



La
Responsabilidad
Social de la
Empresa en
la gestión
de las Pymes

Jaime Urcelay



La Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las Pymes

Estudio realizado con la colaboración del Área de Investigación y Estudios de la Fundación EOI, y por el profesor:

Jaime Urcelay

Coordinación de la edición: Eduardo Lizarralde

Diseño de colección: Manuel Estrada

Maquetación: Estudio Manuel Estrada

Impresión: xxxx

© 2006. Fundación EOI

ISBN: 84-88723-72-5

Depósito Legal:

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni el almacenamiento en un sistema informático, ni la transmisión de cualquier forma o cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros medios, sin el permiso y por escrito de los titulares del Copyright.

A mis padres, a Patricia y
a nuestros cinco hijos.

Índice

Prólogo	11
Introducción.....	13
PRIMERA PARTE. ENTENDER LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: VISIÓN Y CONTEXTO.....	15
La generalidad de las empresas ya son socialmente responsables.....	17
La eficiencia, primera responsabilidad social de la empresa.....	19
Variables del impacto social de la empresa.....	20
En el límite, las empresas de Economía Social y las empresas familiares.....	21
Ética de los negocios, es decir, honestidad empresarial.....	22
El cumplimiento de la ley como condición mínima.....	23
Cuándo la empresa deja de ser socialmente responsable.....	24
Empresas irregulares y empresas tóxicas.....	24
Un primer balance en el camino de la responsabilidad social.....	25
¿Por qué ahora el fenómeno de la RSE?.....	27
Factores que convergen en la RSE.....	28
Un entorno diferente.....	30
Entre el desarrollo sostenible y la rendición de cuentas.....	35
La idea del desarrollo sostenible.....	35
Contribución de la empresa.....	36
Relación entre los actores.....	37
La rendición de cuentas.....	38
La triple cuenta de resultados.....	40
La inversión socialmente responsable.....	41
RSE y reputación corporativa. De la ética al marketing.....	41

SEGUNDA PARTE. DIRECTRICES INTERNACIONALES Y MARCO EUROPEO DE LA RSE	43
Directrices internacionales	45
El Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.....	46
Las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales.....	47
Las declaraciones de la OIT sobre derechos fundamentales en el trabajo.....	48
El marco europeo de la RSE	51
El Libro Verde, referencia institucional básica.....	52
Dimensión interna de la RSE.....	53
Dimensión externa de la RSE.....	54
La gestión integrada de la RSE.....	55
Inversión socialmente responsable.....	56
Las Pyme en el Libro Verde.....	56
Desarrollos posteriores al Libro Verde. La Comunicación de la Comisión de 2002.....	57
El “Multistakeholder Forum on CSR”.....	58
Fomento de la RSE en las Pyme europeas.....	59
La Campaña de concienciación paneuropea sobre Responsabilidad Social de las Empresas.....	60
La nueva Comunicación de la Comisión de 2006 y la Alianza Europea para la RSE.....	62
Otras iniciativas europeas.....	64
TERCERA PARTE. IMPULSO Y DIRECCIÓN DE LA RSE EN ESPAÑA	65
Contexto general e iniciativas académicas y empresariales	67
Del interés científico a las prácticas empresariales.....	68
Investigaciones sobre la situación de la RSE en España.....	69
El Informe Forética.....	71
Políticas públicas	75
Antecedentes. El impulso del Buen Gobierno.....	75
Iniciativas autonómicas y locales.....	76

Políticas públicas en la actual Legislatura.....	76
El Foro de Expertos de RSE del Ministerio de Trabajo.....	77
El Informe de RSE como motor.....	79
La Subcomisión del Congreso de los Diputados para el impulso de la RSE	81
Un informe trascendental.....	81
Visión general del Informe.....	82
Principios Orientadores, Constataciones y Directrices Generales.....	83
Recomendaciones destinadas al mundo empresarial.....	85
Recomendaciones destinadas a las administraciones públicas.....	85
Recomendaciones para otros actores.....	87
CUARTA PARTE. ALCANCE, CONTENIDO E IMPLICACIONES DE LA RSE	89
Qué hacen las empresas socialmente responsables.....	91
Cultura de empresa.....	93
Equipo humano.....	97
Políticas convencionales de recursos humanos y RSE: salud laboral, condiciones de trabajo, desarrollo, selección.....	98
Políticas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar.....	100
Políticas de igualdad y diversidad.....	101
Aproximación a las herramientas de gestión.....	102
Operaciones en el mercado.....	105
Programas de acción social y comunitaria.....	107
Impacto medioambiental.....	109
Comunicación.....	111
QUINTA PARTE. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN E INDICADORES	113
Panorama general de los instrumentos relacionados con la RSE.....	115
Proyecto ISO 26000.....	116
Accountability 1000 (AA-1000).....	117
SA8000.....	117

El Marco GRI para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad.....	119
Aspectos fundamentales de la nueva GRI "G3"	120
Indicadores principales.....	122
La Guía "En Cinco Pasos"	124
Guías españolas.....	127
La Guía CECOT.....	127
Herramienta de FEVECTA-FEVES.....	128
Xertatu:adi.....	128
La Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible.....	134
SEXTA PARTE. LAS PYME ESPAÑOLAS ANTE LA RSE.....	137
Panorama general.....	139
Los estudios europeos de 2002 y 2004	139
Estudios sobre las Pyme de Vizcaya.....	142
La investigación de EOI Escuela de Negocios.....	147
Metodología: criterios de valoración y fuentes de información	147
Perfil de las empresas participantes.....	149
Conocimiento de la RSE.....	154
Importancia de los valores en las Pyme.....	160
Buenas prácticas de las Pyme.....	162
Relaciones con clientes y proveedores.....	163
Relaciones con la comunidad.....	168
Relaciones con los trabajadores.....	171
Puntos clave del estudio	173
CONCLUSIONES.....	175
Bibliografía.....	181
Documentación del marco europeo de RSE.....	185
Documentación del marco español de RSE.....	187
Guías publicadas en España para la gestión de la RSE.....	189
Referencias de Internet.....	191

Prólogo

La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) ha experimentado en los últimos años un espectacular avance en prácticamente todo el mundo, hasta el punto de poder ser considerada una de las principales tendencias del cambio de siglo.

En efecto y tal y como expresaba el influyente *The Economist* en su monográfico de Enero del pasado año, la RSE parece haber ganado ya “la batalla de las ideas” en las empresas más influyentes. Por eso hoy el desafío se centra en la necesidad de arraigar este enfoque de la gestión en toda clase de empresas, creando un entorno institucional y social favorable y proporcionando al tejido empresarial modelos, sistemas y herramientas de gestión que faciliten su implantación.

Este es el propósito que hoy guía la mayor parte de las iniciativas y esfuerzos que desde muy diversas instancias -entre las que la Unión Europea ocupa el lugar más destacado- viene alentándose en los últimos tiempos para el impulso y divulgación de la empresa sostenible y socialmente responsable. Un propósito que ha tenido una expresión especialmente significativa y trascendente en la Subcomisión del Congreso de los Diputados para el impulso de la RSE en España, cuyas conclusiones fueron aprobadas en fechas muy recientes y en cuyos trabajos EOI Escuela de Negocios fue invitada a participar a través de la comparecencia de quien suscribe estas líneas.

No es casualidad, desde luego, el compromiso de EOI Escuela de Negocios con la RSE y lo que implica. Nuestra Escuela viene apostando estratégicamente, desde hace años y de manera en muchos aspectos pionera, por la sostenibilidad, desde la consideración de que se trata de un elemento clave para el futuro de nuestras sociedades y para cuyo logro la contribución empresarial resulta decisiva. La RSE es hoy, de alguna forma, el nuevo nombre del compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible en su triple di-

mención económica, social y medioambiental y por eso para nosotros es también parte de las opciones fundamentales de nuestra propuesta educativa e investigadora en el espacio de las escuelas de formación de directivos.

Tiene por eso todo el sentido la publicación del trabajo que el lector tiene en sus manos. En él, Jaime Urcelay, profesor de Ética de los Negocios y Responsabilidad Social Corporativa en nuestros programas, presenta una visión completa y actualizada de lo que la RSE significa e implica. Un trabajo en el que además aporta, como elemento diferencial, una perspectiva desde las Pyme, ausente en buena parte de las ya numerosas obras que se han publicado últimamente en nuestro país sobre el fenómeno que nos ocupa.

Confío, por tanto, en que esta publicación pueda ser apreciada como una nueva contribución de EOI Escuela de Negocios al gran objetivo de la sostenibilidad, del que todos somos y hemos de sentirnos corresponsables y en el que, en concreto, las pequeñas y medianas empresas están llamadas a desempeñar un papel insustituible.

Rosa Arce
Directora General EOI Escuela de Negocios

Introducción

La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), que interpeló primero a las grandes corporaciones, parece llamar en los últimos tiempos a la puerta de las pequeñas y medianas empresas. Y es que si este nuevo enfoque de la gestión quiere responder efectivamente a la necesidad de conseguir la corresponsabilidad de las empresas en la consecución del desarrollo sostenible, difícilmente va a ser viable si excluye al conjunto de empresas que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo.

Esta “segunda ola” de la RSE, que constituye hoy una de las prioridades de la estrategia social de la Unión Europea y que ha sido asumida institucionalmente también en España, puede estar sin embargo abocada al fracaso si pretende ser una extensión mimética de los enfoques y desarrollos alcanzados en las grandes empresas.

La integración de la RSE en la gestión de las Pyme, que en su mayor parte son microempresas con menos de diez trabajadores y muy escasos recursos, requiere una previa reflexión de fondo sobre el significado último de la RSE, que está muy vinculado al *por qué* y el *para qué* de la empresa, y una elección cuidadosa de los instrumentos para la gestión socialmente responsable, lejos de cualquier planteamiento puramente *marketiniano*.

Ese ejercicio de reflexión y adaptación del enfoque de la RSE a la Pyme constituye precisamente el objeto del presente trabajo. Con él nos hemos propuesto una mirada completa a la RSE pero desde una perspectiva válida para las Pyme. Para ello hemos examinado tanto la génesis como el contexto de la RSE, las directrices internacionales y en particular el marco europeo, las líneas maestras de la RSE en España, sus contenidos y alcances y, por último, las herramientas disponibles para su gestión en la empresa.

Aporta también este trabajo la presentación de la Investigación que EOI Escuela de Negocios realizó el pasado año sobre la “Integración de la Responsabilidad Social de la Empresa en la Gestión de las Pyme y su incidencia en el empleo”, un estudio sobre las percepciones de las empresas españolas de menos de 250 trabajadores sobre la RSE que constituye un valioso instrumento para conocer y entender la realidad actual en torno a esta cuestión.

Es importante destacar que el presente trabajo ha venido a coincidir en el tiempo con tres importantes novedades en el desarrollo general de la RSE, que han sido convenientemente integradas en el texto.

Nos referimos, en primer lugar, a la esperada nueva Comunicación de la Comisión de las Comunidades Europeas, de Marzo de 2006, que lleva por título “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la Responsabilidad Social de la Empresa”. Un documento que viene a confirmar y consolidar el marco europeo de RSE y a la vez a proporcionarle un nuevo impulso.

En segundo término, el 27 de Junio del presente año se debatía y aprobaba en el seno de la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales de nuestro Congreso de los Diputados el Informe elaborado por la Subcomisión para potenciar y promover la RSE. Se trata de un documento pionero por su origen, riguroso y de una gran ponderación en sus criterios, que con seguridad va a marcar el rumbo de la RSE en España en los próximos años.

Finalmente, el pasado mes de Octubre ha sido presentada, después de una laboriosa preparación, la nueva versión de la Guía GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad, un instrumento cuya influencia en el desarrollo y en la homogeneización del complejo y poliédrico enfoque de la RSE ha sido decisivo en los últimos años.

Estamos convencidos de que estos tres hitos pueden significar nuevos e importantes apoyos para el éxito en la integración de la RSE en las Pyme, que más allá de las modas y de las lamentables operaciones de estética corporativa, representa una verdadera oportunidad para extender una cultura empresarial al servicio de la dignidad de la persona y el desarrollo integral de nuestra comunidad.

El autor quiere, por último, dejar pública constancia de su sincero agradecimiento a Juan Antonio Briano y Eduardo Lizarralde por su impulso desde la dirección de EOI Escuela de Negocios para la realización del presente trabajo. Asimismo a Jesús García Valencia, maestro y apoyo en tantas cosas y, cómo no, a los alumnos de los diferentes programas de la Escuela que, a través de los intensos debates de nuestras clases de Ética de los Negocios y RSC, tanto han enriquecido la perspectiva sobre la RSE que aquí se presenta.



Primera parte
Entender la Responsabilidad
Social de la Empresa:
visión y contexto

La generalidad de las empresas ya son socialmente responsables

El punto de partida del trabajo que aquí comienza quiere ser claro y contundente: **la generalidad de las empresas ya son, por su propia existencia y por el desarrollo espontáneo y cotidiano de su actividad, socialmente responsables.**

No, no se trata de una enmienda a la totalidad de la propuesta de la RSE. Antes bien, es una obviedad asombrosamente olvidada por algunos de los mentores del fenómeno de la RSE y que, sin embargo, resulta imprescindible para que podamos entendernos y para que este nuevo enfoque de la misión y de la gestión de la empresa tenga sentido, viabilidad y, al cabo, utilidad para todos.

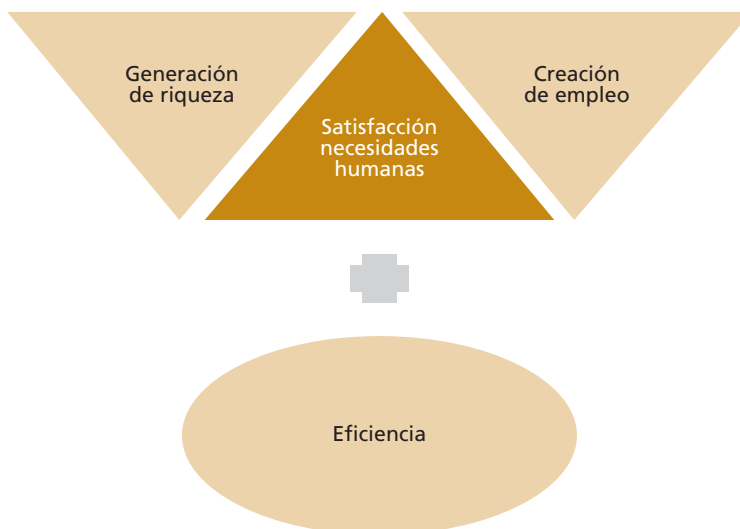
La afirmación, subrayémoslo también desde el principio, afecta de manera muy directa a las Pyme¹, no ya sólo porque representan la mayor parte del tejido empresarial (en España, según datos del DIRCE, el 99,8% de las empresas existentes, con el 81,6% de los asalariados), sino porque, como tendremos ocasión de ver a lo largo de las páginas que siguen, las propias características de este tipo de empresas y las condiciones en las que operan, hacen especialmente evidente, en la mayor parte de los casos, su condición intrínsecamente social.

¹ Recordemos que en la categoría de Pequeña y Mediana Empresa (Pyme o SME en inglés,) se incluyen, según el criterio de la Unión Europea, expresado en la *"Recomendación de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas y pequeñas y medianas empresas"*, aquellas empresas que ocupan menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros. A su vez, dentro de las Pyme se distinguen tres segmentos de empresas: 1. *Medianas empresas*: entre 50 y 249 trabajadores. Límite del volumen de negocios de 50 millones de euros y el del balance general hasta 43 millones de euros. 2. *Pequeñas empresas*: entre 10 y 49 trabajadores. Límite del volumen de negocios y el del balance general es de 10 millones de euros. 3. *Microempresas*: menos de 10 trabajadores. Límite de 2 millones de euros para el volumen de negocios y el balance general.

¿En qué se basa esta tesis de partida?. Simplemente en que la empresa, por su finalidad económica y por los medios que emplea para conseguirla, contribuye de manera determinante al desarrollo social. Consiguientemente, su primera y principal responsabilidad hacia la sociedad consiste en ser eficiente –en definitiva, competitiva– en la consecución de los fines y en la gestión de los medios necesarios para ello. Algo que la mayor parte de las empresas ya hace de manera completamente espontánea, ya sea por las *convicciones sociales* de los empresarios o los gestores, por el incentivo del beneficio económico o, lo que será más frecuente, por una combinación de ambos resortes.

Esta **contribución social espontánea de la empresa** se desarrolla en tres dimensiones, todas ellas de la mayor importancia:

- Satisfacción de las necesidades de clientes y consumidores a través de la oferta de productos y servicios y de la innovación.
- Generación de riqueza, que se concreta en:
 - Realización de inversiones.
 - Distribución de renta a través de los salarios y pagos a proveedores y la generación de negocio para distribuidores.
 - Contribución al gasto público a través de la fiscalidad y las cotizaciones sociales.
- Creación y desarrollo, directa e indirectamente, de empleo, con todo lo que el trabajo significa para la vida individual, familiar y comunitaria: sustento, autonomía, formación, integración social...



Fuente: elaboración propia.

La eficiencia, primera responsabilidad social de la empresa

El planteamiento básico del sentido social de la empresa es, por lo tanto, muy sencillo: el empresario y los gestores arriesgan, con el mayor o menor acierto de sus decisiones y sus esfuerzos, no solamente un legítimo beneficio económico particular sino también, de manera inseparable, una contribución a la sociedad y al bien común. Y de la misma forma en que el empresario tiene la certeza de que sin un *buen hacer* no obtendrá el retorno de su inversión, puede tener la misma certeza de que, en principio al menos, no será socialmente responsable.

De otra parte, no son necesarias muchas disquisiciones de filosofía social ni de ciencia económica para constatar que el bien común o conjunto de condiciones que hacen posible la satisfacción de las necesidades y el desarrollo o plenitud del ser humano en sus diferentes dimensiones, es difícilmente concebible sin la aportación de las empresas, no sólo medida en términos económicos sino también en términos de eso que ahora llamamos *capital humano* y *capital social* como conceptos que comprenden un buen número de bienes intangibles sin los cuales no hay progreso.

Por este motivo la actividad empresarial, el empresario en sentido amplio, merece y demanda el más amplio reconocimiento social y su actividad, a ser posible en niveles de *excelencia*, debe ser promovida y facilitada desde los poderes públicos, en la medida en que representa un medio indispensable para el progreso de la comunidad. También la sociedad civil debe tomar conciencia de ese sentido social de la actividad económica, promoviendo y sosteniendo vocaciones emprendedoras y colaborando, en la medida de sus posibilidades y responsabilidades, en el desarrollo y el éxito de las empresas.

Desenfocan, por lo tanto, de raíz el tema de la RSE quienes, desde instancias generalmente sociales, evidencian en sus aproximaciones una actitud de sospecha hacia la actividad empresarial como si se tratase de algo intrínsecamente egoísta y asocial. También aquellos que de manera genérica presentan el tema de la RSE como un *hallazgo* extraordinario de la postmodernidad que permitirá redimir a las empresas y recuperarlas para la construcción de una nueva humanidad. Y es que de alguna literatura sobre RSE pareciera desprenderse que las empresas han vivido hasta ahora al margen de la comunidad de la que forman parte, más allá, evidentemente, de haber extraído de ella toda la *rentabilidad* de la que han sido capaces².

² Cfr. para una crítica de estas aproximaciones Trigo, J. (2006), *Ensayos sobre Economía Española en el siglo XXI*, Gestión 2001, Barcelona. El ensayo dedicado a esta cuestión es el titulado *Responsabilidad social de la empresa. Contenidos y excesos*, pág. 111 y ss. Es muy interesante también el polémico monográfico de la revista *The Economist* publicado el 22 de Enero de 2005 bajo el título "The good company. A survey on corporate social responsibility", que contiene severas críticas a algunos de los planteamientos del movimiento de la RSE. Igualmente, Martínez, J.L. (2005), "Responsabilidad o irresponsabilidad social corporativa", *El Noticiero de las ideas*, nº 22 de Abril-Junio de 2005, Madrid.

Nuestra tesis inicial requiere, sin embargo, dos importantes precisiones.

Variables del impacto social de la empresa

La primera precisión se refiere a que el impacto social de la actividad empresarial no es igual en todas las empresas, ni en todos los sectores, ni en todas las localizaciones, ni en todos los momentos.

En efecto, dicho impacto social se ve condicionado por una serie de variables, entre las que pueden citarse:

- **El producto o servicio que la empresa oferte**, ya que no todos satisfacen necesidades sociales del mismo modo ni con igual importancia. Modo e importancia que, hasta cierto punto, habrá que apreciar, además, en términos relativos de tiempo y lugar. No es lo mismo desde una perspectiva social, por ejemplo, fabricar o distribuir perfumes de lujo en París que medicamentos para curar el SIDA en Asia o África. El beneficio económico para el empresario puede ser el mismo pero el valor social del negocio y las implicaciones que tiene no son equiparables, siendo ambas actividades lícitas y legítimas con carácter general.
- **El volumen económico de la empresa**, que condicionará también la cuantía potencial de sus inversiones, su impacto en el desarrollo económico y social de la zona donde éstas se realicen, la cadena de suministro inducida, etc. Aunque no podemos olvidar tampoco que las pequeñas empresas son, en muchísimas ocasiones, el único medio de vida de pequeñas poblaciones o comarcas que, de faltar aquellas, difícilmente subsistirían, con todo lo que eso significa en términos sociales y culturales.
- **El número de empleos, directos o indirectos, que la empresa genera**, en definitiva el volumen de personas –contando con una perspectiva de familia– cuya subsistencia y desarrollo en el orden profesional y personal depende de los resultados de la empresa. Nuevamente podríamos hacer, sin embargo, alguna consideración relativa a la importancia de las circunstancias de tiempo y lugar, que nos podrían llevar a una enorme pluralidad de valoraciones sociales con plantillas numéricamente idénticas.
- **Las características y condiciones del proceso de fabricación de los productos**, medidas en aspectos diversos como pueden ser los consumos de recursos y los impactos sobre el medio ambiente o las condiciones de trabajo que pueden implicar.
- **El lugar o zona en los que la empresa realiza sus operaciones**, ya que las condiciones sociales, culturales y económicas pueden variar muchísimo hasta el punto de poder modular completamente el impacto social de la actividad empresarial.

La enumeración es incompleta pero puede dar una idea de hasta qué punto el impacto social de la empresa –y las consiguientes exigencias y responsabilidades– puede variar.

En el límite, las empresas de Economía Social y las empresas familiares

Hay, por lo demás, un supuesto en que la contribución social de la empresa se presenta, por decirlo de alguna forma, en *estado puro*: es el caso de las llamadas *empresas de Economía Social*.

Comprende esta categoría un vasto conjunto de cooperativas, sociedades laborales, mutualidades, fundaciones, centros especiales de empleo y empresas de inserción laboral³, que nacen precisamente como respuesta directa a necesidades sociales, a las que además se dedican la mayor parte de sus excedentes o “beneficios”, por lo que la responsabilidad social se sitúa de manera explícita en el núcleo mismo de la misión empresarial⁴.

Algo similar podría decirse de las **Cajas de Ahorros**, una compleja institución económica de la sociedad civil, de enorme envergadura en el manejo de recursos, en la que la “obra social” ocupa un lugar central y esencial⁵.

Otra tipología de empresas que debe ser considerada en el contexto que estamos planteando es el de las **empresas familiares**.

Estas empresas, en las que la mayoría de la propiedad está en manos de una o más familias, tienen bastante más estabilidad e importancia económica y social de la que a menudo se piensa y su positiva evolución en todo el mundo ha desmentido todos los pronósticos de desaparición del modelo⁶.

Aunque sólo una pequeña parte de ellas consigue, de hecho, mantener el carácter familiar por más de una generación, su propósito fundacional está muy vinculado a la idea de continuidad en la supervivencia y prosperidad de los miembros de la familia y sus descendientes, lo que proporciona para las decisiones empresariales una visión en la que

³ Según datos de la Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES), en España existen 48.000 empresas de este tipo, con 2 millones de empleados y una facturación equivalente al 7% del PIB (cfr.: www.cepes.es).

⁴ No por ello han eludido el camino del enfoque y los procedimientos formales de la RSE, tal y como han sido propuestos en los últimos años. Tal es el caso, por ejemplo, de la Confederación de Cooperativas de Cataluña que, en colaboración con diversas instituciones públicas y con la CEPES, ha lanzado el programa “RSE.Coop” para la implantación de la RSE en el mundo cooperativo (Cfr.: www.rsecoop.coop) o el de la Federación de Cooperativas Valencianas y la Federación de Empresas Valencianas de Economía Social (FEVES-FEVECTA), al que nos referiremos en la Quinta Parte de este trabajo.

⁵ Cfr.: Cals, J. (2005), “*El éxito de las cajas de ahorros. Historia reciente, estrategia competitiva y gobierno*”, Ariel, Barcelona, págs. 14 y ss. y 161 y ss.

⁶ Según datos del Instituto de la Empresa Familiar, existen en España 2 millones y medio de estas empresas, lo que representa el 65% del total. Representan el 65% del PIB y el 60% del empleo privado, con 9,5 millones de empleados (cfr.: www.iefamiliar.com).

los riesgos son más equilibrados y la maximización del beneficio a corto se trata de suceder a la continuidad de la propia empresa a largo plazo.

Hay, además, en la empresa familiar un fuerte principio personalista que hace que la comunidad familiar, como núcleo y entorno principal de la empresa, se sitúe en alguna medida por encima de los beneficios o los intereses personales.

Se ha señalado, por último, que los propietarios y los gestores de los negocios familiares acostumbran a desarrollar de manera particularmente intensa un sentimiento de responsabilidad hacia sus empleados, proveedores y clientes y a establecer vínculos con la comunidad local, a través de largas relaciones y compromisos de vecindad. Esta es otra poderosa fuerza que les obliga a tener en cuenta las consecuencias a medio y largo plazo de sus decisiones estratégicas⁷.

En definitiva, encontramos un buen y significativo número de empresas, que podemos denominar *empresas sociales* –caso de las *empresas de Economía Social*, las Cajas de Ahorro y, en alguna medida, las *empresas familiares*– en las que los factores sociales de la actividad empresarial se hacen mucho más explícitos y se superponen a los estrictamente económicos, hasta el límite de convertir en central su responsabilidad social frente a los intereses particulares asociados al lucro económico, que aparecen más o menos desdibujados o que directamente desaparecen⁸.

Estas empresas se situarían, por lo tanto, fuera del marco ordinario de la responsabilidad social de las empresas, para encarnar, en ocasiones una condición de pioneros o de *buenas prácticas socialmente responsables* para el resto de las empresas.

Ética de los negocios, es decir, honestidad empresarial

La segunda precisión importante respecto a la tesis de partida de este trabajo –*la generalidad de las empresas ya son, por su propia existencia y por el desarrollo espontáneo y cotidiano de su actividad, socialmente responsables*– se refiere al **carácter ético de los medios utilizados en la actividad empresarial**. Es decir, no ya al *qué* sino al *cómo*.

En efecto, desde el punto de vista de la ética, las decisiones y acciones a través de las cuales la empresa consigue los fines que le son propios no son indiferentes, ya que afectan a personas.

⁷ Cfr.: Corbetta, G. (s/f), “La superioridad moral de la empresa familiar”, artículo publicado originariamente en *Families in Business*, Campden Publishing Ltd., y traducido y reproducido por el portal www.laempresafamiliar.com.

⁸ No se nos oculta, sin embargo, que en ocasiones la utilización de formas jurídicas propias de empresas sociales responde más a razones instrumentales que de fondo o que determinadas empresas sociales han evolucionado desde su fundación hacia una cultura de lucro y maximización del beneficio económico.

En este punto hay muy diferentes aproximaciones filosóficas al fundamento y el sentido de la ética, pero sin necesidad de recurrir a ellas es fácil coincidir, por pura aplicación del sentido común y la intuición, en que la persona humana –y, por lo tanto, su dignidad y sus derechos fundamentales– están por encima de ningún otro *valor* o *bien*, incluido, desde luego, el legítimo beneficio económico del empresario⁹.

Por tanto, todas las operaciones del empresario deben suponer un bien para las personas que se ven afectadas por las mismas, empezando por los propios decisores, o, al menos, no deben causarles un mal, menoscabando su dignidad y sus derechos y, en definitiva, el respeto que les es debido como personas.

Tales personas pueden categorizarse en *empleados y directivos, clientes o consumidores, pequeños accionistas* (claramente en el caso de las sociedades cotizadas), *proveedores y distribuidores y comunidad en general*.

Nótese, además, que cuando nos referimos a las responsabilidades éticas de la empresa con relación a las personas con las que entra en contacto no estamos añadiendo nada a la tarea de la organización empresarial. Como ha destacado Argandoña, forman parte de su misma esencia puesto que la empresa, antes que una organización económica, es una comunidad de personas¹⁰.

El cumplimiento de esas condiciones éticas derivará, normalmente, de la propia conciencia moral del empresario o gestor que tiene que tomar las decisiones. Son ejemplo de esas condiciones criterios tan normales y extendidos como tratar correctamente y no engañar a los clientes o a los potenciales consumidores, establecer precios justos, respetar a la competencia, tratar de manera humana y justa a los trabajadores, no dañar un medio ambiente que es de todos...

A ese conjunto de criterios morales que afectan a la actividad empresarial, que espontáneamente y por puro sentido común respetan la inmensa mayoría de los empresarios, es a lo que, en su vertiente científica, llamamos **ética de los negocios**, que no es más que la aplicación de la ética general al ámbito de la actividad empresarial. Algo que la mayoría de los empresarios llaman, sencillamente, honestidad, integridad o justicia.

El cumplimiento de la ley como condición mínima de la RSE

Es sabido, sin embargo, que el bien público o interés general y la protección de los más débiles en las transacciones, exige que el poder público, a través de la legislación, aprecie pru-

⁹ Para un acercamiento claro y sistemático al tema de la ética con una perspectiva empresarial, recomendamos Debeljuh, P. (2005), "*El desafío de la ética*", Temas, Buenos Aires.

¹⁰ Cfr.: Argandoña, A. (2005), "*Responsabilidad social...¿de qué?*", El País - Cataluña, 27 de Mayo de 2005.

dencialmente qué normas de comportamiento empresarial no pueden dejarse al libre y voluntario sentido moral del empresario o del gestor. Por eso, aunque la regla general debe ser la libertad y autonomía empresarial, la protección del bien social –la solidaridad, en definitiva– exige la normativización o regulación de determinados criterios éticos, sin que por ello la legislación agote todo lo que éticamente pueda corresponder, entre otras cosas porque sería imposible, además de insoportable, que el legislador previera todas las situaciones concretas a las que puede enfrentarse un empresario en el ejercicio de su actividad.

Por perfectas que fueran las leyes, siempre sería imprescindible que el empresario actuase con criterios personales éticos y no solamente legales. Pero recordemos aquí una regla que, de acuerdo con la experiencia, suele cumplirse: cuando la temperatura de la ética sube, el termómetro de la legislación baja; y a la inversa, cuando la temperatura ética desciende, el termómetro de la legislación acaba por subir.

Cuándo la empresa deja de ser socialmente responsable

Quiere todo lo anterior decir, al cabo, que no siempre la eficiencia de la empresa equivale a responsabilidad social de la empresa. Hace falta añadir el factor ético, que normalmente tiene en el cumplimiento de la ley su expresión mínima exigible. En otro caso la empresa, aun siendo muy eficiente desde el punto de vista de la maximización del beneficio económico, devienen **socialmente irresponsable**.

Así ocurre, por ejemplo, cuando:

- Sus productos o servicios en lugar de satisfacer necesidades humanas causan daños a las personas o, en menor medida, las satisfacen pero con poca calidad, mediando engaño o desproporción en el precio.
- La incompetencia profesional en la gestión de la empresa la hace inviable y, en consecuencia, deja de generar riqueza restando posibilidades de crecimiento económico y destruyendo puestos de trabajo.
- Las condiciones de trabajo a que se ven sometidos los empleados o los directivos de la empresa son injustas o contrarias a su salud, su dignidad o sus derechos y necesidades básicos.
- A consecuencia de la actividad productiva se causa daño al medio ambiente, ya sea por el consumo desequilibrado de recursos o por el deterioro o destrucción de los ecosistemas a través de la contaminación (emisiones, vertidos...).

Empresas irregulares y empresas tóxicas

Con todo, puede ser útil distinguir aquí entre empresas meramente **irregulares** en cuanto a su responsabilidad social y empresas netamente **tóxicas**.

Las *empresas irregulares*, de las que son ejemplo buena parte de las empresas que pertenecen a la llamada *economía informal*, serían aquellas que, por impericia profesional, dejadez o deseo de conseguir ahorros en un contexto de escasez de recursos, mantienen prácticas empresariales que incumplen preceptos legales que tratan, precisamente, de proteger los derechos o los intereses de los empleados, los consumidores, la Hacienda Pública, el medio ambiente, etc.

El ejercicio de la labor inspectora por parte de la Administración o de vigilancia y presión por parte de los sindicatos, la toma de conciencia del empresario a raíz de campañas públicas o, simplemente, la puesta a disposición de recursos técnicos por parte de una organización empresarial o la Administración Pública, puede ayudar a muchas empresas a salir de esa situación de irregularidad para situarse en la zona de responsabilidad social.

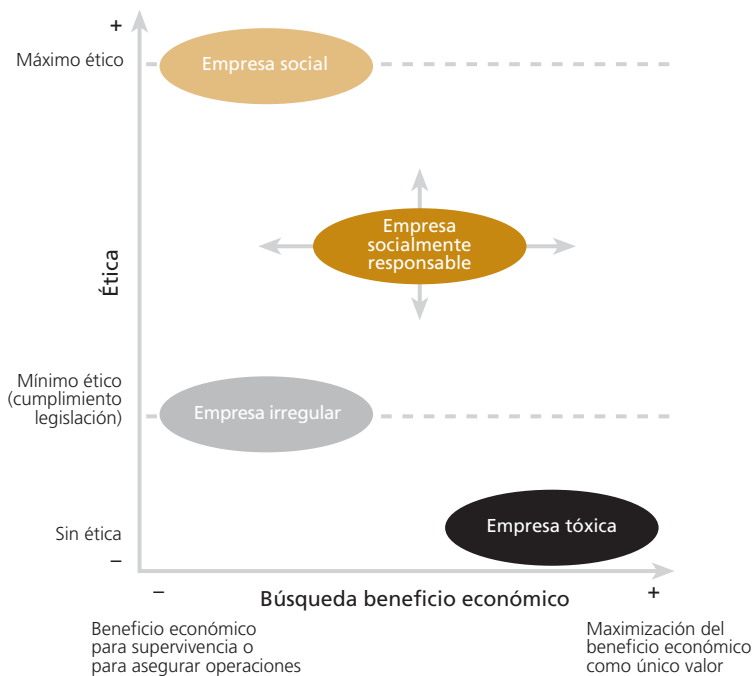
Las *empresas tóxicas*, en cambio, son aquellas que focalizadas de manera casi absoluta en la maximización del beneficio económico y la rentabilidad en el corto plazo, prescindan realmente de cualquier consideración moral de su actividad –la ética será, al cabo, relativa– y hacen del cumplimiento aparente de la ley –si es que la cumplen– un uso en ocasiones abusivo, utilizando aquella en su propio provecho.

Un primer balance en el camino de la responsabilidad social

Hasta aquí nuestro planteamiento genérico del tema de la responsabilidad social de la empresa, que puede sintetizarse en cuatro premisas:

1. La actividad empresarial es, con carácter general y en sí misma, una actividad socialmente responsable en la medida en que, a la vez que se persigue un fin económico para beneficio del empresario, se genera riqueza para otros, se crea y desarrolla empleo y trabajo y se satisfacen necesidades humanas a través de la oferta de productos y servicios.
2. Dada la primacía en todo caso del bien de la persona sobre cualquier otro bien o valor, incluido el legítimo beneficio económico del empresario, la actividad empresarial no puede ser considerada socialmente responsable si no respeta criterios de honestidad y justicia en relación con las diferentes personas que, de una forma u otra, se relacionan con la empresa. El suelo mínimo y general de estos criterios éticos está incorporado, en las naciones desarrolladas, en la legislación, por lo que será el cumplimiento de ésta el que, normalmente, determine el umbral inferior de la responsabilidad social de la empresa.
3. Las empresas que se sitúan por debajo del umbral de la ética no pueden ser consideradas socialmente responsables, aunque no puedan merecer la misma valoración en este sentido las empresas meramente *irregulares* que las empresas claramente *tóxicas*.

4. En el extremo opuesto, hay empresas que hacen precisamente del bien de las personas su razón de ser, situándose, por decirlo de alguna forma, en un máximo ético. Nos referimos a las empresas sociales que, por su propia misión, superan la general responsabilidad social de la empresa¹¹. En todo caso, el umbral entre la empresa mercantil, en sentido estricto, y la empresa social no siempre es nítido y hay toda una zona de transición en la que se mueven, de forma no siempre simétrica en cuanto al conjunto de dimensiones afectadas, muchas empresas.



Fuente: elaboración propia.

¹¹ Sin embargo que una empresa o una organización en general tengan una misión de carácter social no garantiza en absoluto que su práctica sea ética y que no puedan cometer abusos de cualquier tipo, incluida la instrumentación de su finalidad social para fines espúeos. Desgraciadamente, no faltan ejemplos.

¿Por qué ahora el fenómeno de la RSE?

Nada de lo que hasta aquí hemos expuesto puede considerarse particularmente novedoso. La general contribución al bien social de las empresas, la ética de los negocios y las legislaciones son algo que viene de muy atrás, si bien es cierto que el nivel de conciencia, conocimiento, coherencia y exigencia de la ética empresarial ha variado mucho a lo largo de la Historia y que la relación entre ética y legislación es, por la misma naturaleza del Derecho positivo, dinámica y prudencial.

¿Qué significa entonces, en el contexto conceptual anterior, la irrupción de la Responsabilidad Social de la Empresa, un fenómeno que en los últimos años ha tenido una espectacular expansión, que es casi *omnipresente* y que hoy llama a la puerta de toda clase de empresas?.

No es fácil contestar a esta pregunta porque el movimiento de la RSE, tal y como se está configurando, coincidiendo prácticamente con el cambio de milenio, tiene todavía, más allá de las generalidades y de una retórica comúnmente aceptada, bastante de complejo y difuso.

Se ha llegado a afirmar, en este sentido, que la RSE desde luego significa algo, pero lo que no está claro es qué. También muy recientemente el grupo internacional de expertos que elabora la Guía ISO 26000 de Responsabilidad Social Corporativa se felicitaba porque tras su última reunión en Lisboa y después de bastante tiempo de trabajo, empezaba a conseguir consenso sobre el concepto de RSE, con la esperanza de que en el 2008 pueda publicarse la referida Guía ISO.

No puede negarse, sin embargo y a pesar de la persistencia de una cierta confusión, que el impulso proporcionado por determinadas directrices internacionales, en especial en el marco de la Unión Europea, y la importante labor de diferentes actores, está propor-

cionando avances muy considerables en el panorama. En tan sólo cinco años hemos pasado de una grandísima dispersión de enfoques y terminologías, a una propuesta de alcances mucho más claros y que ocupa ya un lugar preeminente en las agendas política, empresarial y social.

Pero volvamos a nuestra pregunta: ¿por qué ahora la RSE y con qué significado?. Y aun más: ¿en qué medida debe este fenómeno afectar al conjunto de las Pyme?.

Como fenómeno explícito, la RSE es el resultado de la **convergencia de tendencias y factores de muy diversa índole, con fuertes interrelaciones entre sí.**

Un resultado, además, que **se fragua fundamentalmente en el entorno de las grandes corporaciones y multinacionales y en un periodo de gran crecimiento económico**, lo que desde el principio ha impuesto un sesgo, tanto a nivel de enfoque como de herramientas de gestión, que no siempre es trasladable al ámbito de las Pyme.

Detengámonos a examinar brevemente cuáles son esos vectores que han influido –y, en algunos casos, siguen influyendo– en el desarrollo de la RSE como enfoque formal.

Factores que convergen en la RSE

Tratando de ordenar un panorama que es por sí complejo y muy poco lineal, puede afirmarse que el surgimiento de la RSE es la resultante de la convergencia de dos grandes órdenes de tendencias o factores.

De un lado, todo un cuerpo de pensamiento, intuición y praxis empresarial, de larga historia, que de algún modo puede identificarse con el planteamiento que hemos querido reflejar en los precedentes apartados.

Nos referimos, por tanto, a una concepción intelectual y práctica que a partir del entendimiento de lo que es una empresa y de la actividad que realiza, identifica y valora la trascendencia de su impacto en las personas y en el desarrollo social.

Este primer conjunto, que viene, desde luego, de muy atrás y cuenta con una larga y riquísima tradición, en ideas y realizaciones, comprende diferentes líneas interconectadas, todas las cuales han venido a integrarse hoy en eso que llamamos RSE, pero sin confundirse con ella.

Nos referimos, básicamente, a las siguientes:

- **La ética general y la filosofía social**, en cuanto que la empresa no deja de ser, antes que ninguna otra cosa, el resultado de actos humanos libres e intencionales y una comunidad de personas con fines propios e integrada en comunidades más amplias, de cuyo destino inevitablemente participa, quiera o no.

