



EVOLUCIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN DE MURCIA 2011–2015

Longinos Marín Rives (Coord.)
Raúl Zanón Gómez
Sylvia López Davis
Manuel Larrán Jorge
Isabel Martínez Conesa
Víctor Meseguer Sánchez



Estudio patrocinado por:





Edición 2015

Reservados todos los derechos. De acuerdo con la legislación vigente, y bajo las sanciones en ella previstas, queda totalmente prohibida la reproducción y/o transmisión parcial o total de este libro, por procedimientos mecánicos o electrónicos, incluyendo fotocopia, grabación magnética, óptica o cualesquiera otros procedimientos que la técnica permita o pueda permitir en el futuro, sin la expresa autorización por escrito de los propietarios del copyright.

© de los textos:

Longinos Marín Rives (Coord.)
Raúl Zanón Gómez
Sylvia López Davis
Manuel Larrán Jorge
Isabel Martínez Conesa
Víctor Meseguer Sánchez

ISBN: 978-84-608-2270-7

Depósito Legal:

Imprime:

Servicio de Publicaciones.
Universidad de Murcia.
Impreso en España - Printed in Spain

Publicado en papel 100% reciclado, postconsumo y libre de cloro.
Las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a la edición de este trabajo han sido calculadas y compensadas mediante proyectos de reducción

**EVOLUCIÓN DE LA IMPLANTACIÓN
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
EN LAS EMPRESAS DE LA
REGIÓN DE MURCIA 2011-2015**

6 EVOLUCIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN DE MURCIA 2011-2015

ÍNDICE

Introducción.....	8
1. La RSC en las empresas	10
2. Análisis de la RSC en el ámbito internacional, español y de la Región de Murcia	17
2.1. La RSC a nivel internacional	17
2.2. La RSC en Europa	25
2.3. La RSC en España	29
2.4. La RSC en la Región de Murcia	36
3. Metodología de la investigación	42
4. Resultados obtenidos.....	45
4.1. Gestión de la RSC.....	45
4.2. Motivaciones en la implantación de RSC	50
4.3. Barreras en la implantación de RSC	52
4.4. Efectos de la crisis sobre las prácticas de RSC	55
4.5. Prácticas con clientes.....	58
4.6. Prácticas con la comunidad.....	61
4.7. Prácticas con empleados.....	64
4.8. Prácticas con el Medio Ambiente	68
4.9. Prácticas con proveedores.....	71
4.10. Prácticas de RSC desde los Órganos de Gobierno	74
5. Conclusiones.....	76
6. Bibliografía.....	88
7. Índice de gráficos.....	94

●●● INTRODUCCIÓN

La Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la Universidad de Murcia viene trabajando, desde su constitución en el año 2010, en la investigación aplicada en temas de RSC en la Región de Murcia. En este sentido, ha elaborado tres estudios de la percepción de los consumidores sobre la RSC en la Región de Murcia (2008, 2011 y 2014), dos Memorias de RSC de la Universidad de Murcia (2009-2010 y 2011-2012), así como otros estudios sobre la RSC en las empresas. Éstos incluyen un libro de compilación de las iniciativas de RSC más relevantes de organizaciones de la región (2013) y un estudio sobre el nivel de RSC en las empresas de la Región, que se publicó en el año 2012.

Además de la investigación aplicada, la Cátedra de RSC impulsa la investigación académica básica mediante la elaboración de artículos publicados en las revistas de principal impacto en las áreas del marketing, la organización de empresas, el derecho o el trabajo social; y la sensibilización de la sociedad a través de la divulgación y de la organización y participación en jornadas, seminarios y foros de RSC tanto dentro como fuera del ámbito universitario. Por último, es clave la formación de futuros profesionales de RSC no sólo a través de la organización de jornadas, foros y cursos, sino también a través del novedoso Master de Responsabilidad Social Corporativa, que supone este curso 2014-2015 la realización de su segunda edición.

Todo este trabajo y sus resultados son posibles gracias al compromiso de la Universidad de Murcia y la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia -a través del apoyo del Vicerrectorado de Transferencia, Emprendimiento y Empleo y la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo, respectivamente-, así como el de las empresas patrocinadoras de la Cátedra de RSC Agromediterránea, Aguas de Murcia, Ayuntamiento de Molina de Segura, Fundación Diagrama, Fundación Cajamurcia, Fundación Cepaim, Grupo Disfrimur, Grupo Fuertes, Grupo Orenes y Hero.

El presente estudio pretende conocer la evolución de la implantación de la RSC de las empresas en la Región de Murcia a través de la actualización del estudio publicado en 2012, incluyendo este año información adicional que nos

ayudará no sólo a entender, sino también a enriquecer los resultados. El objetivo es conocer la evolución que está experimentando la implantación de prácticas de RSC en las empresas de la Región de Murcia, el rumbo que éstas están tomando a lo largo de los años no sólo en aspectos generales sino también específicos (prácticas con distintos stakeholders, barreras y motivaciones, gestión, etc.), así como tener un conocimiento exhaustivo que nos permita situar y comparar a la Región de Murcia en el marco nacional e internacional.

El trabajo que se presenta consta de una primera parte teórica y una segunda empírica. El primer apartado hace un repaso del concepto de Responsabilidad Social Corporativa desde el ámbito académico y empresarial. Éste incluye un análisis del concepto de RSC así como su aplicación y situación en el contexto internacional, europeo, español y regional.

A continuación, se muestra la metodología seguida para el estudio de investigación y se presentan los principales resultados relativos a las motivaciones y barreras a su implantación, los efectos de la crisis económica y las prácticas con los distintos grupos de interés (clientes, comunidad, empleados, medio ambiente, proveedores y órganos de gobierno). El documento finaliza con las principales conclusiones alcanzadas en la investigación.

1. LA RSC EN LAS EMPRESAS

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), o Empresarial (RSE) empieza a conceptualizarse con esa denominación a mitad del siglo pasado en EEUU. Es tratado por primera vez por Bowen (1953), aludiendo a las “responsabilidades hacia la sociedad que se puede esperar que los empresarios asuman de forma razonable”, proponiendo que la responsabilidad social se refiere a las “obligaciones del empresario por conseguir las políticas, tomar decisiones o seguir líneas de actuación que sean deseables en los mismos términos y valores que lo desea nuestra sociedad”. Bowen marca, por tanto, la primera discusión sobre si las empresas deben responder ante sus accionistas, en la medida en que son los propietarios, o ante la sociedad en general, ya que esta actitud determinará la confianza que la sociedad depositará en las empresas.

Estas primeras aportaciones de la década de los 60 tratan el tema de la RSC desde una perspectiva más filosófica y económica que práctica, proponiendo un papel para la empresa complementario al de los poderes públicos, hecho lógico en un momento y una situación de escaso avance en lo que respecta al Estado del Bienestar y con problemas derivados de la discusión del papel de cada agente en la provisión de los servicios básicos. Contraria a las posiciones defendidas por estos autores se encuentra la postura de Friedman (1962) y otros autores de la misma tendencia de pensamiento, para el que la empresa no tiene otras obligaciones más allá de buscar el máximo beneficio para sus accionistas. El resto de necesidades y demandas sociales deben ser provistas por los poderes públicos. Dos posturas encontradas sobre el papel de la empresa que, en cierto modo, hasta hoy siguen vigentes.

En esta diatriba conceptual resulta de interés la aportación realizada por Carroll (1979), para quien “la responsabilidad social es la forma en que la empresa da respuesta a las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales que la sociedad tiene sobre las organizaciones”. Marca una clasificación de las obligaciones de la empresa que sigue vigente hoy: económicas, legales, éticas y discrecionales o filantrópicas. La primera de ellas, la más importante para el autor, requiere que

la empresa sea eficiente en la provisión de bienes y servicios para la sociedad, implicando con ello la necesidad de producir o prestar servicios de calidad, desarrollar innovaciones en los productos y procesos, lograr que los recursos humanos sean productivos, capacidad para la resolución adecuada de las quejas de los consumidores, etc. Así es como funciona el sistema capitalista de economía de mercado, y ésta es la principal función de la empresa. En segundo lugar, la responsabilidad legal implica la obligación de cumplir con las leyes, las reglas del juego bajo las cuales se espera que las empresas funcionen. La responsabilidad ética engloba las formas de comportarse y las normas que la sociedad espera que las empresas sigan, comportamientos y actividades que van más allá de lo contemplado en la ley, códigos de conducta considerados como moralmente correctos. Algunos ejemplos pueden ser los códigos de conducta de los trabajadores, el facilitar al consumidor la máxima información posible sobre el producto, la no utilización de sustancias peligrosas o nocivas, la transparencia en la gestión y administración de las finanzas, etc. Por último, la responsabilidad discrecional representa el rol voluntario que la empresa asume en políticas de acción social. Las actividades específicas son guiadas por el deseo de las empresas de comprometerse con causas sociales que no le vienen impuestas por requerimientos legales ni éticos. Incluye, por tanto, todas las actividades de acción social que son voluntarias, altruistas o filantrópicas, guiadas sólo por el deseo de las empresas de pertenecer a una sociedad mejor, como las donaciones al desarrollo, el impulso de los desfavorecidos, el apoyo a eventos culturales o al medio ambiente.

La tercera vía impuesta por Carroll todavía hoy tiene vigencia, siendo muchos los autores que la siguen dando como definición de referencia. No obstante, de los cuatro tipos de responsabilidad, siempre se ha pensado que el componente económico se refiere a lo que la empresa hace para ella misma, mientras los otros tres componentes definen lo que la empresa hace por los demás y, por tanto, la responsabilidad económica no sería en realidad un componente "social" de la responsabilidad. No obstante, el mismo Carroll (1999) defiende la idea de que también lo que hacen las empresas en este sentido es bueno para la sociedad,

en la medida en que la está proveyendo de bienes y servicios, y también esto lo puede hacer mejor o peor, con mayor o menor eficiencia, calidad, garantía, protección, etc. Valdría como ejemplo los resultados de compañías como Zara o IKEA, que asumen que es un avance social el hecho de que casi cualquier persona, con independencia de su condición económica, pueda acceder a comprar diseño, un lujo hasta hace poco solo al alcance de las clases sociales con alto poder adquisitivo.

En los años ochenta se confirma la tendencia sociológica que obliga a dejar de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades. Se defiende la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales, también de la empresa, sea lucrativa o no. Es desde mediados de los años 80 cuando va adquiriendo un mayor protagonismo en la literatura el concepto de Desempeño Social (DS), como una teoría más compacta y aceptada, bajo la cual la RSC puede ser clasificada o incluida (Carroll, 1999). De hecho, Wartick y Cochran (1985) plantean su "evolución del modelo de DS" basado en el inicial planteado por Carroll (1979). La principal aportación es que rescatan los tres aspectos del DSC que eran RSC, Sensibilidad Social y Acción Social, clasificados como principios, procesos y políticas. En este sentido, la RSC queda marcada como una tendencia de filosofía dentro de la organización que le obliga a cuidar de todos aquellos grupos a los que "debe algo", basada en la Teoría del Contrato Social. La aplicación práctica de la RSC viene determinada por la tendencia de las empresas a responder ante los problemas del entorno (Acción Social) en un modo más o menos activo (Sensibilidad Social).

