. Su objetivo es conocer el tipo y la cantidad de recursos que utiliza una institución, actividad o equipamiento, así como los tipos de residuos y emisiones que ésta genera. Algunas organizaciones tratan también de cuantificar estos datos en términos económicos, con el objetivo de entender cuál es su impacto en términos de resultados en su balance. Esto ayuda a establecer las prioridades como una forma de poner los esfuerzos en aquello que permita mejorar beneficios.

3. **Implicación de empleados y empleadas**: una política medioambiental necesita la adhesión de todo el personal dentro de la organización no sólo de aquel cuyo trabajo esté relacionado con el medio ambiente. Para conseguirlo, las organizaciones desarrollan una serie de actividades, especialmente de tipo formativo, con el fin de ayudar a empleados y empleadas a entender el impacto ambiental de sus tareas, y apoyar sus esfuerzos para realizar cambios positivos.

Protección y gestión ambiental

Pasos para gestionar los efectos sobre el medioambiente.

4. **Contratación ecológica:** para ayudar a asegurar que sus productos, servicios y procesos son responsables desde el punto de vista ambiental, muchas organizaciones buscan comprar productos más ecológicos de sus proveedores. Una forma de hacerlo es participando en grupos de compradores, en los que la influencia de compra colectiva puede servir para presionar a los proveedores con el fin que tomen en consideración materiales o procesos alternativos.

5. **Servicios/productos verdes:** los propios productos o servicios que se ofrecen pueden ser más ecológicos, en cuanto al control las emisiones o ruidos generados, la reducción de los riegos para la salud y seguridad de su proceso de producción, o su demanda energética

Desarrollo de comunidades locales

Respaldar iniciativas de impulso social, económico y cultural basados en criterios transparentes para la evaluación a la comunidad. Fomentar la participación y la implicación en trabajo voluntario. Desarrollar estrategias para la cohesión y/o para la áreas territoriales locales.

Estándares para la participación de la comunidad

- Mientras que la dimensión interna de la RSC incluye la gestión de los recursos humanos, la seguridad y salud en el trabajo, la gestión de los impactos ambientales y sobre recursos naturales, la dimensión externa se basa en el desarrollo de las comunidades locales.

- Según las Normas Internacionales de Desempeño Corporativo, las organizaciones deben guiar exhaustivamente el ciclo de vida completo de las iniciativas, de manera que se pueda garantizar un modo de actuar responsable y sostenible, protegiendo las comunidades.

- La participación y desarrollo de la comunidad es un elemento clave del estándar ISO 26000 e implica las siguientes directrices para la RSC: participación activa de la comunidad, educación y cultura, creación de empleo y desarrollo de habilidades, desarrollo y acceso a la tecnología, generación de riqueza e ingresos, e inversión social.

Desarrollo de comunidades locales

Antonio Thomas,

El crecimiento de las cooperativas sociales en Italia: *http://staging.community-wealth.org/sites/clone.community-wealth.org/files/downloads/article-thomas.pdf*

¿El objetivo de dar servicio a la comunidad requiere un tipo concreto de titularidad?

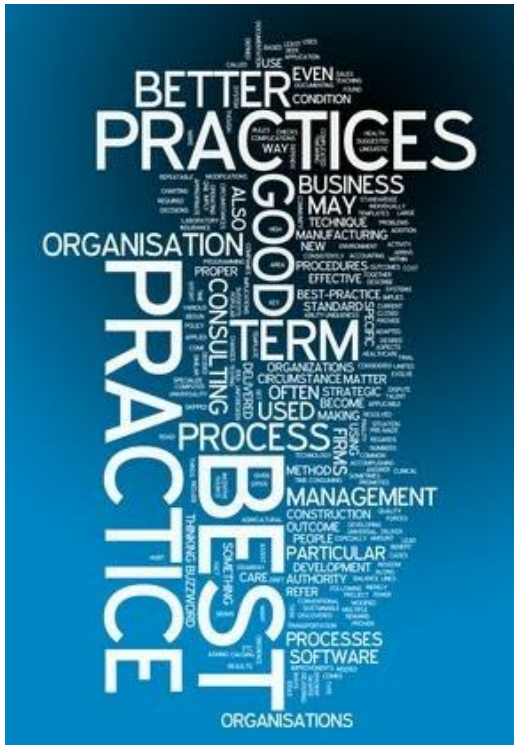
- Algunas empresas, especialmente aquellas pertenecientes al tercer sector, tienden a promover beneficios colectivos ya que están gestionadas por grupos de interés, que no son solamente inversores. Mientras los inversores se centran en el retorno del capital, estas organizaciones promueven otro tipo de objetivos, como son el retorno en forma del trabajo realizado, la calidad de los bienes producidos y la accesibilidad de la comunidad a estos bienes.
- Análisis recientes, basados en el concepto de "organizaciones con múltiples *stakeholders*", sugieren que una titularidad o propiedad heterogénea es un buen método para conseguir el desarrollo de las comunidades locales. Por ejemplo, las cooperativas sociales tienen una ventaja, ya que pueden acceder con más facilidad a los mercados financieros, están asentadas en el territorio y, por lo tanto, pueden ofrecer productos/servicios que encajan más con las expectativas de la población local, disponen con más facilidad de recursos humanos cualificados, poseen mayor flexibilidad de trabajo, y tienen mayor inclinación a la innovación debido a su competencia con otro tipo de organizaciones.