Hay, pues, toda una serie de cuestiones previas cuya resolución, explícita o implícita, en uno u otro sentido, condicionan en buena parte todo el devenir de la sociedad y de la empresa como fruto y parte de ella.

¿Qué es la persona?, ¿cuál es su valor?, ¿qué sentido tiene la vida en comunidad del hombre?, ¿qué concepto tenemos de la libertad y la responsabilidad?, ¿cuál es el lugar de la actividad económica?, ¿cómo debe entenderse el desarrollo?... son quizá algunas de las preguntas que, guste o no, estamos contestando todos los días con nuestras decisiones y comportamientos.

Por eso se ha podido afirmar, con toda razón que “en la RSE confluyen más preguntas de las que estamos dispuestos a aceptar”¹². Al mundo moderno le importan cada vez menos los *por qué* y los *para qué* y por eso determinadas líneas de reflexión abiertas a propósito de la RSE pueden resultar *políticamente incorrectas* o incómodas en ciertos entornos empresariales.

La vinculación del marco europeo de RSE a la idea del desarrollo sostenible, tiene, como después expondremos, mucho que ver con esta aproximación.

Esta es también la visión que marca el surgimiento y desarrollo de la llamada Doctrina Social de la Iglesia, un importante conjunto orgánico de principios y criterios que, desde la encíclica *Rerum novarum*, publicada el 15 de mayo de 1891, hasta la encíclica de Juan Pablo II *Centesimus Annus* (1991) o el más reciente *Compendio de Doctrina Social de la Iglesia* (2004), ha tenido un enorme impacto humanizador y que, a nuestro juicio, también converge en el actual movimiento de la RSE a través de las raíces culturalmente cristianas de Europa.

- **La reflexión sobre la empresa** y, en general, sobre el sentido de la actividad económica, lo que debe entenderse, en primer lugar, en un sentido científico y académico. Sin necesidad de remitirnos a las escuelas clásicas de economía, pensemos, por poner el ejemplo de una formulación reciente, en la importancia que la **teoría de los stakeholders** o grupos de interés, publicada por Edward Freeman en 1984, está teniendo en el actual enfoque de la RSE.

Junto a estas elaboraciones científicas debe mencionarse otra importantísima tradición de *reflexión sobre la empresa* con no menos impacto en la RSE: la que de manera espontánea y sencilla, aplicando muchas veces nada más que el sentido común, la buena voluntad o la intuición, ha ido asociada a la vocación empresarial de millones de emprendedores.

¹² Lozano, J.F. et al. (2005), “*Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de regulación y la voluntariedad*”, Granica, Barcelona, pág. 18. El enfoque que venimos exponiendo de la RSE es deudor de algunos de los planteamientos y datos de esta importante investigación de ESADE.

El *por qué*, el *para qué* y el *cómo* la empresa consigue sus objetivos, está inevitablemente en el principio y en el final de cualquier acercamiento a la RSE, siempre y cuando, claro está, seamos capaces de pasar de la epidermis de la cuestión que, en este caso, se llama marketing.

- La **ética de los negocios**, a la que ya nos hemos referido más arriba y que ha llegado al siglo XXI, desde sus remotos orígenes en nuestra Escuela de Salamanca del siglo XVI, con un importante bagaje, ciertamente desde diferentes concepciones de la persona, de los principales criterios que hacen verdaderamente humana la actividad empresarial.

- La **filantropía** empresarial o reversión mediante donaciones, en principio desinteresadas, de una parte de los beneficios empresariales para fines de interés social o cultural.

La filantropía es una práctica más o menos constante en el mundo de las empresas, con muy diferentes escalas y motivaciones que van desde la *gratuidad* absoluta propia de la caridad y de los sentimientos sinceramente humanitarios al marketing encubierto o las *cortinas de humo* compensatorias, pasando por un elemental sentimiento de pertenencia a una comunidad local y de compromiso con ella.

En culturas como la norteamericana tiene la filantropía empresarial una gran relevancia, hasta el punto de que constituye en nuestros días el elemento más nuclear de la RSE en la concepción dominante en dicha nación, que en esto presenta significativas diferencias respecto al marco europeo.

Claramente este afluente aporta también su caudal a la RSE y se identifica de alguna forma con lo que hoy conocemos como **acción social de la empresa**, por más que ésta cobra una dimensión estratégica que hacen que tampoco pueda identificarse estrictamente con la filantropía sin más.

Entronca también el vector filantropía empresarial con otro concepto próximo al de la RSE y hoy prácticamente subsumido en ésta, que es el de **empresa ciudadana o ciudadanía corporativa**, si bien, nuevamente, topamos con la falta de homogeneidad terminológica que caracteriza a todo el fenómeno de la RSE.

Este conjunto de líneas sería, en conclusión, algo así como el sustrato, el *humus*, que ha hecho posible el arraigo y crecimiento de la RSE explícita, que, en su esencia, es todo menos una planta de *generación espontánea* o una idea nueva.

Un entorno diferente

El segundo gran conjunto de factores que están permitiendo esta especie de catálisis que, en definitiva, la RSE supone, tienen una naturaleza mucho más histórica al tener que ver fundamentalmente con un nuevo entorno derivado de las **transformaciones**

operadas en el mundo en las últimas décadas del siglo XX y de las que probablemente todavía no tengamos una noción cabal.

Es este nuevo terreno el que, fecundado por las aguas de las tradiciones a las que acabamos de referirnos, el que permite que cristalice la RSE como el fenómeno integral pujante que hoy conocemos.

De manera muy básica, dichos factores, que requerirían un análisis mucho más pormenorizado, son los siguientes:

- La **globalización y la interdependencia**, el nuevo contexto cultural de final del siglo XX que ha revolucionado drásticamente nuestro mundo merced a la extensión de las nuevas tecnologías de la información y que ha provocado la interdependencia a escala mundial.
- El **agotamiento del Estado de Bienestar**, que empezó a evidenciarse desde la crisis económica de los 70 y en el que están influyendo factores tanto sociales como políticos, hasta hacer patente que el Estado no debe ni puede proveer a todas las necesidades e intereses sociales y que el bien común es una responsabilidad de todos y no sólo ni principalmente del poder político.
- Los **nuevos valores sociales y la conciencia ecológica**. Hay también, en efecto, en las últimas décadas del siglo XX importantes mutaciones en lo que a los valores sociales dominantes y emergentes se refiere, que aunque llenas de contradicciones, se traducen, entre otros muchos aspectos, en una mayor conciencia, en determinados aspectos al menos, de la **dignidad del ser humano y de la inviolabilidad de sus derechos fundamentales**, en la necesidad de **armonizar el crecimiento económico con el desarrollo social y la conservación del medio ambiente** y en el valor de la **solidaridad**.

Hay también una mayor demanda de **transparencia pública y participación social** a través de los cuerpos intermedios y al margen de los esquemas convencionales de participación política en el estado liberal, que en muchos aspectos se consideran agotados.

- Las **nuevas demandas de los consumidores**. A partir de los nuevos valores sociales ya aludidos y de una mayor conciencia de su poder de influencia en la configuración del mercado, los consumidores plantean nuevas demandas a las empresas y de manera muy particular de las grandes corporaciones¹³.

Estas nuevas demandas se concretan en aspectos tales como la transparencia en las actuaciones empresariales, el compromiso con los derechos humanos –particularmente

¹³ Las encuestas arrojan resultados bastante contradictorios sobre el impacto real de estas nuevas demandas en los hábitos de consumo y, consiguientemente, en los mercados. Sobre el particular son interesantes, entre otros, la parte II. de Forética (2004), "*Informe 2004 sobre Responsabilidad Social Empresarial. Situación en España*", Forética, Madrid, págs. 23 a 26, el trabajo de Bigue, E. et al. (2005), "*Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural*", *Universia Business Review*, nº 5, Primer Trimestre de 2005 y PricewaterhouseCoopers (2005), "*La actitud del consumidor hacia la Responsabilidad Social Corporativa*", PricewaterhouseCoopers, Madrid.

en el orden laboral y en relación con las cadenas de suministro localizadas en países subdesarrollados–, la protección del medio ambiente o la reversión de parte de los beneficios de la sociedad en acciones y programas de solidaridad en la comunidad.

El enfoque de **etiquetas** en productos para garantizar el cumplimiento de tales demandas, debe entenderse precisamente como una de las respuestas empresariales más específicas al cambio de entorno que estamos exponiendo.

- Los **escándalos financieros**, de los que el caso del gigante eléctrico norteamericano ENRON, que arranca en el año 2001, se ha convertido casi en paradigma universal, aunque pueden citarse bastantes otros ejemplos.

Escándalos que, en definitiva, han favorecido el cuestionamiento de un modelo basado en la maximización del beneficio económico como valor absoluto y prácticamente único de la cultura empresarial de muchas de las grandes corporaciones y multinacionales y la recuperación de la necesidad de la ética de los negocios como elemento indispensable para el funcionamiento de un sistema económico que exige confianza.

De los mencionados escándalos financieros se ha derivado también, en particular a partir de la norteamericana Ley Sarbanes-Oxley, de 2002, el impulso y la reorientación experimentados en estos últimos años por el llamado **Buen Gobierno Corporativo**.

Confundido frecuentemente con el conjunto de la RSE, el Buen Gobierno Corporativo es el conjunto de reglas, tanto voluntarias como legales, por las que se ordena la toma de decisiones en los órganos de gobierno en las sociedades anónimas cotizadas, en orden a dotar de mayor transparencia a las transacciones financieras y conseguir así una mayor protección de los inversores.



Fuente: elaboración propia.

Globalización e interdependencia, agotamiento del Estado del Bienestar, los valores sociales emergentes, las nuevas demandas de los consumidores y los escándalos financieros, han sido, por lo tanto los factores que, con una fuerte interconexión entre ellos, han hecho posible, desde las ideas y prácticas previas, que surgieran las nuevas propuestas de la RSE.

Entre el desarrollo sostenible y la rendición de cuentas

Identificados ya los factores convergentes, no es fácil trazar el proceso a través del cual catalizan en la RSE. Tampoco, además, se trata de un camino homogéneo y la prueba de ello es que en los diferentes enfoques que hoy conviven de la RSE puede llegar a identificarse el predominio de unos u otros factores. Aun más: según se trate de grandes corporaciones o de Pyme el impacto y la intensidad de esos factores y tendencias es claramente desigual.

En todo caso y sin que esta apreciación deba llevarnos a una excesiva simplificación de la cuestión, el mencionado proceso está terminando en la configuración de dos grandes polos o palancas sobre los que hoy se asienta e impulsa la RSE.

Estos dos polos, que son otros tantos motores de la RSE y que, evidentemente, tienen mucho que ver entre sí, son el **compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible** y el concepto de **rendición de cuentas**. El primero, con un contenido fundamentalmente moral y no necesariamente explícito y el segundo con un alcance más formal y explícito.

La idea del desarrollo sostenible

Hablar de **desarrollo sostenible** o **sostenibilidad** es referirse al concepto que de un tiempo a esta parte se está erigiendo prácticamente en el centro de la reflexión social, política y económica, si bien tampoco su interpretación y desenvolvimiento es del todo lineal ni unívoco. El desarrollo sostenible se formula hoy como el nuevo macroobjetivo de la política, la sociedad civil y, también, de la empresa.

Definido como “**un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias**

necesidades”¹⁴, nace este concepto de la preocupación por el medio ambiente, con el que a veces todavía se identifica, pero está integrado por tres grandes dimensiones: la cohesión social, el crecimiento económico y la indicada protección del medio ambiente.

Evidentemente no puede dejar de destacarse que la consecución de este modelo de desarrollo no puede ser sino una responsabilidad de todos ya que, en un mundo interdependiente, a todos nos afecta y sólo entre todos, en mayor o menor medida y cada uno según su responsabilidad, podremos hacer que sea algo más que una lejana aspiración.

Nótese que el concepto de desarrollo sostenible no es en realidad muy diferente, pese a su aparente novedad y el acento en la perspectiva medioambiental, del concepto central de la filosofía social y política clásica, de corte aristotélico-tomista: la idea de bien común.

Esta idea, que orienta y vertebra el orden social, se refiere al conjunto de condiciones que hacen posible el bien o la felicidad del hombre en comunidad, no sólo en el orden de sus necesidades materiales –bajo el binomio *producción-consumo*–, sino también en aquellas otras que permiten dotar de significación y sentido a la vida del hombre, es decir, las necesidades del espíritu, de la cultura¹⁵.

El nuevo concepto de desarrollo sostenible rescata, de alguna forma, esta idea de bien común, poniendo el énfasis, por razón de las circunstancias en que se desenvuelven el hombre y las comunidades de hoy, en la relación presente-futuro y en las tres dimensiones que se consideran más relevantes para la prosperidad de las sociedades y del propio hombre: la cohesión social, el medio ambiente y la competitividad o crecimiento económico.

Contribución de la empresa

Evidentemente, aceptada la idea de desarrollo sostenible como bien comunitario superior a los bienes individuales, las empresas no solamente no son ajenas a él sino que necesariamente están involucradas en su consecución. Ninguna empresa –se dirá– puede tener éxito en una sociedad que fracasa y, a su vez, no es posible el desarrollo sostenible sin la contribución de las empresas.

Se convierte así la empresa, junto con el resto de la sociedad civil y el poder político, en uno de los tres actores básicos del desarrollo sostenible.

¹⁴ Esta definición fue empleada por primera vez en 1987 en el Informe de la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU (Informe Brundtland, *Nuestro Futuro Común*), creada en 1983, y se consagra en la Declaración de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro (Declaración de Río), de 1992.

¹⁵ Para un desarrollo completo y sistemático de esta concepción, vid.: Widow, J.A. (2002), *El hombre, animal político. El orden social: principios e ideologías*, Ediciones Nueva Hispanidad, Buenos Aires.

Estos tres grandes actores necesitan además actuar conjunta y solidariamente, como auténticos socios –de ahí, por ejemplo, las permanentes apelaciones al **partenariado** en las directrices internacionales sobre RSE– para el logro de este gran objetivo común sin el cual no hay para muchos presente ni futuro posibles.

En este esquema se puede identificar claramente la RSE como la expresión de la vinculación de la empresa con el desarrollo sostenible, al igual que otros conceptos más o menos emergentes como el de **“Gobernanza”** y **“Participación”** pueden identificarse, respectivamente, con la responsabilidad del Poder Político y la Sociedad Civil con respecto al mismo gran objetivo del desarrollo sostenible. De esta manera **“Participación”, “Gobernanza”** y **“RSE”** constituyen los tres ejes de una estrategia integral –un modelo de **“gobernanza”** global– para el logro del desarrollo sostenible.

Relaciones entre los actores

También es importante en este modelo, que, como veremos, es precisamente el modelo de la Unión Europea, la precisión de los criterios por los que deben regirse las relaciones entre los tres actores (sociedad civil, poder político y empresa).

Sociedad civil y poder político se relacionan desde la preeminencia de la sociedad civil, que es anterior al Estado, lo que hace que éste sólo pueda justificar o legitimar su poder o soberanía en la medida en que sirva a los intereses de la comunidad civil, es decir la agrupación de personas, familias y sociedades intermedias de todo tipo.

Con este presupuesto las relaciones entre ambos actores sólo pueden basarse en la necesaria tensión entre la **subsidiariedad** –que, como exigencia de la libertad y la responsabilidad, hace que el Estado deba dejar que la sociedad actúe libremente según su propia iniciativa, interviniendo únicamente allí donde aquella no alcance– y la **solidaridad**, que por imperativo de la superioridad del bien colectivo sobre el particular, exige que el Estado asegure las condiciones para que la libertad y la igualdad puedan ser reales.

En cuanto a las **relaciones entre la sociedad civil y la empresa**, no conviene tal vez olvidar que en realidad las empresas son parte indisoluble de la sociedad civil, aunque la sustancialidad de la actividad económica en el mundo de hoy y el componente lucrativo de su actividad puedan aconsejar, como de hecho estamos haciendo, un tratamiento diferenciado.

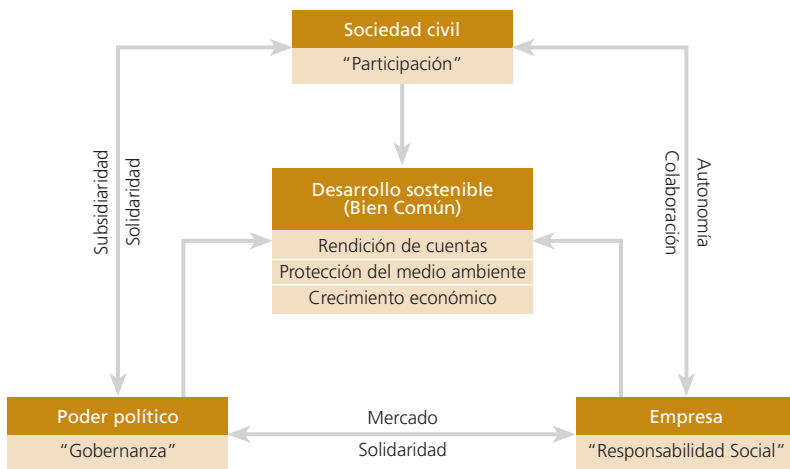
Salvada esa consideración, sociedad civil y empresa necesitan basar sus relaciones en la **colaboración** –sin la cual ni uno ni otro actor pueden subsistir al tener intereses comunes– y, a la vez, en la **autonomía**, que hace que una y otra puedan desenvolverse en un régimen de libertad.

Finalmente, planteamos el problema de las **relaciones entre el poder político y la empresa**. Correspondería aquí pararse en la polémica **“regulación sí – regulación no”** de

la RSE, es decir la conveniencia o no de la normativización de la RSE. Coincidimos en este sentido con Lozano en que un planteamiento global de la implicación de los diferentes actores en el desarrollo sostenible, tal y como aquí estamos haciendo, reconduce la polémica a términos mucho menos estrechos y excluyentes¹⁶.

El poder político debe respetar la **libertad del mercado** que las empresas necesitan para su desarrollo y las empresas a su vez deben asumir los riesgos propios de su actividad. Pero nuevamente el principio de libertad debe armonizarse con la **solidaridad** para que también empresas y poder público tengan en cuenta en sus relaciones la primacía del bien colectivo y la necesidad de protección de los más débiles.

Hasta aquí la presentación del modelo basado en el desarrollo sostenible como uno de los dos polos o motores fundamentales de la RSE. Un polo que se concreta, como hemos visto, en el entendimiento de la RSE como respuesta de la empresa al papel que le corresponde, por su propia razón de ser, en el orden social, en la construcción del bien general, y del que nace su misma legitimidad.



Fuente: elaboración propia.

La rendición de cuentas

Junto al expresado compromiso *–moral*, en definitiva– de la empresa con el desarrollo sostenible existe una segunda gran vertiente de la RSE cuyo núcleo es la idea de que es necesario que la empresa justifique ante la sociedad el cumplimiento de su compromiso. O dicho de otro modo: la "responsabilidad" de la empresa con el desarrollo sosten-

¹⁶ Cfr.: Lozano, JM. et al. (2005), "Los gobiernos...", op.cit.

nible –en su integridad o en alguna de sus dimensiones– deja de ser solamente *moral* para convertirse en algo *formal*.

La RSE deriva así en muchos planteamientos, sobre todo cuando su gestión tiene que concretarse en aspectos prácticos, hacia la **accountability**, es decir, a la **rendición de cuentas** de la empresa a los diferentes grupos de interés en que se concreta el conjunto de la sociedad.

En este sentido y aunque habremos de volver con más detenimiento sobre este tema cuando abordemos en la Quinta Parte de esta obra las herramientas de gestión de la RSE, toman un protagonismo central en la orientación y el despliegue del modelo las diferentes vías posibles de *rendición de cuentas*.

Vilanova, Lozano y Dinares las clasifican en cinco grandes categorías:

- Códigos de conducta asumidos públicamente.
- Sistemas de gestión certificables.
- Índices de Valoración.
- Memorias o informes de sostenibilidad.
- Iniciativas de producto (básicamente, etiquetas).¹⁷

Dentro de estas iniciativas, tenemos que destacar para nuestra visión general del la RSE dos, por cuanto, a pesar de su carácter instrumental, están teniendo un impacto fundamental en la orientación general y, por ende, en las estrategias de extensión a la Pyme.

Nos referimos, en primer lugar, a las memorias o informes de sostenibilidad y más en concreto al estándar **Guía GRI de Elaboración de Memorias o Informes de Sostenibilidad**, cuya aceptación internacional es destacadísima, hasta el punto de que se ha convertido, como señalan los autores citados, en el marco de referencia de *accountability* para toda clase de organizaciones.

La Guía GRI, sobre la que tendremos ocasión de volver en la Quinta Parte, ha sido decisiva a la hora de materializar y formalizar, desde luego no en exclusiva, la filosofía de la contribución de la empresa al desarrollo sostenible, utilizando un concepto que está obteniendo un amplio consenso: la **triple bottom line** o **triple cuenta de resultados**¹⁸, no muy diferente del que entre nosotros se ha conocido como “balance social”.

¹⁷ Cfr.: Vilanova, M., Lozano, J.M. y Dinares, M. (2006), “*Accountability. Comunicación y reporting en el ámbito de la RSE*”, Forética, Madrid, págs. 14 y ss.

¹⁸ La expresión fue acuñada en 1998 en un célebre libro titulado “*Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*”, del consultor inglés John Elkington, considerado uno de los gurús del movimiento de la RSE.

La triple cuenta de resultados

En esencia, la idea de la *triple cuenta de resultados* consiste en que, en el nuevo entorno, la rentabilidad de una empresa ya no puede medirse sólo por sus resultados económicos sino que también debe serlo por los resultados sociales y medioambientales. De esta manera el valor de una empresa, de cara al conjunto de partes interesadas –y especialmente de inversores y consumidores– debe expresarse en términos que satisfagan las tres dimensiones.

En la visión más drástica se trataría no ya sólo de un problema de *valor* sino de pura **licencia para operar** en base a una suerte de contrato implícito entre la sociedad y las empresas.

La consolidación de este imperativo –que hoy se reconoce y acepta de manera aparentemente *entusiasta* en las grandes multinacionales que durante mucho tiempo han constituido los iconos del capitalismo más economicista y descarnado– se explica, desde luego, por el nuevo entorno al que hacíamos referencia más arriba y que está en la base de la espectacular emergencia de la RSE. Muchas empresas lo han entendido y aceptado con sinceridad.

Efectivamente, los cambios en los valores de la sociedad, la extensión de la conciencia ecológica y, como consecuencia, las nuevas demandas de unos consumidores cada vez más conscientes de su fuerza y de su capacidad para determinar los ingresos de las empresas, han dejado pocas alternativas a unas corporaciones que se mueven en marcos de competencia cada vez más duros y estrechos.

La aceptación corporativa de la nueva cuenta de resultados tiene que ver también con la identificación, por parte de las propias empresas, de una oportunidad o ventaja estratégica: la posibilidad de diferenciarse de sus competidores –o, al menos de no perder respecto a ellos otras ventajas estratégicas– en base a su excelencia a la hora de incorporar en su gestión prácticas coherentes con la sostenibilidad que el mercado demanda cada vez con más fuerza.

De esta forma, quedan a un lado las razones de fondo –que en ocasiones quedan reducidas a clichés sin apenas sustancia– para volver nuevamente al punto de origen: maximizar los beneficios para el accionista, ayer mediante drásticas reingenierías de procesos y la práctica de políticas de *downsizing* o de utilización de mano de obra infantil en países asiáticos, hoy incorporando una estrategia de sostenibilidad y reputación corporativa...y mañana, lo que sea necesario, no importa qué...

Sean cuáles sean las motivaciones –éticas o estrictamente estratégicas– lo cierto es que la nueva cuenta de resultados, real o virtual, y su comunicación a los mercados, a través de instrumentos como las *Memorias de Sostenibilidad*, es uno de los dos polos centra-

les de la RSE y la base de buena parte de los desarrollos que para su gestión han tenido lugar en el seno de las grandes corporaciones que, no lo olvidemos, han sido las empresas que prácticamente hasta ahora han monopolizado la RSE como modelo explícito y más o menos formalizado, aun con todas las áreas difusas que se quiera.

La inversión socialmente responsable

El segundo instrumento de *accountability* al que queríamos referirnos por su influencia en la conformación general del movimiento de la RSE y a pesar de su general distancia del mundo de las pequeñas y medianas empresas, son los **Índices Bursátiles de inversión socialmente responsable**, que representan un buen paradigma de lo que el modelo de los Índices de Valoración representan o pueden representar.

Dichos Índices Bursátiles, que están representando un elemento muy valorado para las empresas cotizadas, consisten tan sólo en índices bursátiles como los comunes con la única diferencia de que la inclusión de una empresa en la cotización se condiciona al cumplimiento de una serie de factores vinculados a la RSE.

Estos índices, de los que existen diferentes versiones, siendo los más relevantes en la actualidad el *FTSE4Good Index*¹⁹, el *Domini Social Index*²⁰ y el *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*²¹, están mostrando rentabilidades superiores a los índices comunes, lo que vendría a demostrar que los resultados obtenidos por las empresas socialmente responsables son superiores a los de las empresas que, en teoría al menos, no lo son.

Se presentan así las estrategias y las prácticas de sostenibilidad como una palanca para el aumento de la rentabilidad de la empresa, no sólo a largo plazo, sino también a corto.

RSE y reputación corporativa. De la ética al marketing

Al cabo, ¿qué nos está mostrando este segundo motor de la RSE que hemos cifrado en la la *accountability* o rendición de cuentas y la nueva cuenta de resultados?.

Sencillamente nos explica por qué la RSE deriva muchas veces hacia una estrategia de marketing, de creación intencional de percepciones en el mercado, que es hoy muy evidente en los enfoques de las grandes corporaciones y que tal vez en el futuro se vaya imponiendo en las Pyme. Lo importante no es ya la asunción de compromisos y prácticas reales con el desarrollo sostenible, sino la creación de una imagen hacia el mercado

¹⁹ Cfr.: www.ftse4good.com

²⁰ Cfr.: www.domini.com

²¹ Cfr.: www.sustainability-index.com

de que ese compromiso existe, hasta el punto de que este esquema llega a invertir el proceso lógico de desarrollo de la RSE.

La RSE se confunde así con la reputación corporativa, un concepto que puede ser más o menos cercano, pero que puede dar lugar a planteamientos que al final acaben por distanciarse del sentido originario de la RSE. Todos sabemos que hoy en día una fuerte inversión en publicidad puede cambiar radicalmente la imagen de una compañía, aunque internamente pueda encontrarse en las antípodas de lo que en esencia es un comportamiento socialmente responsable²².

Del mismo modo, creemos que un exceso de énfasis en la *rendición de cuentas*, incluso a grupos de interés cuya legitimidad para involucrarse en la vida de las empresas no cotizadas es débil, puede ser un importante factor de rechazo de la RSE en el ámbito de las Pyme. Centradas, en efecto, estas empresas en las dimensiones más internas de la RSE, la adición de obligaciones hacia el exterior puede verse como una pesada carga que acabe por restar crédito a la RSE en su conjunto y a las oportunidades que ésta representa.



Fuente: elaboración propia.

²² Así ha empezado recientemente a denunciarse en algunos foros y es lo que puede observarse en la literatura emanada de muchas de las grandes corporaciones españolas que, prácticamente, repiten *clichés* aceptados como "políticamente correctos". Puede verse también este predominio en el Informe de PricewaterhouseCoopers (2003), "*Responsabilidad Social Corporativa: tendencias empresariales en España*", Madrid, pág. 9. Una buena aproximación a esta temática puede encontrarse en González, M. (2003), "*¿Es ético hacer comunicación, marketing o publicidad de lo ético?. RSE y comunicación sostenible*", Staff Empresarial, Barcelona.



Segunda parte
Directrices internacionales y
marco europeo de la RSE

Directrices internacionales

No es posible una aproximación general al fenómeno de la RSE sin tener en cuenta la importancia que en el impulso y desarrollo de este movimiento están teniendo las referencias o directrices de carácter internacional. Y es que estas referencias internacionales, más allá de su carácter orientador o normativo, se han convertido en una importante fuente de legitimación y respaldo de las iniciativas a nivel local, tanto institucionales como empresariales y sociales.

En esta dimensión del tema habría que citar, antes de nada, los diferentes documentos fundamentales, tratados y declaraciones que emanados de los distintos organismos y conferencias internacionales han contribuido a la creación de un marco referencial para la protección de los derechos fundamentales a nivel universal o regional. El documento básico a este respecto sigue siendo, desde luego, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la Asamblea General de Naciones Unidas en 1948.

Pero tratando de centrar nuestra mirada en un espacio más específicamente empresarial, es indispensable citar el *Global Compact* o Pacto Mundial de Naciones Unidas, las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales y la Declaración Tripartita de la OIT. Trataremos a continuación de sintetizar lo más relevante de estas referencias fundamentales, sin olvidar que existen otras muchas iniciativas internacionales, surgidas en esferas privadas, que han servido de referencia para el desarrollo de la RSE en el nivel de los principios. Bástenos dejar cita de los *Global Sullivan Principles of Social Responsibility*²³ y los *Caux Roundtable Principles for Business*²⁴.

²³ Cfr.: www.thesullivanfoundation.org

²⁴ Cfr.: www.cauxroundtable.org

El Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio

El *Global Compact* o Pacto Mundial²⁵ fue lanzado por Kofi Annan, Secretario General de Naciones Unidas, en el Foro Económico Mundial de Davos en Enero de 1999 y puesto oficialmente en marcha por Naciones Unidas en Julio del 2000.

El Pacto hace un llamamiento a las empresas para que adopten nueve principios sobre derechos humanos, normas laborales y medioambiente. Quiere agrupar a “empresas, asociaciones internacionales de trabajadores y organizaciones no gubernamentales con organismos de Naciones Unidas y otras instancias para fomentar la colaboración y crear un mercado mundial más equitativo con cabida para todos”.

Su objetivo, según refleja el preámbulo del documento, “es que la adopción de valores y principios compartidos den un rostro humano al mercado mundial” y pretende “ayudar a las organizaciones a definir sus estrategias y modalidades de acción de forma que todas las personas, y no sólo unos pocos afortunados, puedan beneficiarse de las ventajas de la globalización (...). Se trata de una iniciativa de carácter voluntario destinada a servir de marco general para fomentar la responsabilidad cívica mediante el liderazgo empresarial comprometido y creativo”.

Los nueve principios que el Pacto Mundial pide al mundo de los negocios que sean adoptados, apoyados y promulgados, son los siguientes:

- a) Derechos humanos: 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional; y 2. Evitar verse involucradas en los abusos de los derechos humanos.
- b) Normas laborales: 3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; 4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio; 5. La abolición efectiva del trabajo infantil; y 6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.
- c) Medio ambiente: 7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales; 8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

El éxito de la iniciativa se concreta en “incorporar los nueve principios en la visión estratégica y las prácticas de funcionamiento de empresas en todo el mundo”.

²⁵ Cfr.: www.unglobalcompact.org. Las citas literales están tomadas de la Edición de 2001 publicada por la Oficina del Pacto Mundial, Naciones Unidas.

En cuanto a la metodología para la participación en el Pacto, consiste, en primer término, en una declaración formal de apoyo por parte de las empresas, propiciando públicamente su contenido por diferentes medios: información a los empleados, accionistas, clientes y proveedores; integración de los nueve principios en el plan de formación y desarrollo de la empresa; incorporación de los principios a la misión de la empresa; reflejo de la adhesión al Pacto en el informe anual corporativo y otros documentos públicos; y hacer comunicados de prensa para dar a conocer el compromiso. Además, las empresas deben comprometerse a presentar una vez al año un ejemplo concreto de los avances logrados o de la experiencia adquirida en la ejecución de los principios para incluirlo en la website del Pacto.

De otra parte y para el impulso de los objetivos del Pacto, se pusieron en marcha en el momento de su lanzamiento las siguientes líneas de acción: “Foro de Aprendizaje”, “Diálogos sobre políticas”, “Iniciativas pactadas” y “Proyección a los países”. Debe destacarse igualmente el lanzamiento en 2003 de una *“Guía detallada para la implantación del Pacto Mundial en una empresa o entidad española”* y, más recientemente, de una *“Guía para implantar el Principio 6 del Pacto Mundial sobre la no-discriminación en el empleo y la ocupación”*.

Finalmente y para completar el papel de Naciones Unidas en el impulso de la RSE, debe hacerse aquí mención de la incorporación de este modelo a la importante iniciativa de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En efecto, en la Declaración del Milenio aprobada por la Asamblea General de Naciones Unidas el 8 de Septiembre de 2000 se menciona expresamente el establecimiento de “sólidas formas de colaboración con el sector privado y con las organizaciones de la sociedad civil en pro del desarrollo y de la erradicación de la pobreza”²⁶. Todos los instrumentos de desarrollo de la Declaración han tenido después en cuenta la incardinación de la RSE en este compromiso internacional por el desarrollo, que tiene su horizonte en el 2015²⁷.

Las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales

En 1976 los países miembros de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE)²⁸ acordaron las *Líneas Directrices OCDE para las Empresas Multina-*

²⁶ Naciones Unidas (2000), *“Declaración del Milenio. Resolución aprobada por la Asamblea General. 55/2”*.

²⁷ Los Objetivos de Desarrollo del Milenio no son la única referencia adicional de Naciones Unidas en lo que a la RSE se refiere. Debe dejarse constancia también del documento “CSR: Implications for SMEs in developing countries” de la Organización para el Desarrollo Industrial de la ONU (UNIDO), del año 2002. Cfr.: www.unido.org/userfiles/PuffK/corporate%20social%20responsibility.pdf.

²⁸ La OCDE es un foro intergubernamental que constituye un ámbito para que los países miembros puedan buscar respuestas a problemas que les son comunes, compartir experiencias, coordinar políticas domésticas e internacionales y perfilar acuerdos en base a estos debates.

cionales²⁹, integradas junto con un conjunto de herramientas OCDE de fomento de condiciones favorables a la inversión extranjera como catalizador para un crecimiento y desarrollo sostenible, así como para la reducción de la pobreza. Estas directrices fueron revisadas por última vez en el año 2000.

Las *Directrices* son “recomendaciones de los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en su territorio” y abarcan no sólo a las multinacionales sino además a todas las empresas donde quiera que operen, extendiendo su alcance a toda la cadena de suministro. Se anima también a las Pyme a cumplirlas en la mayor medida posible, reconociendo las limitaciones que, en este orden, pueden tener.

El instrumento busca que las multinacionales contribuyan al progreso económico, social y medioambiental, respeten los derechos humanos, fomenten la creación de capital humano en los países donde trabajan, aseguren la transparencia, se abstengan de acciones discriminatorias o disciplinarias que vayan contra la buena fe y fomenten la aplicación de las mismas normas por sus socios, entre otras cosas.

Con este sentido, enuncian principios y normas voluntarias, compatibles con las legislaciones aplicables, para la conducta responsable de las empresas en áreas como el acceso a la información, el empleo y relaciones laborales, el medio ambiente, la lucha contra la corrupción, los intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, o la competencia y la fiscalidad.

Los gobiernos que han suscrito las Directrices deben promover y fomentar su uso a través de “Puntos Nacionales de Contacto” y asumir la responsabilidad de darlas a conocer entre las empresas nacionales y promoverlas en los países que no pertenecen a la OCDE.

Las declaraciones de la OIT sobre derechos fundamentales en el trabajo

Son varias las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo³⁰ que, en la medida que establecen un marco de derechos fundamentales en el orden laboral, están sirviendo para el avance de la RSE en ese ámbito específico.

²⁹ Cfr.: www.oecd.org/daf/investment/guidelines

³⁰ La Organización Internacional del Trabajo (ILO en referencia inglesa) es un organismo especializado de las Naciones Unidas que procura fomentar la justicia social y los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos. Fue creada en 1919. La OIT formula normas internacionales del trabajo, que revisten la forma de convenios y de recomendaciones, por las que se fijan unas condiciones mínimas en materia de derechos laborales fundamentales: libertad sindical, derecho de sindicación, derecho de negociación colectiva, abolición del trabajo forzoso, igualdad de oportunidades y de trato, así como otras normas por las que se regulan condiciones que abarcan todo el espectro de cuestiones relacionadas con el trabajo. Además, presta asistencia técnica en estas cuestiones.

Tratando de destacar las más relevantes, debe ser citada ante todo la Declaración Tripartita sobre la Empresas Multinacionales y la Política Social³¹, adoptada por la OIT en 1977 y revisada en el 2000 para incorporar los principios y derechos fundamentales en el trabajo que la propia OIT aprobó en 1998.

A través de esta declaración “se ofrece a las empresas multinacionales, a los gobiernos, a los empleadores y a los trabajadores orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida y relaciones laborales” y los incita a colaborar equilibrando sus roles y responsabilidades.

Tiene como objetivos el fomento de la contribución positiva de las multinacionales al progreso económico y social, así como minimizar y resolver las dificultades que las actividades de estas corporaciones puedan generar. Contiene directrices de RSE universalmente aceptadas y se aplica en todos los países donde operan multinacionales. Las áreas abordadas en la Declaración Tripartita están recogidas en el cuadro que acompaña estas líneas.

³¹ Cfr.: www.ilo.org/public/spanish/employment/multi/index.htm

RESUMEN DE LAS RECOMENDACIONES RECOGIDAS EN LA DECLARACIÓN TRIPARTITA DE LA OIT SOBRE EMPRESAS MULTINACIONALES Y POLÍTICA SOCIAL

POLÍTICA GENERAL
<ul style="list-style-type: none">• Obedecer las leyes nacionales.• Respetar las normas internacionales (Instrumentos de la ONU sobre derechos humanos. Principios y derechos fundamentales en el trabajo).• Apoyar las prioridades del desarrollo.
EMPLEO
<ul style="list-style-type: none">• Promover el empleo productivo directamente en las multinacionales y por medio de sus vínculos con empresas locales.• Buscar la igualdad de oportunidades y de trato.• Reforzar la seguridad del empleo durante la instalación y los cambios de operaciones de las multinacionales.
FORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar políticas nacionales de formación y orientación vocacional.• Garantizar una formación adecuada a las necesidades de las multinacionales y del mercado laboral del país de acogida.• Estimar el desarrollo de capacidades para fomentar la empleabilidad.
CONDICIONES DE TRABAJO Y DE VIDA
<ul style="list-style-type: none">• Ofrecer salarios, prestaciones y condiciones de trabajo en las multinacionales tan favorables como las de empleadores comparables.• Proporcionar servicios básicos de buen nivel para los trabajadores y sus familias.• Contribuir a la abolición del trabajo infantil.• Asegurar las más altas normas de salud y seguridad.
RELACIONES DE TRABAJO
<ul style="list-style-type: none">• Respetar la libertad de asociación y el derecho a organizarse.• Reconocer y facilitar la negociación colectiva.• Sistemas de consulta en las empresas.• Procedimientos para examinar quejas y mecanismos de conciliación voluntaria para prevenir y resolver conflictos.
SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none">• Encuestas tripartitas para evaluar los adelantos.• Estudios sobre temas, sectores, países o regiones específicos.• Actividades de diálogo y asesoría nacionales y regionales.• Procedimiento de interpretación para resolver conflictos.

Fuente: Presentación Declaración Tripartita de la OIT sobre multinacionales en la web oficial de este organismo.

El marco europeo de la RSE

Los orígenes inmediatos del marco europeo de la RSE, cuya configuración es, sin duda, uno de los factores decisivos para el auge que hoy conocemos de la RSE, están en la Declaración Final del Consejo Europeo de Lisboa de Marzo de 2000. En ella se establece como *objetivo estratégico* “convertir la Unión Europea en 2010 en la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejor ocupación y con mayor cohesión social”³².

Desde esta palanca básica de apoyo, el hito fundamental para el despliegue del marco europeo de RSE lo constituye el lanzamiento del Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” (en adelante, LV)³³ en el 2001.

Asumiendo la Unión Europea un papel de “catalizador” de la RSE, el objetivo de dicho documento fue “sensibilizar y estimular el debate sobre los nuevos modos de fomentar la responsabilidad social de las empresas”, con la intención de que “esta iniciativa desemboque en el establecimiento de un nuevo marco para el fomento de la responsabilidad social de las empresas”.

Para ello el LV provocó una consulta amplia, que se inició en Julio de 2001 y finalizó el 31 de Diciembre de 2001, y que dio lugar a la formalización de 300 respuestas, de las cuales la mitad provinieron de empresas europeas.

³² Esta Estrategia de Lisboa para el crecimiento y el empleo es complementaria de la Estrategia de la UE para un desarrollo sostenible, adoptada en Gotemburgo en 2001 y recientemente revisada. Cfr.: Consejo de la Unión Europea (2006), “Estrategia revisada de la UE para un desarrollo sostenible”, Bruselas.

³³ COM (2001) 366 final. Bruselas, 18.7.2001. El documento fue redactado por Dominique Bé, Director de la Unidad para el Diálogo Social y la Adaptación al Cambio (Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea).