La tendencia de la mayoría de los autores en la literatura de organización de empresas de los años 80 está alineada con esta idea de la adecuada gestión de los grupos de interés, estrechando el concepto a la RSC. Los grupos de interés son definidos como "aquellos individuos o grupos que pueden afectar o verse afectados por la consecución de los objetivos de la organización" (Freeman, 1983),

“tienen o reclaman derechos de propiedad o intereses en la empresa y en sus actividades pasadas, presentes o futuras” (Clarkson, 1995), o “personas o grupos con intereses legítimos en aspectos sustantivos o de procedimiento en la actividad corporativa” (Donaldson y Preston, 1995). Clarkson (1995) diferencia los grupos de interés primarios, sin los que la empresa no podría sobrevivir a largo plazo, y secundarios, que no están específicamente inmersos en transacciones económicas con la empresa y no son esenciales para su supervivencia a largo plazo. Entre los primeros hay cinco grupos: accionistas o inversores, empleados, consumidores, proveedores y los poderes públicos. Entre los segundos se encuentran los medios de comunicación, las asociaciones de empresarios o la comunidad local.

En esta línea de investigación resulta muy interesante el trabajo de Mitchell et al. (1997) al afirmar que las demandas de los grupos de interés serán atendidas por la empresa en función de la fuerza que tengan, y esto depende de que posean, en mayor o menor grado, las tres características siguientes: poder, legitimidad y urgencia. El poder es definido como la habilidad de alguien para provocar los resultados que desea, y en la relación existente entre los diferentes grupos de interés y la empresa se pueden encontrar relaciones de dependencia en ambos sentidos (la empresa puede depender de un grupo, por ejemplo los accionistas o los consumidores en un momento, y los trabajadores pueden depender de la empresa en otro). La legitimidad es definida como una percepción generalizada de que las acciones de una entidad son deseables, transparentes y apropiadas en el sistema socialmente construido de normas, valores y creencias. Por último, la urgencia es definida como la llamada a la inmediata atención o presión, y se da cuando concurren dos circunstancias: la demanda del grupo de interés es muy sensible o hace referencia al tiempo y, además, es importante o crítica para una de las partes. Como conclusión acerca de esta aportación, la empresa deberá comportarse como socialmente responsable en la medida en que debe atender de forma adecuada y ética las demandas planteadas por sus grupos de interés, teniendo en cuenta que es una gestión nada fácil, debido a que tendrá como

condicionante el poder, la legitimidad y la urgencia de cada uno de ellos.

Esta perspectiva de la RSC como defensa de los grupos de interés se ha mantenido en la literatura hasta la actualidad. Maignan y Ferrell (2004) proponen que una firma comprometida con la RSC tiene principios y procesos dirigidos a minimizar los impactos negativos y a maximizar los asuntos positivos que afectan a sus grupos de interés, de tal forma que “las empresas actúan de una manera socialmente responsable cuando alinean su comportamiento con las normas y demandas adoptadas por sus principales grupos de interés”. Al margen de esta acepción generalizada de la teoría de los grupos de interés, para entender la verdadera naturaleza de la RSC, existen aportaciones al concepto, también con una relevancia, que merecen ser tenidas en cuenta. Brown y Dacin (1997), en uno de los artículos de referencia en la materia, definen la RSC como “las actividades y el estatus que tiene la empresa con respecto a las obligaciones societarias que percibe”, que suscriben también Sen y Bhattacharya (2001) en otro de los artículos de mayor impacto y trascendencia en el estudio de la RSC. Adoptan, pues, un concepto muy amplio de RSC en el que se hace referencia a la filosofía y al comportamiento que, de forma indirecta, hace referencia a los grupos de interés con una perspectiva de sensibilidad.

Además de las aportaciones procedentes del ámbito científico y, con el fin de enriquecer las perspectivas bajo las que se ha estudiado el concepto de RSC, es interesante el análisis de otras definiciones. En el Libro Verde de la Comisión Europea (2001) la RSC se define como “la manera en que las empresas de forma voluntaria integran su concepción social y medioambiental en las prácticas operacionales y en su relación con los grupos de interés”. La AECA (2004) define la RSC como “el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las empresas y grupos sociales con quien interactúa”, centrando su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han

de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. Para Lafuente et al. (2003) “la adopción de criterios de RSC en la gestión empresarial entraña la formalización de políticas y sistemas en los ámbitos económico, social y medioambiental, la transparencia informativa respecto a los resultados alcanzados en tales ámbitos y el escrutinio externo de los mismos”. En esa línea, De la Cuesta y Valor (2003) afirman que por RSC se entiende “el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores”.

Por último, hay que mencionar la definición que sobre RSC hace el Foro de Expertos de RSC en 2007, que propone que 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, políticas 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 y los impactos que se derivan de sus acciones. Este Foro fue constituido el 17 de marzo de 2005 por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales con la participación de representantes de varios Ministerios y de expertos provenientes de grupos empresariales, organizaciones de la sociedad civil y de la Universidad. En 2007 publicó el documento “Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España”.

Tras analizar las diferentes perspectivas sobre la RSC, así como la existencia de términos asociados, orientaciones prácticas, o aplicaciones concretas no resulta fácil escoger una definición de las existentes como útil a los efectos de nuestro trabajo ni elaborar una nueva. En cualquier caso tendremos en cuenta que hay tres características presentes, con mayor o menor protagonismo, en todas las definiciones, y que nosotros compartimos.

La primera es la existencia para la empresa de obligaciones que van más allá de sus responsabilidades económicas (Carroll, 1979). La segunda, que la RSC tiene una acepción de principios básicos que deben permanecer en la empresa con el tiempo, y que estos deben orientar la marcha de la empresa y su comportamiento, por lo que se debe situar a nivel estratégico (Wood, 1991). Por último, la empresa no sólo debe atender las demandas de sus accionistas sino la de todos los grupos de interés que están relacionados con la misma (Clarkson, 1995, Maignan y Ferrell, 2004).

En línea con las definiciones anteriores, en 2011 se lanza una nueva Comunicación sobre Responsabilidad Social Corporativa "A renewed EU strategy 2011-14 for CSR", en la que la Comisión Europea (CE) plantea una nueva definición de la RSC para dar un enfoque "más moderno" y esboza los grandes asuntos de "una agenda para la acción de 2011 a 2014. La Comisión define la RSC como "la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad". Para asumir esta responsabilidad, las compañías deben contar con un proceso para integrar en sus operaciones comerciales y en estrecha colaboración con los grupos de interés, los asuntos sociales, relativos al medio ambiente, ética, derechos humanos y preocupaciones de los consumidores.

●●● 2. ANÁLISIS DE LA RSC EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL, ESPAÑOL Y DE LA REGIÓN DE MURCIA

En los últimos años se ha observado un permanente y creciente esfuerzo por parte de organismos nacionales e internacionales por promover la RSC a través de regulaciones y de propuestas, creación de organizaciones, ayudas a empresas, debates e investigaciones académicas. Este apartado pretende ofrecer una visión general de las principales iniciativas de organizaciones que apoyan, difunden o regulan la RSC.

2.1. La RSC a nivel internacional

A nivel internacional, son muchas las iniciativas de organismos globales como la OCDE, la OIT, el Banco Mundial o las Naciones Unidas en el impulso de la RSC. El Banco Mundial cuenta con un Programa sobre RSE y Competitividad Sostenible, y una Oficina de Prácticas de RSE dentro del Departamento de Servicios de Asesoría del Sector Privado. Las Naciones Unidas han puesto en marcha un Programa de Investigación sobre la Responsabilidad Social Corporativa, y crearon en el año 2000 el Global Compact (o Pacto Mundial). Esta última iniciativa nace a raíz del discurso en 1999 de Kofi Annan en la Cumbre Económica Mundial de Davos.

En este discurso, el entonces Secretario General de la ONU, propuso al sector privado en colaboración con las Naciones Unidas, la creación de un Pacto Mundial de valores y principios compartidos, que proveyeran de una dimensión humana al mercado global. Tiene como objetivo conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios fundamentales y globalmente aceptados, basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

Esta iniciativa llega a España en el 2002, bajo el nombre de Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y no es hasta el 2004 cuando se crea la Asociación Española del Pacto Mundial. A partir del 2008 toma su denominación actual, Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y hoy cuenta con más de 1500 em-

presas y organizaciones adheridas. El Pacto Mundial, en colaboración con United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP Financial Initiative) lleva coordinando desde 2005 el PRI, Principles for Responsible Investment. Esta iniciativa fue creada como foro experto en Inversión Socialmente Responsable (ISR), y estudian los impactos que las actuaciones financieras tienen en el medio ambiente y la sociedad.

A nivel internacional se encuentran también organizaciones como BITC (Business in the Community), dedicada a la RSC desde 1982. Es una de las organizaciones de RSC más antiguas, y puso en marcha la red CSR360 GPN (Global Partner Network), una red global de organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan con empresas para mejorar su impacto positivo en la sociedad, fomentando las prácticas empresariales responsables. La red comprende en la actualidad cerca de 100 organizaciones de 60 países del mundo.

Por otro lado la WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), creada en 1992, es una plataforma global cuya misión es proveer de un liderazgo empresarial que funcione como catalizador del cambio hacia un desarrollo sostenible. La asociación está formada por unas 200 empresas, que trabajan conjuntamente en la unión del negocio con el desarrollo sostenible a través del intercambio de experiencias, conocimiento y buenas prácticas, así como la creación de múltiples foros en colaboración con gobiernos, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

El eco de la Responsabilidad Social Corporativa, además de permanecer en todos los sectores de organizaciones privadas, ha llegado también al seno de los principales debates académicos. Parece que no es suficiente con que la empresa sea responsable, sino que también es necesario que lo sean organizaciones públicas, como gobiernos y universidades. Estas últimas, en concreto, llevan incorporando la RSC a sus investigaciones de una forma exponencial durante la última década, y muchas de ellas están tomando la iniciativa de llevar a cabo procesos de gestión y reporte de acuerdo con estándares de RSC. En Iberoamérica, por

ejemplo, se ha creado la Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (Red UNIRSE), a la que están adheridas 215 universidades y conforma un punto de encuentro entre ellas en el apoyo a la investigación, promoción, sensibilización e intercambio de conocimiento en este ámbito.

La preocupación por el desempeño empresarial en los últimos años ha dado lugar no sólo a la creación de todas estas organizaciones y redes, sino también a índices socialmente responsables que miden el desempeño de las compañías líderes en esta materia a nivel mundial. Los más importantes son los Dow Jones Sustainability Indexes, que nacieron en 1999 y establecen el liderazgo de las grandes compañías no sólo en términos económico-financieros, sino también bajo criterios sociales y medioambientales. Por su lado, FTSE Index Company creó el FTSE4Good Index Series, diseñado para medir el rendimiento financiero de las empresas que cumplen estándares globales reconocidos de RSE, y facilitar así la inversión en ellas. La demanda por un desempeño responsable de las grandes compañías está viniendo desde hace algún tiempo de los inversores, que encuentran en este tipo de índices una forma de minimizar el riesgo de su inversión.

En los últimos años la RSC se está convirtiendo en uno de los ámbitos de gestión más importantes, dado que a través de sus diferentes modalidades (informes o memorias de sostenibilidad, reporte de informes de actividad de la organización, etc.), las empresas pretenden diferenciarse respecto a otras en cuestiones relacionadas, por ejemplo, con la protección del medio ambiente, los derechos laborales, la conciliación de la vida familiar y laboral y el respeto de los derechos humanos. Sin olvidar a las partes interesadas que desean estar informadas. A continuación se indican una serie de estándares a los cuales las organizaciones pueden acceder para implantar la RSC.