Desarrollo de comunidades locales

Implique su organización con la comunidad local

- Trabajar con la comunidad local ofrece amplios beneficios. A menudo, los clientes locales son una importante fuente de ventas. Al mejorar su reputación, puede que le resulte más fácil la contratación de personal. Una buena relación con las autoridades locales, además, puede facilitar su actividad.
- Existen muchas formas de implicarse. Algunas organizaciones eligen apoyar una entidad social o patrocinar un evento local. Desde el punto de vista comercial, tiene sentido implicarse en una actividad relacionada con su producto/servicio. De esta forma podrá aportar su conocimiento a la vez que muestra la cara más humana de su organización. Busque oportunidades que beneficien de forma directa su organización.
- Muchas entidades implican directamente sus trabajadores/as en el trabajo con la comunidad local; otras les animan a hacer voluntariado para las actividades comunitarias, incluso ofreciendo tiempo libre remunerado para este fin. Además de mejorar las relaciones con la comunidad, esto motivará los empleados y desarrollará sus habilidades interpersonales y de participación.

Buena práctica 1



INSTITUTO DE INGENIERÍA MEDIOAMBIENTAL (APINI)

Temática: medioambiental

País: Lituania

Sitio web: http://ktu.edu/apini/en

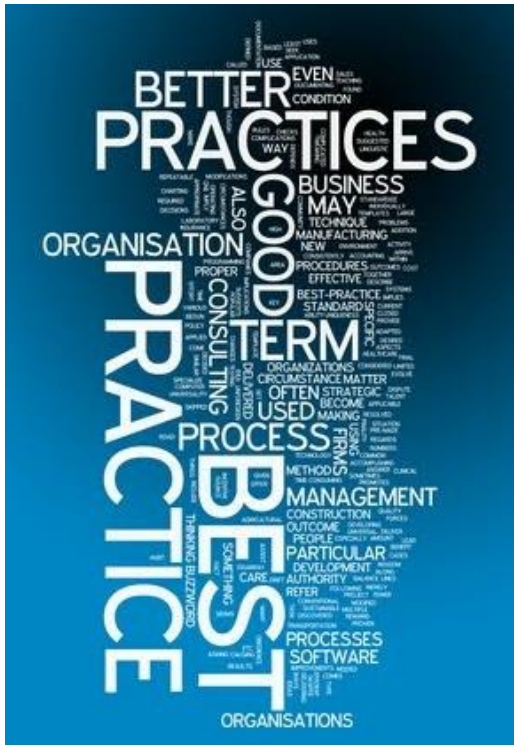
Organización

•El APINI existe desde 1991 como instituto de investigación independiente, asociado a la universidad tecnológica de Kaunas.

•El APINI ha recibido gran atención internacional debido a sus investigaciones medioambientales, pero especialmente por su apoyo al desarrollo de los empleados, ya que participan en programas internacionales y realizan investigaciones cooperativas con otras universidades.

•Además, el instituto diseña sus propios métodos innovadores de formación para sus empleados y para otras empresas.

Buena práctica 1



Misión

•En virtud de su filosofía, la empresa se dedica a la protección medioambiental. Como socio de confianza para la industria, desempeña un importante papel de apoyo al rendimiento medioambiental, p. ej., en el uso de tecnología.

Iniciativas realizadas

•La empresa ha desarrollado herramientas de evaluación interna que más tarde también se han implementado en otras empresas.