De estas respuestas debe resaltarse aquí la emanada del conjunto de las Cámaras de Comercio e Industria europeas respecto al papel de las Pyme en la RSE.

Dicha toma de postura, expresada en el documento **“Position Paper. May 2004 Eurochambres’ position on Corporate Social Responsibility. Fostering CSR among SMEs”**³⁴, parte de la idea de que las Pyme pueden aprender de las grandes compañías aspectos de RSE, pero teniendo en cuenta que son ellas las que tienen que definir su propia forma de RSE. Un enfoque de RSE común para todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño, puede conducir a un aumento de los costes para las Pyme, dañando su competitividad sin haber obtenido verdaderos avances en RSE.

Destacan también las Eurocámaras que la mayor parte de las Pyme actúan ya de un modo responsable, están socialmente comprometidas y participan tradicionalmente en la vida de su comunidad local. Frecuentemente los valores éticos del propietario/gerente juegan un papel destacado en la actitud responsable de las Pyme y muchas de estas empresas ya actúan conforme a la RSE en todos sus aspectos sin ser conscientes de ello. Otras carecen de recursos financieros, humanos y de tiempo.

El mismo tipo de iniciativas de RSE no pueden ser aplicadas a cualquier clase de empresa; en muchos casos las Pyme no pueden soportar el gasto asociado a algunas iniciativas que pueden ser asumidas sin problemas por las grandes corporaciones. Generalmente, las iniciativas de RSE se han generado en las grandes empresas. La consideración de la RSE en las Pyme, especialmente las pequeñas y microempresas, ha sido reciente.

Concluye el documento de las Eurocámaras con la afirmación de que es necesario un enfoque de RSE específico para las Pyme, para lo cual se valora como fundamental el intercambio de experiencias y buenas prácticas. Es esencial, concluye el documento, la clara distinción entre grandes corporaciones y Pyme para desarrollar la RSE e incluso entre la naturaleza del negocio de las microempresas y del resto de las empresas.

El Libro Verde, referencia institucional básica

El LV constituye no sólo el marco natural de referencia de la RSE en el espacio europeo, sino también un excelente ejercicio de integración y sistematización de las diferentes dimensiones y prácticas de este movimiento en los últimos años. Representa, además, un valioso instrumento para el avance en los modelos y experiencias de evaluación y validación de la RSE.

A este respecto el texto plantea, en su casi centenar de apartados, un amplio análisis que representó un buen exponente de los enfoques y prácticas considerados en la co-

³⁴ Cfr.: www.eurochambres.be/PDF/pdf_CSR/position_10_05_04.pdf

munidad empresarial como más avanzados en relación con el movimiento de la RSE. Es, consiguientemente, tanto por su naturaleza y origen como por su contenido, un marco de referencia completo de la RSE que ha servido de base para los documentos posteriores de la Unión Europea.

De acuerdo con el LV, “la responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”, para lo cual integran las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, proveedores, autoridades públicas y organizaciones sociales.

Esta decisión, afirma el LV, es cada vez más común en las empresas, particularmente en las más grandes y en las de carácter multinacional, y los factores que, siempre según el LV, impulsan este avance de la RSE, coincidente con la estrategia de “desarrollo sostenible” de la Unión Europea, son las nuevas inquietudes sociales en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala, la incidencia de los criterios sociales en las decisiones de inversión, la preocupación por el deterioro medioambiental y la mayor transparencia de la actividad empresarial propiciada por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información. El contexto político impulsado por la UE integra también este tipo de iniciativas.

Para las empresas la RSE tendría, además, un valor económico directo si integran los objetivos sociales y medioambientales como una inversión estratégica. Se trataría de adoptar un enfoque financiero, comercial y social integrado que, según el LV, no contradice sino que facilita lo que considera responsabilidad principal de las empresas: generar beneficios.

Esta mejora de los beneficios económicos a través de la integración de la RSE en la cadena de valor de la empresa, se desglosa en dos tipos de efectos económicos de la RSE: los directos y los indirectos.

Los directos se derivan, por ejemplo, de la creación de un mejor entorno de trabajo que facilita el compromiso y la productividad y la utilización eficaz de los recursos naturales. Los indirectos más evidentes se centran, sin duda, en el aumento de la atención positiva (mejora de la marca e imagen) por parte de consumidores, inversores e instituciones financieras. Algunas experiencias de índices sociales empiezan a demostrar, con suficiente fiabilidad, la realidad de estos efectos indirectos.

Dimensión interna de la RSE

Las prácticas responsables en lo social tienen en la empresa, de acuerdo con el modelo del LV, una doble dimensión: la interna y la externa.

Respecto a la dimensión interna, que es la que más afecta a las Pyme, el LV destaca cuatro grandes áreas de impacto: la gestión de recursos humanos, la seguridad y salud en el lugar de trabajo, la adaptación al cambio y la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

La gestión de los recursos humanos de la empresa, que hoy tiene como principal desafío la atracción y retención de talento, puede beneficiarse con prácticas socialmente responsables como el aprendizaje permanente, la responsabilización de los trabajadores, la mejora de la información, el equilibrio entre trabajo, familia y ocio, las políticas de diversidad, la igualdad laboral de la mujer, la participación de los trabajadores en los beneficios o el accionariado, el seguimiento activo de los trabajadores de baja y las prácticas responsables de contratación.

La seguridad y salud en el lugar de trabajo es también un ámbito claro de incidencia de una responsabilidad social voluntariamente asumida y que vaya más allá de las prescripciones legislativas obligatorias. Esto es especialmente claro en lo que afecta a la inclusión de criterios de salud y seguridad en el trabajo en el régimen de las subcontratas de las empresas.

Con “adaptación al cambio” se refiere el LV a las reestructuraciones de plantillas en las que se están viendo inmersas un gran número de empresas. “Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable, afirma el LV, significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones”. Prácticas recomendables son, en este sentido, la información y consulta abiertas de los afectados, la cuidadosa evaluación de alternativas, la participación en el proceso de autoridades públicas y representantes de los trabajadores, el mantenimiento de la empleabilidad de los trabajadores, el compromiso con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo.

Finalmente, el LV se refiere, dentro de la dimensión interna de la RSE, a la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales, considerada como “un marco sólido para el fomento de la responsabilidad social de las empresas”. En este orden, considera ventajosas, tanto para el entorno natural como para la empresa, prácticas tales como la disminución del consumo de recursos y desechos y de las emisiones contaminantes, así como la llamada “política integrada de productos”, basada en el análisis de las repercusiones del producto a lo largo de todo su ciclo vital.

Dimensión externa de la RSE

La RSE se extiende también, de acuerdo con el modelo desarrollado en el LV, a los interlocutores externos de la empresa y de este modo se proyecta sobre las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y consumidores y el respeto de los derechos humanos y la protección del medio ambiente en la consideración transnacional de la actividad empresarial.

Respecto a las comunidades locales, el LV destaca la inserción de las empresas en su entorno social, contribuyendo a su desarrollo al proporcionar puestos de trabajo, salarios y prestaciones, ingresos fiscales, patrocinio de actividades culturales y deportivas, etc. Igualmente, las empresas interactúan con el medio físico local y de ellas depende, en buena medida, el entorno natural. La imagen de la empresa y por lo tanto su competitividad, se ve influida, de manera muchas veces decisiva, por su condición de agente local y su “conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar”.

De los socios comerciales, proveedores y consumidores, cabe afirmar que su respectiva y recíproca colaboración con la empresa, puede reducir la complejidad y los costes y aumentar la calidad. Además, algunas empresas de gran tamaño demuestran su responsabilidad social fomentando, por diferentes vías, el espíritu y las posibilidades reales de desarrollo de las empresas en su región de ubicación. “Como parte de su responsabilidad social, concluye en este aspecto el LV, se espera que las empresas intenten ofrecer de manera eficaz, ética y ecológica los productos que los consumidores necesitan y desean”.

Otra importante dimensión externa a la empresa que ha tenido amplio eco en la opinión pública en los últimos tiempos, es, siempre según el LV, la relativa al respeto de los derechos humanos en las actividades internacionales de las empresas y en las cadenas de suministro mundiales. Engloba esta compleja cuestión la lucha contra la corrupción en los países receptores de inversión, la protección de los derechos laborales básicos o la erradicación del trabajo infantil.

Por último, el LV se refiere a los problemas ecológicos mundiales y al papel de las empresas en la consecución de un desarrollo sostenible en este nivel.

La gestión integrada de la RSE

La forma en que las empresas están abordando las prácticas de responsabilidad social a las que acabamos de hacer referencia, es, según el LV, muy variada en función de diferencias sectoriales y culturales. En este contexto, el documento de la Comisión de las Comunidades Europeas analiza algunas de las herramientas que en el 2001 empezaban a extenderse en la realidad empresarial europea.

Era común, por ejemplo, que las empresas adoptasen una declaración de principios o un código de conducta donde señalan sus objetivos y valores fundamentales, así como las responsabilidades que asumen respecto a sus interlocutores. Pero de nada sirven estas declaraciones si luego no se incorporan de manera efectiva a sus estrategias, a sus planes y presupuestos y, por encima de todo, a sus decisiones cotidianas. Para ello son útiles, como señala el LV, la creación de comités consultivos, la realización de auditorías sociales o medioambientales y los programas específicos de formación, particularmente para los directivos.

Como consecuencia de estos planteamientos, muchas empresas publican ya informes sobre su comportamiento en materia social o medioambiental, para los que el LV proponía una mayor clarificación del tipo de información que debe facilitarse y más fiabilidad del procedimiento de evaluación y auditoría.

Otro aspecto que es objeto de atención en el LV en relación con la gestión integrada de la RSE, es el que se refiere al diálogo social en las empresas. El documento reserva para el diálogo social con los representantes de los trabajadores “un papel fundamental en el marco más amplio de la adopción de prácticas socialmente responsables”.

Se refiere también el LV a la cada vez más corriente práctica de las etiquetas sociales y ecológicas como respuesta a la demanda de los consumidores, que, según las encuestas, quieren cada vez más tener la seguridad de que los productos se producen de manera responsable desde el punto de vista social.

La eficacia de estas etiquetas es, sin embargo y a juicio del LV, todavía muy reducida y requiere acciones públicas que permitan avanzar en su fiabilidad y control.

Inversión socialmente responsable

Una dimensión de la gestión de la RSE a la que el LV otorga casi una sustantividad propia es la ya referida “inversión socialmente responsable”, una de cuyas aplicaciones es la de los índices bursátiles socialmente responsables, a los que hemos hecho mención más arriba. A la inversión socialmente responsable dedica el LV su último apartado, antes de detallar el proceso de consulta que debía iniciar su publicación.

“Las políticas responsables en los ámbitos social y ecológico, afirma el documento, son para los inversores un indicador de buena gestión interna y externa. Dichas políticas contribuyen a minimizar los riesgos anticipando y previendo crisis que puedan dañar la reputación y provocar caídas espectaculares del valor de las acciones”.

Cada vez existe en Europa mayor oferta de “fondos éticos” que invierten su capital en empresas que cumplen criterios sociales y ecológicos específicos, pero para que la inversión socialmente responsable aumente más es preciso que los mercados financieros sean más concientes de sus posibilidades de rentabilidad, para lo cual serán cada vez más necesarios los índices del mercado que identifican a las empresas con mejores resultados sociales y medioambientales.

Las Pyme en el Libro Verde

El LV contiene también una referencia específica a las Pyme que constituye el punto de arranque y el hilo conductor de las importantes iniciativas puestas en marcha en Euro-

pa para la promoción de la RSE en el tejido empresarial de las Pyme. De acuerdo con dicho texto, “a pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las Pyme a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Aunque muchas Pyme ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas”³⁵.

Desarrollos posteriores al Libro Verde. La Comunicación de la Comisión de 2002

A partir de las respuestas obtenidas al LV, la Comisión Europea formuló la “Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución al desarrollo sostenible”³⁶. En dicho documento, que más allá de su rango no incluye significativas novedades respecto a lo expresado en el LV, hay en cambio expresadas menciones sobre la problemática de la RSE en las Pyme de las que conviene dejar constancia.

En la Comunicación se destaca cómo “es importante apoyar a las Pyme para que adopten un enfoque más estratégico de la responsabilidad social”. “En este sentido, continúa el texto, es fundamental recoger información sobre las actividades que están realizando a fin de comprender y fomentar su participación” y fija como objetivo “facilitar el diseño y la difusión de herramientas de fácil uso y adaptadas a las Pyme que deseen adoptar acciones socialmente responsables (material informativo, herramientas dirigidas a las Pyme, etc.)”³⁷.

³⁵ Comisión de las Comunidades Europeas (2001), “*Libro Verde...*”, op.cit.

³⁶ COM (2002) 347 final Bruselas, 2.7.2002.

³⁷ Comisión de las Comunidades Europeas (2002), “*Comunicación...*”, op.cit.

El “Multistakeholder Forum on CSR”

A partir de las expresadas referencias institucionales, han sido numerosas las iniciativas concretas a través de las cuales viene impulsándose en Europa la integración de la RSE en la empresa y, de modo particular en las Pyme, ya sea desde las propias Direcciones Generales de la Comisión Europea o desde iniciativas sociales que antes o después acaban por converger con las de carácter más institucional y público³⁸.

Entre estas iniciativas deben destacarse el “European Multistakeholder Forum on CSR” y la “Campaña de concienciación paneuropea sobre la Responsabilidad Social de las Empresas”. Las Direcciones de Empleo, de Comercio y de Medioambiente desarrollan también iniciativas específicas de RSE en sus áreas³⁹ e igualmente existen importantes programas que atienden dimensiones específicas de la RSE, como es el caso de los programas “Best” e “Equal”.

En lo que se refiere al “Multistakeholder Forum on CSR”, fue promovido por la Dirección General de la Empresa de la Comisión Europea el 16 de Octubre de 2002 “como plataforma para promover la transparencia y convergencia de las prácticas e instrumentos de RSE” y se desarrolló en base a cuatro mesas de trabajo.

Después de veinte meses de trabajo, el 29 de Junio de 2004 el Foro presentó su “Informe final” a la Comisión en el que se contienen los resultados y las recomendaciones para futuras acciones⁴⁰.

Partiendo de un análisis del contexto tanto internacional como europeo de la RSE, el Foro reafirma los principios, convenciones y estándares acordados a nivel internacional y europeo. Realiza a continuación un análisis de las palancas, barreras y factores críticos del éxito de la RSE, para finalmente referirse a posibles futuras iniciativas y recomendaciones en cuanto a la concienciación y mejora del conocimiento sobre la RSC así como al desarrollo de capacidades para la adopción de las correspondientes prácticas.

De cada una de las cuatro mesas redondas constituidas en el Foro se elaboró el un Informe, resultando de especial interés para nuestro estudio el correspondiente al fomento de la RSE entre las Pyme (“*Fostering CSR among SMEs. Final Report*”) ⁴¹.

³⁸ Un buen ejemplo de colaboración europea entre diferentes actores es el proyecto “European SME Pro-Active Manager”. Cfr.: www.pro-active.ro.

³⁹ Cfr.: DG Empresa: http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index_en.htm;
-DG Empleo: http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/;
1-DG Medioambiente: http://europa.eu.int/comm/environment/policy_en.htm#g
-DG Comercio: http://europa.eu.int/comm/trade/csr/index_en.htm

⁴⁰ Cfr.: “European Multistakeholder Forum on CSR..Final results & recommendations” en http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/documents/29062004/EMSF_final_report.pdf. La página del Forum es <http://forum.europa.eu.int>

⁴¹ Cfr.: “European Multistakeholder Forum on CSR - Round Table Fostering CSR among SMEs. Final Report” en las páginas web citadas en la nota anterior.

Fomento de la RSE en las Pyme europeas

Este Informe sobre las Pyme busca dar una respuesta a cómo abordan dichas empresas la RSE y cómo puede ser impulsada en el conjunto de 25 millones Pyme europeas. Reconoce que los métodos y las herramientas deben ser diferentes según el tipo de Pyme. Plantea la alta rotación de personal, de contrataciones y ceses que se dan en este tipo de empresas, la mayor presión diaria a la que se enfrentan para sobrevivir y afirma el compromiso sustancial que supone el simple cumplimiento de los requerimientos legales sociales y medioambientales existentes.

Destaca también el Informe que “hay un extendido miedo entre las Pyme a la carga que podría conllevar una legislación adicional” y que también han de tenerse en cuenta las presiones que sufren las Pyme situadas al final de la cadena de suministro para el recorte de sus costes, lo que puede poner en peligro sus responsabilidades sociales o medioambientales.

En este orden, es deseable que las grandes empresas-cliente ofrezcan consejos y formación a sus proveedores en lugar de solamente imponer requisitos y que identifiquen y compartan ahorros de costes y generación de beneficios con los proveedores. Se corre el peligro de imponer la RSE desde las grandes empresas trasladando los esfuerzos y la responsabilidad a sus pequeños proveedores, en lugar de dialogar, apoyar y diseñar conjuntamente un plan para abordar la RSE entre ambos.

Los ejemplos estudiados en la Mesa Redonda mostraron que muchas Pyme consideran que la RSE podría ser una “fuente de ventajas competitivas, así como algo beneficioso para la sociedad”. El punto de partida en este sentido debería ser, según el documento, el mismo para grandes y pequeñas empresas: la concienciación de que la RSE puede ayudar a crear empresas y sociedades sostenibles.

Plantea también el Informe el limitado conocimiento sobre el grado e influencia de la RSE entre las Pyme y la necesidad de mejores bases de datos al respecto. Es una realidad que muchas Pyme están comprometidas social y medioambientalmente, así como con la comunidad; actúan responsablemente pero sin identificar este comportamiento como RSE. Abastecen de buenos productos y servicios, crean empleo, motivan y forman a sus empleados con un enfoque de éxito en el largo plazo. Valoran la participación de sus trabajadores. Están atentos a la seguridad y salud en el trabajo y a la defensa de los derechos humanos. Contratan según méritos, sin discriminación. Se esfuerzan por ser sostenibles y colaboran con su comunidad local. Pero, incluso actuando de esta manera responsable, les cuesta entender la aplicación de otros aspectos de la RSE a sus circunstancias concretas.

Sobre estas premisas, una estrategia de extensión de las buenas prácticas de RSE al resto de las Pyme debe entender las motivaciones de las empresas más comprometidas y

adaptar las prácticas a la gran diversidad de tipos de Pyme, evitando en este sentido las generalizaciones que, pudiendo ser útiles en el segmento de grandes empresas, resultarían sin embargo peligroso en el nivel de las Pyme.

Repasa también el Informe las palancas, barreras y factores críticos para una implantación exitosa de la RSE en las Pyme, a la vez que plantea la posibilidad de que una acumulación de Pyme social y medioambientalmente responsables en una misma región, lo que puede generar que dicha área sea una fuente de ventajas competitivas para otras empresas.

Como recomendaciones específicas para la concienciación y mejora del conocimiento de la RSE entre las Pyme el Informe se refiere a la simplificación de los mensajes y a la necesidad de compartir experiencias y campañas, para lo cual Pyme y grandes empresas pueden concurrir por su mutua implicación en las cadenas de suministro.

Alude asimismo al aprendizaje de las experiencias obtenidas en la promoción e implantación de buenas prácticas medioambientales, que es la dimensión de la RSE que el Informe considera más desarrollado en las Pyme, y a la conveniencia de adaptar los canales para hacer llegar los mensajes, buscando aquellos que resultan de más confianza para las Pyme, como es el caso de las cámaras de comercio, sin burocracia, usando un lenguaje, ejemplos y conceptos fácilmente entendibles por ellas. Se trata, en definitiva, de utilizar iniciativas flexibles y adaptables al ritmo propio de cada Pyme.

La Campaña de concienciación paneuropea sobre Responsabilidad Social de las Empresas

La segunda gran iniciativa europea para la extensión de la RSE en las Pyme a la que hacíamos mención más arriba es la *“Campaña de concienciación paneuropea sobre la Responsabilidad Social de las Empresas”*⁴². Nuevamente se trató de una iniciativa de la Dirección General de Empresas de la Comisión Europea, dirigida especialmente a las Pyme europeas y organizada por UEPME⁴³ y las ya citadas Eurochambres.

Mediante 65 actos organizados en 25 Estados Miembros, en los 3 países candidatos a la adhesión a la Unión Europea y Noruega, se buscó apoyar y fomentar las iniciativas de RSE, partiendo de la idea, ya mencionada más arriba, de que muchas Pyme llevan ya a cabo estas iniciativas sin identificarlas como RSE.

⁴² Desarrollada entre Octubre de 2004 a Junio de 2005. Cfr.: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign>

⁴³ Union Européenne de l'Artisanat et des Petites and Moyennes Entreprises.

Más de 150 Pyme diferentes presentaron sus experiencias y buenas prácticas de RSE a lo largo de la campaña, bajo la filosofía de que constituyen una oportunidad para desarrollar ventajas competitivas y para la continuidad de la empresa a largo plazo, así como un modo de añadir valor a su empresa mediante un análisis más detenido de algunos aspectos sociales y medioambientales de la actividad empresarial.

Como soporte de la Campaña y a través fundamentalmente de su *web site* se difundieron también interesantes herramientas como la **“Breve Introducción”** sobre pasos simples que las empresas pueden dar para integrar la RSE en sus prácticas diarias de empresa, contribuyendo a que ésta sea más competitiva. Otras herramientas son la recopilación de **“10 ejemplos reales”** de Pyme de toda Europa, que muestran cómo estas empresas han logrado ser más competitivas gracias a su compromiso con la RSE, o un **“Cuestionario”**⁴⁴ que propone la reflexión sobre los esfuerzos que hace cada Pyme para fomentar el espíritu empresarial responsable, planteando preguntas sobre las posibles maneras de mejorar el negocio de una forma sensata y provechosa. El cuestionario ayuda a identificar cómo puede contribuir al éxito de su empresa una buena política de actuación en el centro de trabajo, en el medio ambiente, en el mercado, en la actuación social y con unos buenos valores de empresa. También se proporcionaron una **“Guía de comunicaciones sobre RSC”**, así como un listado de sitios web con información de RSE y PYME⁴⁵.

En una línea parecida a la que acabamos de citar, merece la pena también destacar la edición en 2004 por la Comisión Europea del documento **“Responsabilidad empresarial: recopilación de casos de buenas prácticas entre pequeñas y medianas empresas de Europa”**⁴⁶, en el que aparecen, con una prolija y sistemática descripción, 25 ejemplos empresariales de actuación responsable.

Dichos casos, que comprenden empresas de 16 países, muestran la compatibilidad del éxito empresarial y la creación de nuevas oportunidades con la actuación responsable. Gracias a estas buenas prácticas se logra una mayor satisfacción y lealtad de los clientes, personal más motivado, mejora de las relaciones con la comunidad local y las autoridades públicas, ahorro de costes y mayor prestigio.

⁴⁴ Cfr.: http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/documentation/download/questionnaire_es.pdf

⁴⁵ Cfr.: http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/links/index_es.htm Dejemos asimismo constancia de que dentro de la misma web de la Dirección General de Empresa se presenta el Proyecto “Responsabilidad Empresarial para Pyme”, en el que se aportan bibliografía, direcciones de otras webs, herramientas y buenas prácticas, así como artículos y documentos. Vid. <http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>

⁴⁶ Cfr.: Comisión Europea, Dirección General de Empresa (2004), “Responsabilidad empresarial: recopilación de casos de buenas prácticas entre pequeñas y medianas empresas de Europa”, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
Cfr. http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/doc/resp_entrep_es.pdf

El documento plantea, como motor de la responsabilidad, los valores personales de los propietarios/gerentes de las Pyme por encima de las ventajas económicas que pueden obtener gracias a una actuación responsable. Generalmente se trata de respuestas desvinculadas de la estrategia, pero de carácter auténticamente voluntario. También se alude a la contribución que hace el empresariado responsable con su actuación a la buena imagen del empresario en la sociedad lo que hace fomentar las iniciativas emprendedoras entre los jóvenes.

La selección de los casos se hizo conforme a cuatro criterios: que fuera evidente el beneficio mutuo, tanto para la propia empresa como para la sociedad; que tuviera un enfoque estratégico, teniendo en cuenta que acciones, generalmente filantrópicas, alejadas de la estrategia comercial pueden ser un punto de partida; que se pudiera comunicar a través de canales formales o informales, teniendo en cuenta las diferencias culturales de cada país; y que la práctica forme parte de un proceso dinámico de perfeccionamiento continuo, donde el compromiso de la empresa no debe ser un empeño a largo plazo.

Los casos abordan cuatro ámbitos: el mercado (los clientes, consumidores, proveedores, socios, inversores o accionistas), el lugar de trabajo (personal, sindicatos, comunidad local y administraciones públicas), la comunidad (organizaciones comunitarias o instituciones locales, ONGs) y el medio ambiente.

La nueva Comunicación de la Comisión de 2006 y la Alianza Europea para la RSE

La nueva Comunicación de la Comisión Europea sobre RSE había sido anunciada con bastante anticipación, lo que generó una considerable expectativa respecto a su contenido.

Publicada finalmente el 22 de Marzo de 2006 con el título **“Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas”**⁴⁷, las organizaciones del tercer sector reprocharon a la Comisión que las había, en alguna medida, marginado del proceso de elaboración del texto, que habría respondido a los intereses de las empresas.

La Comunicación de 2006, que no contempla sustanciales novedades respecto al LV y la Comunicación de 2002, reafirma la importancia de la RSE como concepto integrado en el debate en torno a la globalización, la competitividad y la sostenibilidad. La RSE es un aspecto del modelo social europeo y refleja los valores centrales de la propia Unión Europea.

⁴⁷ Bruselas 22.3.2006. COM (2006) 136 final.

Afirma, asimismo, la necesidad de un clima público en el que se aprecie a los empresarios no sólo por generar grandes beneficios, sino también por su contribución justa al tratamiento de determinados desafíos de la sociedad.

El texto de la Comisión viene también a reafirmar la voluntariedad de la RSE, desde el reconocimiento de que un enfoque con obligaciones suplementarias y requisitos administrativos para las empresas sería contraproducente y contrario al principio del buen legislar.

Además es importante reseñar que la Comunicación señala una serie de aspectos necesarios para poder seguir fomentando la RSE y entre ellos destaca nuevamente la importancia de las Pyme. Considera, en efecto, que el impacto colectivo de la RSE tal como la practican las Pyme es básico para el desarrollo sostenible en Europa ya que estas empresas son el “motor principal del crecimiento y el empleo en Europa”.

Las Pyme, además, tienen tanto que ofrecer como las grandes empresas en cuanto a la RSE, incluso si adoptan un **enfoque mucho más informal e intuitivo** de lo que este modelo de gestión significa e implica. Reconoce por eso la Comunicación que es necesario un “enfoque específico” para estimular la RSE entre las Pyme y que este enfoque exige que se reconozca más lo que muchas de estas empresas ya hacen en este ámbito. Requiere, igualmente, la comunicación activa de los principales organismos intermediarios y de apoyo a las Pyme.

Lo más destacado del documento en el orden práctico es el anuncio del apoyo de la Comisión Europea a la creación de una **Alianza Europea para la RSE**, un concepto elaborado a partir de contribuciones de empresas activas en la promoción de la RSE y que está abierto a todas las empresas europeas. Se trataría no tanto de un instrumento jurídico como de “una cobertura política para las iniciativas de RSE, nuevas o existentes, de las grandes empresas, las Pyme y sus interlocutores”. La Alianza, en este sentido, carece de requisitos formales.

Como áreas prioritarias de actividad para la Alianza se señalan las siguientes:

1. Aumentar la sensibilización de la RSE, mejorar su conocimiento y comunicar sus avances.
2. Ayudar a integrar la RSE y a desarrollar coaliciones abiertas de cooperación.
3. Garantizar un entorno favorable a la RSE.

Finalmente, la Comunicación recuerda la importancia de otras iniciativas prácticas, como el “*Multistakeholder Forum on CSR*”, que será nuevamente convocado, la Campaña europea de fomento de la RSE entre las Pyme y el “**European Roadmap for Business on CSR – 2010**”. Finalmente, hace hincapié en los cuatro programas europeos de investigación sobre RSE financiados por el Sexto Programa Marco de Investigación, con el propósito de que puedan ser ampliados.

Otras iniciativas europeas

Otras iniciativas del espacio europeo, entre otras muchas, de las que debe dejarse constancia aquí, son las desarrolladas en Gran Bretaña por *Business in the Community* o por el *SME Consortium* y en Dinamarca por *The Copenhagen Centre*.

*Business in the Community*⁴⁸ ha creado un estándar de calidad para las Pyme denominado "CommunityMark". Este estándar evalúa el enfoque que las Pyme adoptan en su actividad comunitaria y los resultados que alcanzan en doce áreas distintas.

Por su parte, el *SME Consortium* del Reino Unido fue formado en el 2002 por diversas instituciones y organizaciones (Accountability, las Cámaras de Comercio Británicas, Federación de Pequeñas Empresas, etc., con el apoyo del Ministerio de Comercio e Industria). Su objetivo es "aumentar la competitividad y rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Reino Unido gracias al fomento de una RSC y de la gestión medioambiental y comunitaria efectiva". Se trata de desarrollar un programa de fortalecimiento de la capacidad de las Pyme basado en las estrategias empresariales existentes de los miembros del Consortium. La interesante herramienta **Small Business Journey**⁴⁹ es uno de los resultados de este programa.

También debe citarse, por su relevancia e influencia, *The Copenhagen Centre*, un "think tank" independiente promovido por el Gobierno de Dinamarca en 1998 en respuesta al creciente interés internacional por las nuevas alianzas sociales y las iniciativas de RSE. En 2003 publicó el importante documento sobre RSE y Pyme, elaborado por David Grayson, "Inspiration – successfully engaging Europe's smaller businesses in environmental and social issues: A thought-piece for The Copenhagen Centre"⁵⁰. El autor afirmaba entonces que, siendo fundamental comprometer a las Pyme en la RSE, también lo es comprender las diferentes motivaciones que tienen las pequeñas y medianas empresas respecto de las grandes en este aspecto.

⁴⁸ Movimiento de empresas británicas comprometidas en mejorar constantemente su impacto en la sociedad. Cuenta con alrededor de 750 miembros, incluyendo el 70% de las que cotizan en el FTSE 100. Cfr.: www.bitc.org.uk

⁴⁹ Cfr.: www.smallbusinessjourney.com

⁵⁰ Cfr.: www.copenhagencentre.org/graphics/CopenhagenCentre/Publications/Inspiration_SME_Thought_Piece.pdf



Tercera parte
Impulso y dirección de la RSE
en España

Contexto general e iniciativas académicas y empresariales

Tal y como han destacado las profesoras Cuesta y Valor⁵¹, la RSE es, como fenómeno dotado de una cierta formalidad, algo relativamente reciente en España. Nuestra nación arrastra, en efecto, un significativo retraso en la explicitación de la RSE en comparación con los países europeos, si bien vivimos ahora una fase de especial empuje para su desarrollo, especialmente notorio en el campo de las grandes empresas y en la agenda política⁵².

Cuesta y Valor han ligado el mayor interés en España por la RSE al lanzamiento, a finales de los 90, de productos financieros éticos. Sin negar lo que esta afirmación pueda tener de cierto, nos parece que el despertar de la RSE está más bien asociado a la influencia del movimiento europeo y al impacto de las iniciativas institucionales de la Unión Europea, que encuentran en España un *ambiente cultural* previo, que en buena medida es resultado de la fuerte y positiva influencia de la Doctrina Social de la Iglesia y de la tradición católica en España, también en el campo de la economía y de la actividad empresarial.

La magnitud de la labor de Acción Social Empresarial (ASE) desde 1951⁵³, la existencia –vinculada al desarrollo social y económico español– de un nutrido tejido empresarial de pequeñas empresas fuertemente comprometidas con sus empleados y sus lo-

⁵¹ Cfr.: Cuesta, M. y Valor, C.: “Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España”, Boletín Económico del ICE, nº 2755 del 20 al 26 de Enero de 2003, Madrid.

⁵² Cfr.: “El retraso español en RSC y el brío de su desarrollo entre las conclusiones del Encuentro del British Council”, Europa Press, Junio 2005. El encuentro, cuyo lema fue “Looking to the Future”, se celebró en Edimburgo entre el 5 y el 7 de Junio de 2005.

⁵³ Cfr.: Andrés-Gallego, J.A. y Barba, D. (2002), “Acción Social Empresarial. 50 años de empresariado cristiano en España”, ASE, Madrid.

calidades y comarcas, o dos de los mejores y pioneros exponentes de un planteamiento socialmente responsable en grandes empresas –el grupo cooperativo Mondragón y el sistema MAPFRE– son un buen ejemplo de ello, entre otros muchos que podrían aquí citarse.

Tampoco pueden ignorarse la influencia de las multinacionales presentes en nuestra nación, que han incorporado de manera pionera modelos de RSC procedentes de su matrices norteamericanas o europeas, y el impacto de los escándalos mundiales y de nuestros propios escándalos domésticos de corrupción empresarial de los años 80, en los que la “cultura del pelotazo” representó el paradigma de una concepción de la empresa vinculada al beneficio inmediato y desvinculado de cualquier consideración moral.

Del interés científico a las prácticas empresariales

Hay que destacar también la incidencia en el desarrollo la RSE en España de algunas instancias de reflexión intelectual sobre la concreción de la ética de los negocios a la sistemática de la vida empresarial y en este sentido podemos citar, desde presupuestos filosóficos bastante diferentes, las aportaciones de EBEN⁵⁴, el IESE⁵⁵, la Fundación ÉTNOR⁵⁶ o ESADE⁵⁷.

Igualmente, deben reseñarse en este recorrido por la raíces y la evolución de la RSE en España las propuestas normalizadoras en dimensiones que hoy englobamos bajo el paraguas de la RSE, como es el caso del “Código de Gobierno para la empresa sostenible” (IESE, PricewaterhouseCoopers y Fundación Entorno, 2002), la norma SGE-21 de FORETICA⁵⁸ o el proyecto de norma UNE de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).

⁵⁴ En 1992 se crea la asociación Ética, Economía y Dirección, rama española de la European Business Ethics Network.

⁵⁵ En 1991 el IESE organiza su primer coloquio anual de ética empresarial y económica. En la actualidad dispone también del Center for Business in Society (CBS).

⁵⁶ El seminario permanente de ética empresarial en la Fundación Bancaja inicia su andadura en 1991, transformándose en 1994 en la Fundación ÉTNOR.

⁵⁷ ESADE creó en el 2000 el Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES).

⁵⁸ Esta norma, que cuenta ya con una cuya versión 2005, pretende desarrollar los criterios para la evaluación, por tercera parte, de la implantación en las organizaciones del sistema de gestión ética y socialmente responsable propuesta por la citada entidad. Consta de ocho áreas de gestión: 1. Alta Dirección; 2. Relaciones con Clientes; 3. Relaciones con Proveedores; 4. Relaciones con el Personal Propio; 5. Relación con el entorno social y medioambiental; 6. Relaciones con el accionariado; 7. Relaciones con la competencia; 8. Relaciones con las Administraciones competentes. Cfr.: Urtiaga, A. y Granda, G. (2001), “*La implantación del sistema de gestión ética SGE, de FORETICA, como instrumento de liderazgo en las organizaciones*”, Papeles de Ética, Economía y Dirección, EBEN, Madrid.

En cuanto a las iniciativas explícitas relativas a la RSE en el campo empresarial, éstas se han situado, hasta hace poco casi de manera exclusiva, en el ámbito de las grandes empresas.

Han de citarse, desde luego, las adhesiones al Pacto Mundial, la progresiva creación de departamentos o responsables de RSE, la presentación de Memorias de Sostenibilidad según las GRI o la creación de Fundaciones empresariales y foros de intercambio e impulso de iniciativas, tales como la Fundación Empresa y Sociedad, la Fundación Entorno (representante española del CSREurope) y el Club de la Sostenibilidad.

No puede desconocerse tampoco la importante labor que viene realizándose desde las Cámaras de Comercio y las asociaciones empresariales de ámbito general o de carácter sectorial, ya sea de manera autónoma o en colaboración con las diferentes administraciones públicas. Pionera en este sentido fue la Cámara de Comercio de Aragón que, muy tempranamente, asumió un claro liderazgo en la promoción de la RSE.

También desde el campo de las ONGs ha habido una importante aportación al debate y el impulso de la RSE en España y en este orden pueden mencionarse la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES, socio español del SIRI Group), el Observatorio de la RSC, etc.

Investigaciones sobre la situación de la RSE en España

Otra perspectiva a considerar sobre el estado de la RSE en nuestra nación es la que puede desprenderse de los diferentes estudios publicados sobre las prácticas empresariales al respecto.

Si bien podrían reseñarse algunos estudios anteriores, como son la **“Evaluación de la Responsabilidad Social de la Empresa española”** de la Fundación Economistas sin Fronteras, divulgado en 2002⁵⁹, o el **“Informe sobre la Gestión Ética y Responsabilidad Social de las Organizaciones en España”**, publicado por FORÉTICA también en el año 2002 en el contexto del debate suscitado por el LV de la Unión Europea⁶⁰, el primer estudio de cierto alcance en el tema es el **Informe Pricewaterhousecoopers “RSC: tendencias empresariales en España”**, del año 2003⁶¹.

El objetivo de este informe era “valorar las prácticas de sostenibilidad corporativa (también entendida como Responsabilidad Social Corporativa) en el contexto del *Código de Gobierno para la empresa sostenible*” Colaboraron en la investigación 43 empresas, muchas de ellas líderes en muy diversos sectores.

⁵⁹ Cuesta, M. de la (2002), *“La Responsabilidad Social Corporativa: una aplicación a España”*, UNED-Economistas sin Fronteras, Madrid.

⁶⁰ Forética (2002), Madrid.

⁶¹ PricewaterhouseCoopers (2003), Madrid.

De los resultados del estudio puede destacarse un amplio reconocimiento de que la RSE afecta positivamente a la rentabilidad final de la empresa y tiene que ver con una visión de negocio que mira a más largo plazo e incorpora valores como la ética, la transparencia y la responsabilidad ante la sociedad. Se señalan en este sentido como principales motores impulsores de las políticas de RSE factores no financieros como son la mejora de la reputación (91%), la obtención de mejoras competitivas (81%) o la presión de los diferentes stakeholders (diferentes porcentajes que van desde un 67% de los consumidores a un 63% de los empleados).

El 72% de las empresas encuestadas decía entonces haber definido una política de sostenibilidad corporativa, que en su mayoría (61%) incorporaba aspectos sociales y medioambientales. Un 72% de las empresas afirmaba tener un Departamento encargado de gestionar y supervisar la sostenibilidad corporativa, si bien esta área sólo minoritariamente ha llegado a los máximos órganos de la empresa.

AGENTES IMPULSORES DE LA RSE EN ESPAÑA

Ámbitos	Iniciativas
Poderes Públicos	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Economía Social, del Trabajo Autónomo y del Fondo Social Europeo del MTAS. • Foro de Expertos en RSE del MTAS. • Mesa del Diálogo Social. • Subcomisión del Congreso de los Diputados para potenciar la RSE (fin 21/06/06). • Iniciativas de las Comunidades Autónomas, Diputaciones y Ayuntamientos.
Cámaras, fundaciones y asociaciones empresariales	<ul style="list-style-type: none"> • Cámaras de Comercio y organizaciones patronales (CEOE-CEPIME, CEPES, CECA, IEF...). • Foro de Reputación Corporativa. • Club de la Excelencia en Sostenibilidad. • Fundación Empresa y Sociedad. • Fundación Entorno (FE-BSCD España). • Forética.
Investigación y Universidades	<ul style="list-style-type: none"> • EOI, Escuela de Negocios. • Ética, Empresa y Dirección, Asociación Española de la Ética de la Economía (EBEN-España). • Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES-ESADE). • Center for Business in Society (CBS-IESE). • Instituto Empresa y Humanismo (Universidad de Navarra). • Fundación ÉTNOR (Universidades Valencia y Castellón). • Cátedra Benjumea de la Universidad Pontificia de Comillas.
ONG's	<ul style="list-style-type: none"> • Observatorio de la RSC en España (EsF, Intermon, Nizcor, Cáritas, IPADE, CECU, IsF, Fundación Luis Vives y CCOO). • Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES).

Fuente: elaboración propia.

Es interesante también constatar que, siempre según el estudio, un 88% de las empresas afirmaba haber definido objetivos en aspectos sociales y un 74% en aspectos medioambientales, pero sólo el 49% disponía de indicadores para gestionar estos aspectos, estando más generalizado el control de los medioambientales. “Se aprecia –concluían los autores del estudio– una falta de gestión rigurosa de la RSC”.

El Informe Forética

Al año siguiente de este importante estudio de PriceWaterhouse, FORÉTICA presentaba una ambiciosa actualización de su anterior estudio de 2002 con el título “Informe FORÉTICA 2004 Responsabilidad Social Empresarial. Situación en España”⁶². El estudio recogía no sólo la perspectiva de la empresa sino también la de los consumidores.