La norma SA 8000 surgió en 1997 en Estados Unidos con la misión de “mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial”. Se elaboró por un grupo de expertos reunidos por la Agencia de Acreditación del Consejo sobre Prioridades

Económicas (Council on Economic Priorities Accreditation Agency, CEPAA), compuesto por individuos de organizaciones que representaban a diversas partes interesadas. En 1998 se fundó la Social Accountability Internacional (SAI), agencia de acreditación constituida por la CEPAA, para dirigir la implementación de la SA 8000 y las actividades complementarias de formación. Está enfocada en temas de control de trabajo infantil, trabajo forzado, salud y seguridad laboral, libertad de asociación y derecho de acuerdos colectivos, discriminación, disciplina, horario laboral, compensación y sistemas de dirección y gestión. Se basa en otras normas de derechos humanos internacionales ya existentes, entre otros, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU, así como en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Es aplicable a instalaciones de cualquier tamaño y ámbito geográfico, así como para todo tipo de sectores de actividad, al mismo tiempo que es auditable por terceras partes.

La serie de normas Accountability 1000 (AA1000) ha sido elaborada por el ISEA (Institute for Social and Ethical Accountability), una organización internacional sin ánimo de lucro fundada en 1996 con la participación de multinacionales, organizaciones no gubernamentales, académicos y empresas consultoras. Aunque cubre todos los resultados económicos, sociales y ambientales de la organización, su objetivo es proveer a las organizaciones de cualquier sector, tamaño y región de unos estándares de mejora de la sostenibilidad. De hecho, la norma examina cómo una organización conoce, comprende e integra a los diferentes grupos de interés. Específicamente se preocupa por analizar con precisión la información con que se provee a los grupos de interés, así como las políticas de la organización y el cumplimiento de las regulaciones obligatorias. También evalúa la información proporcionada con respecto a la capacidad de la organización de dar respuesta a sus inquietudes, puesto que interpreta la acción de reportar como evidencia de un compromiso permanente con ellas.

A nivel de España, y recientemente en Latinoamérica, se ha está aplicando la

SGE21. Surge en el año 2000, desarrollada por Forética, Asociación de Empresas y Profesionales de la Responsabilidad Social Empresarial en España, cuyo fin es fomentar este ámbito de la gestión entre las organizaciones. Nace de la demanda por parte de las empresas para contar con herramientas que permitan asegurar un alineamiento entre la gestión y los valores de cada organización. Su característica principal es que es una norma que permite establecer, implantar y evaluar en las organizaciones un sistema de gestión ética y socialmente responsable. También incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés, como clientes y consumidores, proveedores, empleados, entorno ambiental, accionistas, competencia, entorno social y Administración.

La ISO 26000 se publica a finales de 2010 y se ha desarrollado siguiendo los procedimientos de ISO (Internacional Standard Organization). Tiene como objetivo orientar a las organizaciones sobre cómo implementar la Responsabilidad Social Empresarial, siendo el resultado del consenso entre expertos internacionales representantes de los principales grupos de interés. No es certificable (como otras normas ISO), sino que tiene el formato de guía de recomendaciones, para animar y fomentar la implantación de las mejores prácticas de RSC a nivel internacional. Dirigida a todo tipo de organizaciones con el objetivo de contribuir a un desarrollo sostenible, de aplicación voluntaria, la ISO 26000 compila consideraciones de comportamiento social, medioambiental, legal, cultural, político y de diversidad organizativa. El texto final recoge un acuerdo global sobre tres cuestiones claves: definiciones y principios de la RSC, las principales cuestiones que deberán ser consideradas en la implementación de la RSC y, por último, la orientación sobre cómo integrar la RSC en las operaciones de la organización.

En 2011 se desarrolla la norma RS10 por AENOR (Asociación Española de Normalización). Se trata de una guía que establece los criterios para mejorar la actividad de la organización en relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Al igual que los anteriores estándares mencionados es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño o sector. La guía pretende ayudar a las

empresas a establecer sus criterios de actuación teniendo en cuenta sus especificaciones, en el campo ético, social, laboral, ambiental, económico y de respeto de los derechos humanos, de una forma transparente y responsable, sirviendo de base para un sistema eficaz que les permitan realizar esfuerzos visibles y creíbles en esta área. La guía establece los requisitos de un sistema de gestión de la responsabilidad social para las organizaciones sensibles a los principios y recomendaciones sobre responsabilidad social existentes; en particular, los contenidos en el proyecto de norma internacional ISO 26000 y la Norma UNE 165010: 2009 EX. Sobre la base de los criterios recogidos en esos documentos normativos y la amplia bibliografía existente sobre esta materia, este documento establece un sistema de gestión de la responsabilidad social basado en la metodología conocida como Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA). Los requisitos para el sistema de la gestión de la responsabilidad social componen una herramienta para el avance en la gestión de la responsabilidad social, compatible con otras herramientas de gestión como la de calidad UNE-EN ISO 9001, la ambiental UNE-EN ISO 14001, o la de seguridad y salud laboral OHSAS 18001. Como en el caso de otros sistemas de gestión, este sistema contiene requisitos auditables que aseguran una mejora continua del sistema de gestión de la responsabilidad social; sin embargo no establece requisitos absolutos en relación con la responsabilidad social, más allá de las obligaciones de cumplimiento legal que sean de aplicación a una organización, los requisitos del sistema de gestión recogidos en este documento y cualquier otro que la organización suscriba o establezca. El sistema RS10 establece requisitos de carácter certificable.

A pesar de la existencia de todos los estándares de gestión y reporting mencionados con anterioridad, muchas de las empresas que se inician en la formalización de políticas de RSC lo hacen con la elaboración de una Memoria de RSC, siguiendo la metodología de elaboración de informes que marca el Global Reporting Initiative (GRI). El GRI es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de indicaciones para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su RSC. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Desde su creación en 1997 hasta el 2002, el GRI era un proyecto conjunto entre el PNUMA y la organización CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies). Fue concebido con el fin de aumentar la homogeneidad en la elaboración de las memorias de sostenibilidad, hasta equipararlas con los informes financieros en cuanto a comparabilidad, rigor, credibilidad y periodicidad. Actualmente es una institución independiente, con su propia Junta Directiva y que tiene su base en Ámsterdam. Cuenta con la participación activa de representantes de organizaciones de derechos humanos, derechos laborales, investigación, medioambientales, corporaciones, inversionistas y organizaciones contables.

Todos los documentos del GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad se han elaborado utilizando un proceso que busca el consenso a través del diálogo entre los grupos de interés de los inversores, los empleados, la sociedad civil, los auditores y la comunidad académica, entre otros. El Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad sirve como escenario generalmente aceptado para informar acerca del desempeño económico, ambiental y social. Ha sido diseñado para ser utilizado por las organizaciones con independencia de su tamaño, sector o localización. Describe el contenido general, así como contenidos sectoriales específicos, acordados por una amplia gama de grupos de interés en todo el mundo, los cuales se consideran generalmente aplicables para la descripción del desempeño de una organización en materia de sostenibilidad. El propio GRI tiene publicada una Guía para la elaboración de Memorias de RSE (en adelante, la Guía), que consta de un conjunto de Principios que tienen como finalidad definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de la información divulgada. También incluye los denominados "contenidos básicos", que están formados por los Indicadores de desempeño y otros apartados, así como una serie de pautas sobre aspectos.

Existe una serie de Protocolos para cada uno de los indicadores de desempeño incluidos en la Guía. Estos protocolos proporcionan asesoramiento para la recopilación de información y otras sugerencias para ayudar a la redacción de las

memorias y garantizar la consistencia de la interpretación de los Indicadores de desempeño. La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad se compone de varios apartados. En la parte 1 se describen tres elementos fundamentales del proceso de la elaboración de memorias. Para ayudar a determinar qué se debe incluir en la memoria, este apartado aborda los Principios de elaboración de memorias relativos a la materialidad, la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad, junto con una serie de comprobaciones para cada principio.

La aplicación de estos Principios y los Contenidos básicos determina los asuntos y los Indicadores sobre los que se ha de informar. Asimismo se incluyen los Principios de equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, habilidad y claridad, así como las comprobaciones que pueden utilizarse para contribuir a que la información divulgada tenga la calidad deseada. La parte 2 presenta los Contenidos básicos que han de incluirse en las memorias de sostenibilidad. La Guía presenta la información que resulta relevante y material para la mayoría de las organizaciones y grupos de interés, bajo tres tipos de Contenidos básicos: perfil, enfoque de la dirección, información sobre el estilo de gestión, indicadores de desempeño, etc.

Es importante destacar que el GRI sólo pide que las memorias tengan un contenido concreto, pero la forma, estructura, etc. pueden adaptarse por parte de la empresa con total libertad. Una vez concluida la memoria, los encargados de su preparación deben indicar en qué medida o nivel han aplicado el Marco de elaboración de memorias del GRI a través del sistema de "niveles de aplicación del GRI". Existen tres niveles de aplicación que permiten cumplir las necesidades de las organizaciones informantes, ya sean principiantes, expertos o se encuentren a medio camino entre ambos. Los tres niveles reciben las calificaciones C, B y A. Los criterios de los distintos niveles ponen de manifiesto una aplicación o cobertura cada vez mayor del marco de elaboración de memorias del GRI. Hace dos años se desarrolló el sistema G.4. del GRI, con algunas modificaciones en el standard. Una de ellas consiste en simplificar los niveles de calificación anteriores (A, B, C) a dos: esencial y exhaustiva.

2.2. La RSC en Europa

La Unión Europea ha apostado decididamente por el desarrollo sostenible, y su consecución forma parte destacada de todas sus políticas. Ya en 1992 elaboró el V Programa sobre Política Ambiental hacia el Desarrollo Sostenible. El Consejo Europeo de Gotemburgo (junio de 2001) dio un paso importante en el camino de la sostenibilidad al aprobar la Estrategia de Desarrollo Sostenible, en la cual dejó patente el firme propósito y el convencimiento de que crecimiento económico, cohesión social y protección ambiental debían ir unidos y reforzarse mutuamente.

El VI Programa Comunitario de Medio Ambiente diseñó un mapa de ruta ambiental de la Unión Europea para el periodo 2002-2012, con el objetivo de avanzar de manera decidida hacia un modelo de desarrollo sostenible. Esta Estrategia fijó los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: protección medioambiental, prevención y reducción de la contaminación medioambiental y fomento de la producción y el consumo sostenibles.

En el año 2005 la Unión Europea aprobó la Estrategia renovada de Lisboa (anteriormente, en 2000, la Estrategia de Lisboa estableció un amplio programa de reformas económicas y sociales), dando relevancia a la “dimensión económica de la sostenibilidad”. El Consejo Europeo de junio de 2006 aprobó la Estrategia revisada de la Unión Europea para un desarrollo sostenible, señalando que “la estrategia de sostenibilidad europea es el marco general en el que se desenvuelve la —también revisada— Estrategia de Lisboa”.

