



CONCLUSIONES CONFERENCIA EUROPEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS. PALMA DE MALLORCA 25 Y 26 DE MARZO DE 2010

El informe de RSE

- Se debatió sobre la voluntariedad u obligación en la elaboración del informe por parte de las empresas, de modelos, standards e indicadores que deben contener y sobre el papel del informe que en si mismo, representa un proceso de mejora continua en la gestión de la empresa.
- El informe se tiene que ir adecuando a la realidad de los distintos grupos de interés, va más allá de la regulación de la voluntariedad, evitando generalidades y adaptándolo al sector de la actividad en la que se encuadra la actuación de la empresa.
- El informe debe realizarse de manera integral siendo su información veraz y contrastada.
- Es importante extraer conclusiones de las experiencias realizadas en el reporting, tender a una armonización en cuanto al informe en el marco de la Unión Europea, ya que en Europa hay estados que están avanzando en experiencias regulatorias, sería interesante crear un grupo de trabajo para armonizar las experiencias de los estados.
- Es necesario que las Administraciones Públicas además de fomentar y promover la R S E realicen informes en la materia.

El Consumo Socialmente Responsable

- Las Autoridades Públicas deben de promocionar el consumo socialmente responsable a través de las compras públicas, es necesaria una voluntad política de implantar incentivos para el consumo socialmente responsable.
- Los consumidores pueden hacer que las empresas incorporen comportamientos socialmente responsables premiando o sancionando a través de un consumo activo las actuaciones realizadas por las empresas incluidas las de su cadena de valor.

- Es necesaria una información más concisa y transparente hacia el consumidor, este tiene que recibir mensajes claros y fiables, mejorando la comparabilidad de los productos y servicios, siendo importante que se refleje en la Estrategia 2020 de la Unión Europea.
- Fomentar la educación a la hora de concienciar en valores socialmente responsables los criterios del consumidor.

La Inversión Socialmente Responsable

- Tenemos que tender a una nueva Filosofía de inversión que tenga en cuenta los valores sociales y medioambientales.
- Son necesarias políticas de incentivos públicos y fiscales que apoyen la inversión socialmente responsable.
- Promoción de redes en RSE desde un punto de vista financiero apoyadas en el diálogo entre los grupos de interés.
- Existen dificultades a la hora de comprobar o verificar si una inversión socialmente responsable es realmente sostenible.
- Informar, promocionar y formar al ciudadano en inversión socialmente responsable.

Competitividad, Empleo y RSE

- La RSE no debe sustituir el debate político sobre legislación y regulación, tiene que ver más con comportamientos, éticos, económicos, sociales y medioambientales.
- La RSE significa una nueva forma de gestión en la empresa, forma parte de la estrategia del negocio y afecta a todo tipo de organizaciones incluidas las PYMES, no obstante los mismos principios que se aplican a las grandes empresas no tienen por que aplicarse a las PYMES.
- La RSE es un instrumento fundamental para salir de la crisis económica que estamos padeciendo y nos ayudará a recuperar la confianza de los ciudadanos.

- Indisolubilidad del binomio competitividad-sostenibilidad, es necesario implantar políticas de RSE, que interesen tanto a la empresa como a sus grupos de interés y que nos permitan mejorar las actuaciones de las empresas tanto en su vertiente nacional como ante terceros países.
- El problema del desempleo es un tema que se tiene que abordar desde la perspectiva de la RSE, siendo en sí misma un elemento clave de política laboral, a través del diálogo de las condiciones de trabajo con los agentes sociales, el código de conducta de los empleados y como estrategia inclusiva al incluir a todos los colectivos de trabajadores (ej. discapacitados, inmigrantes, colectivos desfavorecidos, etc).