De este interesante informe pueden destacarse los siguientes puntos clave:

- El 49% de las empresas españolas encuestadas estimaba que las prácticas responsables son relevantes para el éxito de su negocio. Un 62% de las empresas cotizadas considera que la RSE repercute en su negocio. En el caso del IBEX 35 esta cifra aumentaba al 81%.
- La principal motivación que se señalaba para que las empresas asuman su responsabilidad social es de naturaleza ética (57,7%), seguida de la estratégica (15,3%) y la comercial (11,9%).
- Las empresas españolas ponen un mayor énfasis en los aspectos relativos a las condiciones laborales y sociales, por encima de otros criterios de responsabilidad social.
- Las empresas aún no han madurado sus modelos de aplicación y control de la estrategia de RSE. Los códigos de conducta aparecían como la herramienta de mayor credibilidad y la más ampliamente utilizada. El 75% de las sociedades cotizadas decían entonces contar con códigos de conducta. No obstante, la penetración de códigos no variaba desde el estudio del 2002 en el resto de las compañías (el 43,4% de las empresas lo tenían).
- Las compañías apostaban por un modelo basado en un puesto de dirección específico de RSE frente a la creación de un departamento o comité. Un 24% de las empresas afirmaba tener comité de ética.
- Un 55% de las empresas consideraban que sus clientes toman en cuenta criterios de RSE en sus decisiones de compra.

⁶² Editado por FORÉTICA, Foro para la Evaluación de la Gestión Ética, Madrid, 2004.

- La proximidad al cliente de las empresas pequeñas las hace más vulnerables ante cualquier escándalo, irregularidad o falta de atención por parte de la compañía. Parece existir una relación inversa entre la sensibilidad del consumidor percibida por las empresas y su tamaño. En las grandes empresas, la sensibilidad hacia los aspectos de RSE puede ser menor, aunque esto puede variar según el grado de competitividad de la industria, el tipo de producto y el entorno económico donde se opere.
- El mercado estaría dispuesto a asumir un encarecimiento máximo en los precios finales del 2,89%, por debajo de los niveles actuales de inflación.
- El 62% de las empresas afirmaban tener en consideración de alguna forma criterios de RSE en la selección de proveedores.
- Las empresas participantes en el estudio se mostraban optimistas respecto a la conciliación de la vida laboral y personal de sus empleados (94%). Asimismo, destacaban significativamente las condiciones de higiene y seguridad en el puesto de trabajo (98%).
- El 67% de las empresas afirmaban que integran la problemática medioambiental en su toma de decisiones, aunque el 25% de las mismas carece de planes específicos de reducción de consumo de recursos, mostrando una divergencia entre objetivos y su concreción.
- El 69% de las empresas españolas entiende que viene realizando una buena labor a la hora de facilitar la comunicación con sus grupos de interés.
- Los consumidores no perciben una mayor preocupación de las empresas por aspectos relacionados con la sociedad y el medio ambiente, a pesar de que en los últimos dos años se ha producido un notable incremento de las campañas de concienciación, publicaciones y otras actividades por parte de las empresas, administraciones y otras entidades para dar a conocer las prácticas y comunicar los avances en materia de RSC. El 73% de los consumidores manifestaba su desconocimiento del concepto RSC.
- Ante dos productos de similares características, más de la mitad de los consumidores españoles (53,23%) elegiría siempre aquel que le ofreciera la certeza de provenir de una empresa socialmente responsable, incluso si fuera un poco más caro. Pero esta elección parte de la hipótesis de que el consumidor conoce con certeza que esa empresa es socialmente responsable, apuntándose en este sentido que existe una dificultad real de los consumidores para evaluar la actuación de las grandes empresas de las que son clientes.
- Un 21% de españoles manifestaba haber dejado de comprar a empresas que considera realizan prácticas abusivas o irresponsables.

Muy recientemente, FORÉTICA ha hecho público un avance de su nuevo Informe 2006 sobre la situación de la RSE en España⁶³. Este Informe, que se publicará a final de año, revela “un incremento significativo de la notoriedad pública de la RSE/RSC –ha aumentado un 48% respecto al anterior Informe, hace dos años–. Además, un 67% valora la importancia de la responsabilidad social para las empresas como algo *totalmente prioritario*”.

“Asimismo, siempre según el avance del Informe, el ciudadano manifiesta percibir (en un 50% frente al 40% de hace dos años) que las empresas están cada vez más preocupadas por los ámbitos social y medioambiental”.

En lo que respecta a la actitud de los consumidores españoles, “el Informe descubre un total rechazo a las prácticas irresponsables de las organizaciones: 9 de cada 10 consumidores están dispuestos a *penalizarlas* mediante la negativa a consumir sus productos. También se aprecia una predisposición positiva a “premiar” a aquellas empresas más responsables: un 61,3% estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto siempre que tuviera la certeza de que procede de un proceso donde ha prevalecido la ética”, todo lo cual evidencia “una tendencia clara de los consumidores a tener cada vez más en cuenta los aspectos de RSE en sus decisiones de compra”⁶⁴.

⁶³ “El nuevo Informe Forética detecta en los consumidores un creciente interés y valoración por la RSE”. Nota de Prensa de Forética, Madrid, 11 de Julio 2006.

⁶⁴ También en el año 2006 ha visto la luz el estudio “Informe de Situación. Responsabilidad Social Corporativa en la Empresa de Aragón”, promovido por la Confederación de Empresarios de Aragón (CREA). Cfr.: www.crea.es/innovacion/proyectos/

Políticas públicas

Antecedentes. El impulso del Buen Gobierno

Entendida la RSE en el sentido amplio –RSE como función social de la empresa en un marco ético– que hemos querido darle en la primera parte de la presente obra, la enumeración de los antecedentes de políticas públicas para fomentar o regular los diferentes aspectos relativos a la función social de la empresa requeriría un estudio que con mucho supera las pretensiones de este trabajo.

En el sentido más explícito o formal de la RSE, propiamente no existe una inclusión de este enfoque en la agenda pública española hasta el año 2002 y de hecho la participación oficial española en los primeros pasos del desarrollo del marco europeo de RSE es bastante débil.

El año 2002 marca, pues, el punto de inflexión en un proceso que, a partir de ese momento, toma una gran relevancia pública, de la que tal vez estemos viviendo, precisamente ahora, el momento de mayor apogeo.

Sin embargo, esa perspectiva sería del todo inexacta si nos referimos al importante impulso que desde los poderes públicos se proporcionó, en la segunda mitad de la década de los 90, a una de las dimensiones de la RSE, distante ciertamente del mundo de la mayoría de las Pyme: el **Buen Gobierno Corporativo**.

Destaquemos, en efecto, el impacto de la Comisión Olivencia (1998) y la continuidad de este esfuerzo a través de la Comisión Aldama (2003), cuyas recomendaciones dieron lugar a importantes reformas de la legislación mercantil⁶⁵, y que ahora cubre una nueva etapa con el Informe Conthe, presentado el pasado 19 de Mayo.

⁶⁵ Ley 44/2002, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero y Ley 26/2003, de Transparencia (+ Circular 1/2004 de la CNMV).

Igualmente, en un somero repaso de antecedentes inmediatos de políticas públicas de RSE no puede dejar de mencionarse, además de la prolija legislación medioambiental, la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, la Ley 39/1999 para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras, el Programa Óptima para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, puesto en marcha en 1995 por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (en adelante, MTAS) y algunas otras medidas de carácter más puntual, como pueden ser las bonificaciones por la contratación laboral de determinados colectivos sociales o el establecimiento de premios y reconocimientos de carácter público en el ámbito de la RSE.

Iniciativas autonómicas y locales

Debemos mencionar también las iniciativas desarrolladas desde algunas Comunidades Autónomas, Diputaciones Forales y Ayuntamientos, que se han mostrado especialmente sensibles y proactivas con el fomento de la RSE y que en muchos casos se enmarcan en iniciativas o programas de carácter europeo.

Deben mencionarse en este sentido al Gobierno de Aragón con su “Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa”, la Diputación Foral de Vizcaya con la iniciativa “Xertatu”, la Comunidad de Madrid con su sello “Madrid Excelente” o el “Programa de Difusión de la Responsabilidad Social Empresarial” y la marca “Empresa Solidaria” de la Generalitat Valenciana, entre otros muchos ejemplos.

Políticas públicas en la actual Legislatura

El actual Gobierno español ha asumido claramente entre sus objetivos el fomento de la RSE en España⁶⁶.

Dicha política se enmarca explícitamente en la ya reseñada “Estrategia europea de Desarrollo Sostenible” y tiene como gran objetivo “elaborar una política de fomento de la RSE, partiendo del principio de que estas prácticas son voluntarias y complementarias a las normas legales”.

Las **líneas** sobre las que el Gobierno se propone basar el despliegue de dicho objetivo, son las siguientes:

⁶⁶ Seguiremos aquí, como referencia para la exposición de la política pública en materia de RSE, la presentación que al respecto realizó en Junio de 2006 Juan José Barrera, Director de Economía Social, Trabajadores Autónomos y Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Dicha presentación, que lleva por título “Las Políticas de impulso de la responsabilidad social de la empresa” puede encontrarse en http://empleo.mtas.es/empleoeconomia-soc/resp_social.htm

- Propiciar la transparencia en las prácticas empresariales.
- Estimular la RSE de todas las empresas, incluidas, por tanto, las Pyme.
- Intercambiar información y difundir buenas prácticas.
- Actuar con los consumidores para que éstos demanden prácticas de RSE.
- Incidir especialmente en los aspectos de relaciones laborales.
- Incorporar los principios de RSE en las administraciones públicas.

En cuanto a los instrumentos para su desarrollo, el Gobierno ha declarado reiteradamente su propósito de que “esta política nazca del diálogo con los interlocutores sociales y la sociedad civil” para lo cual cuenta con tres foros básicos:

- El **Foro de Expertos sobre RSE** creado por el Gobierno en el MTAS, que ha elaborado ya dos importantes documentos que seguidamente analizaremos.
- La **Mesa del Diálogo Social**, formada por el Gobierno y las organizaciones de empresarios y trabajadores.
- La **Subcomisión del Congreso de los Diputados** para potenciar y promover la responsabilidad social de las empresas, que finalizó sus trabajos recientemente, en concreto el pasado 21 de Junio y a la que más abajo nos referiremos.

En paralelo con este planteamiento de desarrollo de políticas públicas de RSE en España, el Gobierno ha adoptado ya, en la primera parte de la presente Legislatura, algunas iniciativas de carácter administrativo o legislativo, con las que pretende construir el marco integral de RSE en España.

Entre estas iniciativas deben citarse, por su incidencia en las empresas, las siguientes:

- El Plan Concilia para favorecer la conciliación de la vida laboral, personal y familiar de los empleados públicos de la Administración General del Estado, en la medida en que se pretende represente un referente también para las empresas.
- El Proyecto de Ley de Igualdad entre hombres y mujeres, actualmente en tramitación en el Congreso de los Diputados.
- El Anteproyecto de Ley de Contratos del Estado, en el que se introducen criterios de RSE en las condiciones de ejecución del contrato.
- Elaboración, desde la CNMV, de un nuevo Código de Buen Gobierno para empresas cotizadas, el ya citado Informe Conthe.

El Foro de Expertos de RSE del Ministerio de Trabajo

Aunque en su actual configuración data de 17 de Marzo de 2005, para rastrear el origen del actual Foro de Expertos del MTAS hay que remontarse a la proposición no de

ley presentada por el Grupo Popular en el Congreso de los Diputados en Diciembre de 2002 por la que se instaba al Gobierno a la creación de una Comisión Técnica de Expertos para la elaboración de un informe sobre la RSE.

El Foro de Expertos de RSE se encuentra constituido por distintos grupos empresariales, organizaciones del ámbito del medio ambiente, los derechos humanos y el consumo, expertos del mundo académico y la investigación y representantes de diferentes esferas de la Administración General del Estado.

Hasta la fecha son dos los documentos aprobados por el Foro de Expertos, correspondientes, respectivamente a las sesiones I, II y III y a la sesión IV⁶⁷.

El primero de los documentos, que lleva por título “Definición y ámbito de la RSE” y que fue dado a conocer por el Ministerio en Julio de 2005, recoge el que quiere ser marco referencial para el trabajo del Foro.

El documento, que adopta la terminología “Responsabilidad Social de la Empresa” por entender que comprende un sujeto más amplio que la denominación “Responsabilidad Social Corporativa”, establece como marco de las políticas y normas que se establezcan en España en materia de RSE el contexto de la Unión Europea en este ámbito. Asimismo insiste en la necesidad de integrar, como elemento complementario, la perspectiva global que proporcionan las directrices de Naciones Unidas, OIT y OCDE –fundamentalmente– a las que ya hemos tenido ocasión de referirnos.

Partiendo del expresado marco europeo, el Foro establece como objetivo de la RSE “la sostenibilidad basándose en un proceso estratégico e integrador en el que se vean identificados los diferentes agentes de la sociedad afectados por la actividad de la empresa”. Como definición de RSE se adopta la siguiente:

“La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, política y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias e impactos que se derivan de sus acciones”.

Respecto al ámbito de la RSE, se diferencia, siguiendo el criterio del LV, entre los ámbitos interno y externo, entendiéndose que “implica un nuevo modo de gestión empresarial que tiene en cuenta a las partes interesadas a través de políticas, procedimientos, sistemas e indicadores de medida”.

⁶⁷ Estos documentos pueden encontrarse en http://empleo.mtas.es/empleo/economia-soc/resp_social.htm

Es fundamental en este documento, por la decisiva influencia que puede tener en el diseño de las políticas públicas que vayan a desarrollarse en España, la enumeración que en su apartado 8 se realiza de las mismas, desde un enfoque de proactividad ante lo que se considera un modelo socialmente útil. Dicha enumeración es la siguiente:

- Políticas de promoción e incentivos.
- Regulación, universalización y verificación de los informes de las empresas a las partes interesadas.
- Fomento de la RSE a través de la educación y formación, la información y el apoyo técnico.
- Consolidación de la voz de las partes interesadas y mediación entre éstas y las empresas.
- Impulso de la RSE dentro del Estado y como guía para toda la normativa administrativa.

El informe de RSE como motor

De manera coherente con la mencionada opción por los informes de RSE como una de las apuestas fundamentales del Foro de Expertos del MTAS, hasta el punto de proponer su regulación, universalización y verificación, el segundo de los documentos de dicho Foro, correspondiente a la sesión IV, está dedicado específicamente a “El Informe de RSE como motor de la Responsabilidad Social”, tal y como reza su título.

La Administración se muestra partidaria “de la máxima información objetiva y verificable sobre políticas y prácticas de RSE y, por ello, quiere promover la estandarización de la información básica de las organizaciones en materia de RSE, que variará según las circunstancias concretas de su actividad”. Esta información servirá de base, además, para posibles políticas públicas de fomento y promoción de la RSE.

Se concibe el proceso de información en materia de RSE como una actitud sistemática para gestionar las políticas de RSE a partir de objetivos e indicadores explícitos y comparables y divulgar sus prácticas ante las diversas partes interesadas en distintos momentos del ejercicio económico. En este proceso o sistema de información el informe de RSE es, evidentemente, la parte más visible y sistematizada, al representar, como dice el documento, la “foto fija” de todo el proceso en un momento concreto.

El MTAS enuncia también las que serán líneas básicas de la promoción pública del Informe de RSE: apoyo técnico a las empresas; catálogo de herramientas de información; buenas prácticas de información; perfil de empresas e instituciones incluidas en la política de promoción; temas e indicadores susceptibles de ser incluidos; verificación y control y publicidad y transparencia del Informe.

Como Guías de referencia se citan las diferentes directrices internacionales, a las que hemos hecho constante referencia a lo largo de este trabajo, y la Guía GRI. Asimismo se indica que como marco de referencia se tendrá en cuenta, en última instancia, el Dictamen del Consejo Económico y Social Europeo sobre “Instrumentos de información y evaluación de la responsabilidad social de las empresas en una economía globalizada”, de 2005.

La Subcomisión del Congreso de los Diputados para el impulso de la RSE

Un informe trascendental

En paralelo con las iniciativas procedentes directamente del Gobierno y del Foro de Expertos del MTAS, el Parlamento español está jugando un importante papel en relación con el impulso del movimiento de la RSE en España.

En este sentido debemos remontarnos al año 2002, que, como antes afirmábamos, puede ser considerado el año clave en el despegue, a nivel de políticas públicas, de la RSE en nuestra nación.

En efecto, en ese año el Grupo Socialista del Congreso de los Diputados presentó una Proposición de Ley sobre responsabilidad social de las empresas⁶⁸ y sólo unos meses después el Grupo Popular proponía la creación de la Comisión de Expertos en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales a la que acabamos de referirnos.

Pero, sin duda, el momento más importante en estas iniciativas políticas es la solicitud, en Mayo de 2004, del Grupo de *Covergència i Unió* para la creación de una subcomisión en el Congreso de los Diputados para potenciar y promover la RSE.

Esta subcomisión se constituyó en el seno de la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales el 9 de Febrero de 2005 con el objeto de “estudiar las nuevas tendencias vinculadas a la asunción de los principios de la responsabilidad social por parte de las empresas con el fin de proponer un conjunto de medidas al Gobierno al objeto de potenciar y promover la responsabilidad social de las empresas”⁶⁹.

⁶⁸ Vid. texto íntegro en Boletín Oficial de las Cortes Generales. Congreso de los Diputados. VII Legislatura. Núm. 235-1, 10 de Mayo de 2002.

⁶⁹ El texto íntegro del Informe final de la de la Subcomisión, en el que se registran también los antecedentes de la misma, puede verse en el Boletín Oficial de las Cortes Generales. Congreso de los Diputados. VIII Legislatura, num. 424, 4 de Agosto de 2006. El debate del mismo Informe en el seno de la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales aparece en el Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados. Comisiones. VIII Legislatura, num. 624, año 2006.

Ante la Subcomisión comparecieron un total de 59 personas, entre expertos y representantes de la Administración, de los agentes económicos y sociales, de la sociedad civil y el tercer sector, de escuelas de negocios, medios de comunicación, consumidores, fondos éticos, etc. Estas personas, además de informar a los miembros de la Subcomisión, aportaron un gran volumen de documentación de todo tipo.

La Subcomisión, tras algo más de un año de trabajo, presentó su Informe final a la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales el 27 de Junio de 2006, contando para su aprobación con el consenso del PSOE, el PP, CiU y PNV. Coincidiendo con el cierre de estas líneas, el portavoz de la Subcomisión, Ramón Jáuregui, descartaba el debate del Informe en Pleno del Congreso, tal y como estaba inicialmente previsto, y confirmaba en cambio una próxima presentación y difusión de dicho Informe en forma de Libro Blanco⁷⁰.

Visión general de Informe

El Informe de la Subcomisión del Congreso representa, sin lugar a dudas, un hito de la mayor trascendencia en el avance de la RSE en España.

A ello contribuyen tres razones fundamentales:

- La unanimidad de su aprobación por los cuatro partidos políticos claves en el Gobierno de España.
- El carácter integral, sistemático y exhaustivo de su perspectiva de lo que la RSE representa y de sus principales líneas de desarrollo.
- La importancia de sus recomendaciones, en particular de aquellas que van dirigidas precisamente a las diferentes administraciones públicas y que no será difícil que se traduzcan en medidas políticas o legislativas concretas.

En cuanto a la estructura del Informe, éste consta de tres capítulos. El primero se refiere a los antecedentes de la Subcomisión, la descripción de los trabajos desarrollados, con el detalle de las personas que han comparecido ante la misma, y el índice de la extensísima documentación que fue aportada.

El segundo capítulo, que es con mucho el más extenso, recoge el resumen de las comparencias. Debe destacarse que se trata de un material riquísimo, de gran valor, ya que, a diferencia de lo que suele ser la práctica habitual en este tipo de informes parlamentarios, no se trata de un relato cronológico de las diferentes comparencias, sino que se lleva a cabo una sistematización perfectamente ordenada de los diferentes contenidos, especificando la procedencia, por grupos, de las distintas aportaciones.

⁷⁰ El Termómetro de la RSE, nº 46, 2ª quincena de octubre de 2006. Este boletín digital está editado por Forética.

El esquema que se sigue para ordenar los contenidos es el siguiente:

1. RSE: definición y principios.
2. RSE en la empresa y en la gestión, desplegando las diferentes dimensiones de la actividad de la empresa que inciden en la RSE, así como las distintas herramientas de gestión y verificación.
3. RSE: ámbitos y estilos de actuación, que comprende cuestiones de difícil encaje en el apartado anterior, como son la inversión socialmente responsable, las iniciativas internacionales, la economía social, el consumo responsable y los nuevos mercados.
4. Actores involucrados en la RSE, con referencia a empresas, sindicatos, centros académicos, consumidores, inversores, ONGs y medios de comunicación.
5. Políticas públicas y RSE, con especial foco en el tema de la contraposición voluntariedad-legislación, el rol de las políticas públicas y la asunción por la propia Administración Pública de la RSE.

El tercer y último capítulo, que es, desde luego, el esencial, contiene las Conclusiones de la Subcomisión, ordenadas a su vez en tres grandes apartados:

- A. Constataciones (en total, 30).
- B. Directrices Generales (un total de 5).
- C. Recomendaciones, dirigidas a empresas y asociaciones empresariales (19 recomendaciones), administraciones públicas (30), consumidores e inversores (2) y otros actores, en concreto ONGs y medios de comunicación (7).

Precede este tercer y fundamental capítulo del Informe una Introducción en la que se justifica el papel y el trabajo de la propia Subcomisión y se establecen unos principios orientadores, de gran importancia para orientar y entender el resto de las conclusiones.

Principios orientadores, Constataciones y Directrices Generales

De la introducción debe destacarse la justificación de la iniciativa política en este terreno por la oportunidad que la RSE supone para la mejora de la sociedad, en términos de equidad y cohesión social. Pero la política debe centrarse en garantizar unas reglas del juego claras y transparentes y en promover un clima para que las Pyme que voluntariamente lo deseen puedan incorporar la RSE en su modelo de gestión. Como se dice un poco más adelante en el mismo documento, “la finalidad última de las iniciativas públicas debe ser favorecer la existencia de un marco y de incorporen la RSE en su estrategia, no coartando el desarrollo voluntario de la misma”.

En cuanto a los principios y criterios interpretativos que se enumeran, se trata de tres cuestiones esenciales que marcan toda una filosofía de la RSE que viene a coincidir, básicamente, con lo que hemos expuesto en la Primera Parte de la presente obra:

- El punto de arranque de la RSE tiene que ser el reconocimiento de la función social de la empresa, “tanto en la creación y la distribución de la riqueza como en la integración social de los ciudadanos y ciudadanas”.
- El papel social de las empresas “no quiere decir que sobre las empresas deban recaer otras funciones que las que propiamente les corresponden”.
- Las Pyme necesitan “un modelo propio y diferenciado de aproximación a la RSE”, reconociendo que “la mayor parte de las experiencias en esta materia se han producido en las grandes empresas”.

El apartado de Constataciones del Capítulo de Conclusiones, asume la RSE como un proceso de escucha activa de los *stakeholders*, entendidos en sentido muy amplio, y como un modelo de gestión “que integra, en el proceso de toma de decisión de los temas estratégicos y los operativos, los impactos económicos, ambientales y sociales”.

Reconoce también la utilidad de la definición de RSE propuesta por el Foro de Expertos del MTAS, a la que ya hemos hecho mención, entendiéndola como complemento y desarrollo de la contenida en el LV de la Unión Europea.

Hay que destacar también la profundidad que el Informe otorga a la RSE, a la que considera “no una moda o fenómeno pasajero, sino un nuevo paradigma empresarial imprescindible para dar respuesta a las expectativas de la sociedad y para una competitividad sostenible de las empresas”.

En este mismo sentido, el diputado socialista Ramón Jáuregui, portavoz de la Subcomisión, afirmó, en el momento de presentar el Informe en la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales, que “la RSE no es un tema (...) más o menos coyuntural, no es una moda de gestión, no es un invento de un gurú (...). (...) Constituye un cambio estructural sobre el sentido ontológico de la empresa en la nueva sociedad, sobre sus nuevas condiciones de funcionamiento y sobre sus finalidades”.

Asimismo, resalta como elementos clave de la RSE la transparencia y la comunicación de las empresas hacia la sociedad, que constituyen “una potente palanca de cambio”, en la medida que permiten que la sociedad reconozca y, en su caso, recompense “a las empresas más responsables o castigar a las que percibe que no lo son”.

Otros aspectos mencionados en las Constataciones son los ámbitos de actuación empresarial relacionados con la RSE –el Informe asume claramente el enfoque más integral del modelo– la importancia de las herramientas de gestión, el problema de la diversidad de sistemas de reporte y verificación, la inversión socialmente responsable, el consumo

responsable, los “vínculos sustantivos” entre la economía social y la RSE, el papel de las ONGs como nuevos actores de la RSE, y la necesidad de extensión de la responsabilidad social a todo tipo de organizaciones y a la propia Administración Pública.

Por último, el apartado de Constataciones se refiere a algunas cuestiones concretas como la extensión de la RSE en la cadena de suministro de las grandes empresas, el impacto en América Latina, la deslocalización o las dificultades para la integración de las Pyme en el fenómeno.

Recomendaciones destinadas al mundo empresarial

Hay en estas Recomendaciones una opción clara por la línea de la autorregulación, que se propone además tenga carácter sectorial.

A partir de esta filosofía clave, se enumeran una serie de iniciativas concretas o líneas de trabajo que las empresas y las asociaciones empresariales pueden poner en marcha:

- Bancos de proyectos de cooperación al desarrollo.
- Elaboración y difusión de memorias de sostenibilidad (con especial mención del estándar de la ya citada Guía GRI).
- Intensificación del Buen Gobierno de acuerdo con las directrices del Código de la CNMV.
- La implantación de sistemas de gestión integral.
- La importancia de las relaciones laborales de calidad (incluso en situaciones de deslocalizaciones y reconversiones).
- Incorporación en los principios y políticas empresariales de los compromisos con los *stakeholders*.
- Fomento de la igualdad entre hombres y mujeres.
- Promoción de la I+D+I.
- Promoción de actividades de acción social.
- Programas de desarrollo de proveedores y políticas de compras que primen la RSE.
- Suscripción de iniciativas internacionales de RSE.
- Compromiso con América Latina, en el caso de las empresas que operan en esta área.

Recomendaciones destinadas a las administraciones públicas

Este es, con toda probabilidad, el apartado más trascendental de cuantos componen el Informe final de la Subcomisión del Congreso para el impulso de la RSE. Y es así porque dado el apoyo unánime de PSOE, PP, CiU y PNV al Informe final, no es muy remoto pen-

sar que esas recomendaciones, articuladas de una u otra forma, terminen por convertirse, antes o después, en medidas políticas concretas o en iniciativas legislativas.

Por consiguiente estas recomendaciones están marcando el horizonte de lo que puede ser un nuevo marco político y legal en España en relación con la RSE.

El Informe distingue, no obstante, entre dos tipos de recomendaciones: aquellas que se refieren al desempeño de un papel regulador por parte de las administraciones públicas y aquellas que más bien se refieren a un papel facilitador y promotor. Evidentemente el posible impacto de unas y otras recomendaciones es muy diferente.

Las Recomendaciones que proponen la asunción por las administraciones de un **papel regulador** de aspectos relacionados con la RSE, son las siguientes:

- Impulso de la Inversión Socialmente Responsable, mediante la aprobación de normativas dirigidas a entidades gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones y el tratamiento fiscalmente favorable para los inversores.
- Bonificaciones de la Seguridad Social como instrumento de integración de las personas con más dificultades o “menos representadas” en el mundo laboral, en línea con las ya aprobadas en 1998.
- Tratamiento fiscal favorable de las empresas que incorporen en su gestión criterios de RSE, informen sobre ellos en base a indicadores y acrediten su realización.
- Inclusión en los pliegos públicos de compras y contrataciones aspectos que primen la RSE.
- Regulación de las memorias de sostenibilidad para las empresas del IBEX 35, contemplando su verificación y la penalización por información engañosa.
- Establecimiento de criterios de RSE en la adjudicación de ayudas y créditos FAD, así como las operaciones de conversión de deuda por inversiones.
- Inclusión de la RSE como criterio valorativo en la concesión de ayudas públicas a las empresas españolas que tengan actividad en el exterior.

Más genéricas son las relativas al **papel facilitador e impulsor** de las administraciones públicas:


- Promoción de los contenidos de las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, en base al fortalecimiento del Punto Nacional de Contacto con la OCDE.
- Activación del compromiso español con los convenios internacionales sobre derechos humanos y medio ambiente.
- Establecimiento del modelo social europeo como referencia de RSE en materia de relaciones laborales.

- Creación de una estructura gubernamental de coordinación de las acciones de RSE y un Consejo para el diálogo con los diferentes grupos de interés.
- Impulso de la RSE en los ámbitos autonómicos y locales.
- Promoción de la RSE en la propia gestión de las administraciones públicas.
- Fomento del desarrollo de las herramientas de gestión de RSE, de premios y reconocimientos, difusión de buenas prácticas y respaldo de iniciativas de la sociedad civil.
- Promoción de los valores de la RSE en la educación a todos los niveles.
- Tener voz propia en el impulso de iniciativas internacionales de RSE, como es el caso de la revisión del reglamento EMAS o la nueva ISO de RSE.
- Promoción de la adopción de principios RSE por parte de las instituciones gubernamentales españolas relacionadas con los países del Sur.
- Fortalecimiento del movimiento asociativo de consumidores.
- Apoyo a las ONGs vinculadas a la RSE.
- Liderar iniciativas para promover iniciativas público-privadas para el desarrollo vinculadas a la agenda de la RSE y los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas.

Recomendaciones para otros actores

El último grupo de Recomendaciones del Capítulo de Conclusiones del Informe está dirigido a otros actores de la RSE. Básicamente, son las siguientes:

- A los fondos de inversión y recursos financieros se les propone que, especialmente cuando están relacionados con actores sociales, inviertan en empresas que respeten los valores y principios que impulsan estas organizaciones.
- A las asociaciones de consumidores, que promuevan el consumo responsable, con iniciativas como las eco-etiquetas, los sellos de comercio justo o el reconocimiento de las certificaciones.
- A las empresas de Economía Social, Fundaciones y Cajas de Ahorro, que integren sus políticas sociales en una estrategia global de RSE.
- A los centros de investigación, escuelas de negocio y universidades, que sigan abriendo y consoliden líneas de investigación de la RSE y que desarrollen la formación en aspectos RSE.
- A los medios de comunicación, una mayor implicación en el tema.
- A todas las organizaciones (tercer sector, partidos, sindicatos...), que incorporen criterios de gestión responsable, introduciendo, entre otros, mecanismos de rendición de cuentas y gestión transparente.



Cuarta parte
Alcance, contenido e
implicaciones de la RSE

Qué hacen las empresas socialmente responsables

Después de presentar en los capítulos precedentes el significado del movimiento de la RSE en sus orígenes y en el contexto actual, así como los contornos del fenómeno, tanto a nivel internacional como español, corresponde en esta Cuarta Parte intentar sistematizar el contenido real de la RSE y el conjunto de sus implicaciones concretas para la empresa, en la dimensión estratégica pero también en la de los procesos operativos. En definitiva, se trata, más allá de cualquier lugar común o de retórica genérica, de identificar *qué hacen en concreto* las empresas socialmente responsables.

No resulta, sin embargo, sencilla esta tarea. La amplitud, heterogeneidad y complejidad del fenómeno de la RSE, tal y como venimos tratando de exponer desde el principio del presente estudio, dificultan enormemente la apuntada labor. El contenido del LV de la Unión Europea o el conjunto de recomendaciones de la Subcomisión del Congreso de los Diputados, a los que ya nos hemos referido, dan idea de la prolijidad que encierran el enfoque y el modelo de gestión de la RSE, inevitable por otro lado si se tiene en cuenta que trata de abarcar todas las dimensiones de la actividad empresarial y que ésta es, por si misma, enormemente variada en función de los sectores, el tamaño, la localización, etc. de la empresa.

Con la idea de tratar de poner orden y sencillez, vamos a desarrollar el esquema que se presenta en el gráfico y que básicamente considera que la RSE tiene un núcleo estratégico, que se encuentra en la cúspide de la empresa, y al que en nuestro gráfico hemos denominado **cultura de empresa**, que, en una perspectiva de RSE, se despliega en cuatro dimensiones fundamentales: el **equipo humano**, las **operaciones en el mercado**, la **acción social y comunitaria** y el **impacto en el medio ambiente**.

Cada una de estas cuatro dimensiones, se desarrolla, tal y como se presenta en el gráfico, en una serie de políticas o prácticas concretas. Además, para cada una de las dimensiones pueden asociarse, de una parte, una serie de instrumentos o sistemas específicos de gestión que pueden facilitar su desarrollo práctico y, de otra, un conjunto de indicadores que permiten medir, controlar y mejorar los resultados de dichas políticas o prácticas específicas.

Completa nuestra aproximación un elemento transversal que viene a integrar y a hacer visible hacia el interior y el exterior de la empresa el conjunto de políticas de RSE: la **comunicación**, en el sentido ya explicado anteriormente de “accountability” o “rendición de cuentas”.

Seguidamente exponemos el desarrollo de este esquema, que completaremos en la Quinta Parte de este trabajo con la exposición de los instrumentos y sistemas de gestión más significativos, así como a los indicadores de medida más extendidos.

VISIÓN GENERAL DEL DESPLIEGUE DE LA RSE

CULTURA DE EMPRESA (ESTRATEGIA)			
<ul style="list-style-type: none"> • Contribución estratégica, desde el negocio al desarrollo sostenible (Visión y Misión). • Criterios éticos (Principios y Valores) 		<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de liderazgo (management). • Identificación y compromisos con grupos de interés. • Buen gobierno 	
Equipo humano	Operaciones en el mercado	Acción social y comunitaria	Medio ambiente
<ul style="list-style-type: none"> • Salud laboral. • Condiciones de trabajo y derechos humanos. • Diálogo social. • Reclutamiento y selección. • Formación y desarrollo. • Compensación y beneficios sociales. • Políticas desvinculación. <ul style="list-style-type: none"> – Consolidación. – Igualdad/diversidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad producto / servicio. • Política de precios. • Trato del cliente y políticas de marketing. • Relación competencia. • Proveedores • I+D. 	<ul style="list-style-type: none"> • Integración laboral excluidos. • Inversiones proyectos sociales. • Apoyo a creación de empleo. • Donaciones o precios especiales. • Adaptación productos / servicios. • Cesión infraestructura. • Proveedores sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de recursos. • Residuos y emisiones. • Ciclo de vida del producto. • Sistema de gestión medioambiental.
COMUNICACIÓN			

Fuente: elaboración propia.

Cultura de empresa

El elemento más estratégico y determinante de la RSE para una empresa consiste en la adopción por la misma de un enfoque global de su negocio –en definitiva, de su Visión, Misión y Valores– que integre lo que la RSE esencialmente significa. Esta opción básica y fundamental por la RSE en la “carga genética” misma de la empresa, se sitúa en lo que llamaremos aquí *cultura de empresa*.

En este nivel puramente estratégico, que condiciona después el despliegue de todas las políticas y procesos operativos, se encuentran implicadas diferentes cuestiones de mucha trascendencia:

- La opción de la empresa respecto a cuál quiere que sea su **contribución, a través del negocio, el sector y la ubicación que le son propios, al desarrollo sostenible**, en términos económicos, sociales y medioambientales.
- El mayor o menor compromiso con los **criterios éticos** en la realización de todas las actividades de la empresa en sus diferentes áreas: laboral, compras, contabilidad y finanzas, comercial y ventas, marketing, operaciones...
- La identificación y los compromisos con los **grupos de interés** cuya atención se considera prioritaria para la empresa.
- El compromiso de la propiedad, la dirección y los mandos de la empresa con un **estilo de liderazgo**, o, si se prefiere, con un enfoque del *management*, que considere como elemento central y prioritario de la organización el valor de las personas. Esta consideración, que, al cabo, hunde sus raíces en el respeto de la dignidad de la persona humana, tiene, si es consecuente, implicaciones muy concretas:

- Coherencia y ejemplaridad de los directivos y mandos.
- Comunicación ascendente y descendente que, además, buscará los canales que aseguren mayor proximidad y personalización.
- Involucración, autonomía y participación de los empleados en su área natural de trabajo.
- Trabajo en equipo, como fórmula que aprovecha y desarrolla las dimensiones más sociales del ser humano y que permite conseguir no ya sólo una mayor eficiencia, sino también un enriquecimiento y una mayor satisfacción por parte de los miembros de los equipos.
- Atención al desarrollo personal y profesional de todos los componentes de la organización.
- Si procede en función de la configuración jurídico-mercantil de la empresa, adopción por el órgano de administración de la empresa de prácticas de **buen gobierno**, tales como:
 - La adecuada separación entre las responsabilidades de la propiedad y la gestión.
 - La transparencia y objetividad en la toma de decisiones.
 - La protección de los propietarios minoritarios.
 - La erradicación de conflictos de intereses en la toma de decisiones.
 - La garantía de la independencia y objetividad de los auditores externos.
 - En el caso de las empresas familiares, la redacción y adopción de un *protocolo familiar*.

Es muy importante destacar que estas cuestiones que hemos englobado en la *cultura de empresa* no necesariamente tienen que ser explícitas y formales para que, en propiedad, podamos hablar de una empresa socialmente responsable. Es más: asistimos hoy a curiosas y lacerantes paradojas en este terreno.

De un lado existen bastantes y significativas empresas –normalmente de tamaño grande– que han adoptado y publicitado una amplia retórica en los aspectos mencionados y que, sin embargo, si analizamos con un mínimo rigor sus prácticas operativas reales, nunca podrían ser consideradas como socialmente responsables. La RSE en ellas se reduce a una pura operación de marketing, mucho más próxima a la *estética* o a la *cosmética* que a la *ética*.

Por el contrario, existen multitud de empresas –generalmente pequeñas– que nunca han verbalizado o hecho explícito un planteamiento de RSE –muchas incluso nunca han oído hablar de este término o desconocen lo que significa– y que, sin embargo, observan de manera intuitiva unas prácticas admirablemente coherentes con lo que dicho enfo-

que de la gestión verdaderamente significa. El trabajo de investigación realizado por EOI Escuela de Negocios al que se refiere la Sexta Parte de la presente obra así lo acredita, pero es también una constatación empírica a la que fácilmente puede llegarse en cuanto se toma contacto con el mundo real de las Pyme.

Salvada la anterior paradoja, existen instrumentos formales que, acompañados de prácticas reales y sinceras, pueden ayudar a explicitar las cuestiones que hemos enumerado más arriba. Esta formalización, como decíamos, en absoluto es indispensable pero ofrece algunas ventajas que conviene considerar:

- En primer lugar ayudan a hacer visible y a recordar a todos, empezando por la propiedad de la empresa, los enfoques y compromisos asumidos, contribuyendo a consolidar una cultura organizativa alineada con la RSE y sus implicaciones en todos los niveles, tanto estratégicos como operativos.
- Hacen más fácil la comunicación hacia el exterior de la empresa, permitiendo de este modo que ésta sea identificada en el mercado como socialmente responsable, con todos los beneficios que en el actual entorno competitivo este rasgo puede proporcionar a una compañía.
- Ayudan a ordenar, sistematizar y articular todas las políticas y procesos que tienen un impacto más directo en la RSE, proporcionando perspectiva estratégica, es decir un enfoque global e integral, coherente y sinérgico, claramente vinculado a la propuesta de valor de la empresa y enfocado al largo plazo y la mejora continua de los procesos.

En cuanto a cuáles son esos instrumentos formales, pueden mencionarse los siguientes:

- Declaraciones de Visión y Misión.
- Declaraciones de Valores o Principios de la Empresa.
- Códigos de Conducta.
- Códigos de Buen Gobierno y Protocolos Familiares, según proceda.
- Certificaciones o sellos integrales de RSE.
- Incorporación, en el caso de las sociedades cotizadas, a índices bursátiles de sostenibilidad y a fondos de inversión ética.
- Adhesión de la empresa a estándares o directrices internacionales o nacionales, como es el caso del *Pacto Mundial de Naciones Unidas* o la *Alianza Europea para la RSE*, ya mencionados anteriormente.
- Implantación de modelos de calidad integral con enfoque específico de RSE, como es el caso del "Sistema EFQM para la Responsabilidad Social Corporativa"⁷¹.

⁷¹ Cfr.: www.efqm.org/default.aspx?tabid=59

Equipo humano

Desde una consideración de la RSE a partir de su raíz ética, como la que en este trabajo venimos proponiendo, el tratamiento del equipo humano de la empresa constituye la dimensión más obvia, inmediata y cotidiana de la RSE.

La empresa necesita personas para existir y alcanzar sus fines y su primera responsabilidad *social* es con los más próximos: los propios empleados, que por su propia dignidad personal, por su valor singular, absoluto e irrepetible, constituyen fines en sí mismos y que nunca pueden ser considerados sólo como medios.

Así lo entienden espontáneamente una gran parte de las Pyme, que han conseguido crear ambientes de trabajo cercanos y muy personalizados, de carácter flexible, en los que además suelen existir fuertes compromisos recíprocos derivados del conocimiento, la estrecha convivencia y los afectos humanos.