Entre las propuestas más valoradas por la UE están las de la Comisión Europea, que a través de una serie de publicaciones ha tratado de valorar, difundir y fomentar la RSC. El Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, fue publicado en 2001 por la Comisión con el objetivo de “iniciar un amplio debate y recabar opiniones sobre la responsabilidad social de las empresas a nivel nacional, europeo e internacional”. En él no sólo se debate sobre el propio concepto, sino que también se trata la RSC desde sus di-

menciones interna y externa, desde su dimensión global y cuestionando el papel que juega la Unión Europea en su desarrollo.

Además del Libro Verde, la Comisión Europea ha publicado otros documentos a favor de la Responsabilidad Social Corporativa, como seguimiento al trabajo realizado en 2001. Al año siguiente, por ejemplo, publicó la Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Este documento toma como base de referencia el Libro Verde publicado el año anterior, y se centra en la ampliación y actualización de su contenido, haciendo especial referencia a todas las actuaciones que podría llevar a cabo la Unión Europea en la implantación de medidas de RSC, y su difusión a nivel global, empresarial, social, político y legal.

Es cuatro años después (en el 2006) cuando se publica la siguiente Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo, para poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo y hacer de Europa un polo de excelencia de la Responsabilidad Social de las Empresas. En este documento se insta a todos los interesados (Estados miembros, empresas y todas las partes interesadas comprometidas) a unirse o asociarse con el fin de convertir a Europa en un polo de excelencia sobre la RSE. Establece también propuestas de medidas para fomentar las prácticas de la RSE, destacando un aumento de la sensibilización e intercambio de las mejores prácticas, el apoyo a iniciativas multilaterales, la cooperación con los Estados miembros, la información de los consumidores y la transparencia, el fomento de la investigación y la educación en RSE y el fomento de las prácticas de RSE en la PYME.

La Comisión también apoya y financia alianzas estratégicas de impulso a la RSC como el European Multi-stakeholder Forum on CSR. Nacida en octubre de 2002, esta plataforma es el soporte de la relación entre los diversos públicos a nivel europeo que configura el discurso sobre RSE (trabajadores, sindicatos, organizaciones empresariales). La Comisión juega un papel de apoyo para el mismo.

La Comisión lanza en marzo de 2006 la “Alianza Europea para la Responsabilidad Social de las Empresas” como parte de su estrategia para dar un nuevo impulso al objetivo de “hacer de Europa el centro de la excelencia en RSE”, origen de la última Comunicación de la Comisión Europea sobre RSE. Es una invitación abierta a todas aquellas organizaciones comprometidas con la gestión responsable y la puesta en práctica de políticas innovadoras de RSE. Hasta el momento, más de 230 organizaciones a nivel europeo han expresado su apoyo a la Alianza. Bajo el paraguas de este proyecto comunitario, existen varias líneas de trabajo como son los Laboratorios RSE, proyectos específicos impulsados de forma voluntaria por empresas, que tratan de resolver los principales retos de responsabilidad social.

CSR Europe es la red internacional de empresas que lidera la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Europa, con más de 75 multinacionales punteras en este ámbito y 25 socios nacionales representativos de cada país como socios miembro. Entre todos, aglutinan a más de 2.000 empresas involucradas y comprometidas con el desarrollo de la RSE en Europa. La misión de CSR Europe es ayudar a las empresas a integrar la RSE en su forma diaria de hacer negocios, y de crear el vínculo con estas iniciativas y la agenda europea para una competitividad empresarial responsable en Europa.

Como se comentó con anterioridad, en 2011 se lanza una nueva Comunicación sobre Responsabilidad Social Corporativa: “A renewed EU strategy 2011-14 for CSR”, en la que la Comisión Europea (CE) plantea una renovada y moderna definición de la RSC como “la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad”. Para asumir esta responsabilidad, las compañías deben contar con un proceso para integrar en sus operaciones comerciales y en estrecha colaboración con los grupos de interés, los asuntos sociales, relativos al medio ambiente, ética, derechos humanos y preocupaciones de los consumidores, con el objetivo de maximizar la creación de valor compartido con los grupos de interés.

Para conseguirlo anima a las empresas a adoptar para la RSC enfoques estratégicos de largo plazo y a explorar las oportunidades de desarrollar productos, servicios y modelos de negocio innovadores que contribuyan al bienestar de la sociedad, a mejorar la calidad y a tener puestos de trabajo más productivos.

De esta definición, cabe resaltar el reconocimiento de la Comisión a la importancia de la estrategia del core business, el desarrollo del concepto “creating shared value” y reconocimiento explícito de las consideraciones éticas y de derechos humanos, que se suman a las sociales, ambientales y de los consumidores. La Comisión, en definitiva, promoverá el diálogo con las empresas y otros stakeholders sobre asuntos como la empleabilidad, el cambio demográfico y el envejecimiento, y los retos del lugar de trabajo (gestión de la diversidad, igualdad de género, educación y formación, y salud de los empleados y bienestar). Se hará especial hincapié en las aproximaciones sectoriales y en la extensión de las conductas responsables en la cadena de suministro. Además, la Comisión creará en 2013 plataformas multistakeholders para que empresas, empleados y otros stakeholders de diferentes sectores industriales puedan hacer públicos sus compromisos en temas relevantes de RSC y revisar conjuntamente los progresos.

La Unión Europea subraya la importancia de las políticas de RSC nacionales y subnacionales. Creará para los estados miembros un mecanismo de revisión para las políticas nacionales de RSC. En esta línea los estados miembros han desarrollado sus propios planes o listas de acciones para promover la RSC en apoyo de la estrategia Europe 2020 (Enterprise 2020), referenciando a los principios y las guías reconocidas internacionalmente en esta materia, en colaboración con las empresas y otros stakeholders, y teniendo en cuenta los temas destacados de esta comunicación.

Por último, la Unión Europea ha implementado los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y la Comisión ha trabajado con empresas y grupos de interés para desarrollar una guía sobre derechos humanos en un número limitado de sectores industriales relevantes, así como una guía para las pymes, basada en los Principios Rectores de Naciones Unidas.

2.3. La RSC en España

En el año 2004 el Congreso de los Diputados creó una Subcomisión que dió como resultado la elaboración de un informe «para potenciar y promover la Responsabilidad Social de las Empresas», impulsado sobre todo por el congresista Ramón Jáuregui, y que contó con la unanimidad de la Mesa de Trabajo. La Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social, en su reunión del 2 de marzo de 2005, consideró que, dentro de la orientación que debería tener la economía española hacia un modelo de crecimiento estable y sostenido, la Responsabilidad Social de las Empresas debería ser considerada dentro del marco de la «Declaración para el Diálogo Social de 2004».

El Foro de Expertos, constituido legalmente el 17 de marzo de 2005, fue convocado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y ha contado con la participación de representantes de varios Ministerios y de expertos provenientes de grupos empresariales, organizaciones de la sociedad civil y de la Universidad. Este Foro de Expertos ha convocado varias reuniones de las que se desprenden distintos documentos sobre RSC de referencia en nuestro país, que engloban la definición y el ámbito de la RSE, el Informe de RSE como motor de la Responsabilidad Social, el Desarrollo de la RSE en España, así como las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España. Todos estos documentos, integrados en uno único y concluyente llamado “Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas”, ha servido para avanzar en la definición de los roles y de las actuaciones necesarias para el fomento de la RSC.

Por su lado, la Subcomisión Parlamentaria fue constituida a finales del 2004, aunque legalmente el 9 de febrero de 2005, como organización que proporcionara al Gobierno medidas para promover y potenciar la responsabilidad social de las empresas. Según viene determinado en el Libro Blanco de la RSE, que se publicaría al año siguiente, “la Subcomisión debería estudiar las nuevas tendencias vinculadas a la asunción de los principios de responsabilidad social por parte de las empresas con el fin de proponer un conjunto de medidas al Gobierno al ob-

jeto de potenciar y promover la responsabilidad social de las empresas". El Libro Blanco de la RSE, además de hacer un repaso introductorio sobre el origen y el desarrollo del trabajo realizado por la Subcomisión Parlamentaria, hace una revisión generalizada de los principales aspectos que caracterizan y/o están vinculados con la RSE y su gestión. Entre otras cuestiones, trata la definición y los principios de la RSE, su gestión, sus ámbitos y estilos de actuación y competencias, las herramientas de gestión y verificación que existen, los actores involucrados o las políticas públicas para fomentar la RSE. A modo de conclusiones, se recogen clasificadas en tres apartados diferentes Constataciones (consideraciones generales de la RSE elaboradas por expertos en la materia), Directrices generales (que hacen referencia al papel de las administraciones públicas en el desarrollo y fomento de la RSE) y Recomendaciones que hace la Subcomisión a los poderes públicos y al conjunto de la sociedad, de medidas a implantar para promover la RSE.

Esta Subcomisión Parlamentaria, unida al Foro de Expertos de RSE y posteriormente a la Mesa de Diálogo Social (2007), propuso la creación del Consejo Estatal de RSE (CERSE) que se constituiría finalmente el 15 de febrero de 2008. Entre sus funciones destaca emitir informes y elaborar estudios a solicitud del Gobierno o por propia iniciativa, elaborar y elevar una memoria anual al Gobierno, constituirse como Observatorio de la Responsabilidad Social de las Empresas en España, promover y fomentar iniciativas de Responsabilidad Social de las Empresas o participar, en la forma en que se determine, en los foros nacionales e internacionales constituidos para tratar temas de Responsabilidad Social de las Empresas.

En cuanto a la composición, el Consejo está compuesto por el Presidente, que será el Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales, doce vocales en representación de las organizaciones empresariales más representativas, doce vocales en representación de las organizaciones sindicales más representativas, doce vocales en representación de otras organizaciones e instituciones de reconocida representatividad e interés en el ámbito de la Responsabilidad Social de las Empresas (representantes de organizaciones no gubernamentales, organizaciones de los campos

de los consumidores, el medio ambiente, la discapacidad y la economía social, instituciones académicas reconocidas por su actividad docente o de investigación), y doce vocales en representación de las Administraciones Públicas.

En julio de 2009 se constituyeron los grupos de trabajo en el seno del CERSE. El primero en constituirse fue el referido a "Transparencia, Comunicación y Standard de los Informes y Memorias de Sostenibilidad". Sus vocales acordaron, independientemente de las propuestas de contenido que tiene que hacer cada organización, la realización de un diagnóstico de la situación sobre el informe de responsabilidad social y en especial la rendición de cuentas de las empresas cotizadas, de acuerdo al requerimiento de la proposición no de ley aprobada por el Congreso de los Diputados. Además, este grupo elaborará otro documento con un diagnóstico de la situación internacional referida al asunto citado anteriormente. El segundo grupo es el de "Diversidad, Cohesión Social y Cooperación al Desarrollo" que trabaja sobre la definición conceptual de la diversidad, la cohesión social y la incorporación de cláusulas sociales. El tercer grupo se identifica con "Responsabilidad Social y Educación", y decidió crear una ponencia que desarrollará un documento base que fijará las pautas de trabajos a desarrollar. El cuarto grupo es el del "Papel de la Responsabilidad Social ante la Crisis", cómo integrar la RSC en los sistemas de gestión y evaluación, el diálogo con los grupos de interés, la situación de las pequeñas y medianas empresas, y la competitividad, entre otros temas. El quinto y último grupo trabaja sobre "El Consumo y la Inversión Socialmente Responsable", la definición y concepto de consumo e inversión socialmente responsable, las compras públicas, el Plan Nacional de Compra Verde y el papel de las administraciones públicas entre otros temas.