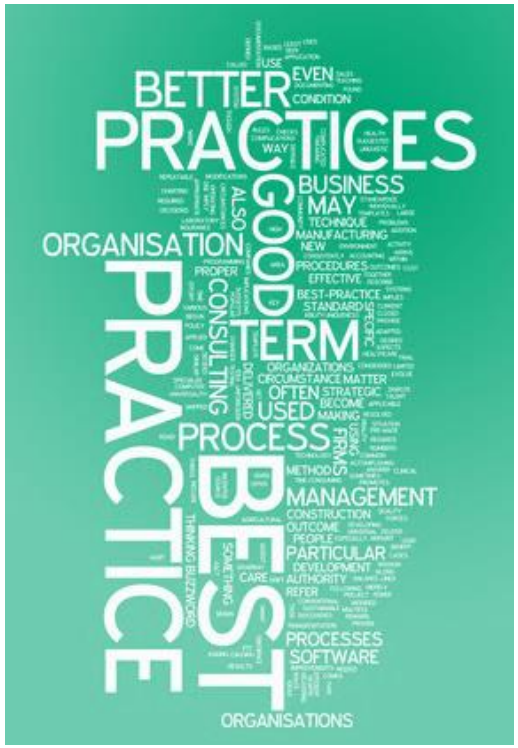
•Los empleados representan la filosofía de la empresa y se les anima a que se involucren en cada actividad.

•La empresa ofrece un programa de sensibilización.

Resultados

•Para aplicar a nivel práctico de los principios del desarrollo sostenible, la organización publicó y presentó a la sociedad su informe de responsabilidad de 2012. Además, se creó un sistema de indicadores de sostenibilidad para medir y evaluar los cambios.

Buena práctica 2



Koç Holding – Formación Ocupacional

Temática: Desarrollo de comunidades locales.

País: Turquía

Sitio web: www.koc.com.tr

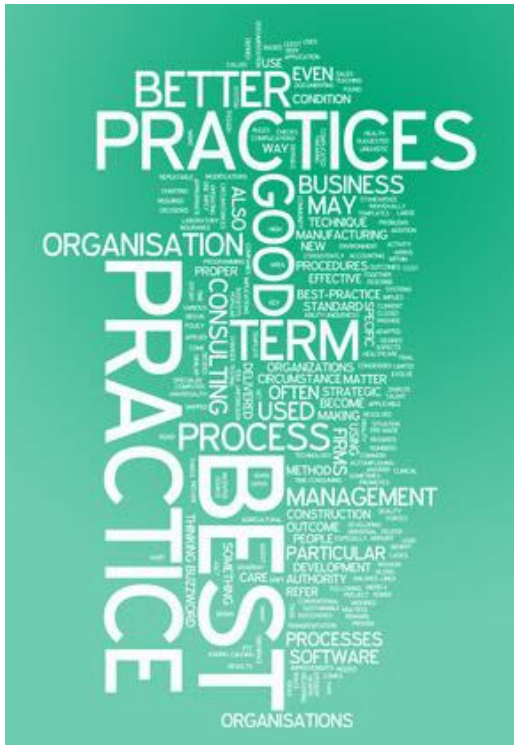
Organización

•Fundado en 1926, Koç Holding se ha convertido en uno de los mayores y más exitosos grupos de empresas en Turquía y en Europa. La empresa es firme en su observación de los valores éticos y los principios de gobernanza corporativa, llevando a cabo acciones de Responsabilidad Social y ofreciendo protección ambiental con estándares internacionales.

Misión

•Promover el empleo joven a través de la sensibilización sobre la importancia de la FPO, animando los jóvenes a participar en programas de formación, junto con la Fundación Vehbi Koç y el Ministerio de Educación Turco.

Buena práctica 2



Iniciativas realizadas

•Organizaciones emparejadas: cada organización de FPO se empareja con una empresa que opere en sectores relacionados.

•Prácticas: para atraer los jóvenes hacia la FPO y disminuir las tasas de abandono escolar.

•Orientación: voluntarios de todas las empresas han trabajado como orientadores en FPO para desarrollar las habilidades de los estudiantes.

•Laboratorios y colaboraciones por sector: para crear entornos de aprendizaje en paralelo a prácticas empresariales.

•Formación de profesores: para actualizar su conocimiento práctico y aumentando sus habilidades técnicas.