Afortunadamente, el general consenso actual en cuanto a que nos encontramos en una *era del conocimiento* en la que el principal factor de competitividad empresarial es el talento humano, ha hecho descubrir también en muchas empresas grandes y a veces excesivamente anónimas, la importancia del trato al equipo humano, aunque sólo sea por razones estrictamente utilitarias. Por eso, las empresas de gestión avanzada tratan de atraer, retener y fidelizar a sus colaboradores a través precisamente de cuidadas políticas de recursos humanos en las que la motivación, el compromiso recíproco y el desarrollo ocupan lugares centrales.

Este contexto está facilitando, en muchos casos, el desarrollo de políticas y prácticas acordes con las principales exigencias de la RSE en lo que al equipo humano –o, visto desde otra perspectiva, a la consideración del trabajo en la empresa– se refiere.

Debe hacerse notar que en cualquier área de la empresa es fundamental la coherencia y convergencia de todas las políticas parciales. Esta apreciación es particularmente críti-

ca en el ámbito del equipo humano ya que al final la clave, en la perspectiva de la RSE, está en la creación de un “hábitat” verdaderamente a la medida de las necesidades de las personas en la empresa, para lo cual es necesaria una verdadera “ecología humana” por la suma y convergencia de todas las decisiones y políticas de recursos humanos. Lo contrario, aunque pueda haber políticas espectaculares en cuestiones puntuales, tan sólo puede generar “organizaciones tóxicas”, que, además de ser destructivas para las personas que en ellas tienen que trabajar, privan a la empresa de las mejores energías que el ser humano es capaz de desplegar en pro de objetivos o proyectos que verdaderamente merezcan su talento y su pasión.

Políticas convencionales de recursos humanos y RSE: salud laboral, condiciones de trabajo, desarrollo, selección...

Las mencionadas exigencias, que evidentemente se encuentran fuertemente condicionadas por el estilo de liderazgo al que nos referíamos al hablar de la cultura de empresa, son, en los que afecta a las que podemos denominar políticas convencionales u ordinarias de recursos humanos, básicamente las siguientes:

- **Salud laboral:** es la cuestión más evidente, en cuanto que se trata de salvaguardar la vida y la salud de los trabajadores en el desempeño de su actividad profesional, adoptando todas aquellas medidas preventivas que, en función de las características del puesto de trabajo y su entorno, pueden reducir al máximo los riesgos laborales. Las importantes reformas legales llevadas a cabo últimamente en España han incidido mucho en este ámbito, aunque aun quede mucho camino por andar para el real cumplimiento de las obligaciones legales, que requiere en algunos casos un cambio de cultura empresarial y un mayor compromiso de los propios trabajadores con su propia seguridad y la de sus compañeros.
- **Condiciones generales de trabajo y respeto de los derechos laborales:** constituye, generalmente, el *suelo mínimo* de respeto a lo que en justicia es debido a cada empleado de una empresa. La legislación laboral en los países desarrollados ya reconoce con carácter universal estos derechos y estas condiciones con los correspondientes mecanismos de tutela, tanto de orden administrativo (actuación de la inspección de trabajo y sanciones administrativas, básicamente) como en el orden jurisdiccional, además de las competencias reconocidas a la representación de los trabajadores. Se trata de aspectos tales como las jornadas y horarios laborales, las vacaciones, el cumplimiento de las obligaciones con la seguridad social, los derechos de sindicación y negociación colectiva, el derecho de huelga, el respeto a las previsiones legales en cuanto a la utilización de las diferentes modalidades con-

tractuales, las garantías en el caso de utilización de medidas disciplinarias por el empresario, etc...

- **Diálogo social:** tema de gran presencia tanto en las iniciativas europeas sobre la RSE como en las iniciativas institucionales en nuestra nación, implica el establecimiento de cauces de comunicación e interlocución con los representantes de los trabajadores, en aquellas empresas en las que existan o a nivel sectorial, en orden a conseguir una mejor comunicación con los trabajadores y a conseguir una solución concertada de los problemas laborales.
- **Reclutamiento y selección:** implica la utilización de criterios de justicia en la selección de candidatos, evitando discriminaciones no justificadas. Se trata, además, de asegurar la utilización de sistemas y métodos de selección que en todo caso sean respetuosos con la dignidad de los candidatos.
- **Formación y Desarrollo:** el ámbito del trabajo profesional en la empresa es una importante fuente para el despliegue de las potencialidades y el crecimiento en las diferentes dimensiones de las personas. Propiciar y facilitar este desarrollo mediante el entrenamiento en el puesto de trabajo, planes de formación, oportunidades de carrera y promoción, sistemas de evaluación de desempeño y, sobre todo, mediante la creación en la empresa de una auténtica *cultura de aprendizaje y mejora continua*, es, pues, una de las exigencias más claras de la RSE en lo que al equipo humano se refiere.
- **Compensación y Beneficios sociales:** también esta área de las políticas ordinarias de recursos humanos de cualquier empresa, refleja la mayor o menor asunción de criterios de RSE. Se trata, por supuesto, de cumplir con los salarios mínimos legal o convencionalmente establecidos, pero también de aplicar criterios de justicia, estableciendo, por ejemplo, mecanismos de correspondencia entre los resultados de la empresa y los niveles salariales de los empleados según su contribución a dichos resultados o bien mecanismos de participación en la propiedad de la empresa, si esto es posible. También es necesario aplicar este sentido de justicia, a la hora de diseñar y aplicar los sistemas retributivos, en los criterios de equidad interna y externa, en las reglas de revisión y progreso retributivo, etc.

Particular significación en esta área están alcanzando los llamados beneficios sociales, entendidos como prestaciones no monetarias que, proporcionados en condiciones normalmente favorables desde el punto de vista de coste, de facilidad de acceso o de tratamiento fiscal, permiten a los trabajadores satisfacer sus necesidades personales y las de sus familias. Los cada vez más extendidos seguros médicos y de vida, ayudas para guardería, etc pueden ser algunos ejemplos.

- **Políticas de desvinculación:** se trata de un capítulo especialmente delicado que el LV engloba, como en su momento señalábamos, bajo la denominación, algo eufe-

mística, de “gestión del cambio”. Comprende las diferentes medidas que la empresa adopta cuando tiene que proceder a una reducción de plantilla, a una reconversión o a una deslocalización o, en el peor de los casos, a un cierre. Se trata, evidentemente, de una cuestión en la que pueden plantearse importantes dilemas y conflictos éticos, ya que si bien se supone que se trata de acciones con efectos principales buenos –asegurar la supervivencia y competitividad de la empresa– pero de las que van a derivarse efectos secundarios malos –pérdida de empleos con todo lo que ello implica–. De ahí la importancia, para una verdadera responsabilidad social, de que los empresarios que se vean obligados a adoptar estas medidas tengan en cuenta los criterios para ese tipo de situaciones:

- Exploración de alternativas que sean mejores y factibles.
- Confirmación de la licitud de los medios empleados.
- Análisis de la proporción entre la causa de la necesidad de la acción y los efectos negativos que de ella pueden derivarse.
- Adopción de todas las medidas posibles para minimizar los efectos negativos de la acción.

No debe olvidarse tampoco que junto a las medidas de tipo colectivo la empresa también adopta en ocasiones decisiones de despido de un empleado y que también en esas situaciones hay exigencias éticas, de fondo y de forma, que deben ser observadas.

Junto a las implicaciones de RSE en estas políticas básicas de recursos humanos, están alcanzando mucha resonancia en los últimos años dos políticas que es común asociar directamente al tema de la RSE. Nos referimos a las **políticas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar** y a las **políticas de igualdad y diversidad**. En ambos casos debemos destacar que se trata más bien de enfoques y programas de carácter transversal que afectan, en diferente medida, a todas o casi todas las políticas más convencionales u ordinarias que acabamos de enunciar.

A estas dos cuestiones dedicaremos seguidamente nuestra atención, no sin antes dejar constancia de que a veces en este mismo capítulo de políticas más novedosas y específicas de RSE en torno al equipo humano, se incluyen también los **programas de ética o de derechos humanos para empleados** o los programas para prevenir el llamado **mobbing o acoso moral** en la empresa.

Políticas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar

Afortunadamente, se trata de un tema de moda que de un tiempo a esta parte está consiguiendo un importante, aunque no suficiente, auge en España.

Detrás de esta tendencia subyacen importantes factores sociales (ruptura y desestructuración familiar, desatención de la educación de los hijos, estrés e insatisfacción –particularmente en muchas mujeres que se ven obligadas a una “doble jornada” –, demanda de mayores tiempos de ocio, etc.) que han ayudado a tomar conciencia a todos de la trascendencia personal y comunitaria de esta cuestión y de la importancia de la concurrencia de la empresa con su cultura y sus políticas concretas.

En cuanto a las políticas concretas de conciliación, pueden estructurarse en cuatro grandes bloques:

- **Cultura organizativa:** es el bloque más decisivo ya que condiciona y hace posible cualquier medida específica y permite a la vez una atención más adaptada a las necesidades reales de cada empleado. Comprende aspectos tan obvios en las Pyme como el clima de confianza, la comunicación, la cercanía de los mandos a los colaboradores y las “políticas de puertas abiertas”, pero también la realización periódica de encuestas de clima, el trabajo enfocado a objetivos y no a la mera presencia en el puesto de trabajo, la verdadera excepcionalidad de la extensión de la jornada laboral, la no penalización profesional de la maternidad, etc...
- **Flexibilidad tiempo / espacio:** en este terreno la jornada laboral flexible es, posiblemente, la medida más eficaz y apreciada para conseguir el equilibrio, pero junto a ella existen otras prácticas como la prohibición de reuniones en horas extremas, el teletrabajo, el puesto compartido...
- **Medidas específicas:** tales son la ampliación de las bajas de maternidad o de paternidad, las reducciones de jornada, las excedencias y permisos especiales para el cuidado de hijos o mayores...
- **Servicios:** es el caso de las guarderías de empresa, la información de servicios con descuentos acordados, los servicios de apoyo profesional, la formación en escuela de padres o gestión del tiempo, médico de empresa...
- **Beneficios extrasalariales:** ya antes nos referíamos a los beneficios sociales algunos de los cuales tienen precisamente como propósito favorecer la conciliación. Pueden citarse las prestaciones por hijos o ancianos a cargo, ayudas especiales por hijos discapacitados, planes de pensiones, seguros de vida o accidente, bonificaciones por parto o matrimonio, fondo social de la empresa...

Políticas de igualdad y diversidad

El alcance y contenido de estas políticas, también ampliamente promovidas desde las administraciones públicas en los últimos tiempos, son de más difícil precisión en nuestro entorno social y cultural cuando pretenden ir más allá de algunas cuestiones básicas.

En efecto, son implicaciones evidentes e indispensables de estas políticas transversales:

- **La igualdad de trato y de oportunidades** en la empresa para hombres y mujeres. Hay que incluir aquí todas las medidas para asegurar que la mujer no sufre discriminación, por el hecho de serlo, en ninguno de los momentos propios del ciclo de recursos humanos: ni en la selección, ni en la contratación, ni en la retribución, ni en su desarrollo profesional. Asimismo, las medidas especiales de protección de la maternidad como expresión de la propia condición femenina.
- **El respeto y la valoración de la individualidad de los empleados**, que, por su diversidad, lejos de ser un problema es, si se sabe aprovechar, una fuente de ventajas, en términos de talento humano, para la empresa.
- **Las medidas para facilitar la integración en la empresa de colectivos culturalmente diferenciados**, como es el caso en este momento, si bien todavía en niveles de cualificación profesional medios o bajos, de los procedentes del fenómeno de inmigración masiva que está experimentando España.

Más allá de estas tres líneas básicas, las políticas de igualdad y diversidad en la empresa española pueden adolecer de dos riesgos evidentes:

- En el caso de empresas de matriz multinacional extranjera, que sean una mera transposición de soluciones a problemas derivados de realidades sociales multiculturales o multiétnicas –el caso más claro es el de los Estados Unidos– que todavía se parecen poco a la realidad social España, aunque la tendencia de nuestro país sea, evidentemente, hacia una mayor multiculturalidad por efecto del actual proceso inmigratorio y del progresivo debilitamiento de nuestra propia identidad cultural como nación. Esta distancia sociológica hace que la aplicación de estas prácticas puede resultar todavía en muchos casos artificiosa y forzada.
- En el supuesto de algunas de las medidas promovidas u obligadas desde la administración, que respondan más a determinadas concepciones ideológicas, como son las que se reflejan en la llamada *perspectiva de género*, que a lo que las personas realmente les es debido y necesitan. La polémica en torno a las llamadas “cuotas de mujeres”, avivada por el Proyecto de Ley de Igualdad, bien puede situarse también en este terreno.

Aproximación a las herramientas de gestión

Respecto a los sistemas o instrumentos formales que pueden ayudar a soportar el conjunto de políticas y prácticas apuntadas para la RSE con el equipo humano, señalamos a continuación el repertorio de las principales:

- Certificaciones de la implantación de sistemas de gestión de prevención de riesgos laborales, como es el caso del estándar **OSHAS 18001** (Occupational Health and Safety

Assesment Series)⁷², integrable con los más extendidos de las ISOs 9001 (Calidad) y 14001 (Medio Ambiente)⁷³.

- Certificación del cumplimiento de derechos laborales básicos en el lugar de trabajo, particularmente a través de la SA8000, a la que en seguida nos referiremos.
- Etiquetas sociales, que acreditan el cumplimiento de estándares internacionales en lo que se refiere, por ejemplo, a la no utilización de mano de obra infantil en la fabricación de los productos.
- Certificación de la conciliación de la vida laboral, personal y familiar, como puede hacerse con el sello de **empresa familiarmente responsable (EFR)**, promovido por la Fundación Más Familia⁷⁴.
- Certificación del cumplimiento de políticas de igualdad, caso del **Programa Optima** del MTAS⁷⁵.
- Acreditación de premios, como es el caso del premio a la empresa flexible, o participación en rankings, como es el caso del **Great Place to Work**⁷⁶.

⁷² Cfr.: www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com

⁷³ Cfr.: www.iso.org. Las siglas ISO corresponden a la Organización Internacional de Estandarización a la que pertenecen 43 países.

⁷⁴ Cfr.: www.masfamilia.org/efr.htm

⁷⁵ Cfr.: www.tt.mtas.es/optima/contenido/index.html

⁷⁶ Cfr.: www.greatplacetowork.es

Operaciones en el mercado

Bajo este epígrafe general, que bien pudiéramos sustituir por el de *cadena de valor*, integramos todas aquellas cuestiones relacionadas directamente con las operaciones de la empresa respecto a las cuales puede realizarse un juicio ético. Es decir, consideramos aquí todas aquellas actividades comprendidas en el terreno de los medios que debe utilizar la empresa para conseguir sus fines y que no son éticamente neutros.

Recuérdese que en nuestra aproximación al significado de la RSE, desarrollada en la Primera Parte, considerábamos que la primera responsabilidad social de la empresa es llevar a cabo de manera excelente su actividad empresarial, pues de esta manera se asegura de la manera más eficiente –máximo de resultados con el mínimo de consumo de recursos– la propia continuidad de la empresa y, consiguientemente, la generación de riqueza y empleo. Decíamos también que el *cómo* se lleva a cabo dicha excelencia no es indiferente, ya que la actividad empresarial y económica, como cualquier otra acción humana, está sujeta a criterios de carácter ético.

Enlaza por tanto la dimensión que ahora nos proponemos abordar con dos temas muy próximos a la RSE: la cuestión de la **calidad** o, si se prefiere, de la *excelencia empresarial*, y la cuestión de la **ética de los negocios**, en sus diferentes aplicaciones.

Y es que una empresa que responda a estándares exigentes de calidad en sus operaciones y además lo haga de manera ética, es, casi con toda probabilidad, una empresa excelente en lo que a RSE se refiere.

En concreto, esta dimensión abarca las siguientes cuestiones:

- **Calidad de producto/servicio**, pues de este modo se satisfacen en las mejores condiciones las necesidades humanas a los que están destinados.

- **Política de precios**, que debe responder a criterios de justicia.
- **Trato del cliente y políticas de marketing**, que no deben olvidar que también los clientes y consumidores son personas y como tales son sujetos de una dignidad y unos derechos que, más allá de lo que digan las leyes, debe ser respetada siempre. Afecta esta dimensión a temas tan importantes como la veracidad o el respeto a la dignidad humana de las campañas publicitarias y a todo lo que se refiere al trato al cliente, tanto en el momento de la venta como con posterioridad a ésta y en todas los procesos asociados a la misma (información, asistencia, facturación, garantía, servicio posventa, etc).
- **Relación y trato de la competencia**, que está también sujeto a reglas de honestidad y respeto, evitando toda práctica que implique deslealtad o abuso de posiciones dominantes.
- **Trato e integración de los proveedores**, cuestión en ocasiones difícil por la fuerte competencia en costes y precios que soportan hoy algunos sectores, pero que determina también la realidad y la coherencia de los enfoques de RSE, especialmente en las grandes empresas con cadenas de suministro complejo, pero que afecta, en mayor o en menor medida, a prácticamente todas las empresas. Son implicaciones de la RSE en este ámbito, el reconocimiento del derecho a una justa ganancia por parte del proveedor, la extensión e integración de éstos en las políticas de calidad, de protección medioambiental y de prevención de riesgos laborales, prestándoles ayuda para su adecuado desarrollo, la interdicción de prácticas abusivas por parte de empresas con gran poder de compra, etc.
- **Políticas e inversiones de I+D**, en aquellos sectores en que esta actividad es especialmente relevante y tiene una proyección social más clara.

En cuanto a los sistemas formales que pueden soportar estas políticas, enunciamos a continuación los más importantes:

- Certificaciones de calidad, de las que la referencia más universal y extendida es la ISO 9001.
- Modelos de excelencia y, de manera muy particular en el ámbito europeo, el de la EFQM (European Foundation Quality Management)⁷⁶, con su completo sistema de autoevaluación y premios.
- Premios y rankings empresariales de calidad y excelencia.
- Etiquetas.

⁷⁶ Cfr.: www.efqm.org

Programas de acción social y comunitaria

En los últimos tiempos esta dimensión ha sido presentada muchas veces como equivalente a la RSE, como si todo este enfoque se redujera a participación o la contribución de la empresa a la solución de necesidades sociales, en principio externas a su negocio. Se trataría, por tanto, de una actividad adicional a la que es intrínseca a la empresa por su propia actividad.

Desde un planteamiento en virtud del cual la empresa no puede prosperar y tener éxito al margen del desarrollo de la sociedad en la que está inserta –y, en último término de la humanidad entera en un mundo globalizado– la contribución de la empresa a las necesidades sociales proporcionaría aquella una nueva legitimación para operar que, en otro caso, no podría alcanzar en el nuevo contexto de valores sociales.

Ya hemos expuesto anteriormente en qué medida esta aproximación es, a nuestro juicio, correcta o no, pero en todo caso es hoy una de las expresiones con mayor visibilidad y reconocimiento de la RSE en el caso de las grandes empresas.

Las vías a través de las cuales pueda canalizarse, esta línea son, básicamente, las siguientes:

- **Integración laboral de colectivos desfavorecidos o de difícil acceso al empleo**, que en España viene exigida por la legislación laboral en unos porcentajes mínimos para los discapacitados, aunque es frecuente que sea incumplida⁷⁷. Diversas medidas de carácter legal, orientadas básicamente a las bonificaciones en las cotizaciones sociales y las subvenciones, están tratando de favorecer la extensión de estas políticas para parados de larga duración, personas que desean acceder al primer empleo, mujeres de edad madura, etc.
- **Inversión en proyectos de acción social**, normalmente con la intermediación de ONGs, que han encontrado un nuevo modelo de relación con las empresas a través

⁷⁷ Para empresas con más de 50 trabajadores es obligatorio un 2% de trabajadores con discapacidad aunque caben excepciones y medidas alternativas.

de las oportunidades de financiación que este modelo está favoreciendo. No está exenta de polémica toda la problemática del marketing social, ampliamente promocionado ante los consumidores por las empresas que lo practican, pero no hay duda que constituye hoy una tendencia de primer orden, fundamentalmente en las grandes empresas que está generando considerables volúmenes de recursos destinados a paliar necesidades sociales.

- **Voluntariado de los empleados**, en los que la empresa aporta tiempo de trabajo, recursos materiales o financiación para los proyectos en los que los empleados participan. Convergen aquí dos líneas de interés distintas pero que resultan sinérgicas: la fidelización y motivación de los colaboradores y la contribución a causas de interés social.
- **Programas de acción social con clientes**, sobre los cuales podría aquí reiterarse lo apuntado más arriba sobre el marketing social.
- **Mecenazgo cultural y deportivo**, que admite escalas muy diferentes que van desde los macropatrocinos de las grandes compañías, a la modesta pero valiosísima contribución de las pequeñas empresas a la celebración de las fiestas patronales, los equipos deportivos o los actos culturales en tantas pequeñas localidades.
- **Creación o apoyo al empleo en la comunidad local**, una forma de acción social que evidencia el compromiso de muchos meritorios empresarios con el desarrollo de las comunidades de las que forman parte y que puede adoptar formas tan diversas como la realización de inversiones, el apoyo al desarrollo de infraestructuras, la realización de acciones de formación para la mejora de la cualificación profesional y la empleabilidad de los vecinos, la contribución a iniciativas de desarrollo económico o industrial de la localidad o de la comarca, etc.
- **Donaciones o ventas con precio especial de productos o servicios**, una línea que pone de manifiesto que no necesariamente los programas específicos y formales de acción social de las empresas tienen un coste. En este capítulo entrarían también las donaciones de activos usados para emprendedores o para organizaciones del tercer sector.
- **Adaptación de productos o servicios** para colectivos o grupos sociales que requieran unas especificaciones o un trato diferenciado.
- **Cesión de infraestructuras** para la realización de actividades de interés social o comunitario, como son los cursos de formación, la realización de proyectos sociales, las visitas de estudiantes o grupos de la tercera edad y similares.
- **Utilización de proveedores sociales**, es decir la compra de productos o la contratación de servicios a empresas, en orden a conseguir su sostenibilidad económica y que puedan, por ejemplo, seguir empleando colectivos desfavorecidos.

Los sistemas de gestión de estas iniciativas normalmente se contraen a premios y rankings.

Impacto medioambiental

Constituye también una de las dimensiones que con alguna frecuencia ha sido identificada con la RSE en su conjunto. La idea de *desarrollo sostenible* tuvo en su origen, como ya sabemos, una carga fundamentalmente medioambiental, lo que claramente favoreció que se produjera la identificación a la que acabamos de aludir.

Abarca esta dimensión todas aquellas políticas y actividades llevadas a cabo por la empresa para reducir su impacto sobre el medio ambiente, fundamentalmente en tres líneas:

- **Consumo de recursos**, ya sea en forma de materias primas o de elementos necesarios para el proceso productivo, tales como agua, gas o electricidad.
- **Residuos, vertidos y emisiones** derivados de la actividad productiva.
- **Ciclo de vida del producto**, que implica el seguimiento y control del proceso que sigue un producto desde su fabricación hasta el final de su vida útil y los diferentes efectos que sobre el medioambiente o la salud puede producir.
- **Sistemas de gestión y auditorías medioambientales**, que aseguren la prevención, control y corrección sistemáticas de los riesgos ambientales de la empresa.

En el terreno de las herramientas hay que señalar que existen ya una gran número de prescripciones legales de carácter medioambiental para la realización de determinadas actividades empresariales (estudios y licencias de impacto medioambiental, control y tratamiento de residuos y emisiones...). Asimismo es común identificar esta dimensión de la RSE con los sistemas de gestión medioambiental implantados con arreglo a estándares internacionales, de los cuales los más extendidos en nuestro ámbito son la ya citada ISO 14001 y el EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), sistema co-

munitario de gestión y auditoría medioambientales lanzado en 1995 y revisado en 2001⁷⁸.

Deben mencionarse asimismo las etiquetas verdes, los premios y rankings y, para las empresas cotizadas, los índices bursátiles y fondos de inversión vinculados al cumplimiento de criterios medioambientales.

⁷⁸ Cfr.: www.ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

Comunicación


Como una dimensión transversal de la RSE que recorre e integra las diferentes políticas relacionadas con este enfoque de la gestión en la empresa, la comunicación se constituye en uno de los elementos básicos del modelo.

Es más: en algunos casos la comunicación casi precede a las políticas y las prácticas socialmente responsables y es la necesidad de conseguir ciertos impactos mediáticos –y su correspondiente proyección sobre el mercado y, en particular, los analistas financieros– lo que lleva a la dirección de determinadas grandes empresas a desarrollar iniciativas concretas de RSE.

Pero fuera de esas patologías de la RSE la comunicación constituye cada vez más un elemento deseable y necesario en el ámbito de la RSE, tanto hacia el interior como hacia el exterior de las empresas.

De hecho buena parte de los impulsos prácticos de la RSE han tenido que ver con este aspecto, al tratar de establecer estándares de informes mediante los cuales las empresas ofrecen de manera estructurada datos a los diferentes stakeholders sobre sus actuaciones en materia de RSE.

En el parte siguiente abordaremos nuevamente este tema al referirnos a los indicados estándares y, de forma muy particular, al que por el momento parece estar sirviendo de principal referencia: la Guía GRI.



Quinta parte
Herramientas de gestión
e indicadores

Panorama general de los instrumentos relacionados con la RSE

La necesidad de concretar el *cómo* para el diseño de las estrategias, políticas y acciones de RSE y de soportar de manera sistemática todos los procesos asociados, ha dado lugar, coincidiendo con la difusión y el auge de este enfoque de la gestión empresarial, a una proliferación de iniciativas, de muy distintos orígenes, alcances y posibilidades de aplicación, para el desarrollo de herramientas de gestión. Deben incluirse aquí desde las simples declaraciones de principios a los más o menos complejos y prolijos sistemas y estándares auditables por terceros.

Junto a estos instrumentos, concebidos desde una visión de lo que globalmente la RSE representa, hay que mencionar además otras herramientas y sistemas concebidos predominantemente para una de las tres dimensiones del desarrollo sostenible o para aspectos específicos de la gestión empresarial que hoy bien pueden cobijarse bajo el “paraguas estratégico” de la RSE. Además, algunas de estas herramientas más específicas han servido de referencia y de modelo para los instrumentos de carácter más general. El caso de las normas ISO, tanto la 9.001 –calidad– como la 14.001 –medioambiente– son paradigmáticos en este sentido.

En definitiva, aquellas empresas que quieran hoy adentrarse en el mundo de la RSE disponen hoy de una bien dotada “caja de herramientas” de la que pueden escoger aquellos instrumentos que mejor pueden adaptarse a su realidad y a sus objetivos y necesidades.

En este sentido y adicionalmente a la gran información que sobre este tema contiene el LV, en 2003 la Unión Europea recapituló, analizó y divulgó las herramientas relacionadas con la RSE entonces disponibles –y que prácticamente hasta hoy no han sufrido modificaciones significativas– en el documento de la DG de Empleo y Asuntos Sociales “Map-

*ping instruments for Corporate Social Responsibility*⁷⁹, elaborado de manera exhaustiva y muy sistemática por la consultora *Accountability*.

Con posterioridad y también en el ámbito europeo, el Comité Económico y Social Europeo aprobó en 2005 un *“Dictamen sobre el tema Instrumentos de información y evaluación de la responsabilidad social de las empresas en una economía globalizada”*⁸⁰, que recoge importantes orientaciones sobre la aplicación de las herramientas para la gestión de la RSE.

A ambos documentos nos remitimos para una visión completa y de conjunto de las herramientas relacionadas con la RSE, limitándonos a continuación a presentar algunas que nos parecen especialmente significativas para el propósito del presente trabajo.

Proyecto ISO 26000

Como es sabido, la normalización, en cuanto sistema de gestión, se basa en la traducción de los principios en estándares y variables medibles que puedan resultar verificables tras la correspondiente auditoría. Cuando una agencia independiente garantiza que la empresa cumple con la norma, se produce la certificación.

En la actualidad existen muy diferentes iniciativas relacionadas con la RSE en el ámbito de la normalización, tanto, como antes decíamos, desde una perspectiva completa e integral como desde aspectos parciales de ésta. Ante este panorama, se ha postulado la confluencia de estos estándares para la unificación de los criterios y los indicadores de certificación y verificación.

En un contexto de convergencia de normas como el apuntado, se enmarca la iniciativa de la ISO al constituir un Grupo de Trabajo para el desarrollo de una Guía de recomendaciones ISO 26000 sobre RSE. Dicha Guía, anunciada para 2008, deberá ser acorde y complementaria de las normas laborales internacionales, en virtud del acuerdo firmado entre la ISO y la Organización Internacional de Trabajo (OIT). La especificación será, por otro lado, tipo *“Guía”* y por lo tanto no será una norma de gestión ni de verificación u homologación, por lo que no será certificable.

⁷⁹ DG Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea (2003), *“Mapping instruments for Corporate Social Responsibility”*, European Communities, Bélgica. Para una visión desde España pueden consultarse Morrós, J. (2003), *“La Responsabilidad Social de la Empresa y las principales normas de contabilidad y auditoría social: una concreción del cómo”*, Papeles de Ética, Economía y Dirección nº 8, EBEN, Madrid; Urriaga, A. y Granda, G. (2003), *“Sistemas para la implantación de la gestión ética y socialmente responsable. Situación actual”*, Papeles de Ética, Economía y Dirección nº 8, EBEN, Madrid; y Vidal, I. (2003), *“Reflexiones sobre el estado actual de la responsabilidad social de la empresa en España”*, Papeles de Ética, Economía y Dirección nº 8, EBEN, Madrid.

⁸⁰ 2005/C286/04, Diario Oficial de la Unión Europea, Bruselas, 17.11.2005.

Accountability 1000 (AA-1000)

Otra importante iniciativa en el orden de la normalización es *Accountability 1000* (AA-1000), promovida en 1999 por el *Institute of Social and Ethical Accountability* (ISEA), una organización internacional con sede en el Reino Unido.

La AA-1000 no es una norma certificable sino que trata de ser un instrumento para que las propias organizaciones, cualquiera que sea su tamaño, puedan comprender y mejorar su comportamiento ético y para que, a su vez, los grupos de interés puedan juzgar los compromisos éticos de aquellas. No es, por tanto, una norma de evaluación de resultados sino un estándar de seguimiento del proceso en el que, ante todo, se subraya la involucración de los *stakeholders* en un diálogo bidireccional con la organización sobre una gran amplitud y diversidad de temas.

La norma, que está diseñada para su auditoría tanto interna como externa, se divide en cinco fases:

1. Planificación, identificando los objetivos y los valores sociales y éticos.
2. Responsabilidad, entendida como recogida de la información, identificación de indicadores y objetivos y desarrollo de planes de mejora.
3. Auditoría y elaboración de informes para su comentario por los *stakeholders*.
4. Integración, creando sistemas para el fortalecimiento del proceso.
5. Implicación permanente de los *stakeholders*⁸¹.

SA8000

Dentro de las normas parciales de RSE y además de las más extendidas y ya citadas ISOs 9001 y 14001 o del EMAS y las OSHAS, ha tenido especial difusión y acogida la mencionada *Social Accountability 8000* (SA8000).

Esta norma fue promovida, con una amplia participación de agentes de todo tipo, por el *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), hoy *Social Accountability International* (SAI), con sede en Nueva York, y se define como un estándar voluntario certificable que facilita la implantación de un sistema de gestión para la mejora de las condiciones laborales en la empresa.

El estándar SA8000 nació en 1996 como reacción a las críticas recibidas por varias empresas multinacionales por las malas condiciones de trabajo de sus empleados directos o subcontratados en fábricas radicadas en países no desarrollados, aunque también se

⁸¹ Cfr.: www.accountability.org.uk

utiliza por las empresas en los emplazamientos de sus matrices, a pesar de tratarse de un estándar superado por las legislaciones occidentales.

El contenido de la norma está basado en las convenciones de la OIT y otras convenciones de derechos humanos y su sistema de verificación sigue el modelo de las ISOs 9000. Incluye nueve puntos de obligado cumplimiento:

1. Prohibición de trabajo infantil.
2. Prohibición de trabajos forzados.
3. Salud y seguridad en el centro de trabajo.
4. Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva.
5. Prohibición de la discriminación.
6. Prohibición de medidas disciplinarias abusivas.
7. Prohibición de trabajo abusivo.
8. Remuneración justa.
9. Sistema de gestión⁸².

⁸² Cfr.: www.sai-intl.org

El marco GRI para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad

Especial mención merece, por su considerable impacto en la evolución y en la homogenización de la RSE, el *Global Reporting Initiative* (GRI), convertido desde hace cuatro años en el marco de referencia más universalmente aceptado a la hora de reportar en sostenibilidad.

GRI se autodefine como una institución independiente cuya misión es desarrollar y disseminar pautas para la creación de informes de sostenibilidad aplicables globalmente. Se trata de una iniciativa privada promovida en Estados Unidos en 1997 por la *Coalition of Environmentally Responsible Economies* (CERES) conjuntamente con el *Telles Institute* y actualmente tiene su sede en Ámsterdam. Pronto recibió el apoyo del *Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente* (UNEP).

En Junio de 2000 GRI publicó la versión definitiva de su primera guía, que fue seguida dos años más tarde por la "G2", alcanzando una amplia difusión. GRI acaba de presentar en Ámsterdam, después de un intenso trabajo de consultas con expertos, empresas y grupos de interés, una nueva versión de la Guía, bautizada como "G3" y a la que en seguida haremos referencia⁸³.

Señalemos también que GRI se ha unido recientemente en alianza estratégica con el Pacto Mundial de Naciones Unidas "para presentar al sector privado una propuesta integradora destinada a animar a las empresas a que adopten definitivamente políticas de RSE en sus estrategias de negocio"⁸⁴. El primer resultado concreto de esta alianza ha sido la guía "Establecer la conexión: la aplicación de los nuevos indicadores del G3 para la elaboración de Informes de Progreso del Pacto Mundial".

⁸³ Global Reporting Initiative (2006), "*Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*", Ámsterdam.

⁸⁴ El Termómetro de la RSE, nº 46, 2ª Quincena de Octubre de 2006.

GRI parte de un enfoque con arreglo al cual la transparencia del impacto económico, social y medioambiental de las organizaciones es un factor fundamental para la consecución del objetivo general de la sostenibilidad por su influencia en la interacción de los diferentes grupos de interés, la adopción de decisiones de inversión y el funcionamiento de los mercados.

Por eso, pretende con su guías establecer un marco común voluntario a nivel mundial, con un lenguaje uniforme y parámetros comunes, para la comunicación, de forma clara y transparente, de las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, con independencia de cuál sea el tamaño, el sector o la ubicación de cada organización.

Estas características de las guías GRI están permitiendo realizar análisis comparativos de las prácticas empresariales con respecto a cualquier norma o estándar –o de las propias organizaciones entre sí– y valorar, en definitiva, cómo cada organización está influyendo en el desarrollo sostenible.

Con todo y a pesar de los considerables avances de flexibilización que la versión “G3” de 2006 implica con respecto a la “G2” de 2002, se siguen apuntando como principales debilidades de las GRI una cierta complejidad conceptual, el sesgo excesivo hacia la problemática ambiental, la focalización hacia los aspectos formales y de detalle y las dificultades para su adaptación a la realidad y los recursos de las Pyme y a un buen número de sectores de actividad. Se han destacado también las limitaciones que afectan a la verificación de la información⁸⁵.

En la actualidad cerca de 1.000 empresas de todo el mundo siguen los criterios GRI para elaborar sus memorias y puede considerarse, como ya hemos señalado, una de las propuestas de normalización de la RSE más influyente y con más amplia implantación.

Aspectos fundamentales de la nueva Guía GRI “G3”

Tal y como señalábamos más arriba, la nueva Guía GRI “G3” está llamada a constituir una importantísima referencia para el desarrollo de la RSE en los próximos años, no sólo a nivel de información, sino, como la propia Guía indica, como parte de procesos más amplios para fijar la estrategia de la RSE de las organizaciones, implantar planes de acción y evaluar resultados.

⁸⁵ Cfr. “La nueva guía del GRI, a debate”, *www.responsables.biz*, Madrid, 17 de Octubre y Morrós, J., op.cit., pág. 20.

La Guía se estructura del siguiente modo:

- **Parte 1 – Principios y Orientaciones para la elaboración de memorias.**

Comprende:

- a) Los criterios para la **definición del contenido** de la memoria que se concretan en la materialidad (entendida como relevancia en función de su influencia en los grupos de interés y de su importancia en términos de impacto social, ambiental y económico), participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad.
- b) Los principios para **definir la calidad de elaboración de las memorias**, que se cifran en equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad.
- c) **Orientaciones para la cobertura** de la memoria, es decir para la definición de qué entidades (filiales y negocios conjuntos) se incluirán en el documento.

- **Parte 2 – Contenidos básicos.**

La memoria incluye dos tipos distintos de información:

- a) **Estrategia y perfil**, que comprende estrategia y análisis, perfil de la organización, parámetros de la memoria, gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés y enfoque de gestión.
- b) **Indicadores de desempeño**, que se organizan en las dimensiones económica, medioambiental y social. Esta última categoría agrupa aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos. Cada una de las categorías consta de un **“Enfoque de la dirección”** y de un conjunto de **indicadores de desempeño** principales (indicadores generalmente aplicables) y adicionales (representan prácticas o aspectos emergentes que pueden ser relevantes para algunas organizaciones). Existen también una serie de **“Protocolos de indicadores”** que proporcionan apoyo para asegurar la consistencia de los indicadores.

- **Observaciones generales con respecto a la información.**

Se refieren a la recopilación de datos, el formato y frecuencia de la memoria y a su verificación, que GRI recomienda sea realizada por grupos o individuos competentes externos a la organización.

Complementan la Guía los llamados **“Suplementos sectoriales”** que aportan apoyo para la aplicación de la Guía en cada sector, incluyendo indicadores específicos adicionales a los generales, y los **“Protocolos técnicos”** que proporcionan indicaciones específicas sobre aspectos determinados de la elaboración de memorias.

Señalemos finalmente que la Guía establece un sistema de **“niveles de aplicación del GRI”**, con arreglo al cual los redactores de la memoria deben indicar en qué medida o nivel (C, B o A) han aplicado las Guía del GRI.

Indicadores principales

De acuerdo con la GRI "G3" y en versión simplificada, son los siguientes:

Categoría	Aspecto	Indicadores principales
DIMENSIÓN ECONÓMICA	Desempeño económico	<p>Valor económico directo generado y distribuido.</p> <p>Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.</p> <p>Cobertura de las obligaciones debidas a programas de beneficios sociales.</p> <p>Ayudas financieras recibidas de gobiernos.</p>
	Presencia en el mercado	<p>Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.</p> <p>Procedimientos para la contratación local y porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local.</p>
	Impactos económicos indirectos	<p>Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados para el beneficio público.</p>
DIMENSIÓN AMBIENTAL	Materiales	<p>Materiales utilizados.</p> <p>Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados.</p>
	Energía	<p>Consumo directo de energía por fuentes primarias.</p> <p>Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.</p>
	Agua	<p>Captación de agua por fuentes.</p>
	Biodiversidad	<p>Descripción de terrenos adyacentes o ubicados en espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad.</p> <p>Impactos en la biodiversidad.</p>
	Emisiones, vertidos y residuos	<p>Emisiones totales de gases de efecto invernadero.</p> <p>Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.</p> <p>Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono</p> <p>NO, SO y otras emisiones significativas al aire.</p> <p>Vertidos totales de aguas residuales.</p> <p>Peso total de residuos gestionados.</p> <p>Número y volumen total de los derrames accidentales significativos.</p>
	Productos y servicios	<p>Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción del impacto.</p> <p>Porcentajes de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil.</p>
	Cumplimiento normativo	<p>Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de normativa ambiental.</p>

Categoría	Aspecto	Indicadores principales	
DIMENSIÓN SOCIAL	Prácticas laborales y ética del trabajo	Empleo	Desglose de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. Número total de empleados y rotación media por grupo de edad, sexo y región.
		Relaciones empresa/trabajadores	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo. Periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos.
		Salud y seguridad en el trabajo	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y de víctimas mortales. Programas de formación, prevención y control de riesgos laborales.
		Formación y Educación	Promedio de horas de formación al año por empleado.
		Diversidad e igualdad de oportunidades	Composición de órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.
	Derechos Humanos	Prácticas de inversión y abastecimiento	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos
		No discriminación	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.
		Libertad de asociación y convenios colectivos	Actividades de la compañía en las que el derecho de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr riesgos y medidas adoptadas.
		Explotación infantil	Actividades que conllevan riesgo de explotación infantil y medidas adoptadas.
		Trabajos forzados	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajos forzados y medidas adoptadas.
Sociedad	Comunidad	Programas para evaluar y gestionar impactos de las operaciones en las comunidades	
	Corrupción	Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. Porcentaje de empleados formados en políticas y procedimientos anti-corrupción. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	

Categoría	Aspecto	Indicadores principales	
DIMENSIÓN SOCIAL	Sociedad	Política pública	Posición en las políticas públicas y participación en su desarrollo y de actividades de "lobbying".
		Cumplimiento normativo	Valor y número de sanciones y multas por incumplimiento de leyes y regulaciones.
	Responsabilidad sobre productos	Salud y seguridad del cliente	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios y en las que se evalúan sus impactos en la salud y seguridad de los clientes y porcentaje de categorías de productos y servicios sujetos a evaluación.
		Etiquetado de productos y servicios	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos y la normativa y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos. Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a información y etiquetado de productos y servicios.
		Comunicaciones de marketing	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing.
	Cumplimiento normativo	Coste de las multas significativas por incumplimiento de la normativa de suministro y uso de productos y servicios de la organización.	