Por lo que respecta a los resultados de las comisiones, el Grupo de Trabajo 2, coordinado por Isidor Boix ha aprobado el 23 de marzo de 2011 el Informe sobre la transparencia, comunicación y estándares de los informes y memorias de sostenibilidad, por unanimidad de todas las organizaciones en él representadas, es decir: sindicatos (CCOO y UGT), patronales (CEOE y CEYME), representantes de las Administraciones Públicas (Ministerios y CCAA) y representantes de la so-

ciudad civil (Observatorio de RSC, Pacto Mundial de las NNUU, Club de Excelencia en Sostenibilidad, Forética, Fundación Empresa y Sociedad, Fundación Carolina, Consejo estatal de ONGs). El documento incluye un diagnóstico del reporting de la RSE en España, los modelos de referencia para informar, el papel de las AAPP y las organizaciones que integran la Sociedad Civil en la generalización de la RSE, y recomendaciones sobre principios, criterios y temas para informar.

El trabajo del CERSE, criticado en algunos ámbitos por su lentitud, se ha acelerado a la vista de la publicación de la Ley de RSE de Extremadura en diciembre de 2010. Esta Ley impulsa y sensibiliza al sector empresarial a asumir una gestión responsable a cambio de su certificación como Empresa socialmente responsable de la Comunidad Autónoma de Extremadura y resuelve, a su modo, la polémica sobre los requisitos que debe cumplir una empresa para ser considerada socialmente responsable. El hecho de regular de forma independiente qué condiciones debe reunir una empresa para conseguir esta certificación, abre las expectativas acerca de la posibilidad de que el resto de comunidades autónomas hagan lo mismo. De este modo nos podríamos llegar a encontrar con diecisiete "sellos" diferentes, redactados sobre la base de diferentes criterios, que solo serían válidos para aquellas empresas cuyo domicilio social y actividad se situara dentro de los límites de la frontera de su comunidad autónoma.

Dadas las condiciones de la actual realidad económica y el debate sobre la regulación de los estándares en RSE, parece que solo tengan sentido pleno cuando se proponen a nivel internacional. El establecimiento de sistemas o guías a nivel local, autonómico o nacional dejan de ser útiles en una economía que opera cada vez más a nivel global, y la competencia procede de cualquier organización del mundo. En este sentido muchos de los investigadores han puesto de manifiesto la "oportunidad perdida" de la ISO26000 como norma certificable en RSE a nivel internacional.

Parte de este problema ha sido resuelto por la reciente publicación de la Ley de Economía Sostenible (LES), que ha supuesto un hito importante en el avance de reporte de información sobre la RSC de las empresas e instituciones públicas.

Entra en vigor el 6 de marzo de 2011, y nace con el objetivo de convertir en norma la reforma del sistema productivo y el impulso del crecimiento económico. En ella está inmersa la RSE de forma transversal, algo que se puede observar de forma directa si se atienden a las reformas que integra la Estrategia Sostenible, divididas en reformas para la sostenibilidad económica, la sostenibilidad ambiental y la sostenibilidad social. La LES tiene como objetivo principal la recuperación económica a través de una renovación profunda del patrón productivo que se ha seguido hasta la fecha, y que ha llevado a la situación de crisis en que se encuentra la economía actual. Defiende todas aquellas características que sostienen la Responsabilidad Social Corporativa y apuesta, por citar sólo algunas de sus medidas, por un incremento de la competitividad del tejido empresarial, de la transparencia en la gestión, de la sostenibilidad medioambiental, la innovación o la lucha contra el fraude.

Aunque la RSE aparece en el contenido general de la Ley de forma transversal, cabe destacar que dentro del Título I, de mejora del entorno económico, el Capítulo VI está dedicado explícitamente a ella. Este Capítulo VI consta de un solo artículo, el Artículo 39 de Promoción de la responsabilidad social de las empresas. En él se hace referencia explícita al papel que debe tener el CERSE en el fomento, promoción y asesoramiento a todas las organizaciones en esta materia. También trata el Artículo de la importancia activa de las Administraciones Públicas en el desarrollo de la RSE, no sólo como actores impulsores de este tipo de medidas sino dando ejemplo a otras organizaciones, instando al propio Gobierno a autoevaluar su gestión en materia de responsabilidad social. Todas las medidas o indicadores que se reflejen en los documentos de reporte de administraciones y empresas, tendrán como objetivos principales, según la Ley, el de transparencia en la gestión, buen gobierno corporativo, compromiso con lo local y el medioambiente, respeto a los derechos humanos, mejora de las relaciones laborales, promoción de la integración de la mujer, de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, de la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y del consumo sostenible.

Otro avance importante de la LES es que regula que las sociedades anónimas de más de 1.000 empleados tendrán que enviar sus memorias de sostenibilidad al CERSE. Esta comunicación de información tiene que servir para que este organismo efectúe “un adecuado seguimiento sobre el grado de implantación de las políticas de responsabilidad social” en las grandes empresas españolas, según se recoge en el artículo 39 de la LES. Los informes, según se recoge, tendrán que estar basados en indicadores y estándares internacionales de referencia (parece reconducir al GRI) así como constar si han sido “verificados o no por terceras partes” (auditores externos). Con independencia de ello, cualquier empresa “podrá solicitar voluntariamente ser reconocida como empresa socialmente responsable”, de acuerdo con las condiciones que determine el CERSE.

Como último hito importante y relevante en RSE a nivel nacional podemos destacar la publicación de la Estrategia Española de RSE. Con fecha de 16 de julio de 2014, se celebró el Pleno del CERSE, acordándose el texto de la Estrategia. El 24 de octubre de 2014, el Consejo de Ministros adoptó el acuerdo por el que se aprueba la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020. La estrategia responde a la necesidad de establecer un marco nacional de referencia en materia de RSE que permita homogeneizar y armonizar las distintas actuaciones que en relación a la responsabilidad social se están desarrollando tanto en el ámbito público como en el privado.

La Estrategia Española de RSE parte de seis principios, marca cuatro objetivos estratégicos y 10 líneas de actuación con sus correspondientes medidas que confluyen en una visión: Apoyar el desarrollo de las prácticas responsables de las organizaciones públicas y privadas con el fin de que se constituyan en un motor significativo de la competitividad del país y de su transformación hacia una sociedad y una economía más productiva, sostenible e integradora. Los seis principios, tal y como se recogen en la Estrategia, son:

1. COMPETITIVIDAD. La puesta en marcha de actuaciones en materia de Responsabilidad Social se puede identificar también como una apuesta por la excelencia en la gestión de las empresas que redundará en la mejora de su posicionamiento en el mercado, en su productividad, rentabilidad y sostenibilidad. La Responsabilidad Social facilita la innovación al incorporar nuevas formas de gestión que favorecen la creación de nuevos productos y servicios dando respuesta a retos sociales y ambientales.

2. COHESIÓN SOCIAL. La RSE debe aumentar la eficacia de las organizaciones en la promoción de la igualdad de oportunidades y la inclusión social. La valoración de la RSE por la sociedad, su mejor forma de promoción, requiere que los ciudadanos identifiquen la misma como un elemento de cohesión social para ayudar a reducir los efectos sociales de la crisis económica, principalmente la pérdida de puestos de trabajo, y con la creación de empleo.

3. CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO. La aplicación de los criterios y valores de la RSE, en colaboración efectiva con los grupos de interés, contribuye a generar y reforzar el impacto positivo. Debe, al mismo tiempo, contribuir a identificar, prevenir y eliminar los impactos negativos y crear más valor no sólo para la propia organización que los aplica, sino también para aquellos con los que lo comparte que son los principales grupos de interés involucrados en su actividad y la sociedad en general.

4. SOSTENIBILIDAD. La RSE se constituye como un instrumento para desarrollar organizaciones conscientes de su papel principal en el logro de un desarrollo humano, económico y medioambiental sostenido en el tiempo para las sociedades en las que se integran. Es posible una evolución justa y responsable hacia una economía más competitiva que dé lugar a un desarrollo sostenible y logre progreso social.

5. TRANSPARENCIA. La RSE contribuye a promover organizaciones ejemplares y transparentes, lo que redundará en un aumento de la credibilidad y de la confianza. Las empresas y organizaciones socialmente responsables dialogan con sus interlocutores y adquieren compromisos con sus grupos de interés, lo que

facilita que éstos puedan tomar decisiones mejor informadas. Ello repercute de manera directa en su reputación de cara al resto de la sociedad. Una organización socialmente responsable debe considerar todos sus aspectos (económicos, sociales, laborales, medioambientales, buen gobierno...). Una buena práctica en uno de los aspectos no puede ser considerada como un aval de RSE sin conocer y tener en consideración el resto de los aspectos.

6. VOLUNTARIEDAD. La adopción de políticas de responsabilidad social es voluntaria, requiere un compromiso y supone un valor añadido al cumplimiento de la normativa vigente. El compromiso asumido voluntariamente con las partes interesadas, debe ser la base del cumplimiento de las expectativas que generen las organizaciones.

2.4. La RSC en la Región de Murcia

La Región de Murcia ha experimentado un notable crecimiento en madurez y notoriedad de la RSC a nivel de consumidores y empresas. Los motivos se pueden encontrar en el análisis de los esfuerzos de agentes económicos y sociales en iniciativas de sensibilización, formación y difusión del concepto y las ventajas de la RSC para las empresas. El último de los logros ha sido que el gobierno regional elabore una Estrategia Regional de RSE en el año 2014, que marca el camino estratégico de la intervención de las administraciones públicas en el impulso de la RSC en empresas e instituciones. Al igual que en muchas regiones colindantes, se suele afirmar que la RSC llegó tarde a la Región de Murcia, pero irrumpió con fuerza y determinación. En octubre de 2006, se celebraron las Primeras Jornadas de Responsabilidad Social Corporativa en Murcia, dirigidas a profesionales, empresarios y demás interesados en temas relacionados con la RSC. Organizado por la Universidad de Murcia, tenía la intención de dar a conocer las nuevas tendencias y prácticas de las empresas consideradas como socialmente responsables. Para ello se contó con la presencia de destacados ponentes procedentes de diversos

ámbitos de la economía y la sociedad: directivos de empresas, sindicatos, consultores, organizaciones empresariales, investigadores y, por último, empresas especializadas en RSC, como Marcos González (Director de Media Responsable), Jaime Silos (Director General de Forética). Todo ello con la finalidad de abordar el concepto y el estado de la cuestión desde diferentes ángulos y perspectivas. Se tomó como base el estudio realizado en 2006 por el catedrático de la Universidad de Murcia Constantino Martínez Gallur, junto con los profesores Manuel Tovar y Juan Carlos Hortelano llamado "Responsabilidad Social de las Empresas, Políticas Públicas y Desarrollo Sostenible en la Región de Murcia", editado por UGT Región de Murcia con la colaboración del INFO. El trabajo describe las prácticas propias de RSC de las empresas más representativas de la Región, estructurando estas iniciativas en el marco de una categorización de empresas según la orientación de sus políticas de RSC.

También en 2006 se elaboró el Plan Estratégico de la Región de Murcia, que contemplaba en su "Visión de la Región en 2010" acciones de diferente índole relacionadas con la RSC. Con posterioridad al año 2006, y fruto del impulso de los poderes públicos y la iniciativa privada, la RSC en Murcia ha experimentado un notable progreso en los aspectos relacionados con sensibilización, formación e implantación de sistemas y buenas prácticas.