• Colaboración con ONGs : formación en ámbitos diversos, cómo educación ambiental, para el emprendimiento, TIC…

Resultados

•8000 estudiantes de 264 escuelas de FPO de 81 provincias en Turquía han participado.

•9.6 millones alcanzados vía redes sociales. Al sensibilizar la sociedad sobre la importancia de la FPO, el interés de los jóvenes ha aumentado, y han subido las inscripciones en FPO.

Buena práctica 3

Okto

Temática: Diversidad e igualdad

País: Austria

Sitio web: http://okto.tv

Organización

- Okto es un canal de TV comunitario, que trabaja con y para la comunidad. (p.ej., migrantes turcos hacen programas dirigidos a otros migrantes turcos). Es la primera emisora a tiempo completo en Austria que emite sin anuncios.
- Cualquier persona que haya completado la formación interna de la compañía, puede producir contenido para Okto. Los contenidos son determinados por una mesa de supervisores expertos.
- De la misma forma que hay programas pensados para un público específico, también existen programas que se centran en ciertos temas, cómo cultura (p.ej. Cine) o actualidad…

Buena práctica 3

Misión

- Proveer servicios de televisión para grupos (urbanos) sub-representados en los medios austríacos mayoritarios.
- Implicar estos grupos marginalizados en la producción de programas de TV.
- Ofrecer formación en producción de TV.

Iniciativas realizadas

- Programación completa de programas de TV.
- Formación ofrecida:
  - Producción de televisión (2-10 horas, €25/60 por alumno/a).
  - Prácticas
  - Formación en medios audiovisuales para empresas.

Resultados

- 334 programas producidos por o emitidos por Okto desde 2005. El estudio es particularmente popular entre estudiantes de audiovisuales, así como productores y periodistas independientes (sobretodo entre aquellos de comunidades migrantes)
- Varios programas de Okto han ganado premios.

Buena práctica 4

EFT AID Soleilmont

Temática: Creación de valor

País: Bélgica

Sitio web: www.aid-soleilmont.be

Organización

- EFT Soleilmont es la formación que lleva más años desarrollando la organización AID; en 2015 ha celebrado su 30 aniversario. El centro acoge personas que quieren dedicarse a la horticultura, ofreciendo 25 plazas por año.
- Los alumnos son personas en búsqueda de empleo con baja cualificación, que han completado sólo la educación obligatoria (hasta los15 años) y llevan más de 12 meses desocupados/as.
- Mientras se realiza el curso, los alumnos permanecen inscritos en los servicios sociales, y continúa recibiendo las prestaciones o subsidios a los que tuviera derecho (sea por desempleo u otras ayudas económicas). El curso es gratuito para el alumno.

Buena práctica 4

Misión

• La inclusión social de personas que se encuentran alejadas del mercado labora y/o que tienen baja cualificación, apoyando a cada alumno para establecer y alcanzar sus objetivos personales y profesionales, desarrollando sus competencias y conocimientos prácticos, convirtiéndose en semi-cualificados en horticultura.

Iniciativas realizadas

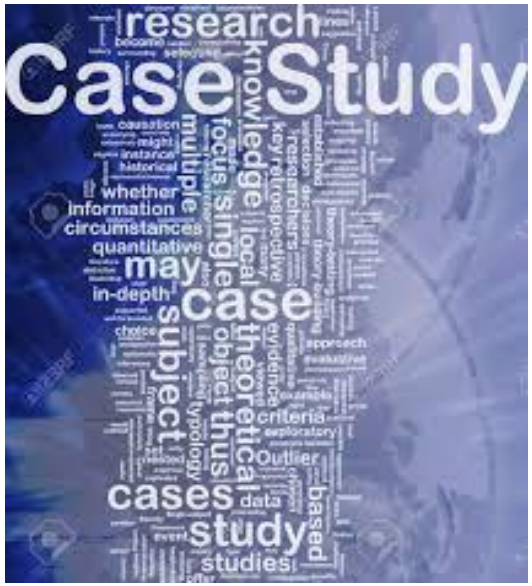
• Se ofrece formación en cinco tipos de actividades que debe poder realizar cualquier trabajador semicualificado en horticultura:

- Creación de espacios verdes.
- Mantenimiento de espacios verdes.
- Tala, arrancado y limpieza de árboles.
- Trabajos paisajísticos a pequeña escala.
- Mantenimiento de herramientas y maquinaria.