La Guía "En Cinco Pasos"

Con la idea de facilitar la elaboración de memorias de sostenibilidad a las empresas que se inician en este camino y de manera muy especial las Pyme, GRI lanzó en 2004 "High5!", que un año después se presentó en España con el título de "En cinco pasos. Guía para comunicar políticas de responsabilidad social corporativa en las Pyme"⁸⁶.

Tras justificar los beneficios de la elaboración de las memorias de sostenibilidad, esta "guía para principiantes" presenta una especie de hoja de ruta basada en cinco sencillos pasos o etapas en los que se trata de extraer el máximo rendimiento para la empresa. Los cinco pasos son los siguientes:

- Paso 1º: Prepárese. Comienzo.- Incluye la designación de un coordinador, el conocimiento del punto de partida de las acciones y comunicaciones de RSE (que muchas veces están más avanzadas de lo que se cree, aunque desordenadas); obtención de apoyos de la dirección o propietarios para garantizar recursos; debate del "planteamiento general" para obtener ideas y sugerencias; y establecimiento de un plan y un calendario de trabajo.

⁸⁶ Global Reporting Initiative (2004), "En cinco pasos. Guía para comunicar políticas de responsabilidad corporativa en las Pyme", GRI, s/l.

- Paso 2º: Planifique. Qué incluir en la memoria.- Revisión sobre las actividades principales del negocio, sus objetivos y su misión; delimitar los grupos de interés de la empresa y sus expectativas; establecimiento del ámbito y los límites de la memoria.
- Paso 3º: Evalúe. Mida el desempeño.- Se trata en este paso de identificar los indicadores de desempeño; de recoger información y datos; aprendizaje de los indicadores; y establecimiento de objetivos de desempeño.
- Paso 4º: Elabore la memoria. Cuento las noticias.- Primero debe comprobarse la calidad de los datos obtenidos para después elegir los métodos de comunicación apropiados; tras ello hay que redactar la memoria de sostenibilidad; y, finalmente, debe difundirse tras una revisión interna previa.
- Paso 5º: Mejore. Siga avanzando.- En este paso se proporcionan algunas sugerencias para mejorar la elaboración de memorias a lo largo del tiempo. Para ello hay que recoger comentarios y es positivo también obtener reconocimientos externos y proporcionárselos internamente a quienes han participado en el esfuerzo.

Completan esta guía, que puede resultar, por su sencillez, enormemente práctica para las pequeñas empresas que deseen formalizar y comunicar sus enfoques y sus prácticas de RSE, cinco casos de empresas que realizan memorias de sostenibilidad de acuerdo con el GRI y un cuadro con los indicadores que comprende la Guía GRI "G2" del 2002, a la que ya hemos hecho alusión más arriba y que va a ser sustituida por la "G3" de 2006.

Guías españolas

En los últimos años han surgido en España diferentes iniciativas para facilitar a las empresas –y con carácter muy especial a las Pyme– la implantación de la RSE en su estrategia y sus operaciones. Las más significativas de estas herramientas aparecen debidamente reseñadas al final de la presente obra y nos limitaremos aquí a presentar, a título de ejemplo, lo más relevante de tres de ellas: la Guía CECOT, la herramienta de FEVECTA-FEVES y la Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible.

Guía CECOT

Elaborada en el año 2005 por la patronal catalana CECOT, su título es “Guía de la Responsabilitat Social Empresarial a les Pimes”⁸⁷.

Esta interesante herramienta es el resultado de las conclusiones surgidas de cinco mesas de diálogo en torno al papel que deben tener las Pyme en materia de RSE en diferentes ámbitos. Aborda cinco áreas: la responsabilidad en el entorno laboral dentro de la empresa, en el entorno medioambiental, en la relación con otras empresas y accionistas o entidades financieras así como la responsabilidad hacia los clientes o proveedores y, finalmente, hacia la comunidad en general.

Además de las notas introductorias sobre las ventajas de actuar responsablemente en cada campo citado, se incluye un autodiagnóstico que permite ver en qué situación de RSE se encuentra la empresa, constituyendo de este modo un instrumento de toma de decisiones.

El autodiagnóstico revisa las siguientes cuestiones: gestión de contratación, formación, tiempo de trabajo, retribuciones, ruptura y recolocación de las personas, salud y seguridad; cumplimiento de la legislación ambiental, eficiencia en el uso de materias primas,

⁸⁷ Elaborada junto con Círculo de Jóvenes Empresarios, ESADE y Cercle Món. Cfr.: www.cecot.es

impacto medioambiental de productos/servicios, sistema de gestión ambiental, relación con proveedores, gestión de residuos y transporte.

Asimismo se abordan el autodiagnóstico la rendición de cuentas a accionistas, a entidades financieras, la relación con los profesionales que asesoran a la empresa y con las Administraciones Públicas y cuestiones tan diversas como la sucesión en empresas familiares, las buenas prácticas de proveedores, las buenas relaciones/confianza cliente-proveedor, la calidad de los productos abordados por el proveedor y la información suministrada. Finalmente, revisa la colaboración en actividades sociales, deportivas o culturales, el trabajo social voluntario, y el desarrollo de la acción comunitaria y la participación y comunicación con la comunidad.

Herramienta de FEVECTA-FEVES

Esta herramienta fue desarrollada por FEVECTA y FEVES⁸⁸, dentro del proyecto ADVISE, con el nombre “Guía Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial”⁸⁹.

Se trata de una herramienta informática para facilitar a cooperativas y Pyme la realización de su balance social. Comprende un “tutorial” sobre responsabilidad social y cómo hacer el balance social dentro de la pequeña empresa. También incorpora otras dos herramientas informáticas, una de autodiagnóstico y otra de ayuda para el desarrollo del balance social.

Los creadores de este instrumento afirman que el balance social es una de las piezas fundamentales con las que cuenta una empresa para evaluar su rendimiento, ya que los resultados de estas organizaciones no se pueden valorar exclusivamente en virtud de datos de carácter económico, sino que han de tenerse en cuenta también otros aspectos de carácter cualitativo, como sus prácticas laborales, de respeto a la igualdad de oportunidades, en todos sus aspectos, o su impacto sobre el medioambiente.

Xertatu: adi

Xertatu⁹⁰ es, como ya hemos tenido ocasión de apuntar más arriba, una iniciativa de la Diputación Foral de Vizcaya y constituye, probablemente, una de las realidades más interesantes en relación con la promoción efectiva de la RSE en nuestra nación. Su foco, además, está puesto en las pequeñas y medianas empresas.

⁸⁸ FEVECTA: Federación de Cooperativas Valencianas. FEVES: Federación de Empresas Valencianas de Economía Social.

⁸⁹ Cfr.: http://217.13.81.19/fevecta_balancesocial/ o en www.equal-advise.com, servicios - precariedad - balance social.

⁹⁰ Cfr.: www.xertatu.net. A través de esta página puede accederse a toda la documentación y a las herramientas de “Xertatu: adi”.

Definida como “un marco de trabajo y colaboración que aúna diferentes organizaciones e instituciones implicadas en la promoción de la RSE en Vizcaya, liderada por el Departamento de Innovación y Promoción Económica de la Diputación Foral de Vizcaya”, la dirección de este proyecto está confiado al denominado “Xertatu Taldea”, en el que participan un importante número de entidades políticas, académicas, empresariales, sindicales y del tercer sector.

En el marco de Xertatu se ha desarrollado “Xertatu:adi”, una completa metodología para ayudar a la empresa a gestionar de manera estratégica y sistemática su responsabilidad social en base a un conjunto de herramientas. Su enfoque está basado en los sistemas de mejora continua y permite su integración en otros sistemas generales de planificación y gestión empresarial.

Como se explica en el documento “Metodología de mejora continua en la responsabilidad social empresarial”, “Xertatu:adi” se despliega en un itinerario compuesto por diferentes fases, cada una de las cuales se apoya en herramientas concretas y se puede complementar con orientaciones específicas para el conjunto del proceso o parte de él, facilitadas por entidades asociadas a Xertatu.

Todas las herramientas de “Xertatu: adi” merecerían atención en este trabajo, pero nos limitaremos a reproducir aquí el cuadro de indicadores de gestión de la RSE, desde el entendimiento que, frente al modelo ya reseñado de GRI “G3”, representa un cuadro de control mejor adaptado a la realidad y a las posibilidades de la mayor parte de las Pyme.

INDICADORES DE RSE DE XERTATU:ADI

DIMENSIÓN INTERNA				
BUEN GOBIERNO				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
1	Informe de Auditoría anual	Salvedades de la auditoría contable (euros) / facturación anual (euros)		%
2	Reparto de Beneficios entre la Propiedad	Importe de dividendos y otras retribuciones (euros) / beneficio anual (euros)		%
3	Consejeros(as) independientes	Nº de consejeros(as) no vinculados al propietario mayoritario / nº total de consejeros(as)		%
4	Accionariado de los trabajadores(as)	Nº de acciones en manos de trabajadores(as) no emparentados con accionistas mayoritarios / nº total de acciones		%

INDICADORES DE RSE DE XERTATU:ADI (CONTINUACIÓN)

DIMENSIÓN INTERNA				
TRABAJADORES				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
5	Antigüedad media de la Plantilla	Suma del total de años de antigüedad / plantilla total		años por trabajador
6	Creación neta de empleo	(Plantilla total año en curso / plantilla año anterior) ⁻¹		%
7	Incremento salarial histórico	((Masa salarial año n/ plantilla año n) / (masa salarial año n-1 / plantilla año n-1)) ⁻¹		%
8	Nivel salarial	(Masa salarial año n / plantilla total año n) / salario medio del convenio		%
9	Calidad de los contratos	Nº de contratos indefinidos y a jornada completa / nº total de contratos		%
10	Externalización en la contratación	Nº de contratos con ETTs / nº total de contratos		%
11	Nivel salarial respecto beneficio anual	Masa salarial / beneficio anual		%
12	Diferencias salariales	Importe salario anual máximo (euros) / importe salario anual mínimo (euros)		%
13	Horas de formación por trabajador/a	Horas destinadas a formación (interna, externa) / total de horas trabajadas		%
14	Gasto en formación por trabajador/a	Importe total de los gastos anuales de formación / facturación anual		%
15	Distribución de género en la plantilla	Nº de mujeres con contrato / nº total de contratos		%
16	Contratos indefinidos por género	Nº de mujeres con contratos indefinidos de jornada completa / nº total de contratos		%
17	Salarios medios hombres-mujeres	Salario medio de las trabajadoras / salario medio de los trabajadores		%
18	Distribución de género en la Dirección	Nº de mujeres en La Dirección / nº total de miembros en la Dirección		%
19	Contratación de trabajadores/as acogidos a contratos de inserción laboral	Nº de trabajadores(as) acogidos a contratos de inserción laboral / total de trabajadores(as)		%

INDICADORES DE RSE DE XERTATU:ADI (CONTINUACIÓN)

DIMENSIÓN INTERNA				
TRABAJADORES				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
20	Colaboración con empresas de inserción	Volumen total de compras a empresas de inserción o centros especiales de empleo / volumen de compras anual		%
21	Contratación de discapacitados(as)	Nº de trabajadores(as) con discapacidad en la Plantilla / total de trabajadores(as)		%
22	Adaptación de las instalaciones	Inversión anual en la adaptación de las instalaciones para personal con discapacidad (euros) / facturación anual		%
23	Participación de trabajadores(as) en el beneficio anual	Beneficios repartidos entre los trabajadores(as) (euros) / beneficio anual		%
24	Participación de trabajadores(as) en el Poder	Nº de trabajadores(as) con poderes económicos y representativos / plantilla total		%
25	Trabajadores(as) que son accionistas	Nº de trabajadores(as) que son accionistas / plantilla total		%
26	Acciones en manos de los trabajadores(as)	Nº de acciones en manos de los trabajadores(as) / nº total de acciones		%
27	Acceso a medidas de conciliación familiar	Nº de trabajadores(as) que acceden a medidas de conciliación / plantilla total		%
28	Estabilidad de la Plantilla	Nº de bajas (despidos, bajas voluntarias, bajas por fin de obra) / plantilla total		%
29	Contingencias laborales	Nº de expedientes abiertos en la inspección de trabajo		expedientes
30	Absentismo laboral	Horas no trabajadas por baja laboral / total horas trabajadas		%
31	Demandas de los trabajadores(as)	Nº de demandas de los trabajadores(as) a la empresa		demandas
SALUD Y SEGURIDAD				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
32	Accidentes laborales	Horas no trabajadas por accidentes laborales / total horas trabajadas		%
33	Formación específica en Prevención de riesgos laborales	Trabajadores(as) con formación específica en prevención de riesgos laborales / plantilla total		%

INDICADORES DE RSE DE XERTATU:ADI (CONTINUACIÓN)

DIMENSIÓN INTERNA				
ADAPTACIÓN AL CAMBIO				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
34	Exportaciones	Volumen de exportaciones (euros) / facturación anual (euros)		años por trabajador
35	Importaciones	Volumen de importaciones (euros) / volumen de compras anual (euros)		%
36	Gasto anual en I+D+i	Gasto anual en I+D+i (euros) / facturación anual (euros)		%
37	Competitividad	Volumen de ventas en productos mejorados el último año (euros) / facturación anual		%
38	Patentes y modelos de utilidad	Nº de patentes o modelos de utilidad en los tres últimos años		patentes
GESTIÓN AMBIENTAL Y RECURSOS NATURALES				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
39	Consumo de agua	Gasto relacionado con el consumo de agua (euros) / facturación anual		%
40	Residuos Peligrosos (RTPs)	Kilos (tonas) de residuos peligrosos / facturación anual		Kgs (o tona) por euro
41	Inversiones en producción limpia	Inversiones en producción limpia según listado del GV (euros) / facturación anual		%
42	Reciclaje de RSU (Papel)	Cantidad de papel separado para su reciclaje (tns. o kgs.) / total plantilla		Kgs (o tona) por trabajador
43	Consumo de electricidad	Gasto relacionado con el consumo de electricidad (euros) / facturación anual		%
44	Consumo de combustibles no renovables	Gasto relacionado con el consumo de combustibles no renovables / facturación anual		%
45	Reciclaje de RSU (Vidrio)	Cantidad de vidrio separado para su reciclaje (tns. o kgs) / plantilla total		Kgs (o tona) por trabajador
DIMENSIÓN EXTERNA				
COMUNIDADES LOCALES				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
46	Relaciones con proveedores locales	Compras a proveedores de la CAPV (euros) / facturación anual (euros)		%
47	Relaciones con Clientes locales	Ventas a clientes de la CAPV (euros) / facturación anual (euros)		%

INDICADORES DE RSE DE XERTATU:ADI (CONTINUACIÓN)

DIMENSIÓN EXTERNA				
COMUNIDADES LOCALES				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
48	Mecenazgo	Gasto en actividades de mecenazgo / facturación anual		%
49	Oferta de prácticas a becarios(as) de la zona	Nº de becarios(as) / plantilla total		%
50	Contratación de becarios(as) de la zona	Nº de becarios(as) contratados/as al año / plantilla total		%
51	Creación local de empleo	Nº de trabajadores(as) de la zona / plantilla total		%
52	Producción situada en la CAPV	Producción a precios de venta en la CAPV / facturación anual		%
53	Apertura a la Comunidad Local	Nº de personas de colectivos del entorno social que han participado en Jornadas de Puertas Abiertas		personas
54	Aportaciones fiscales	Importe total pagado en concepto de impuestos y cotizaciones sociales (euros) / facturación anual (euros)		%
55	Sanciones por contingencias fiscales	Importe total pagado por contingencias fiscales - media de los últimos tres años - (euros)		euros
56	Ingresos fiscales	Ingresos fiscales (subvenciones, ayudas de las administraciones, etc.) / facturación anual (euros)		%
57	Agenda Local 21	Cantidad (euros) dedicada a la participación en los procesos de Agenda Local 21 / facturación anual (euros)		%
CADENA DE SUMINISTRO				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
58	Diversificación de proveedores	Nº de proveedores que representan el 80% de las compras / nº total de proveedores		%
59	Diversificación de clientes	Nº de clientes que representan el 80% de las ventas / nº total de clientes		%
60	Auditorías de clientes	Volumen de ventas a clientes que auditan a la empresa en medioambiente, seguridad y calidad (euros) / facturación anual		%

INDICADORES DE RSE DE XERTATU:ADI (CONTINUACIÓN)

DIMENSIÓN EXTERNA				
CADENA DE SUMINISTRO				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
61	Auditorías a proveedores	Volumen de compras a proveedores auditados por la empresa en medioambiente, seguridad y calidad (euros) / volumen de compras anual (euros)		%
62	Fidelidad de proveedores	Cifra de negocio con cada uno de los cinco proveedores principales, por años de permanencia de cada uno (euros) / volumen de compras anual (euros)		índice
DERECHOS HUMANOS				
Nº	Indicador	Cálculo	Valor anual	Unidad
63	Proveedores con contingencias en Derechos Humanos	Volumen de compras a proveedores involucrados en procesos judiciales por denuncias de la sociedad civil, etc. / volumen de compras anual (euros)		%
64	Clientes con contingencias en Derechos Humanos	Volumen de ventas a clientes involucrados en procesos judiciales por denuncias de la sociedad civil, etc. / facturación anual (euros)		%

Fuente: www.xertatu.net

La Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible

En el ámbito más específico, pero fundamental para la RSE, de la conciliación de la vida familiar y laboral, el IESE y la Comunidad Autónoma de Madrid publicaron en el 2004 la "Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible. Hacia la Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal"⁹¹.


Con esta exhaustiva y práctica Guía se busca acercar a las empresas madrileñas los instrumentos para facilitar la conciliación y el ejemplo de empresas que ya los han puesto en práctica, porque sus gestores están convencidos de que lo necesitan para atraer y retener talento en sus organizaciones.

⁹¹ Cfr. Chinchilla, N. et al. (2004), "Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible. Hacia la Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal", Centro Internacional Trabajo y Familia del IESE, Comunidad de Madrid, Madrid. Vid. también www.empresaconciliacion.com. Existe una nueva versión de 2005.

El documento muestra los beneficios obtenidos por unas 200 empresas que tratan de conciliar la vida laboral y familiar de sus empleados, a través de la hora de entrada flexible, la semana laboral comprimida (para salir antes los viernes), el trabajo a tiempo parcial o la norma de “apagar las luces” a una hora determinada.

También se evidencia en la Guía el coste de no tener esas políticas: el 21% de las empresas inflexibles sufren absentismo (en ocasiones, una vía de escape ante la falta de medidas de conciliación), rotación (19%), robo de talentos (17%), estrés (14%), dificultad para trasladar al personal a otras ciudades (10%), etc.

Se abordan también en la citada Guía políticas de flexibilidad generales de la jornada laboral, servicios de apoyo al empleado, el cambio organizativo hacia una cultura flexible y un sistema de valoración y seguimiento del “Modelo de Mejora Continua EFR” (empresas flexibles y responsables).



Sexta parte
Las Pyme españolas ante la RSE

Panorama general

Sobradamente se ha insistido a lo largo del presente trabajo y desde diferentes perspectivas, en la especificidad de las Pyme en lo que a RSE se refiere y en que las diferencias de aquellas con respecto a las grandes empresas justifica una aproximación diferencial a este enfoque de la gestión.

En efecto, así se ha apreciado a la hora de construir y desarrollar el marco europeo de la RSE y es también una de las conclusiones clave del importante trabajo realizado por la Subcomisión del Congreso de los Diputados para el impulso de la RSE en España. Es también una preocupación constante a la hora de desarrollar herramientas de gestión.

Por lo anterior, es muy importante conocer la realidad de la actual situación de las Pyme en relación con los enfoques, políticas y prácticas de RSE. Sólo a partir de un conocimiento realista de este punto de partida será posible plantear y construir modelos bien adaptados a lo que las Pyme demandan y, en definitiva, a “lo que puede funcionar”.

Para este análisis contamos ya con dos estudios generales europeos, publicados, respectivamente, en el año 2002 y en el 2004, así como con sendas investigaciones sobre la RSE en las Pyme del territorio foral de Vizcaya. Por nuestra parte, estamos en condiciones de completar la información con un estudio de ámbito nacional, recientemente realizado por EOI Escuela de Negocios y que aporta interesantes datos para el conocimiento que apuntábamos más arriba.

Los estudios europeos de 2002 y 2004

La Comisión Europea, a través del “Observatorio de Pyme Europeas”, editó en el 2002 la investigación “**European SMEs and social and environmental responsibility**”⁹².

⁹² Cfr.: http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/smes_observatory_2002_report4_en.pdf

El estudio tenía como objetivo identificar el compromiso de las pequeñas y medianas empresas europeas con la responsabilidad social, estudiando su grado de implicación en la gestión de las dimensiones social y ambiental de su actividad, las razones que las mueven, el apoyo público que reciben para ello, o la influencia del tamaño. Para ello se encuestó a 7.600 Pyme de 19 países europeos.

El estudio afirma que un 50% de las Pyme europeas estaban en el año 2002 desarrollando actividades en el ámbito de la responsabilidad social externa. Pero generalmente, según recoge la investigación, lo hacen de modo puntual y no sistemático, consistiendo fundamentalmente en donaciones en efectivo y pocas veces relacionadas con el enfoque estratégico. La mayoría colabora en temas de apoyo a proyectos de salud y asistencia social y de fomento del deporte y la cultura.

Un 25% de las empresas encuestadas dicen que no tienen actividad en el ámbito de la responsabilidad social por falta de información. Por otro lado, el mayor temor de las Pyme europeas en este tema sería el de la burocracia, así como el aumento de costes que la RSE puede representar. Sin embargo, aquellas Pyme que están a la vanguardia en la aplicación de criterios de RSE reconocen que sus temores no se han traducido en realidades. Las empresas más activas son las de mayor tamaño, habiendo, siempre según el estudio, una correlación positiva entre el tamaño de la empresa y el compromiso de RSE.

En este mismo marco europeo debe mencionarse también el **“Análisis del estudio internacional” (2004)**, cuyo objetivo era identificar las principales características del Gestor proactivo de Pyme, en base a los resultados de cada informe nacional enviado por todos los asociados del ya anteriormente mencionado proyecto “PAM-European SME Pro-active Manager”⁹³.

De este estudio debe destacarse su conclusión con un interesante análisis DAFO que queda reflejado en el cuadro adjunto.

⁹³ Cfr.: www.pro-active.ro/index.php

ANÁLISIS DAFO SITUACIÓN PYME EUROPEAS Y RSE 2004

FORTALEZAS

- Hay un porcentaje importante de respuestas que vienen de empresas pequeñas (el 55% declaran conocer el concepto de RSC), lo que demuestra que **están interesados** en lograr nuevos estándares y en utilizar herramientas de mercado modernas.
- Las empresas **normalmente conocen certificados específicos como ISO, EMAS, SA 8000, equilibrio social, códigos de comportamiento**, etc., y utilizan algunos de ellos (ISO, código de conducta...); además, están deseando aprender más acerca de los certificados de RSC para aplicar estos estándares en la realización de las actividades propias.
- Las empresas **son conscientes de su impacto social** (96 de 288 opciones tienen que ver con el impacto social de las empresas), lo que podría utilizarse, con los instrumentos apropiados, para una mayor notoriedad de las Pyme en el mercado y un aumento de la sensibilización por parte de sus clientes.
- Hay **normalmente un responsable de RSC** (incluso aunque esta persona no siempre tenga un empleo que se denomine de esta manera), que trabaja principalmente en el área de gestión de calidad.
- Los responsables de RSC / calidad tienen al menos una diplomatura, por tanto **son personas cualificadas** de mente abierta, capaces de recibir y utilizar el nuevo concepto y herramientas de RSC.

OPORTUNIDADES

- Hay **suficientes normas y reglamentos** de la UE sobre medio ambiente, calidad, que podrían animar a las Pyme a utilizar parcialmente las herramientas de RSC.
- Las Pyme que respondieron vienen de un **grupo objetivo orientado al auto-desarrollo**, en actividades de formación, estudios de satisfacción del cliente, protección del medio ambiente.
- Las Pyme **involucran a sus empleados y clientes** (como principales partícipes) en sus impulsos de RSC.
- El mercado subraya un acento cada vez mayor en la **notoriedad de los negocios, la transparencia de las empresas**, lo que podría animar a las Pyme a desarrollar actividades no comerciales, implicando a la comunidad local, clientes y proveedores, cuidado de los empleados,...
- Hay una **necesidad cada vez mayor de garantizar la lealtad de los clientes propios**, con el fin de seguir presente en el mercado, por tanto las Pyme deberían preocuparse por satisfacer otro tipo de necesidades latentes de los clientes, no relacionadas directamente con el producto en sí mismo, tales como un medio ambiente más limpio, un menor desempleo, una mejor gestión de los residuos,...
- Las Pyme **están familiarizadas con componentes de la RSC**, incluso aunque no estén familiarizadas con el concepto global.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Poco conocimiento del concepto de RSC dentro de las empresas específicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de interés por parte de las Pyme hacia cuestiones no relacionadas directamente con el área de negocio.
<ul style="list-style-type: none"> Poco conocimiento de las disposiciones del "Libro Verde" de la UE. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejor conocimiento de la RSC entre empresas más grandes, a diferencia de las PYME, que normalmente no tienen potencial financiero para desarrollar proyectos nuevos y bastante arriesgados.
<ul style="list-style-type: none"> Menor implicación de las Pyme en los proyectos locales de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> No hay suficiente información visible sobre herramientas de RSC (las empresas declaran la necesidad de saber algo más acerca de los sistemas de certificación existentes).
<ul style="list-style-type: none"> Las Pyme están especialmente orientadas sobre actividades que podrían aumentar su cuota de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas tienen una actitud defensiva hacia la planificación de una estrategia sostenible de cara al futuro, dado que no comprenden plenamente su utilidad o carecen de los recursos apropiados para implementarla tal como se establece.

Fuente: Proyecto PAM-European SME Pro-active Manager, "Análisis del estudio internacional". Febrero 2004.

Estudios sobre las Pyme de Vizcaya

Ya en el ámbito español, disponemos de dos interesantes estudios desarrollados en el ámbito de las Pyme de Vizcaya pero que se aproximan lógicamente mucho más a nuestra realidad nacional.

El primero de estos estudios, correspondiente a 2003⁹⁴, fue realizado por Novia Salcedo Fundación (NSF) con una muestra de 417 Pyme y 26 empresas grandes de contraste. Tenía por objeto conocer en qué medida las Pyme de Vizcaya eran sensibles al tema de la RSE y en qué medida desarrollaban este tipo de actividades.

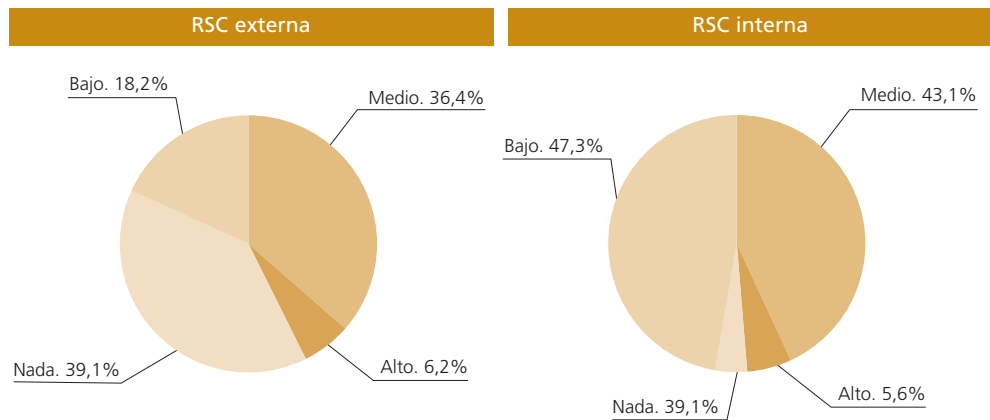
En la vertiente de la RSE externa, un 61% de las Pyme vizcaínas declararon llevar a cabo o participar en algún tipo de actividades de interés para la comunidad en la que se

⁹⁴ "Estudio sobre la Responsabilidad Social de las PYMES de Bizkaia 2003".

CFR.: www.xertatu.net/up/Estudio%20CSR%20Pymes%20Bizkaia%20M.pdf. El Estudio se enmarcó dentro de las actividades desarrolladas por el Grupo de Trabajo CSR Bizkaia, impulsado por NSF con el apoyo del Departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral de Vizcaya.

insertan, aunque la mayor parte tiene un grado de implicación medio. El apoyo a actividades deportivas y culturales eran los tipos más habituales, normalmente en forma de donaciones o patrocinios. Los motivos más frecuentes para apoyar estas actividades eran las razones éticas.

BARÓMETRO RSE EN VIZCAYA 2003



Empresas de menos de 250 trabajadores	Bizkaia 2003	Europa 2002	
% Pyme socialmente responsables (grado de participación medio-alto en actividades RSC tanto internas como externas)	21,05%		
RSC externa			Actividades más frecuentes
% Pyme que manifiestan realizar actividades RSC externa	60,9%	49%	RSC externa: Deportivas, Culturales
% Pyme con grado de participación alto (frecuente, integrado en estrategia empresarial)	6,2%	7%	RSC interna: Salud y seguridad laboral, Conciliación vida familiar y laboral
% Pyme que prevén incrementar su grado de participación	8%	14%	Áreas con menor desarrollo
RSC interna			RSC externa: Grupos desfavorecidos, Educativas - Formativas, Medioambientales
% Pyme que prevén incrementar su grado de participación	39%		RSC interna: Beneficios sociales, Gestión medioambiental
			Áreas de mayor incremento de participación previsto
			RSC externa: Formación de los trabajadores, Gestión de calidad, Salud y seguridad laboral

Fuente: www.xertatu.net. Los datos de Vizcaya se han obtenido del "Estudio sobre responsabilidad social de las Pyme en Bizkaia - 2003". Los datos a nivel europeo provienen del documento 2002/nº 4 del Observatorio Europeo de las Pyme "Las Pyme europeas y la responsabilidad social y medioambiental".

En la vertiente RSE interna, las actividades responsables desde un punto de vista social están más extendidas entre las Pyme de Vizcaya. Al tratarse de cuestiones ligadas a la propia gestión empresarial (salud laboral, recursos humanos, formación, etc.) casi todas las empresas declaraban desarrollar un mínimo de actividad. Sin embargo, el grado de implantación en la mitad de las Pyme era bajo. Las actividades responsables más extendidas correspondían al área de la seguridad y la salud laboral, las que tratan de posibilitar la conciliación entre la vida laboral y la familiar y las relacionados con la formación de los trabajadores.

Las previsiones de cara al futuro del estudio apuntaban hacia un aumento bastante moderado en las actividades RSE externas. Por el contrario, en las actividades de tipo interno se preveían avances claramente más importantes.

El estudio concluía afirmando que los planteamientos y actividades de RSE de las Pyme de Vizcaya se encuentran en un primer estadio de desarrollo: hay un número apreciable de empresas que desarrollan y/o participan en este tipo de actividades, pero su implicación es por lo general bastante escasa, no llegando a integrarse en un enfoque estratégico de la gestión empresarial.

El segundo estudio sobre la RSE en las Pyme de Vizcaya, que corresponde al 2004⁹⁵, es sensiblemente diferente en estructura y metodología al anterior. Fue realizado, dentro de la ya referida iniciativa "Xertatu", por el equipo de investigación Gizartek de la Universidad del País Vasco, mediante 354 encuestas en profundidad "in situ" a Pyme de Vizcaya. Su objeto era determinar la situación en tres ámbitos: conocimiento sobre RSE, posicionamiento ante la RSE y trayectoria de las acciones sobre RSE. Sus conclusiones más relevantes aparecen en el cuadro adjunto.

⁹⁵ "Conocimiento y actitud de las Pyme de Bizkaia ante la RSE y su eventual desarrollo". Mayo 2005. Cfr.: www.xertatu.net/up/ResumenestudioGizartek.pdf

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO RSE EN VIZCAYA 2005

La RSE es un concepto poco conocido. Tan sólo un 13,8% (49 del total) de las empresas estudiadas han oído hablar últimamente de RSE. El 96,3% (n=336) afirma carecer de información suficiente en torno a este tema.

Las Pymes de Vizcaya consideran que la RSE es importante. El 73,3% de las organizaciones estudiadas considera la RSE como un tema importante

La RSE no es prioritaria para las empresas. Una gran mayoría de ellas coincide en señalar que ni los clientes (82,5%) ni los propios trabajadores/as (82,7%), ni proveedores (86,6%), ni accionistas/socios (83,9%), ni la competencia (91,3%) ejercen una presión suficiente que obligue a considerar el desarrollo de la RSE en sus empresas como una cuestión prioritaria

Las cuestiones que las empresas **identifican con más facilidad con la RSE** son el *"Medioambiente"*, la *"Preocupación prioritaria por un comportamiento empresarial ético"* y la *"Mejora de las relaciones laborales"*.

Las Pymes tienen la impresión de que el desarrollo de políticas de RSE **contribuiría positivamente** en dos ámbitos de su organización: la mejora de las relaciones con el entorno o la sociedad (92,9%) y la mejora en la imagen de su empresa (91,5%)

La RSE no se contempla como una posibilidad de mejora de competitividad. El 80,5% mantiene que la RSE no se presenta como una oportunidad para aumentar el beneficio económico.

Las Pymes de Vizcaya manifiestan con toda claridad que preferentemente **han de ser los agentes institucionales y asociaciones empresariales los promotores de las acciones de RSE** en sus organizaciones. Pero este fomento ha de venir de la mano de la **recomendación**, no de la regulación.

Fuente: www.xertatu.net

La investigación de EOI Escuela de Negocios

Con objeto de evaluar el estado de la RSE en las pequeñas y medianas empresas españolas, buscando las actuales pautas básicas de actuación responsable en este tipo de empresas e identificando tendencias, EOI Escuela de Negocios, en su programa de investigación financiado por el Fondo Social Europeo, desarrolló en 2005 el estudio “Investigación de la Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las Pyme y su incidencia en el empleo”. La dirección correspondió al autor de estas líneas.

Metodología: criterios de valoración y fuentes de información

La investigación se llevó a cabo a partir de un estudio de campo realizado en base a un cuestionario en el que se incluyeron los aspectos generales sobre el conocimiento y buenas prácticas de RSE en las Pyme, aspectos de las relaciones con clientes, proveedores, distribuidores y competidores, de la relación con la comunidad y del entorno laboral.

El cuestionario reflejó asimismo la identificación del puesto del responsable de las actividades de RSE, el sector de actividad (industria, construcción, comercio y resto de servicios), la facturación de la empresa, el número de empleados (10-49, 50-149 Y 150-249), la Comunidad Autónoma de pertenencia y su antigüedad.

El universo considerado en la investigación fue de empresas de entre 10 y 250 empleados, ubicadas en las comunidades de Cataluña, Navarra, Andalucía y Extremadura, pertenecientes a todos los sectores de actividad (excepto el sector primario). Tomando como referente el DIRCE (Directorio Central de Empresas publicado por el INE y con fecha 31 de diciembre de 2004), dicho universo ascendía a un total de 65.018 empresas (cuadro 1).

CUADRO 1. UNIVERSO, DISTRIBUCIÓN POR SECTORES, CCAA Y Nº DE EMPLEADOS (Nº PYME)

Andalucía	De 10 a 49	De 50 a 149	De 150 a 249	Total	Cataluña	De 10 a 49	De 50 a 149	De 150 a 249	Total
Industria	3.985	410	100	4.495	Industria	8.559	1.216	433	10.208
Construcción	6.183	691	879	7.753	Construcción	5.546	309	81	5.936
Comercio	3.307	247	315	3.869	Comercio	5.403	487	144	6.034
Servicios	7.296	878	1.118	9.292	Servicios	10.849	1.496	522	12.867
Total	20.771	2.226	2.412	25.409	Total	30.357	3.508	1.180	35.045

Extremadura	De 10 a 49	De 50 a 149	De 150 a 249	Total	Navarra	De 10 a 49	De 50 a 149	De 150 a 249	Total
Industria	466	45	16	527	Industria	756	126	93	975
Construcción	654	58	15	727	Construcción	417	42	12	471
Comercio	411	26	8	445	Comercio	263	18	10	291
Servicios	691	66	13	770	Servicios	797	114	47	958
Total	2.222	195	52	2.469	Total	2.233	300	162	2.695

Fuente: DIRCE, Directorio Central de Empresas. INE. 31 Dic. 2004.

La división del estrato medianas empresas (de 50 a 249 empleados) en dos grupos de Pyme atiende a una metodología más adecuada para localizar tendencias en función del tamaño. Así mismo se optó por no abordar el estrato de empresas de menos de 10 empleados debido al desequilibrio numérico (el 94% del total de Pyme) que se trasladaría a la muestra, haciendo desaparecer prácticamente el resto de estratos que interesaba estudiar.

El tamaño muestral fue de 323 entrevistas⁹⁶ (cuadro 2). La técnica utilizada para el sondeo fue la entrevista telefónica con cuestionario precodificado⁹⁷.

⁹⁶ En términos estadísticos supondría asumir un margen máximo de error del $\pm 5,6\%$ para las distribuciones totales, trabajando con un margen de confianza del 95,5%, con $p=q=50\%$, en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

⁹⁷ La duración media de las encuestas se situó en torno a 7 minutos. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 9 de junio y el 11 de julio de 2005. El diseño muestral aplicado fue polietápico, con distribución mediante afijación no proporcional a las unidades de primera (Comunidades Autónomas), segunda (sector de actividad) y tercera etapa (tamaño de la empresa).

CUADRO 2. MUESTRA Y MARGEN DE ERROR
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR VARIABLES Y MARGEN DE ERROR

	Universo	% universo	Entrevistas realizadas	Entrevistas operativas ^[1]	Margen de error (+/-)
Industria	16.205	24,7	115	81	±9,3
Construcción	14.887	22,7	44	76	±15,1
Comercio	10.639	16,2	48	53	±14,4
Servicios	23.887	36,4	116	114	±9,3
Total	65.618	100,0	323	323	±5,6

	Universo	% universo	Entrevistas realizadas	Entrevistas operativas ^[1]	Margen de error (+/-)
De 10 a 49 empleados	55.583	84,7	252	274	±6,3
De 50 a 149 empleados	6.229	9,5	55	31	±13,4
De 150 a 250 empleados	3.806	5,8	16	19	±25,0
Total	65.618	100,0	323	323	±5,6

	Universo	% universo	Entrevistas realizadas	Entrevistas operativas ^[1]	Margen de error (+/-)
Andalucía	25.409	38,7	97	125	±10,1
Cataluña	35.045	53,4	176	173	±7,5
Extremadura	2.469	3,8	19	13	±22,9
Navarra	2.695	4,1	31	12	±17,9
Total	65.618	100,0	323	323	±5,6

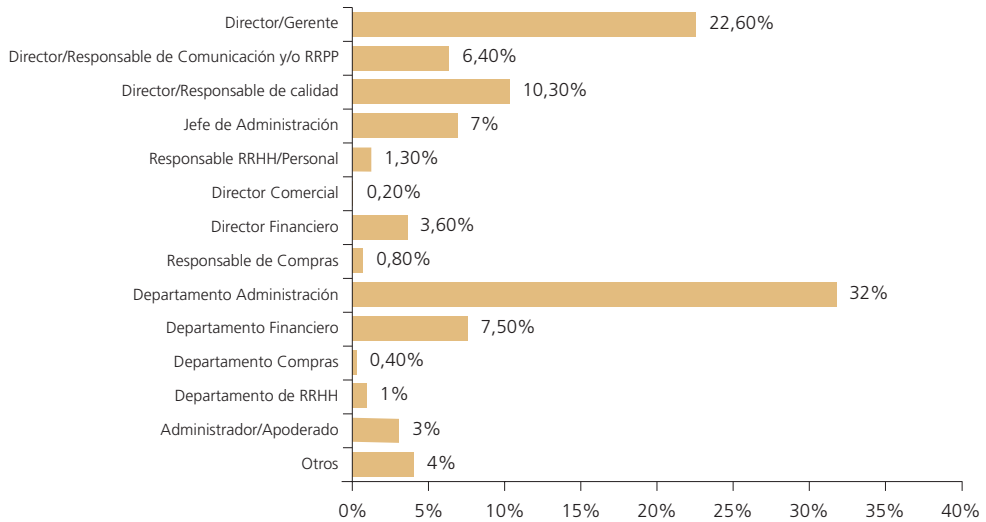
^[1] Entrevistas resultantes después de realizar el equilibrio de la muestra, devolviendo a los resultados la proporcionalidad real del tejido empresarial analizado, utilizando para ello las tablas cruzadas de las tres variables que intervienen en el diseño muestral: Comunidad Autónoma, Sector de actividad y Tamaño de la empresa.

Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Perfil de las empresas participantes

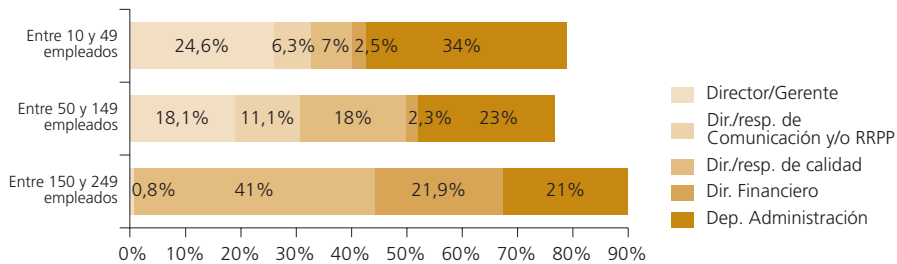
El contacto seleccionado fue la persona responsable dentro de la empresa de RSE. En este sentido, se comprobó que no es habitual la presencia de una figura encargada de esta área dentro de la Pyme. El director/gerente es quien suele asumir esta función (22%), si bien se detectó que en un amplio número de empresas se establece esta función en el área administrativo/financiera (departamento de administración: 32%) (cuadro 3).

CUADRO 3. PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS. DISTRIBUCIÓN POR CARGOS (%)



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

CUADRO 4. CARGOS DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN Nº DE EMPLEADOS DE LA PYME (%)



Fuente: Encuesta EOI. RSE y PYME en España. 2005.

Es de destacar el mayor protagonismo del Director/responsable del área de calidad cuanto mayor es la Pyme (del 7% al 41% de las empresas de 150 a 249 empleados) así como del Director financiero (del 2,5% al 22%) (cuadro 4). En cambio el Director/gerente prácticamente no se encarga del tema en las Pyme mayores (0,8%). El departamento de administración también va perdiendo protagonismo (del 34% al 21%).

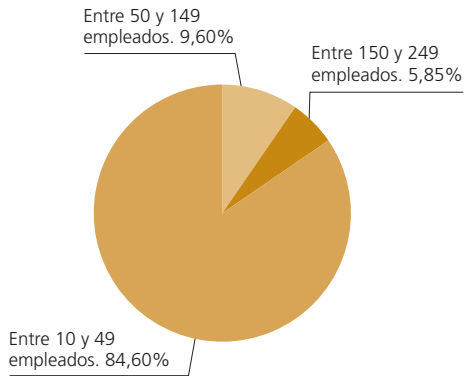
En cuanto a la distribución de la muestra según el número de empleados, la mayoría de empresas tienen entre 10 y 49 empleados (84,6%), frente al 9,6% de Pyme de 50 a 149

y el 5,8% de 150 a 249 trabajadores. Destaca el número de empresas pertenecientes al sector resto de servicios (35%), junto con las industriales (24,9%), la construcción (23,5%) y el comercio (16,5%) (cuadro 5).

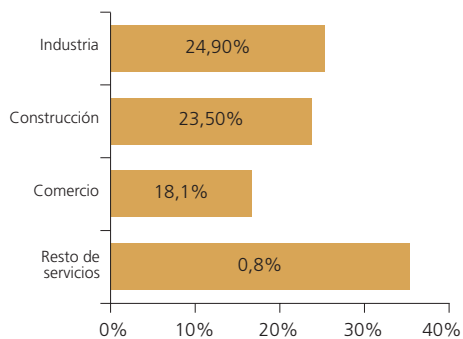
CUADRO 5. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR Nº DE EMPLEADOS Y SECTORES DE ACTIVIDAD.

Tipo de Pyme	Total		Sectores de actividad							
	nº	% ver.	Industria		Construcción		Comercio		Resto de servicios	
	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.
Entre 10 y 49 trabs.	274	84,6%	69	85,8%	62	81,5%	45	85,3%	97	85,6%
Entre 50 y 149 trabs.	31	9,6%	10	12,2%	5	7,0%	4	7,0%	12	10,9%
Entre 150 y 249 trabs.	19	5,8%	2	2,0%	9	11,6%	4	7,7%	4	3,6%
Total	323	100%	81	100%	76	100%	53	100%	114	100%
% hor.		100%		24,9%		23,5%		16,5%		35,1%

¿Cuál es el nº aproximado de empleados de su empresa a 31-12-2004?



¿Cuál es la actividad principal de su empresa?



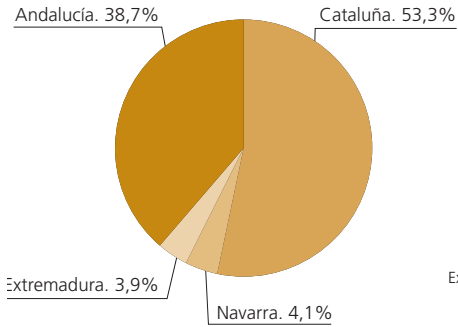
Fuente: Encuesta EOI. RSE y PYME en España. 2005.

Por Comunidades Autónomas, el número de empresas de la muestra es superior en Andalucía (38,7%) y Cataluña (53,3%) que en Navarra (3,9%) y en Extremadura (4,1%) lo que conlleva que deben mirarse con mucha prudencia los resultados de estas dos últimas comunidades (cuadro 6).

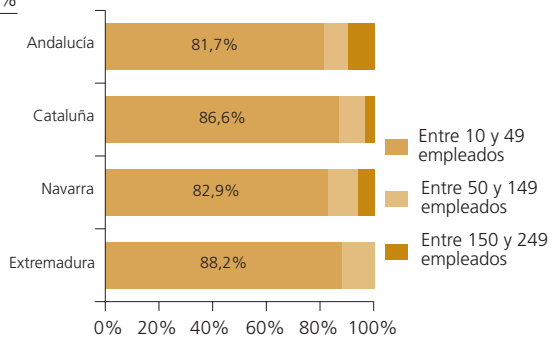
CUADRO 6. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DEL ESTUDIO.

Tipo de Pyme	Total		Pymes del estudio por Comunidades Autónomas							
	nº	% ver.	Andalucía		Cataluña		Navarra		Extremadura	
			nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.
Entre 10 y 49 trabs.	274	84,6%	102	81,7%	149	86,6%	11	82,9%	11	88,2%
Entre 50 y 149 trabs.	31	9,6%	11	8,8%	17	10,0%	1	11,1%	1	11,8%
Entre 150 y 249 trabs.	19	5,8%	12	9,6%	6	3,4%	1	6,0%	0	0,0%
Total	323	100%	125	100%	173	100%	13	100%	12	100%
% hor.		100%		38,7%		53,3%		4,1%		3,9%

Pyme de la muestra por CC.AA.



Pyme de la muestra por N° de empleados y CC.AA.

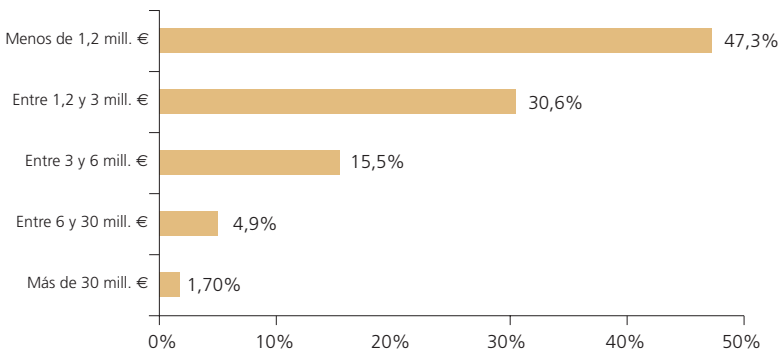


Fuente: Encuesta EOI. RSE y PYME en España. 2005.

CUADRO 7. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR FACTURACIÓN. AÑO 2004.

Tipo de Pyme	Facturación en el año 2004									
	< 1,2 mill. €		Entre 1,2 y 3 mill. €		Entre 3 y 6 mill. €		Entre 6 y 30 mill. €		> 30 mill. €	
	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.
Entre 10 y 49 trabs.	136	89,0%	87	88,4%	35	69,6%	11	70,4%	4	71,4%
Entre 50 y 149 trabs.	9	6,1%	9	9,1%	7	13,8%	4	28,2%	1	26,0%
Entre 150 y 249 trabs.	8	4,9%	2	2,5%	8	16,5%	0,2	1,4%	0,14	2,6%
Total	153	100%	99	100%	50	100%	16	100%	6	100%
%hor.		47,3%		30,6%		15,5%		4,9%		1,7%

Pyme de la muestra por facturación 2004.



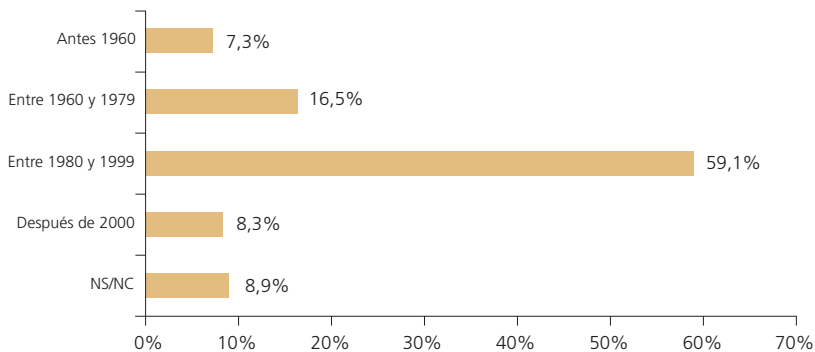
Fuente: Encuesta EOI. RSE y PYME en España. 2005.

El 47% de las empresas de la muestra tuvieron una facturación inferior a 1,2 millones de euros en el año 2004, dentro de las cuales el 89% eran empresas de 10 a 49 empleados. Entre 1,2 y 3 millones facturaron el 30,6% de la muestra (cuadro 7). La mayoría de las empresas de la muestra se crearon entre 1980 y 1999 (59%) seguidas de un 16,5% entre los años 1960 y 1979 (cuadro 8).

CUADRO 8. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR AÑO DE CREACIÓN.

Tipo de Pyme	Año de creación de la Pyme									
	Antes 1960		Entre 1960 y 1979		Entre 1980 y 1999		Después de 2000		Ns/Nc	
	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.	nº	% ver.
Entre 10 y 49 trabs.	20	86,7%	48	90,1%	164	85,7%	22	83,1%	19	67,0%
Entre 50 y 149 trabs.	3	12,1%	3	5,1%	16	8,5%	2	6,0%	8	26,9%
Entre 150 y 249 trabs.	0	1,2%	3	4,8%	11	5,8%	3	10,9%	2	6,1%
Total	24	100%	53	100%	191	100%	27	100%	29	100%
%hor.		7,3%		16,5%		59,1%		8,3%		8,9%

¿En qué año se creó su empresa?



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

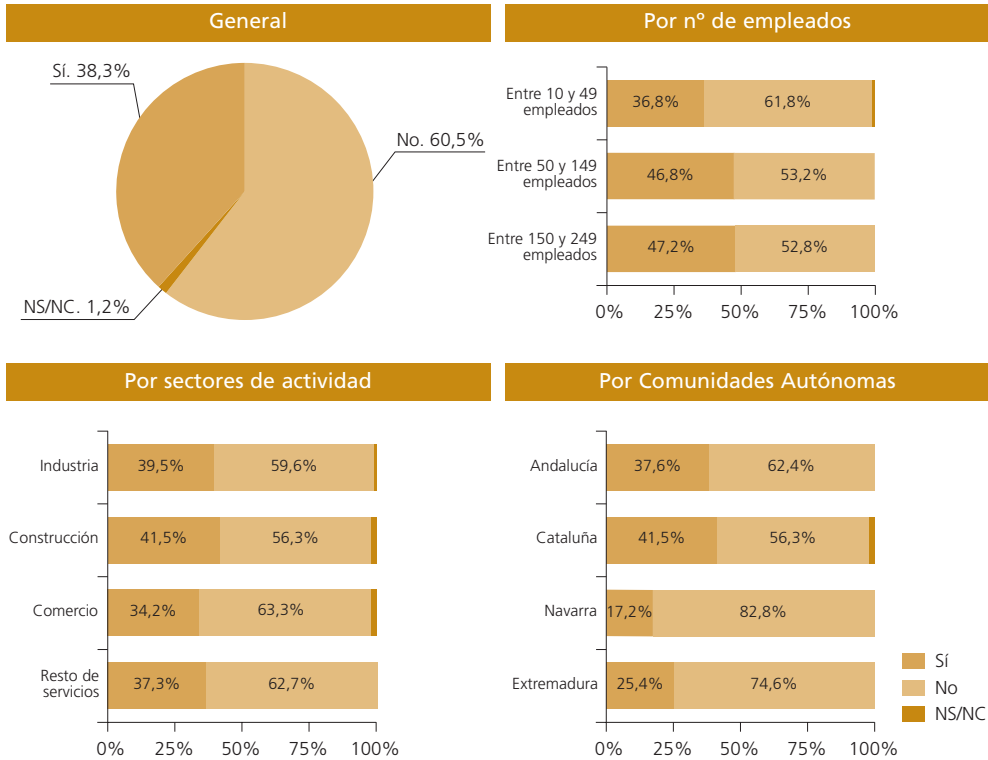
Conocimiento de la RSE

Aludiendo a la RSE, Sostenibilidad de la empresa o Buen Gobierno Corporativo, la mayoría de las Pyme encuestadas, en concreto el 60,5%, *no conocía ni había oído hablar del tema* (cuadro 9). El conocimiento de estos enfoques *aumenta con el tamaño empresarial*, pasando de un 36,8% a un 46,8% para las empresas de entre 50 y 149 trabajadores. Sin embargo no aumenta más para las Pyme mayores. Según el nivel de facturación, se observa que el conocimiento aumenta progresivamente del 36,2% (facturación <1,2 mill €) al 55% (>30 mill. €); *a mayores recursos mayor conocimiento de la RSE*.

Las Pyme comerciales son las que más lo desconocen (63,3%). Una identificación mayor de estos conceptos se da, dentro de los pobres porcentajes, en las Pyme catalanas (41,5%), descendiendo en las extremeñas y navarras hasta el 25% y 17% respectivamente.

CUADRO 9. CONOCIMIENTO DE LA RSE POR PARTE DE LAS PYME (%)

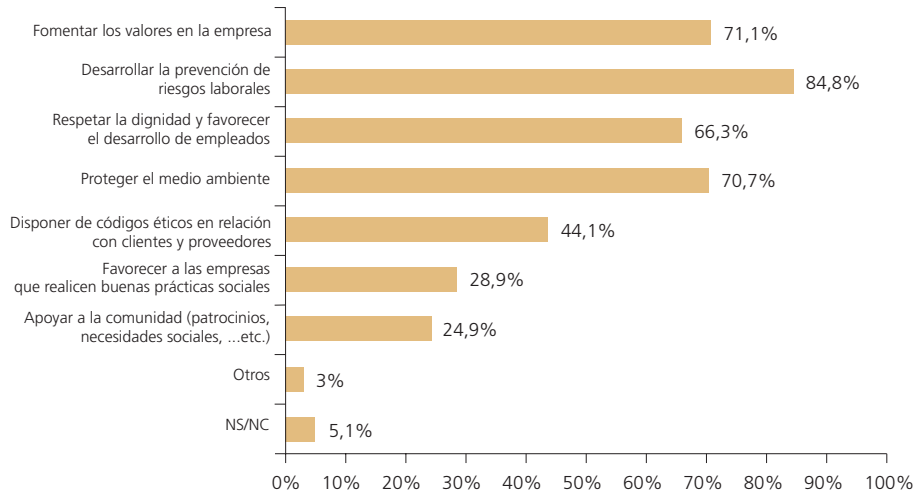
¿Conoce Vd. o ha oído hablar de responsabilidad social empresarial, sostenibilidad de la empresa o buen gobierno empresarial?



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

CUADRO 10. VALORACIÓN ACCIONES DE RSE. PYME (%)

En su opinión, ¿qué acciones se pueden considerar dentro de la responsabilidad social de la empresa? (dirigido a las 124 Pyme que conocían la RSE)



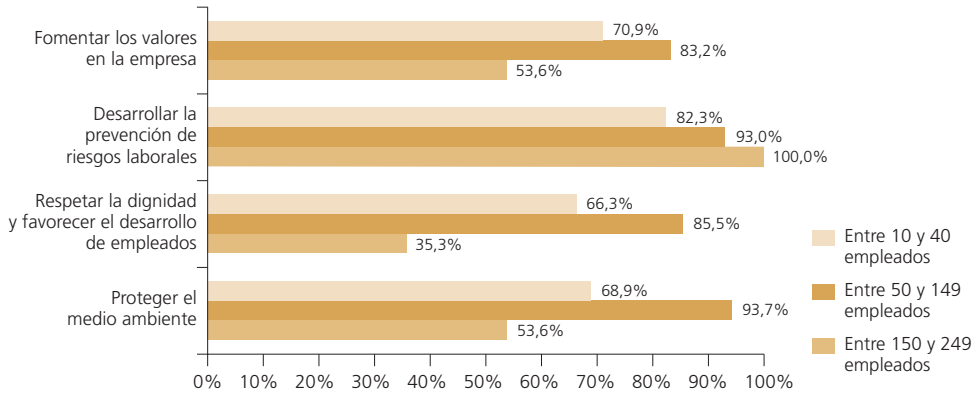
Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Para las Pyme que inicialmente conocían la RSE, *la acción más importante de RSE es desarrollar la prevención de riesgos laborales (84,8%) (cuadro 10), la cual aumenta con el tamaño empresarial hasta el 100% de las Pyme de más empleados (cuadro 11).*

También se valora el *fomento de los valores de la empresa (71,1%), aumentando hasta el 83% para el segundo tipo de Pyme. El 70% incluye la protección del medio ambiente dentro de la responsabilidad social, aumentando hasta el 93,7% para las Pyme de 50 a 149 empleados. El 66% valora el respeto a la dignidad y fomento del desarrollo de los empleados como RSE. El apoyo a la comunidad y la ayuda a las empresas que realicen buenas prácticas sociales no se consideran como acciones de responsabilidad social más allá del 24% y 28% respectivamente. El mayor número de Pyme que identifican esas cuatro principales acciones como responsabilidad social está en el tramo de 50 a 149 empleados (cuadro 11).*

CUADRO 11. VALORACIÓN ACCIONES DE RSE EN LAS PYME POR N° DE EMPLEADOS (%)

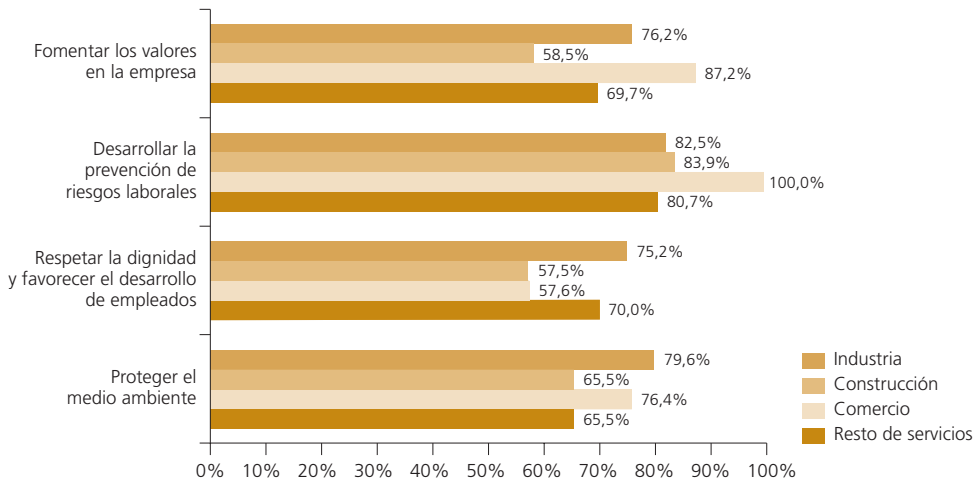
Acciones que se pueden considerar dentro de la RSE según nº de empleados (dirigido a las 124 Pyme que conocían la RSE del total de 323 entrevistadas)



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

CUADRO 12. VALORACIÓN ACCIONES DE RSE EN LAS PYME POR SECTORES DE ACTIVIDAD(%)

Acciones que se pueden considerar dentro de la RSE según sector de actividad (dirigido a las 124 Pyme que conocían la RSE del total de 323 entrevistadas)



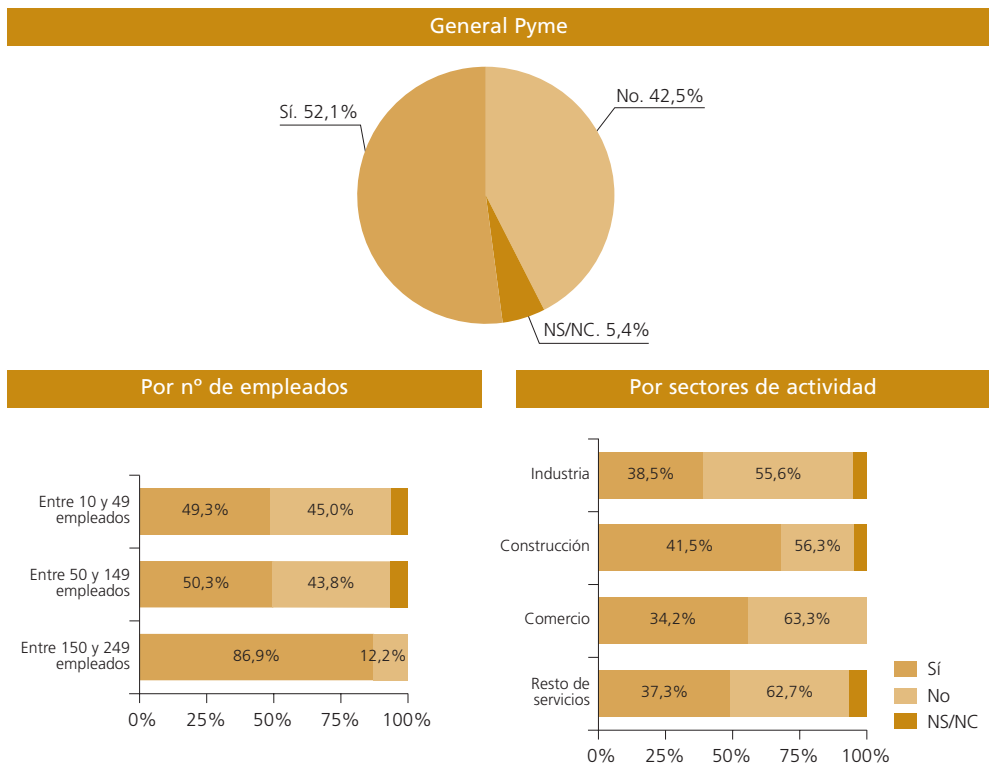
Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Por sectores, el comercio identifica en mayor grado como acciones de RSE el desarrollo de la prevención de riesgos laborales (100%) y el fomento de los valores de la empresa (87%). Así mismo, la Pyme industriales asocian más la responsabilidad social con la protección del medio ambiente (79,6%) y el respeto por la dignidad y desarrollo de los empleados (75,2%) (cuadro 12). En general, las Pyme comerciales e industriales son las que más tienen en cuenta estos aspectos de la RSE.

Dentro de las Pyme que decían conocer el enfoque RSE, el 52% se lo ha planteado para su propia empresa (cuadro 13). Las Pyme más grandes tienen mucho más en cuenta la responsabilidad social (86,9%). Las empresas industriales son las que más se lo plantean internamente (67,6%).

CUADRO 13. INTERÉS POR LA RSE (% PYME)

¿Se ha planteado en algún momento en su empresa el tema de la responsabilidad social? (dirigido a las 124 Pyme que conocían la RSE del total de 323 entrevistadas)

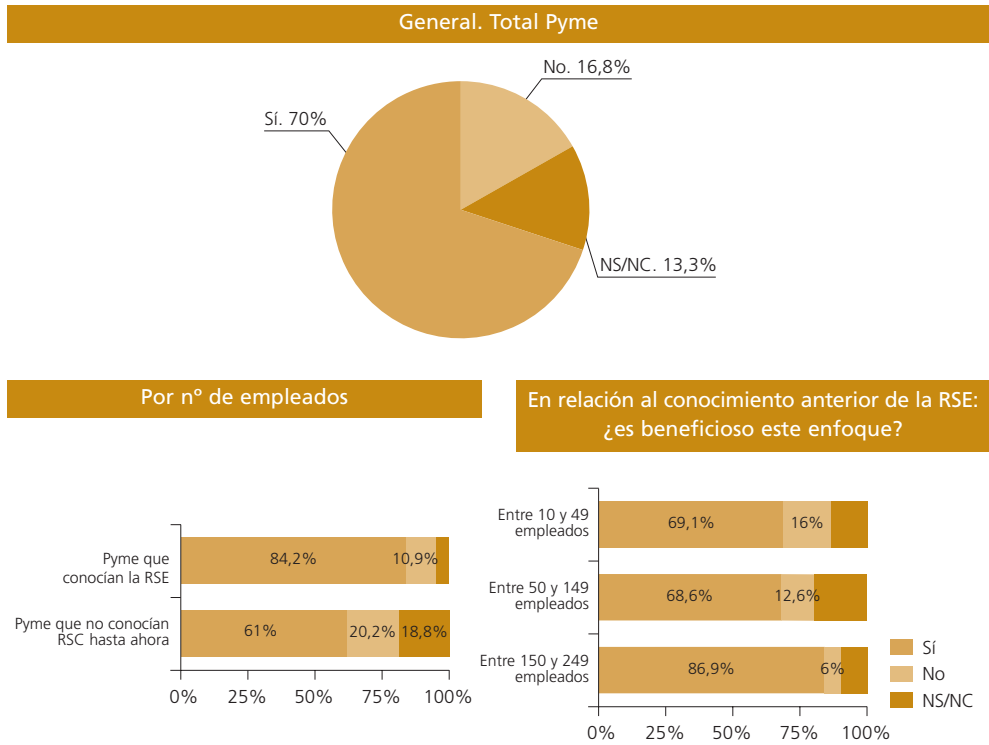


Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Definiendo a los entrevistados la RSE como “la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en las relaciones con los interlocutores de la empresa”, el 70% lo considera necesario y/o ventajoso para su propia empresa, aumentando hasta el 85% para las empresas de 150 a 249 empleados (cuadro 14). El 61% de las empresas que no lo conocían, una vez definido lo consideran beneficioso para su empresa.

CUADRO 14. RSE COMO ENFOQUE VENTAJOSO (% PYME)

Entendiendo por RSE como la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en las relaciones con los interlocutores de la empresa, ¿considera que este enfoque puede ser necesario y/o ventajoso para su empresa?



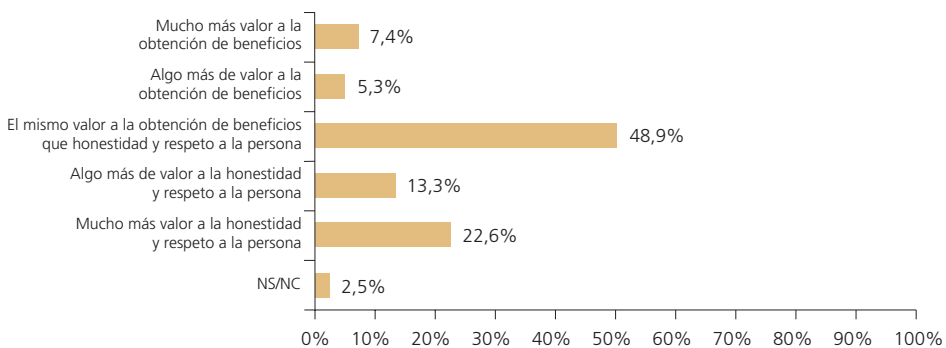
Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Importancia de los valores en las Pyme

Abordando la posible *confrontación entre los valores de la empresa y el respeto por la persona frente a la obtención de beneficios*, el 48,9% de las Pyme les asignaban la misma importancia. Así mismo, le daban mucho más valor a la persona el 22,6% (cuadro 15).

CUADRO 15. VALORACIÓN DE LOS BENEFICIOS FRENTE A LOS VALORES. PYME (%)

¿Qué valor se da en su empresa a los valores de honestidad y respeto por la persona respecto a la obtención de beneficios?

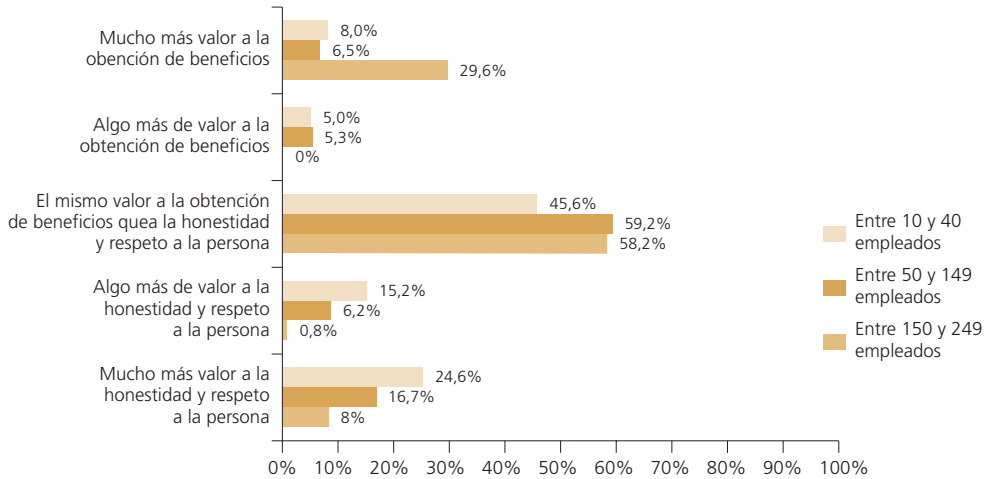


Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Atendiendo al número de trabajadores se observa que el porcentaje de interés por la honestidad y la persona desciende en favor del beneficio en el tramo de empresas de 150 y 249 empleados (cuadro 16); el número de Pyme disminuye al 8% en el tramo de la máxima valoración de la persona desde el 16,7% de las Pyme de 50 a 149 empleados. Igualmente, existen un 29,6% de empresas que dan mucho más valor al beneficio frente al 8% en las Pyme de 10 a 49 empleados. *De todo esto se puede concluir una tendencia a valorar más el beneficio cuanto mayor es la Pyme; por consiguiente, el mayor valor a la persona corresponde a las empresas más pequeñas del estudio.*

CUADRO 16. VALORACIÓN DE LOS BENEFICIOS VS VALORES SEGÚN EL N^o DE EMPLEADOS DE LA PYME (%)

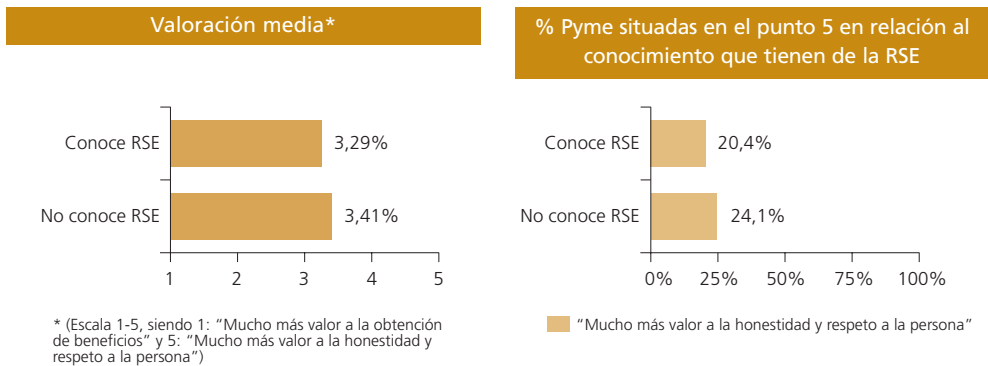
Valoración/actitudes según número de empleados



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

CUADRO 17. VALORACIÓN DE LOS BENEFICIOS VS VALORES SEGÚN EL CONOCIMIENTO DE LA RSE

Valoración beneficios frente honestidad y respeto a la persona en función del conocimiento que las Pyme tienen de la RSE.



Fuente: Encuesta EOI. RSE y PYME en España. 2005.

Contrastando estos datos con el conocimiento que las Pyme entrevistadas tienen de la RSE, hay que apuntar que el 20,4% de las Pyme que la conocen se sitúan en el tramo de mayor valoración de la honestidad y respeto a la persona. *La valoración aumenta en las Pyme que no conocen la RSE hasta el 24,1%, lo que nos lleva a pensar que el conocimiento de la RSE no influye determinantemente en las actitudes de los pequeños empresarios* (cuadro 17).

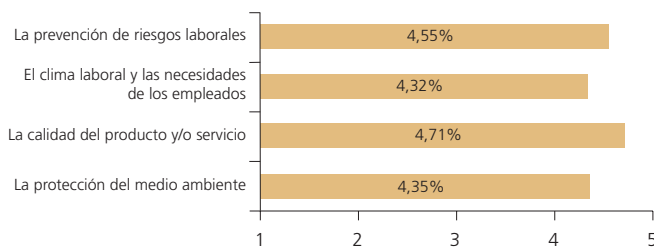
Buenas prácticas de las Pyme

La mayoría de las empresas del estudio dan una valoración alta a las cuatro acciones de RSE sugeridas; *destacado la gran importancia que se da a calidad del producto y/o servicio* (4,7 sobre 5, con un 75% de máxima valoración) y la prevención de riesgos laborales (4,5 de media, con un 65% de máxima valoración) (cuadro 18).

CUADRO 18. IMPORTANCIA DE ACCIONES DE RSE EN LAS PYME. (MEDIA)

¿Qué importancia dan empresas como la suya a...?

(Escala de 1 a 5, donde el 1 significa "ninguna importancia" y el 5 "muchísima importancia")



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

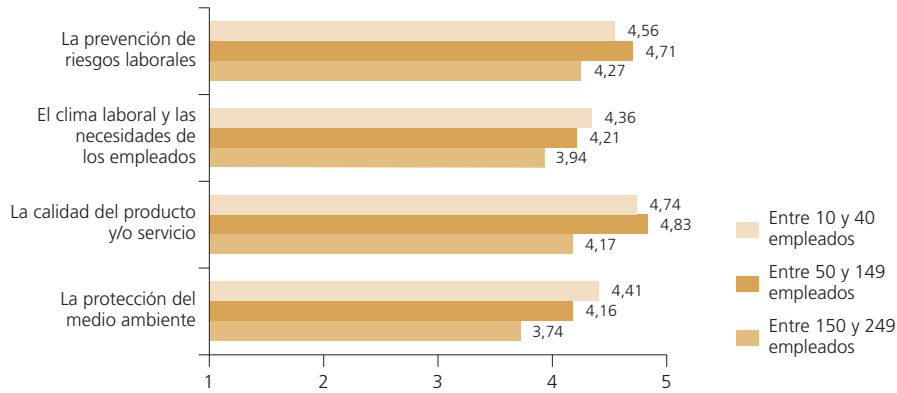
Se asigna también bastante importancia a la protección del medio ambiente (4,35 sobre 5, con un 48% de máxima valoración), así como al clima laboral y las necesidades de los empleados (4,32 de media, con un 50% de máxima valoración). El conocimiento de la RSE no influye en la valoración de estas acciones.

Se puede observar que, en general, *la importancia de las acciones propuestas disminuye conforme aumenta el tamaño de la Pyme* (cuadro 19), *sobre todo en la protección del medio ambiente* (de 4,41 sobre 5 en las más pequeñas a 3,74 en las Pyme mayores) y en el clima laboral y necesidades de los empleados (de 4,36 a 3,94 de las más grandes). Sin embargo, las empresas de entre 50 y 149 empleados son las que más valoran en la práctica la calidad del producto (4,88) y la prevención de riesgos laborales (4,71). Contrastando el dato del cuadro 11, en el que el 100% de las Pyme más grandes iden-

tificaban como responsabilidad social corporativa la prevención de riesgos laborales, la importancia baja al 4,2 sobre 5 cuando se refiere a la práctica diaria.

CUADRO 19. IMPORTANCIA DE ACCIONES DE RSE POR N° DE EMPLEADOS. (MEDIA)

Distribución por n° de empleados



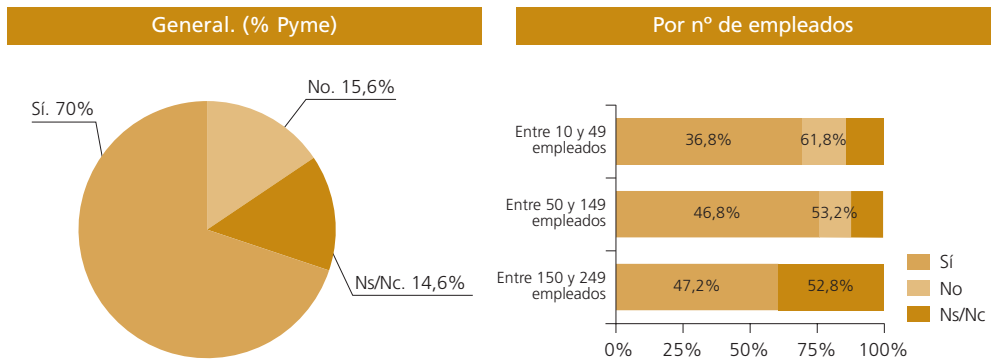
Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Relaciones con clientes y proveedores

El compromiso con los clientes que excede de lo legal es asumido por el 70% de las Pyme, el cual aumenta hasta el 76% para la empresas de 50 a 149 empleados y desciende hasta el 61,4% de las Pyme mayores. El conocimiento de la RSE no influye en dicho compromiso (cuadro 20).

CUADRO 20. COMPROMISO EXTRACONTRACTUAL CON LOS CLIENTES. (% PYME)

Pensando en las relaciones comerciales, ¿existe en su empresa en la práctica un compromiso general con todos los clientes que excede de las obligaciones contractuales de carácter legal?

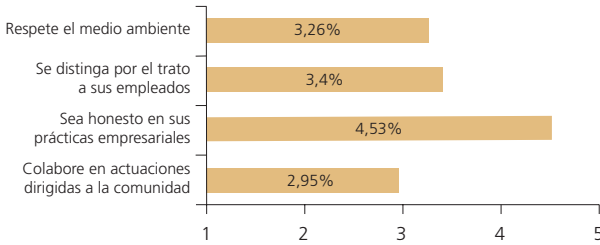


Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

En cuanto a importancia que le dan las Pyme a determinadas buenas prácticas de sus proveedores en su trato comercial *destaca la necesidad de que dicho proveedor sea honesto en sus prácticas empresariales*, valorándose con una nota de 4,53 sobre 5 por el total de las Pyme (cuadro 21); el 64% de estas empresas valoran *mucho* esta honestidad. Las Pyme dan una valoración de 3,4 a que el proveedor se distinga por el trato a sus empleados (el 27,6% lo valora como *bastante* importante, frente a un 16,5% que no lo valora *nada*); el respeto al medio ambiente tiene una menor importancia en la elección de proveedores (3,26) y se valora *poco* que se colabore con la comunidad (2,95, en donde el 25% no lo valora *nada* frente a un 18% que lo valora *mucho*).

CUADRO 21. IMPORTANCIA ACCIONES DE RSE DE LOS PROVEEDORES AL CONTRATAR (MEDIA)

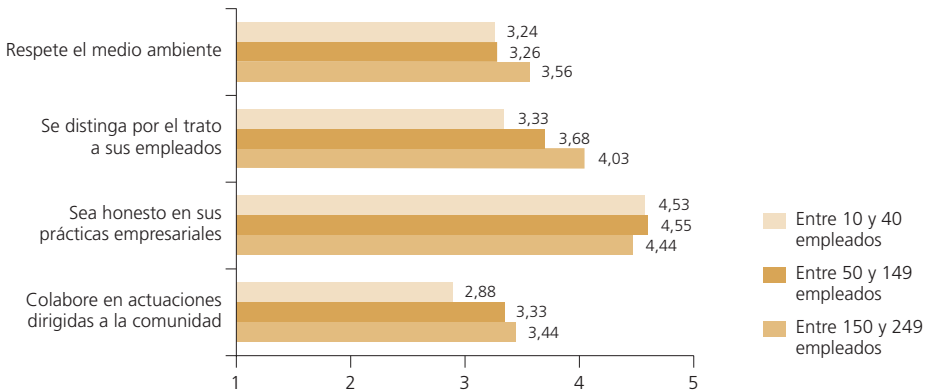
En la contratación de proveedores y/o distribuidores, y además de los factores de calidad, precio y experiencia, ¿Qué importancia concede a la hora de contratar a un proveedor y/o distribuidor a que éste...? (Escala de 1 a 5; donde 1: nada; 2: poco; 3: algo; 4: bastante; 5: mucho)



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

CUADRO 22. IMPORTANCIA ACCIONES RSE DE LOS PROVEEDORES POR N° DE EMPLEADOS . (MEDIA)

Distribución por nº de empleados

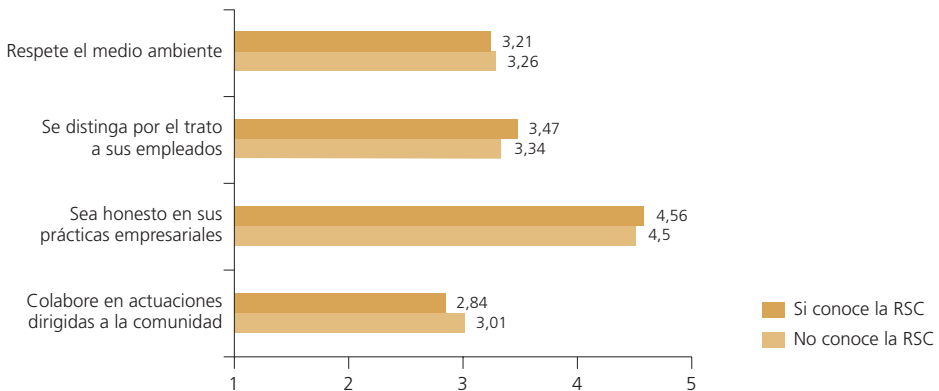


Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Cuanto mayor es la Pyme exige un poco más al proveedor que respete el medio ambiente (3,56), que se distinga en el trato a sus empleados (4,03) y que colabore con la comunidad (3,44) (cuadro 22).