Desde la administración regional se han desarrollado programas específicos de impulso y sensibilización de la RSC. Desde la Consejería de Educación, Empleo y Formación se han llevado a cabo dos grupos de acciones, como el Pacto por la Estabilidad en el Empleo 2007-2010, la Firma del Convenio entre la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia a través de la Consejería de Educación, Formación y Empleo y la Universidad de Murcia para la creación de la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa. (BORM 28.01.2010), la Adhesión de la Dirección General de Trabajo como colaborador en el programa "Acelerando RSE en Empresas Públicas" iniciado por Forética, Adif y Garrigues, o la Creación de la Comisión Interdepartamental de Responsabilidad Social Empresarial.

A nivel local la Comunidad promueve medidas para impulsar el empleo en Puerto Lumbreras, Totana y Cieza. Los municipios participan en el programa Murcia Activa por el Empleo Rural, creado para dar oportunidades a los colectivos con dificultades de inserción y promover la responsabilidad social empresarial. También cabe destacar el I Plan Regional de Economía Social 2009-2011, que establece que se promoverá y fomentará entre socios y trabajadores las ventajas de la aplicación de medidas de responsabilidad social empresarial.

Las instituciones públicas han contribuido al impulso y la sensibilización de los ciudadanos en temas de RSC. Así, en 2014 se ha aprobado en la Región de Murcia la Estrategia Regional de RSC, que se ha vertebrado en dos grandes ejes, con objetivos específicos en cada uno de ellos. En primer lugar, se abordan en el Eje 1 todas aquellas medidas que van a permitir la sensibilización, formación, difusión, implantación e incentivación de la RSC, en los ciudadanos que integran la sociedad murciana y en las empresas, organizaciones y entidades que éstos conforman. Todo ello con el convencimiento de que unos individuos más responsables conformarán una sociedad que también lo sea; y fruto de esta nueva filosofía, las empresas y organizaciones gestionadas con la integración de estos principios y criterios serán artífices de una Región más sostenible, más competitiva y consecuentemente con mayores cotas de excelencia.

El segundo Eje Estratégico incluye todas aquellas medidas que van a permitir que la CARM, como organización pública, integre la RSC en su modelo de gestión, la difunda entre sus miembros y lleve a cabo el afianzamiento de prácticas responsables. Este segundo eje dispone de otras 4 líneas estratégicas: Atención al Entorno Laboral, Participación Social y Comunicación, Sostenibilidad Ambiental y Transparencia y Buen Gobierno.

Desde diversos departamentos el Gobierno Regional ha venido participando en redes nacionales e internacionales de RSC, como es el Consejo Estatal de RSC (CERSE), en el que se participa con representación regional desde su creación, un órgano cuya misión es la de potenciar la RSC en todo el territorio nacional. Recien-

temente, el Gobierno Regional creó la Comisión Interdepartamental de Responsabilidad Social Corporativa (CIRSOC) para dotar a la organización de un elemento capaz de coordinar y aunar cualquier acción que se lleve a cabo, y clasificar y ordenar las muchas acciones que en esta línea ya se estaban llevando a cabo.

Una iniciativa interesante a nivel de administraciones locales es el proyecto MAPER – Murcia Activa por el Empleo Rural-, liderado por el Servicio de Empleo y Formación de la Región de Murcia, cuyas acciones se han llevado a cabo en tres municipios: Puerto Lumbreras, Totana y Cieza, pertenecientes a tres comarcas naturales diferentes situadas al sur, centro y norte de la Región de Murcia. El proyecto MAPER nace con carácter de proyecto piloto, cuyas buenas prácticas se transferirán a otros territorios rurales de la Región de Murcia a través del beneficiario del proyecto, el SEF (Servicio de Empleo y Formación), órgano responsable de los planes estratégicos de formación y empleo de la Región de Murcia. A nivel de formación, el Servicio Regional de Empleo y Formación (SEF) en el periodo 2008-2011 ha impartido once cursos sobre responsabilidad social, con un importe de 39.250 euros.

Dado el carácter transversal de la RSC y el inevitable acercamiento de la misma a las Administraciones Públicas, se ha propuesto desde la CARM impulsar una Comisión Interdepartamental de RSC de la Región de Murcia, un órgano administrativo que permita una actuación efectiva y concertada de medios y esfuerzos para la acción común de las consejerías con competencias en la materia que garantice la máxima eficacia y eficiencia de las actuaciones de la Administración Regional dirigidas a la promoción e implantación de la RSC. Esta Comisión se ha propuesto como Proyecto de Decreto, informado ya por el CES Región de Murcia con fecha 1 de Octubre de 2010.

Las funciones serían las de coordinación, propuesta, asesoramiento y seguimiento en materia de RSC. La Comisión estará presidida por el titular de la Consejería que tenga atribuida la competencia en materia de Trabajo; la Vicepresidencia será ocupada por el titular de la Secretaría General de la citada Consejería; la Secre-

taría lo ocupará el titular de la Dirección General con competencias en materia de trabajo; y los vocales serán los titulares de las Secretarías Generales de cada una de las Consejerías de la Administración Autonómica, así como los titulares de distintas direcciones generales relacionadas con el tema de la RSC. También contempla la existencia de un Comité Técnico que realizará las labores de estudio y preparación de las actuaciones a desarrollar por la Comisión, así como de ejecución, supervisión y seguimiento de las iniciativas y decisiones adoptadas por el Pleno.

Tal y como aparece en su página web, la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia nace en 2010 gracias al compromiso de la UMU y de la Consejería de Educación, Empleo y Formación con las empresas y organizaciones en el impulso de la investigación en todos los temas relacionados con la RSC. Sus objetivos son el impulso de actividades de investigación en temas de RSC; la promoción de la implicación activa de universidades, organizaciones y el conjunto de la sociedad en el impulso de las políticas de RSC; la difusión, información y sensibilización de la RSC entre empresas, instituciones y sociedad; el fomento de la educación y la formación en materia de RSC entre organizaciones, universidad y cualquier otro interesado; la generación de conocimiento, el intercambio de experiencias y de buenas prácticas entre empresas en materia de RSC; y el estímulo a empresas y universidades para que desarrollen y comuniquen sus políticas de RSC. La Cátedra de RSC, junto con el Observatorio de RSC en PYMES, elaboró en 2012 un estudio sobre el grado de implantación de prácticas de RSC en las empresas de la Región de Murcia. El estudio se realizó mediante encuestas a 552 PYMES de la Región de Murcia, y se analizan cuestiones como cuántas empresas murcianas están implantando la RSC en su gestión, qué efectos ha tenido la crisis, cuáles son sus barreras o motivaciones, y qué medidas están realizando para con cada uno de sus grupos de interés. Justamente ahora se pretende revisar y actualizar las conclusiones de es estudio para comprobar si el nivel de RSC ha mejorado o empeorado, y en qué ámbitos concretos.

Los movimientos sociales y económicos se están orientando a que los ciudadanos tengan una mayor conciencia acerca de la sostenibilidad de las empresas,

del medio ambiente y de la sociedad. En ese recorrido se encuentra una mayor conciencia sobre la participación individual en la solución de los problemas sociales, pero también la exigencia de la participación de las grandes corporaciones en esta labor. En definitiva, la RSC en la Región de Murcia tiene un importante potencial de desarrollo y crecimiento por tres motivos fundamentales. El primero, la exigencia de ciudadanos a las organizaciones acerca de un comportamiento responsable y sostenible. En segundo lugar, la concienciación de las empresas sobre la posibilidad de utilizar esta nueva forma de concebir los negocios al suponer fuentes de ventajas competitivas. Por último, el definitivo impulso que están dando las administraciones públicas en la dinamización y sensibilización social, aspecto que se complementa con la implantación de sistemas de RSC en la propia administración como organización.

En este sentido, a nivel de administración regional, se ha constituido la Comisión Intersectorial de RSC. Las funciones serán la de coordinación, propuesta, asesoramiento y seguimiento en materia de RSC. En ella estarán representadas las consejerías con competencias en la materia, así como los titulares de distintas direcciones generales relacionadas con el tema de la RSC. El reto sobre el futuro en la Región de Murcia se sitúa en la línea de los estándares sobre verificación y certificación de RSC. La corriente abierta en el seno de la comunidad extremeña con el lanzamiento de su propio certificado sobre RSC abre la posibilidad de que cualquier comunidad, incluida la murciana, implante por mimetismo otro estándar de verificación regional, es decir, un sello de "empresa murciana responsable". Esta posibilidad se verá previsiblemente atenuada en la medida en que el CERSE (estatal) ordene estas cuestiones de sello y verificaciones a nivel nacional. Un papel importante como reto queda también en manos de administraciones públicas y grandes corporaciones para dar ejemplo de implantación de sistemas y memorias a las PYMES, que sin duda iniciarán este camino de la sostenibilidad en la medida en que interioricen que es rentable y bueno para su empresa. Ahí intervienen también las universidades y centros de educación para continuar la labor ejercida hasta ahora de realización de estudios de investigación que ayuden a comprender el proceso de creación de valor y competitividad a través de la RSC.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio de investigación se ha llevado a cabo en 2015 a través de encuestas estructuradas, dirigidas a 1.000 empresas de la Región de Murcia. De todas las empresas contactadas, respondieron al cuestionario 146 y, tras la eliminación de respuestas no válidas, se ha obtenido una muestra final de 133.

Caracterización de la muestra:

Los siguientes gráficos (1-4) hacen referencia a datos generales sobre las empresas de la muestra que incluyen el tamaño, el carácter familiar y el tipo y madurez de sector en que opera.