Results

•Soleilmont ofrece a estas personas la oportunidad de desarrollar habilidades (tanto sociales cómo profesionales), con el objetivo de permitir su inserción profesional en ocupaciones verdes.

Estudio de Caso 1



Programa de RSC de CISCO : Networking Academy

La Cisco Networking Academy ayuda anualmente a 1 millón de personas a desarrollar las habilidades que necesitan para sobresalir en un mercado de trabajo movido por las conexiones en red.

- El currículum aporta conocimientos técnicos a la vez que cultiva las habilidades de comunicación, resolución de problemas y colaboración que las empresas buscan.
- La Cisco Networking Academy ofrece un currículum consistente a los estudiantes en institutos, centros comunitarios, universidades, y otras instituciones en 170 países. La asociación con empresas locales ayuda los estudiantes a ganar experiencia laboral en el mundo real, así cómo contactos profesionales que llevan a puestos de trabajo y carreras profesionales a lo largo de la vida.
- Algunos graduados siguen exitosas carreras TIC en una amplia gama de industrias. Otros toman el espíritu emprendedor y el conocimiento adquirido en la Networking Academy para empezar su propio negocio y crear puestos de trabajo.

Estudio de Caso 1

"People with skills in information and communication technology (ICT) will thrive in tomorrow's workforce. ICT know-how is in demand in every country, in almost every field, as the Internet of Everything connects people, process, data, and things"

Organisation's website: http://csr.cisco.com/casestudy/networking-academy

Principales iniciativas adoptadas

- *Smartstick* para poner el Internet de las Cosas al servicio de las personas ciegas, en Francia.
- Proyecto para igualar oportunidades en TIC para hombres y mujeres, en Jordania.
- 100 pacientes rompieron el ciclo de adicción con una formación y terapia basada en TIC, en México.
- Cursos de la Networking Academy que ayudan a reclusos a prepararse para una nueva vida, en Italia.

Reflexiones críticas

- ¿Cuál es la responsabilidad de los centros de FPO en la oferta de formación TIC? ¿Qué recursos son necesarios?
- ¿Qué iniciativas se pueden lanzar para asegurar que los grupos desaventajados pueden acceder a las TIC en condiciones de equidad, fuera del entorno educativo?
- ¿Cómo se puede promover una cultura TIC entre el personal pedagógico desde los centros de FPO?¿Es necesaria formación específica para actualizar sus habilidades didácticas?
- ¿Qué agentes locales se pueden implicar para impulsar una cultura TIC en vuestras propias actividades de FPO?

Referencias del Proyecto ENGAGE

- Informe – compendio de buenas prácticas en RSC ENGAGE
- Herramienta de autoevaluación ENGAGE
- Guía ENGAGE

En: *http://www.engage4csr.eu/index_sp.html*

Referencias

- Aramburu, L. y Higuera, Z. (2003): Realización de la selección: Etapas, instrumentos y criterios. Emakunde, Gobierno Vasco.
- Chiavenato, I. (2000). Administración de Recursos Humanos. Quinta edición. McGraw Hill. México.
- Crowther, D. (2006), Estándares de Responsabilidad Social Corporativa: Convergencia en la Unión Europea en D. Njavro y K. Krkac (eds), Ética Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa, Zagreb, MATE, pp. 17–34.
- Delclos, A. et al. (2007): Disseny de processos de selección de personal no discriminatoris. CECOT, Terrassa.
- DESUR: Desarrollo de regiones sostenibles a través de PYMES responsables: Responsabilidad Social Corporativa: Buenas Prácticas y Recomendaciones.
- Dettoni, P. y Vilanova, M. (2011): Estrategias de innovación sostenibles ESADE, Barcelona.
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., Schuler, R. (2007). La Gestión de los Recursos Humanos, McGraw Hill. Madrid.
- Fundación mujeres (2007) Manual de procedimientos para la incorporación de la igualdad en la gestión empresarial. Gobierno principado de Asturias.
- Gómez-Mejía, L.R., Balking, D.B., Cardy, R.L. (2008): Gestión de Recursos Humanos, Prentice Hall, Madrid.