CUADRO 23. IMPORTANCIA ACCIONES DE RSE Y CONOCIMIENTO DE LA MISMA. (MEDIA)

Importancia según conocimiento de la RSE



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

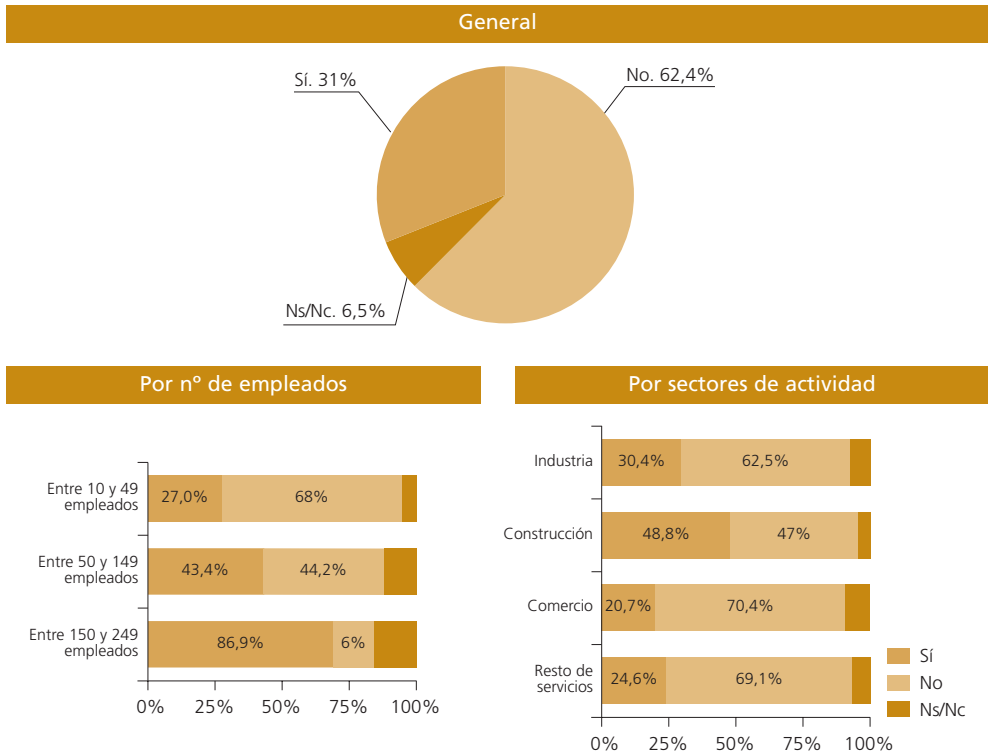
Se puede ver en el cuadro 23 que *el conocimiento de la RSE entre las Pyme no influye en la importancia de acciones que son propiamente de RSE*, lo que representa una constante en todo el estudio. Se observa un leve aumento en la importancia del trato a los empleados cuando sí se conoce (de 3,47 a 3,34 de media) y un anecdótico descenso en la colaboración con la comunidad cuando se conoce.

En cuanto a sectores, las Pyme industriales son las que más importancia dan a las prácticas del proveedor con medias superiores.

Mayoritariamente los clientes de las Pyme no suelen exigir para contratar alguna condición relacionada con la RSE (62%) (cuadro 24). Sin embargo, se puede observar un gran aumento de la exigencia conforme aumenta el número de empleados en la empresa (del 27% de las más pequeñas al 69,9% para Pyme de 150 a 249 empleados). Valorándolo por sectores, la construcción es a la que más exigencias se requiere (48,8%), al contrario que el comercio y el resto de servicios (20,7% y 24,6% respectivamente). Respecto a las CCAA estudiadas, en Navarra la exigencia es menor (4,5%), bastante inferior a la de las Pyme extremeñas (47%).

CUADRO 24. EXIGENCIAS DE RSE POR PARTE DE LOS CLIENTES.(% PYME)

¿Alguno de sus clientes les ha exigido para contratar con ustedes alguna condición relacionada con su propia responsabilidad social empresarial?



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

De las condiciones exigidas por los clientes destacan cuestiones relacionadas con el medio ambiente (15 Pyme) (cuadro 25), la prevención de riesgos laborales (12), los certificados (12) y el control de calidad (8).

Por sectores, a las Pyme industriales sobre todo se les exige condiciones sobre el medio ambiente (8) y sobre certificados de seguridad (4); en el sector de la construcción, certificados (7) y prevención de riesgos laborales (7); en el comercio, control de calidad (3); y en el resto de los servicios se exigen condiciones sobre medio ambiente (5) y control de calidad (4). En Pyme de 10 a 49 empleados destacan los requisitos sobre prevención de riesgos laborales (11) y certificados (11), que pasan a ser medioambientales (7) en empresas de 50 a 149 y de control de calidad (3) en Pyme de 150 a 249 asalariados.

CUADRO 25. CONDICIONES EXIGIDAS POR LOS CLIENTES. (Nº PYME)

¿Qué condición/es les exigieron? (sobre las 101 Pyme que decían tener exigencias de sus clientes)



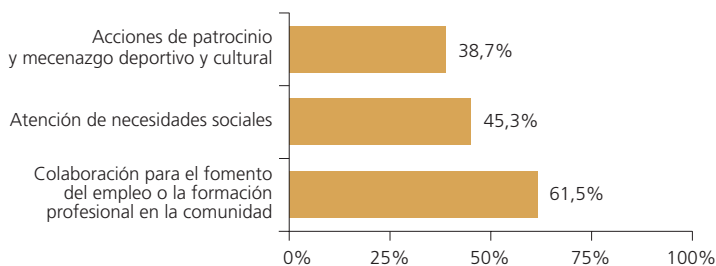
Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Relaciones con la comunidad

Respecto a la colaboración de las empresas con la comunidad, *la actitud más destacada de las Pyme estudiadas es la colaboración para el fomento del empleo o la formación profesional en la comunidad (61%)*. Asimismo, el 45% de la Pyme llevan a cabo algún tipo de atención a las necesidades sociales, cifra que disminuye hasta el 38% para las empresas que realizan actualmente acciones de patrocinio y mecenazgo deportivo o cultural (cuadro 26). Aludiendo al sector de actividad, la construcción es el que más destaca en las tres acciones estudiadas.

CUADRO 26. ACCIONES DE RSE EN LA COMUNIDAD. (% PYME)

Respecto a la colaboración de las empresas con la comunidad, ¿cuál de las siguientes cosas realiza su empresa en la actualidad?

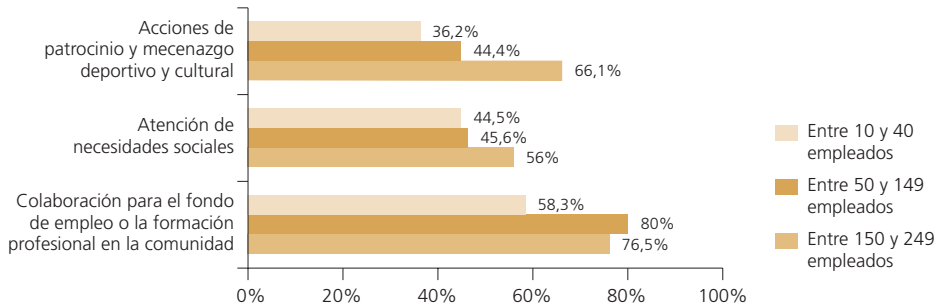


Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Las acciones de responsabilidad social con la comunidad se incrementan significativamente conforme aumenta el número de empleados de la Pyme (cuadro 27); en esta línea podemos comprobar cómo prácticamente se dobla el número de Pyme que realizan algún tipo de patrocinio o mecenazgo (del 36% al 66%) en el tramo de empresas de 150 a 249 empleados. Esta forma de ayudar a la comunidad es la que más crece proporcionalmente de las tres estudiadas (llega al 66%, frente al 38,7% del total de Pyme). También aumenta significativamente la colaboración con el empleo y la formación profesional al aumentar el número de empleados de la Pyme (del 58% al 76% de las Pyme).

CUADRO 27. DISTRIBUCIÓN POR N° DE EMPLEADOS. ACCIONES RSE Y COMUNIDAD. (% PYME)

Colaboración de las empresas con la comunidad en función del n° de empleados de la Pyme.

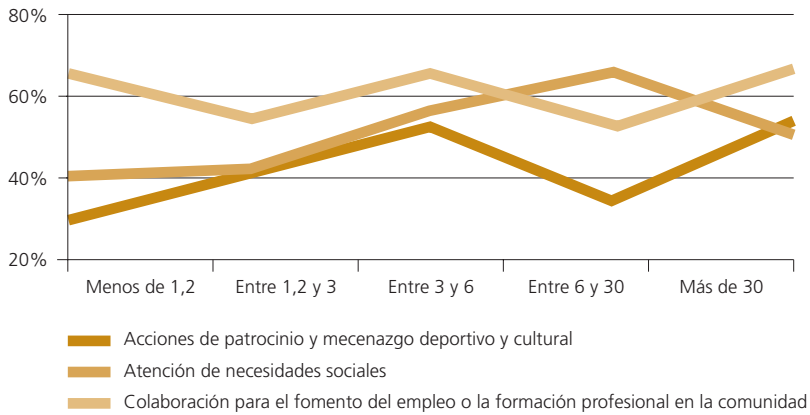


Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

De las 323 Pyme estudiadas sólo 4 declararon realizar donaciones, algo entendible por la característica escasez de recursos de las pequeñas empresas.

CUADRO 28. DISTRIBUCIÓN POR FACTURACIÓN. ACCIONES RSE Y LA COMUNIDAD. (% PYME)

Colaboración de las empresas con la comunidad en función de la facturación de la Pyme.



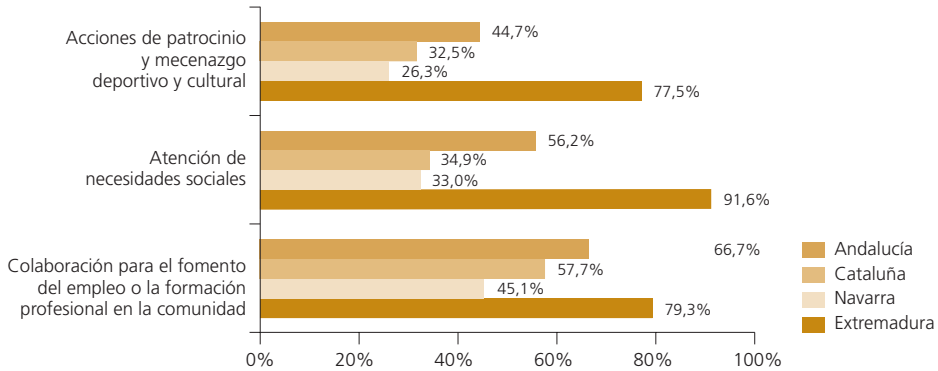
Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

La tendencia general es de incremento, con oscilaciones, de estas acciones conforme aumenta la facturación de las Pyme, destacando el aumento del patrocinio y mecenazgo, como es lógico, cuando hay más recursos (cuadro 28).

Por Comunidades Autónomas, las empresas extremeñas destacan en su actuación con la comunidad, sobre todo en atención a las necesidades sociales (91%) (cuadro 29). Las Pyme andaluzas también prestan una atención superior a la media en estos aspectos, destacando el fomento del empleo (66%).

CUADRO 29. DISTRIBUCIÓN POR CCAA. ACCIONES RSE Y LA COMUNIDAD. (% PYME)

Colaboración de las empresas con la comunidad por Comunidades Autónomas.



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

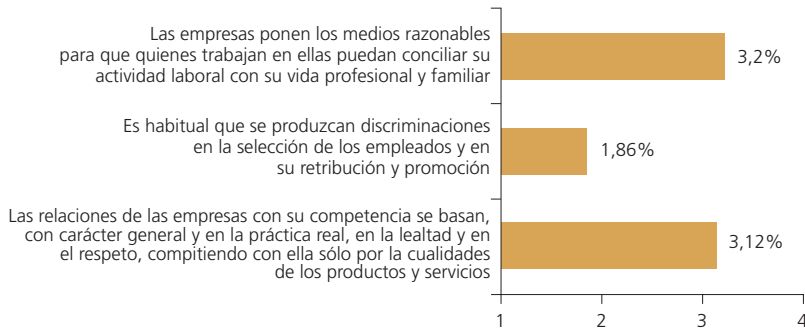
El conocimiento RSE no influye prácticamente nada en las acciones de responsabilidad en la comunidad (aumentan en un 3% en las empresas que conocen el enfoque).

Relaciones con los trabajadores

Las Pyme del estudio están bastante de acuerdo en que se ponen los medios razonables para conciliar la vida laboral con la vida personal y familiar de sus trabajadores (3,2 de media sobre 4, habiendo un 46% de Pyme que están totalmente de acuerdo) (cuadro 30), al igual que consideran que las relaciones con su competencia se basan en la lealtad y el respeto en un alto grado (3,12, y en donde el 42% está totalmente de acuerdo). Por el contrario se considera poco habitual que se produzcan discriminaciones en la selección de empleados y en su retribución y promoción (1,86 de media, un 53% está nada de acuerdo; sin embargo hay un 13% de empresas que sí consideran la existencia de discriminación como algo habitual). El sector de la construcción supera estas valoraciones (con medias de 3,26; 1,79 y 3,29 respectivamente) mientras que en el comercio es el sector que más se aleja de la actuación laboral responsable (con medias de 3,07; 2,13 y 2,86 respectivamente).

CUADRO 30. ACTUACIONES EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PYME (MEDIA).

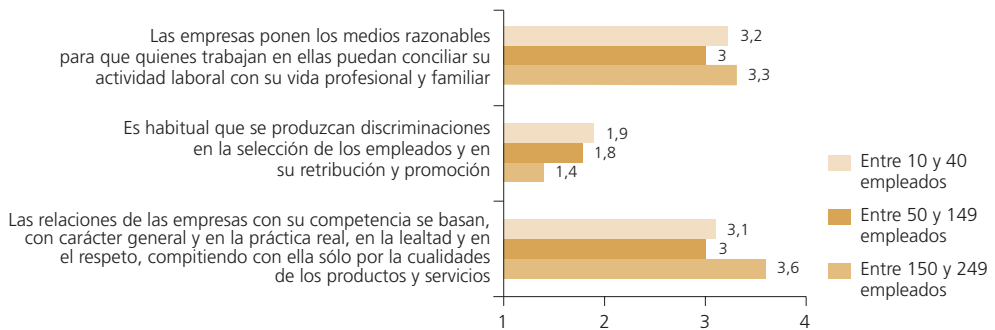
Entorno laboral de la Pyme. ¿Cuál es su acuerdo con...? (Escala de 1 a 4; donde 1: nada de acuerdo; 2: poco de acuerdo; 3: bastante de acuerdo; 4: totalmente de acuerdo).



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

CUADRO 31. ACTUACIONES EN EL ENTORNO LABORAL SEGÚN N° DE EMPLEADOS (MEDIA).

Según el nº de empleados de la Pyme. ¿Cuál es su acuerdo con...? (Escala de 1 a 4; donde 1: nada de acuerdo; 2: poco de acuerdo; 3: bastante de acuerdo; 4: totalmente de acuerdo).



Fuente: Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

Se puede apreciar que cuanto mayor es la Pyme, más se valora la lealtad y el respeto en las relaciones con la competencia (de 3 a 3,6 de media, llegando a estar totalmente de acuerdo el 74% de las empresas de 150 a 249 empleados), así como se considera muy poco habitual la existencia de discriminaciones laborales (de 1,9 a 1,4 de media, con un 79% de las Pyme mayores considerándolas nada habituales) (cuadro 31).

El conocimiento de la RSE no influye significativamente en la forma de actuar de las Pyme en estas áreas.

Puntos clave del estudio

Tratando de sintetizar y de destacar los aspectos de la investigación que consideramos más relevantes, podemos señalar los siguientes puntos clave:

1. La mayor parte de los representantes de las Pyme encuestadas (60,5%) no había oído hablar de la RSE. El conocimiento aumenta con el tamaño y los recursos de la empresa.
2. El 52% de las Pyme que declaran conocer el enfoque de la RSE se lo ha planteado en algún momento para su propia empresa. Este porcentaje llega al 86,9% en las empresas más grandes de la muestra.
3. Para las Pyme que conocen la RSE, la acciones que se consideran dentro de ésta son, por orden de valoración, la prevención de riesgos laborales (84,8%), fomentar los valores en la empresa (71,1%), la protección del medio ambiente (70,7%) y respetar de la dignidad y favorecer el desarrollo de los empleados (66,3%). Apoyar a la comunidad es sólo destacada en el 24% de las encuestas.
4. Una vez explicado el concepto de RSE, el 70% de las empresas encuestadas considera este enfoque necesario y/o ventajoso para su propia empresa. Este porcentaje es del 61% en las empresas que antes de la encuesta no habían oído hablar de este concepto y del 84,2% en la que sí lo conocían.
5. No existe correlación entre conocimiento de la RSE y buenas prácticas socialmente responsables. En algunos casos es incluso inversa.
6. En general está equilibrada la valoración de los beneficios frente a los valores. El 48,9% da a ambos bienes la misma importancia, un 22% da mucho más valor a la honestidad y el respeto a la persona que a los beneficios y sólo un 7% da mucho más valor a la obtención de beneficios. Hay una tendencia a valorar más a la persona cuanto más pequeña es la empresa.
7. Como principales acciones de RSE identificadas en la práctica de las empresas encuestadas destacan la calidad de producto/servicio (4,71 sobre 5), la prevención de riesgos laborales (4,55), la protección del medio ambiente (4,35) y el clima laboral y la atención de las necesidades de los empleados (4,32). Estos porcentajes decrecen al aumentar el tamaño de las empresas y el conocimiento de la RSE es irrelevante a este respecto.
8. El compromiso con los clientes que excede de lo legal es asumido por el 70% de las Pyme encuestadas.
9. Además de calidad, precio y experiencia, la honestidad en las prácticas empresariales es la más importante exigencia que las Pyme encuestadas declaran exigir a sus

CUADRO 32. CARACTERÍSTICAS RSE SEGÚN TAMAÑO DE LA PYME

Características de la RSE en función del tamaño de la Pyme

A mayor tamaño de la Pyme

- Mayor conocimiento de la RSE.
- Más interés en el enfoque RSE para aplicarlo a su empresa.
- Mayor identificación de la RSE con la prevención de riesgos laborales.
- Se considera más necesaria/ventajosa la RSE.
- Más se valora el beneficio.
- Más se exige al proveedor (colabore en actuaciones dirigidas a la comunidad, se distinga por el trato a sus empleados y respete el medio ambiente).
- Más se le exige por parte del cliente.
- Más acciones de colaboración con la comunidad local (acciones de patrocinio y mecenazgo deportivo y cultural, colaboración para el fomento del empleo o la formación profesional en la comunidad).
- Más actuaciones en el entorno laboral (relaciones con la competencia basadas en el respeto y lealtad, menor discriminación en la selección de los empleados, en su retribución y promoción).

A menor tamaño de la Pyme

- Más se valora la honestidad y el respeto a la persona.
- Mayor importancia real a buenas prácticas como el clima laboral y las necesidades de los empleados, la calidad del producto y/o servicio, la protección del medio ambiente, la prevención de riesgos laborales).

Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI. RSE y Pyme en España. 2005.

proveedores (4,5 sobre 5), seguida del trato a sus empleados (3,4) y el respeto al medio ambiente (3,2).

10. La RSE no es mayoritariamente percibida (31,4%) como una exigencia de los clientes a la hora de contratar, salvo en el sector de la construcción (48,8%). Las condiciones más comunes son las relativas a medio ambiente y prevención de riesgos laborales.
11. La colaboración para el fomento del empleo o al formación profesional es la actitud más destacada en conjunto como colaboración con la comunidad (61%). Las acciones de patrocinio o mecenazgo son claramente más frecuentes a medida que aumenta el tamaño de la empresa, hasta llegar al 66%.
12. Las Pyme encuestadas están *bastante de acuerdo* en que se ponen los medios para conciliar la vida familiar y laboral de sus trabajadores (3,2 sobre 4).



Conclusiones

Al llegar al final de nuestro itinerario por la RSE desde el que ha querido ser un enfoque para las Pyme, puede ser oportuno recuperar la centralidad de algunas de las ideas con las que iniciábamos el trabajo y completarlas con los principales elementos y perspectivas que han ido apareciendo a lo largo de las seis partes del trabajo.

En efecto, es preciso reiterar aquí el sentido más primigenio y esencial de la RSE: una empresa es socialmente responsable al desarrollar de manera cotidiana y honesta su actividad, contribuyendo a la consecución del bien común –o, si se prefiere, del desarrollo sostenible– a través de la eficiente realización de los fines que le son propios.

Desde este principio fundamental, el actual y pujante movimiento de la RSE representa una importante oportunidad para acentuar y desarrollar las dimensiones de la actividad empresarial que pueden representar un mayor compromiso con el desarrollo en su triple perspectiva social, económica y medioambiental. Es también una oportunidad para descubrir nuevas ventajas competitivas en los mercados, que en muchos casos sólo requerirán ordenar y explicitar lo que ya se está haciendo de manera espontánea.

Para aprovechar ambas oportunidades y centrando nuestra atención en el caso de las Pymes, nos parece necesario prestar especial atención a tres elementos, que representan, a nuestro juicio, otros tantos factores de éxito en la extensión del enfoque de la RSE a esta tipología de empresas:

1. De las diversas implicaciones de la RSE son prioritarias para las Pyme precisamente las más obvias y esenciales. Nos referimos, en concreto, al cuidado del equipo humano y al modo de operación en el mercado.

De la primera dimensión –el equipo humano– serían campos de acción fundamentales los relativos al cuidado del clima laboral y de los estilos de dirección, la concilia-

ción de la vida laboral y familiar y todo lo referente a la flexibilidad en el trabajo, el cuidado de la salud y la prevención de riesgos laborales, el fomento de la participación en los niveles y con los alcances más adecuados en cada caso, la no discriminación y la igualdad de oportunidades, la dedicación de tiempo y recursos para la formación, etc.

Respecto a la segunda dimensión –las operaciones en el mercado– hay que subrayar las cuestiones básicas que tienen que ver con la excelencia competitiva de una empresa (calidad del producto-servicio, orientación al cliente, innovación, eficiencia en los procesos, respeto del medio ambiente en los procesos productivos...), atendidas de forma honesta y responsable, de tal modo que la empresa pueda tener el crecimiento considerado más idóneo y sostenible, asegurando su propia perdurabilidad como empresa.

Ambas exigencias cuentan con importantes puntos de apoyo en dos de las características más evidentes de la mayor parte de las Pyme: la existencia de una propiedad fuertemente comprometida con los empleados y con el negocio y el propio tamaño de las empresas. Ambas notas facilitan entornos mucho más a la medida del ser humano –en definitiva, realmente comunitarios–, con ámbitos de responsabilidad más fácilmente abarcables que en las grandes corporaciones y que permiten espacios de flexibilidad, agilidad e innovación.

2. El desarrollo de los aspectos más explícitos, formales y normalizados de la RSE –habitualmente dirigidos a la “rendición de cuentas–, requiere un esfuerzo de simplificación, adaptación y gradualidad. Merece la pena en cambio centrarse antes en la sensibilización respecto a la importancia de la RSE y de su potencialidad en el aumento de competitividad de la empresa. Existe también una primera necesidad de intercambio de buenas prácticas entre las empresas, de construcción de redes socialmente responsables, de ordenar, sistematizar y “poner en valor” lo que ya se hace.

En el orden práctico es aconsejable intensificar la extensión de prácticas de autoevaluación y de medición en base al ciclo de mejora continua y la utilización de indicadores sencillos, para lo cual las experiencias cosechadas en el terreno de los sistemas de calidad y medioambiente pueden tener un gran valor. Existen, además, interesantes referencias y herramientas a disposición de cualquier compañía. Pero no serían deseables, en este sentido, imposiciones normativas poco sensibles a la realidad de unas empresas con pocos recursos y muy centradas en el día a día y en la supervivencia.

De otro lado, se está demostrando que los canales más adecuados para llegar a las pequeñas empresas con estos nuevos mensajes serán aquellos que resulten más familiares y accesibles a aquellas. Cámaras de Comercio y agrupaciones sectoriales o locales de empresarios tienen aquí un papel insustituible para conseguir el indispensa-

ble entorno de confianza, que los poderes públicos pueden facilitar y promover a través de muy diversas iniciativas de impulso y colaboración.

3. La vulnerabilidad y sensibilidad de las Pyme a los factores de entorno hace que el desarrollo de la RSE en este segmento tenga, finalmente, una condición de éxito ineludible: que todos los stakeholders “acompañen” a las pequeñas empresas en este camino, asumiendo y respetando, cada una el orden y el nivel que le son propios, los principios sociales que hacen posible el desarrollo de sociedades responsables: libertad, bien común, solidaridad y subsidiaridad.

Las actuales condiciones culturales hacen especialmente crítico el respeto del principio de subsidiaridad, conforme al cual todas las entidades de orden superior (administraciones públicas y legisladores, grandes empresas, cámaras y asociaciones empresariales...) deben positivamente ponerse en una actitud de ayuda –por tanto, de apoyo, promoción, desarrollo– respecto a las de orden inferior (en este caso las pequeñas empresas, que en su inmensa mayoría son microempresas). En sentido negativo, la subsidiaridad implicará que esas mismas entidades de ámbito superior a la Pyme se abstengan de cuanto restringiría, de hecho, el espacio vital de las Pymes, su capacidad de iniciativa, autorregulación y desarrollo. Los pequeños empresarios, en definitiva, deben ser ayudados en sus esfuerzos pero nunca suplantados.

Bibliografía

- AECA (2004), *“Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa”*, Madrid.
- Bicocca, R.M., Castillo, C.R. y Olaiz, P.J. (2006), *“La participación de los trabajadores en la empresa, elemento clave de la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial”*, trabajo inédito de final de curso del MBA en Liderazgo Estratégico (edición 2005-2006) de CEU Escuela de Negocios, Madrid.
- Carneiro, M. (2004), *“La responsabilidad social corporativa interna”*, ESIC, Madrid.
- Cortina, A. (1994), *“Ética de la Empresa. Claves para una nueva cultura empresarial”*, Colección Estructuras y Procesos, Trotta, Madrid.
- Cuesta, M. de la et al. (2002), *“La Responsabilidad Social Corporativa: una aplicación a España”*, UNED-Economistas sin Fronteras, Madrid.
- Debeljuh, P. (2005), *“El desafío de la ética”*, Temas, Buenos Aires.
- Fernández, J.L. (1996), *“Ética para empresarios y directivos”*, ESIC, Madrid.
- Fernández Aguado, J. (coord.) (2001), *“La ética en los negocios”*, Ariel, Barcelona.
- Fontrodona, J. et al. (1998), *“La ética que necesita la empresa”*, Ensayos DSI, Unión Editorial, Madrid.
- Francés, P. (2005), *“Responsabilidad Social de las Empresas: fundamentos y enfoque de la gestión responsable”*, Forética, Madrid.
- Francés, P. et al (2003), *“Códigos éticos en los negocios. Creación y aplicación en empresas e instituciones”*, Colección Empresa y Gestión, Pirámide, Madrid.
- Gómez Pérez, R. (1999), *“Ética empresarial. Teoría y Casos”*, Rialp, Madrid.
(1999), *“La Cultura de la Empresa. Un enfoque antropológico”*, Ensayos DSI, Unión Editorial, Madrid.
- Guardini, R. (2002), *“Una ética para nuestro tiempo”*, Ediciones Cristiandad, Madrid.

- Lozano, J.F. (2004), *“Códigos éticos para el mundo empresarial”*, Trotta, Madrid.
 - Lozano, J.F. et al. (2005), *“Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de regulación y la voluntariedad”*, Granica, Barcelona.
 - Martínez, J.L. (2005), *“Responsabilidad o irresponsabilidad social corporativa”*, El Noticiero de las ideas, nº 22 de Abril-Junio de 2005, Madrid.
 - Martínez, J.L. y Agüero, A. (2004), *“La acción social de la empresa”*, Pearson-Prentice Hall, Madrid.
 - Melé, D. (1997), *“Ética en la Dirección de Empresas”*, Biblioteca IESE de Gestión de Empresas, Folio, Barcelona, 1997.
 - Melendo, T. (1990), *“Las claves de la eficacia empresarial (Un reto a los empresarios españoles)”*, Colección Empresa y Humanismo, Rialp, Madrid.
 - Michelin, F. (1999), *“Empresa y responsabilidad. Conversaciones con Ivan Levaí e Yves Mesarovitch”*, Colección Oikos Nomos, Encuentro, Madrid.
 - Murillo, D. y Lozano, J.M. (eds.) (2006), *“RSE y Pyme: una apuesta por la excelencia empresarial”*, Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES) – ESADE, Barcelona.
 - Ortiz, J.M. (1995), *“La hora de la ética empresarial”*, Mc Graw-Hill, Madrid.
 - Osorio, M. (comp.) (2004), *“La Nueva Empresa. Responsabilidad Social Corporativa”*, Fundación Luve, Voz de Papel, Madrid.
 - Quintana, J. (2005), *“Responsabilidad Social en las Empresas Familiares”*, Forética, Madrid.
 - Sarabia, A., Caro, R. y Tapia, J. (coords.) (2006), *“Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa”*, estudio inédito realizado como proyecto de investigación doctoral en el Departamento de Organización Industrial de la E.S.I. de ICAI, Universidad Pontificia de Comillas, Madrid.
 - Urcelay, J. (2002), *“La contribución del modelo de liderazgo a la responsabilidad social de la empresa”*, Papeles de Ética, Economía y Dirección nº 7, Madrid.
- (2003), *“Convergencias con la DSI en el Libro Verde de la UE sobre la responsabilidad social de la empresa”*, en el volumen colectivo *“Desafíos globales: la Doctrina Social de la Iglesia hoy. Actas del IV Congreso Católicos y Vida Pública”*, Fundación Santa María, Madrid, 2003.
- (2004), *“La Dimensión Interna de la Responsabilidad Social Corporativa. Introducción”*, en el volumen colectivo *“La Nueva Empresa. Responsabilidad Social Corporativa”*, Voz de Papel, Madrid.
- (2004), *“¿Educación moral en la empresa?. El nuevo contexto de la responsabilidad social corporativa”*, en el volumen colectivo *“¿Qué Cultura?. Actas del V Congreso Católicos y Vida Pública”*, Fundación Santa María, Madrid.
- (2005), *“Responsabilidad Social Corporativa: la dimensión interna como cuestión previa”*, Capital Humano, nº 184, Enero 2005, Madrid.
- (2005), *“Integración de la Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las pymes y su incidencia en el empleo”*, trabajo de investigación desarrollado en el Programa Fondo Social Europeo – EOI, Escuela de Negocios, Madrid.

- (2006), *"El indispensable fundamento ético de la RSC"*, Anuario de la empresa responsable y sostenible '05-06, Media Responsable, Barcelona.
- VV.AA. (1993), *"Códigos de Conducta Empresarial"*, Acción Social Empresarial, Madrid.
 - (1996), *"El desarrollo humano en la empresa"*, Acción Social Empresarial, Madrid.
 - (1997), *"La empresa artífice de la nueva sociedad"*, Acción Social Empresarial, Madrid.
 - (2002), *"La responsabilidad social del empresario. Aportaciones a la Doctrina Social de la Iglesia"*, Acción Social Empresarial, Madrid.
 - (2005), *"Responsabilidad Social de la Empresa"*, Acción Social Empresarial, Madrid.
 - (2005), *"Anuario de la empresa responsable y sostenible 05 06"*, Media Responsable, Premiá de Mar (Barcelona).
 - Vilanova, M., Lozano, J.M. y Dinares, M. (2006), *"Accountability. Comunicación y reporting en el ámbito de la RSE"*, Forética, Madrid.

Documentación del marco europeo de RSE

- Comisión de las Comunidades Europeas (2001), *“Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. 18.7.2001. COM (2001) 366 final”*, Bruselas.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2002), *“Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución al desarrollo sostenible. 2.7.2002. COM (2002) 347 final”*, Bruselas.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2006), *“Comunicación de la Comisión Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la Responsabilidad Social de la Empresa . 22.3.2006. COM (2006) 136 final”*, Bruselas.
- Comité Económico y Social Europeo (2005), *“Dictamen sobre el tema Instrumentos de información y evaluación de la responsabilidad social de las empresas en una economía globalizada. 2005/C286/04”*, Diario Oficial de la Unión Europea, Bruselas, 17.11.2005.
- Consejo de la Unión Europea (2001), *“Resolución del Consejo relativa al seguimiento del Libro Verde sobre la Responsabilidad Social de las Empresas. 2002/c 86/03”*, Bruselas.
- Consejo de la Unión Europea (2003), *“Resolución del Consejo relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas. 2003/c 39/02”*, Bruselas.
- CSR Europe (s/f), *“The SME Key Guide”* (sólo en internet en www.ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/links/index_es.htm).
- CSR Europe (2006), *“Hoja de Ruta Europea para las Empresas. Hacia un desarrollo sostenible y competitivo”*, Forética, Madrid.
- DG Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea (2003), *“EU Multi-Stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility (CSR EMS Forum)”*, European Communities, Bélgica.
- DG Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea (2003), *“Mapping instruments for Corporate Social Responsibility”*, European Communities, Bélgica.
- DG Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea (2004), *“ABC of the main instruments of Corporate Social Responsibility”*, European Communities, Bélgica.

- DG Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea (2004), *“Corporate Social Responsibility. Nacional public policies in the European Union”*, European Communities, Bélgica.
- DG Empresa (2004), *“Responsabilidad empresarial. Recopilación de casos de buenas prácticas entre pequeñas y medianas empresas de Europa”*, Comunidades Europeas, Bruselas.
- DG Empresa e Industria (s/f), *“Guía”*, Campaña Europea CSR (sólo en internet en www.ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/index_es.htm).
- Eurochambres (2004), *“Eurochambres Position on Corporate Social Responsibility”*, Eurochambres Aisbl, Bruselas.
- European Foundation for the Improvement of the Working and Living Conditions (2003), *“Towards a sustainable corporate social responsibility”*, European Communities, Dublin.
- European Multistakeholder Forum on CSR (2004), *“Final results & recomendations”*, Bruselas.
- Observatory of European SMEs (2002), *“European SMEs and social and environmental responsibility”*, European Communities, Bélgica.
- SME PAM-European Small and Medium-Sized Enterprises Pro Active Manager 2002-2004 (2004). *“International Survey Analysis”*, s/l.
- UEAPME (2002), *“Position Paper on the Green Paper ‘Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility’”*, Union Européenne de l’Artisanat et des petites et moyennes entreprises”, s/l.

Documentación del marco español de RSE

- Barrera, J.J. (2006), *“Las Políticas de impulso de la responsabilidad social de las empresas”*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, http://empleo.mtas.es/empleo/economia-soc/resp_social.htm.
- Congreso de los Diputados (2006), *“Debate del informe de conclusiones elaborado en el seno de la subcomisión para potenciar y promover la responsabilidad social de la empresa”*, Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, Madrid, 27 de Junio de 2006, num. 624.
- Congreso de los Diputados (2006), *“Informe de la Subcomisión para potenciar y promover la responsabilidad social de las empresas”*, Boletín Oficial de las Cortes. Congreso de los Diputados, Madrid, 4 de Agosto de 2006, num. 424.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005), *“I, II y III Sesión de Trabajo del Foro de Expertos en RSE. Definición y ámbito de la RSE”*, Madrid, en internet en http://empleo.mtas.es/empleo/economia-soc/resp_social.htm.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2006), *“IV Sesión de Trabajo del Foro de Expertos en RSE. El Informe de RSE como motor de la Responsabilidad Social”*, Madrid, en internet en http://empleo.mtas.es/empleo/economia-soc/resp_social.htm.

Guías publicadas en España para la gestión de la RSE

- ASEPAM (2003), *“Guía detallada para la implantación del Pacto Mundial en una empresa o entidad española”*, s/l.
- ASEPAM (2006), *“Guía para implantar el Principio 6 del Pacto Mundial sobre la no-discriminación en el empleo y la ocupación”* (en internet en www.pactomundial.org).
- CECOT (2005), *“Guía de la Responsabilidad Social empresarial a les Pimes”*, CECOT, Barcelona.
- CEPYME (2004), *“Prevención de riesgos para Pyme y Autónomos”*, CEPYME, Madrid.
- Chinchilla, N. y León, C. (2005), *“Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible. Hacia la Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal”*, Centro Internacional Familia y Trabajo del IESE y Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid, Madrid.
- FEVECTA-FEVES (s/f), *“Guía Práctica de Responsabilidad Social Empresarial”*, FEVECTA, Comunidad Valenciana. Guía on-line operable en http://217.13.81.19/fevecta_balancesocial/.
- Fundación Étnor (2004), *“Guía de responsabilidad social de la empresa”*, CEEI-Valencia y Fundación ÉTNOR, Valencia.
- Forética (2006), *“SGE 21:2005. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable”*, Forética, Madrid.
- Gálvez, M.T. y Loste, N. (2004), *“Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad en la Pyme aragonesa”*, CEPYME-Aragón, s/l.
- Generalitat Valenciana (2006), *“Cómo ser empresa solidaria: primeros pasos. Guía Práctica de aplicación de la Responsabilidad Social de la Empresa en el Área de la Acción Social”*, Consejería de Bienestar Social de la Comunidad Valenciana, Valencia.
- GRI (2004), *“En cinco pasos. Guía para comunicar políticas de responsabilidad social corporativa en las pymes”*, GRI, Madrid.
- IZAITE (2005), *“Guía para la implantación de la RSE en la empresa”*, IZAITE, Zamudio (Vizcaya), 2005.

- Roser, I. (2005), *“Guía de la Responsabilidad Social Corporativa para las Pyme”*, Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa y Fundación El Monte, s/l.
- Xertatu (s/f), *“Xertatu:adi. Metodología de mejora continua en Responsabilidad Social Empresarial”*, Bilbao.
- Zaro, L. (2002), *“Guía para la aplicación de la Norma UNE-EN ISO 14001 en la pyme”*, CEPY-ME-Aragón, Gobierno de Aragón y AENOR, Zaragoza.

Referencias de Internet

- AECA: www.aeca.es
- Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM): www.pactomundial.org
- Business and Sustainable Development: www.bsdglobal.com
- Business for Social Responsibility: www.bsr.org
- Business in the Community: www.bitc.org.uk
- Confederación Española de Empresas de Economía Social (CEPES): www.cepes.es
- Club de Excelencia en Sostenibilidad: www.clubsostenibilidad.org
- CSR Europa: www.csreurope.org
- EBEN España: www.eticaed.org
- Global Reporting Initiative (GRI): www.globalreporting.org
- Forética: www.foretica.es
- Fundación Biodiversidad: www.fundacion-biodiversidad.es
- Foro de Reputación Corporativa: www.reputacioncorporativa.org
- Fundación Centro de Investigación Economía y Sociedad: www.grupcies.com
- Fundación Ecología y Desarrollo: www.ecodes.org
- Fundación Empresa y Sociedad: www.empresaysociedad.org
- Fundación Entorno: www.fundacionentorno.org
- Fundación Étnor: www.etnor.org
- Fundación Lealtad: www.fundacionlealtad.org
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: www.observatoriorsc.org
- Profesionales por la Ética: www.profesionalesetica.com

- Responsables.biz (Semnario Digital de Responsabilidad Social de la Empresa): www.responsables.biz
- RSE. Coop: www.rsecoop.coop
- Small Business Journey (herramienta de Small Business Consortium): www.smallbusinessjourney.com
- The Copenhagen Centre: www.copenhagencentre.org
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD): www.wbcd.org
- Xertatu: www.xertatu.net



UNION EUROPEA
Fondo Social Europeo



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO



crece



eoi

Escuela de Negocios

www.eoi.es