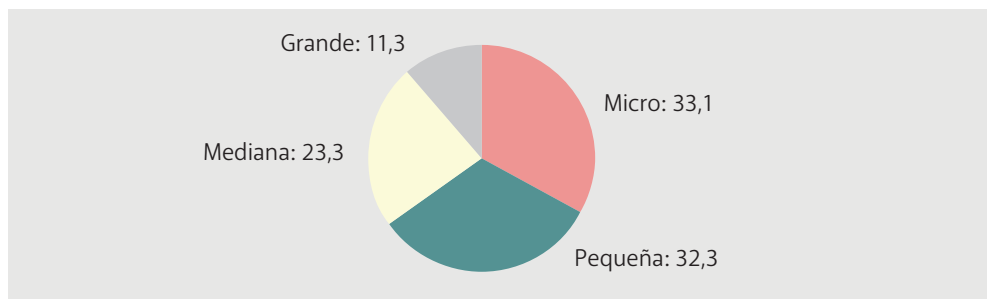


Gráfico 1. Tamaño de la empresa

Fuente: elaboración propia

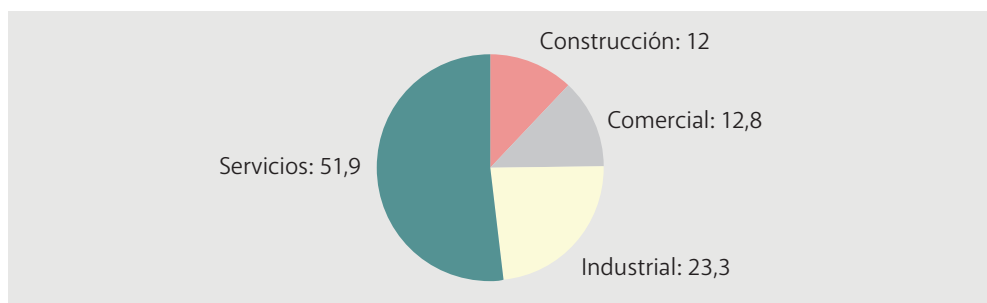


Gráfico 2. Tipo de sector en el que opera la empresa

Fuente: elaboración propia

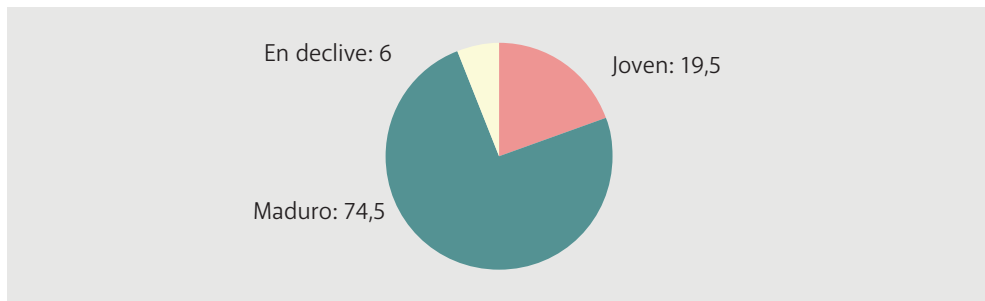


Gráfico 3. Madurez del sector en el que opera la empresa

Fuente: elaboración propia

Según estos gráficos, el 88,7% de la muestra está formada por Pymes (siendo el 33,1% microempresas -de menos de 10 trabajadores-, el 32,3% pequeñas empresas -de 10 a 49 trabajadores- y el 23,3% son medianas empresas -de 50 a 249 trabajadores), y el 11,3% son grandes empresas (Gráfico 1). Por otro lado, el 19,5% pertenecen a un sector que es todavía joven, el 74,5% sitúa la actividad de su organización en un sector maduro, y el 6% en declive (Gráfico 3). Según el ámbito de su actividad más de la mitad de las empresas encuestadas pertenece al sector de los servicios (51,9%), repartiéndose la otra mitad en el sector industrial (23,3%) y, en menor medida, los sectores de la construcción (12%) y el comercial (12,8%) (Gráfico 2).

Ficha técnica:

- Población objeto de estudio: empresas de la Región de Murcia.
- Procedimiento de muestreo: aleatorio estratificado, según tamaño y sector.
- Instrumento de recogida de información: cuestionario estructurado online, distribuido por correo electrónico.
- Tamaño de la muestra: 133 empresas.
- Error de muestreo: 7,1 %
- Nivel de confianza: 91,8 %
- Software de análisis de datos: SPSS 15.0

El cuestionario contiene un total de 25 preguntas (cada una con sus múltiples ítems o indicadores). Las preguntas se han valorado, de manera general, mediante una escala tipo Likert de cinco puntos, siendo 0 “nada de acuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo” con la cuestión que se puntúa. Éstas han sido agrupadas en los siguientes dos bloques principales, que conforman los distintos resultados del estudio que se presenta:

Bloque I: Perfil y estrategia de RSC de la empresa

Recoge información básica sobre la manera en que la empresa aborda aspectos generales de RSC. Incluye información relativa a las principales motivaciones y frenos para la implantación y desarrollo de este tipo de prácticas y la implantación de estrategias de RSC (si dispone de memoria de RSC y sistemas de mejora, así como si están o no interesados en tenerlas). Por último, incluye la percepción del encuestado sobre la sensibilidad de la organización hacia cada uno de sus grupos de interés.

Bloque II: Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa

Este apartado incluye cuestiones tanto generales como específicas con respecto al conocimiento y gestión de la RSC en la empresa. Contiene información detallada de las prácticas de la empresa con respecto a sus principales grupos de interés (clientes, comunidad, empleados, medio ambiente y proveedores), así como las prácticas desarrolladas desde los órganos de gobierno.

Los resultados han sido comparados con el último estudio realizado en el año 2011. De este modo, se procede a la presentación de los principales resultados.

●●● 4. RESULTADOS OBTENIDOS

A continuación se presentan los principales resultados del estudio, que incluyen los datos generales de la empresa (conocimiento de la RSC, tamaño, sector y objetivos), las motivaciones y barreras en la implantación de RSC, los efectos de la crisis económica sobre el desarrollo de políticas de RSC en los últimos años, las prácticas de RSC con los distintos stakeholders (clientes, la comunidad, los empleados, el medio ambiente, los proveedores y los órganos de gobierno), y la gestión de la RSC en la empresa (sistemas de mejora, departamento donde se ubica y sensibilidad de la empresa ante las demandas de sus grupos de interés).

Además del análisis de los datos relativos al año 2015, se incluye la comparación con aquellos datos similares recogidos en el estudio de 2011, lo que permite la observación de la evolución de los resultados. Del mismo modo, se incluye el análisis de los principales resultados de acuerdo con las diferencias estadísticamente significativas que pueda haber en función del tamaño (medido de acuerdo con el número de trabajadores en microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas) y del sector en el que opera (construcción, comercial, industrial o servicios).

4.1. Gestión de la RSC

La primera cuestión que se planteó a la empresa es relativa a si está familiarizada con el concepto de RSC. Para ello, se le preguntó si había oído o no hablar sobre este concepto (Gráfico 4).

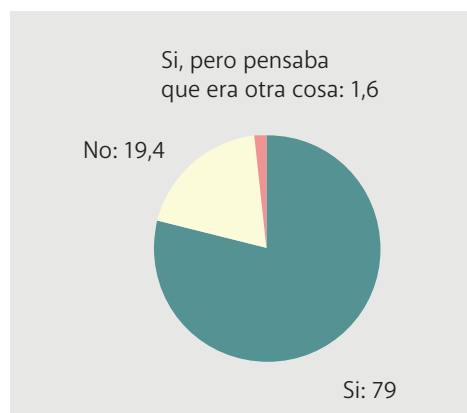


Gráfico 4. ¿Ha oído hablar de la RSC?

Fuente: elaboración propia

Según muestra el Gráfico 4, el 79% de los encuestados sí conocía el término RSC, el 19,4% no sabía lo que era, y el 1,6% sí había oído hablar de él pero pensaba que era otra cosa.

Posteriormente, resulta de interés conocer cuáles son los principales objetivos de la empresa. Para ello, se le dio al encuestado una lista de aquellos que podían ser cruciales para su organización, resultando el orden de prioridades en los que se presentan en el Gráfico 5.

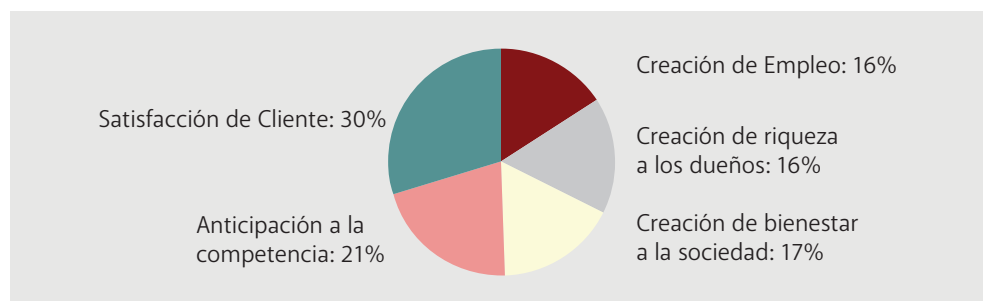


Gráfico 5. Los objetivos de la empresa

Fuente: elaboración propia

El principal objetivo, prioridad para casi el 30% de las empresas encuestadas, es la satisfacción del cliente. A este le sigue la anticipación a la competencia (1 de cada 5 empresas), la creación de bienestar a la sociedad (17,2%), la creación de riqueza a los dueños (16,5%) y, por último, la creación de empleo (15,8%).

A continuación se analiza hasta qué punto las empresas están interesadas en la implantación de la RSC, qué departamento ha liderado este tipo de estrategias o acciones y, por último, cuál es la percepción ante la sensibilidad que tiene la organización con cada uno de los grupos de interés.

En primer lugar, se le preguntó a los encuestados si tenían un sistema de RSC o tenían previsto implantarlo en el futuro, resultados que se muestran en el Gráfico 6.

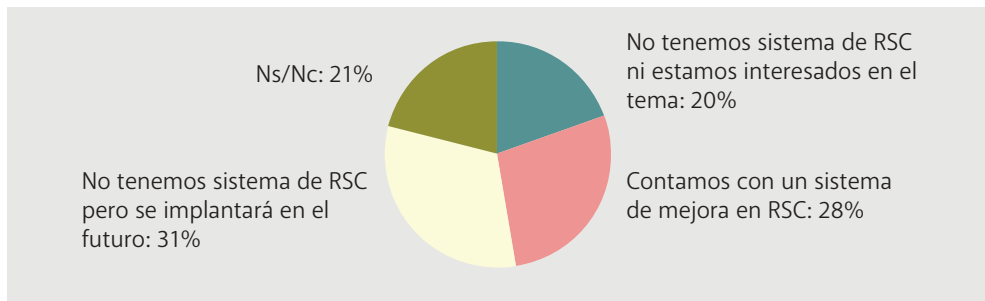


Gráfico 6. Estrategia de RSC

Fuente: elaboración propia

Los datos muestran cómo el 27,8% de las empresas encuestadas cuenta con un sistema de mejora en RSC. Por otro lado, el 31,6% de las empresas encuestadas no tiene sistema de RSC pero sí que lo implantará en el futuro y, en última instancia, una de cada cinco organizaciones no tiene sistema de RSC ni está interesada en el tema. Esto supone que son más las empresas que tienen sistemas de RSC o que están pensando en implantarlos que aquellas que no lo tienen en cuenta.

A continuación se analiza qué departamento ha liderado la RSC en las empresas de la Región de Murcia, resultados que se muestran en el Gráfico 7.

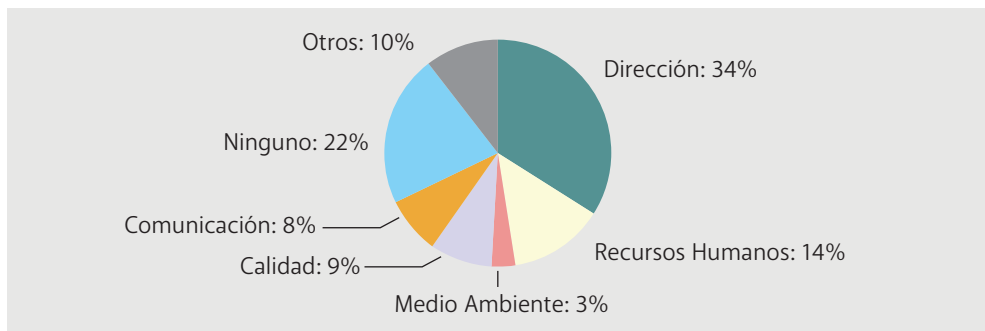


Gráfico 7. Departamento que ha asumido la RSC en la empresa

Fuente: elaboración propia

Según un estudio elaborado por la Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social de España (DIRSE), sobre la función de la Responsabilidad Social en la Empresa Española (2014), los principales departamentos que lideran la RSC en las grandes empresas y que comparten función con otros departamentos (es decir, que no cuentan con un departamento exclusivo para el desarrollo de ésta) son el de Recursos Humanos (14%), el de Comunicación (14%) y, en igual medida, los departamentos de Relaciones Institucionales, Calidad y Medio Ambiente (8%).