Referencias

- Kotler, Philip/Armstrong, Gary (2012): Los principios del marketing. Kumara, Vinod/Rahmanb, Zillur/Kazmic, A.A./Goyald, Praveen (2012): Evaluación de la sostenibilidad como estrategia de marketing: Comienzo de una nueva era.
- Martinuzzi, A./ Krumay, B./Pisano, U. (2012): Foco RSC: La Nueva Comunicación de la Comisión Europea sobre la RSC y Estrategias RSC Nacionales y Planes de Acción. Informe trimestral de la ESDN (Red de Desarrollo Sostenible Europeo) N°23.
- Nicolás, C. y Rubio, AM. (2015, 3er trimestre): “Gestión de recursos humanos en la empresa social”, Universia Business Review (nº 47 pag.82-105).
- Torres Rodriguez, E./Allinson, C. (2014): Manual Listo para Informar. Introducción a los informes sostenibles en PYMES. Iniciativa de información global
- Wirth, L. (2001): Rompiendo el techo de cristal: mujeres en la gestión. Organización Internacional del Trabajo, Ginebra.

Referencias (en línea y enlaces)

- http://www.applied-corporate-governance.com/best-corporate-governance-practice.html [30.09.2015]
- http://www.asx.com.au/documents/asx-compliance/cg_principles_recommendations_with_2010_amendments.pdf [30.09.2015]
- http://www.bsr.org/en/our-insights/blog-view/five-best-practices-in-human-rights-reporting [30.09.2015]
- http://www.cgchina.org/cn/UploadFiles/20068710177287.pdf [30.09.2015]
- http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/intm/144945.pdf [22.09.2015]
- http://www.csreurope.org/ [22.09.2015]
- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm [22.09.2015]
- http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/doc16254.pdf [30.09.2015]
- http://www.entrepreneurial-insights.com/social-responsibility-ethics-marketing/ [22.09.2015]
- http://www.etf.europa.eu/webatt.nsf/0/5C0302B17E20986CC1257C0B0049E331/$file/Multilevel%20governance%20x%20VET.pdf [30.09.2015]
- http://www.eu-academy.eu/freeresources/eu-lobbying-ethics-and-transparency-do-s-and-dont-s [22.09.2015]
- http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366 [22.09.2015]
- http://www.glerl.noaa.gov/seagrant/ClimateChangeWhiteboard/Resources/Uncertainty/climatech/morsing06PR.pdf [30.09.2015]

Referencias (en línea y enlaces)

- https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Ready-to-Report-SME-booklet-online.pdf [22.09.2015]
- http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/aa93d6804d394d5eabc8eff81ee631cc/Whos+Running+the+Company+Rev+-+Lo+Res.pdf?MOD=AJPERES [30.09.2015]
- http://www.ioe-emp.org/fileadmin/ioe_documents/publications/Policy%20Areas/csr/EN/_2015-09-11__CSR_Best_Practice_Compilation.pdf [12.08.2016]
- p://issuu.com/lucianlinte/docs/sr_magazine_no1/17?e=11674862/12598172 [30.09.2015]
- https://law.unimelb.edu.au/files/dmfile/Corporate_Governance_and_Partnership_at_Work_Case_Studies_Research_Report__17_December_2008-1_4.pdf [30.09.2015]
- http://www.mediapost.com/publications/article/203738/how-to-integrate-marketing-with-your-corporate-so.html [22.09.2015]
- http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Tapahtumakalenteri/2006/10/eu_16_1710/Quality-Background_document_en.pdf [30.09.2015]
- http://nbs.net/wp-content/uploads/RI-Three-Ways-to-Reap-Value-from-CSR-Initiatives.pdf [30.09.2015]
- http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/strategic-plan.html [22.09.2015]
- http://www.sd-network.eu/quarterly%20reports/report%20files/pdf/2011-December The_New_Communication_of_the_EU_Commission_on_CSR_and_National_CSR_strategies.pdf [22.09.2015]

Referencias (en línea y enlaces)

- https://sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/CFR-047%20Corporate%20Social%20Responsibility%20White%20Paper_FINAL.pdf [30.09.2015]
- http://www.som.cranfield.ac.uk/som/dinamic-content/media/CR%20Stakeholder.pdf [30.09.2015]
- http://staging.community-wealth.org/sites/clone.community-wealth.org/files/downloads/article-thomas.pdf [30.09.2015]
- http://www.unescap.org/sites/default/files/good-governance.pdf [30.09.2015]
- http://www.unglobalcompact.at/ungc/site/en/unglobalcompact/10principles [22.09.2015]
- https://www.youtube.com/watch?v=jeTyey8siH4 [22.09.2015]
- https://www.youtube.com/watch?v=JPenUV55f90 [22.09.2015]