Estos datos son consistentes con los del estudio actual, en que a excepción de la Dirección de la Empresa, que lidera la RSC en el 33,9% de los casos, el resto de departamentos que comparten la función son, principalmente, los de Recursos Humanos (13,7%), Calidad (8,9%) y Comunicación (8,1%). En el 21,8% de los casos no hay ningún departamento que lleve estos temas, y el restante 10,5 supone que lo lideran otros departamentos como administración, asistencia a dirección, técnico, negocio, prevención de riesgos laborales, acción social, producción o una combinación entre algunos de los anteriores.

Esto responde al origen y objeto por el que la RSC es adoptada y/o percibida desde la organización. En primer lugar cabe destacar que para la mayor parte de las empresas, la RSC se centraliza en la Dirección. Este es un resultado positivo si se tiene en cuenta que ésta difícilmente puede prosperar sin un compromiso firme por parte de los órganos decisores. Esto es, como cualquier sistema de valores o cualquier filosofía que se pretende impregne a la empresa, ha de ser algo que fluya de arriba hacia abajo.

En el caso en que la RSC no se lidere desde la dirección, es tradicionalmente el departamento de RRHH el encargado de gestionar este tipo de acciones, al constituir los empleados quizá el grupo de interés más sensible e importante para cualquier empresa. Esta afirmación se basa en la idea de que la RSC debe comenzar en el interior de la organización y, cuando se consolida internamente, puede entonces ser trasladada al exterior. Otras empresas perciben la RSC como

un sistema de gestión que ayuda a la mejora de la provisión de bienes y servicios, por lo que lo centralizan en el departamento de calidad. Por otro lado, la RSC supone en ocasiones una herramienta de marketing a través de la cual se trasladan al exterior todas las acciones responsables realizadas desde la organización, liderando en este caso el departamento de comunicación.

Como se puede observar a raíz del Gráfico 7, existen diversas formas de entender y gestionar los sistemas de RSC, y las personas o departamentos encargados de su desarrollo dependerán de los objetivos perseguidos por la empresa a este respecto.

Por último, se trató de conocer en qué medida el encuestado percibe que su empresa es sensible a las demandas de cada uno de sus grupos de interés.

Los resultados, que vienen representados en el Gráfico 8, muestran cómo existe la percepción de que el grupo de interés al que son más sensibles las empresas son los clientes (4,43 sobre 5), seguidos del Medio Ambiente (4,05) y los Empleados (3,85). En los últimos puestos se encuentran la Comunidad (3,45) y los Proveedores (3,34).

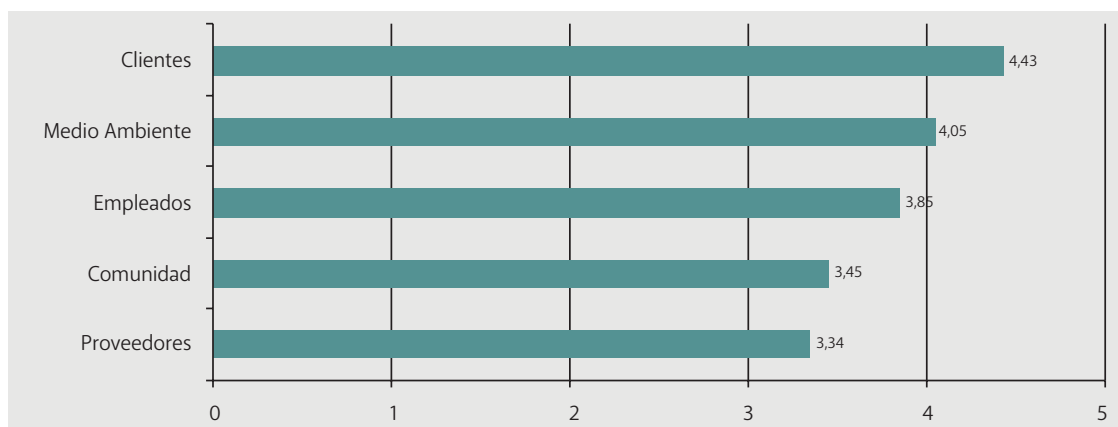


Gráfico 8. Sensibilidad de la empresa con los grupos de interés

Fuente: elaboración propia

4.2. Motivaciones en la implantación de RSC

En este segundo apartado se hace alusión a las principales motivaciones que impulsan a las empresas a emprender, establecer y desarrollar políticas de Responsabilidad Social Corporativa dentro de su estrategia empresarial. Los resultados, que se muestran en el Gráfico 9, muestran la evolución de las motivaciones que ha habido con respecto al estudio anterior, esto es, del periodo 2011-2015.

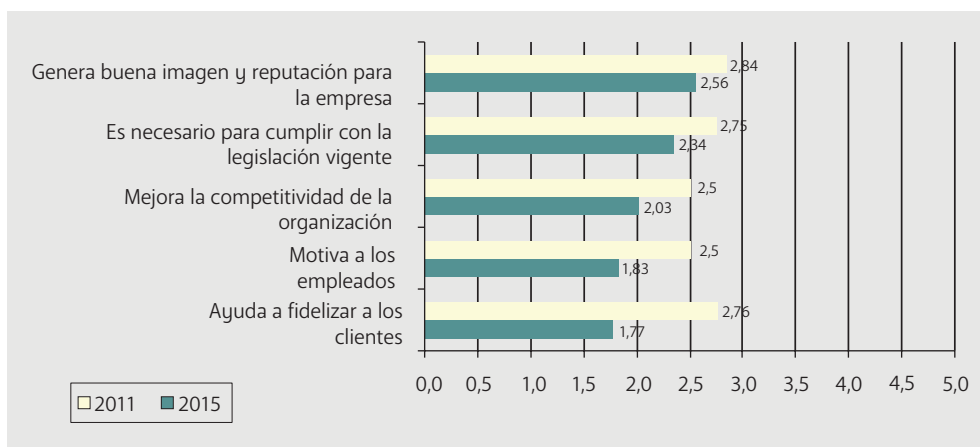


Gráfico 9. Evolución de las motivaciones para la implantación de la RSC 2011-2015

Fuente: elaboración propia

En primer lugar, cabe destacar que a primera vista existen diferencias notables entre los dos periodos. Así, parece que en el año 2011 las empresas percibían las principales motivaciones a la implantación de RSC de una manera más intensa o positiva que en el año 2015.

Las tres motivaciones principales que encuentran las empresas en 2015 son la buena imagen y reputación que genera para la empresa, la necesidad de cumplir con la legislación vigente y la mejora de la competitividad.

A diferencia de lo que ocurría en 2011, en que la fidelización de los clientes suponía la segunda motivación, en el 2015 resulta la última de las cinco opciones disponibles, con una valoración de 1,77 sobre 5.

Sin embargo, los resultados han afianzado a la RSC como herramienta de competitividad, incluyendo las empresas en 2015, entre sus tres motivaciones principales, a dos que precisamente tienen que ver con ello (genera una buena reputación y ayuda a mejorar la competitividad de la empresa).

Por otro lado, sigue sorprendiendo el hecho de que entre las tres primeras motivaciones, tal y como ocurría en el 2011, se encuentre el cumplimiento de la legislación vigente. Este es un dato indicador, una vez más, del desconocimiento que existe en materia de responsabilidad social, que precisamente y hasta la fecha incluye todas aquellas actividades y estrategias para mejorar la relación con sus stakeholders, pero que se sitúan más allá de la ley. Esto es, aunque cumplir la ley es un signo de responsabilidad hacia la sociedad, ciertamente es una obligación para la empresa y, por tanto, no constituye un acto voluntario adicional a sus principales cometidos como entidad.

Finalmente cabe destacar que, en el caso de las motivaciones a la implantación de la RSC, no existen diferencias estadísticamente significativas ni por el tamaño de la empresa, ni por el sector al que pertenece. Esto quiere decir que las respuestas, sea cual sea su tamaño o su sector, van todas en la misma línea.

4.3. Barreras en la implantación de RSC

Una vez conocidas las razones que impulsan a las empresas a implantar la RSC, se analiza a continuación qué barreras y qué frenos encuentran a la hora de hacerlo. Los resultados, recogidos en el Gráfico 10, muestran la evolución de estas barreras del año 2011 al 2015.

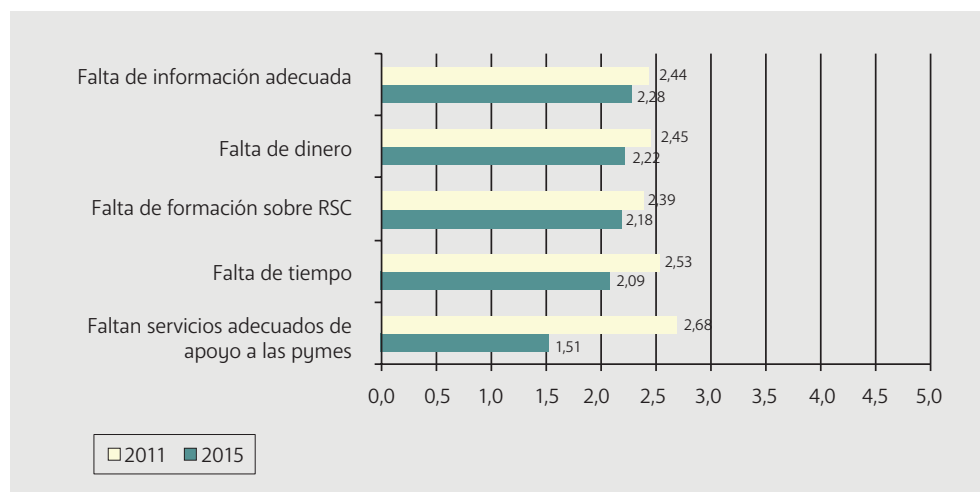


Gráfico 10. Evolución de las barreras para la implantación de la RSC 2011-2015
Fuente: elaboración propia

Al igual que ocurría con las motivaciones, las valoraciones de los encuestados en el año 2015 son más bajas, menos intensas que en el año 2011.

Así, las tres principales barreras a la implantación o desarrollo de políticas de RSC son, principalmente, la falta de información adecuada (2,28 sobre 5), la falta de dinero (2,22 sobre 5) y la falta de formación (2,18 sobre 5). Cabe destacar aquí el hecho de que en el año 2015 todas las valoraciones de las barreras o frenos han estado por debajo de 2,5 sobre 5.

Para paliar estas barreras, organismos públicos regionales como la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia o la Universidad de Murcia, han puesto en marcha proyectos o han creado entidades que están ayudando a la sensibilización, a la formación e información en esta materia. Tal es el caso de la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia, que desde el año 2010 viene trabajando en la difusión de prácticas de RSC de empresas de la región, la participación en foros, el desarrollo de investigación aplicada, el asesoramiento continuo a entidades y, sobre todo, la formación no sólo a través de cursos, jornadas, seminarios y congresos, sino con la creación de un Master especializado. Así, y aunque la falta de información y de formación suponen los principales frenos, la valoración en 2015 es menor que en 2011, producto quizá de todo el trabajo que se está realizando en este sentido.

Por otro lado, la escasez de recursos financieros sigue siendo una traba clara para el desarrollo de la RSC. Es importante tratar de transmitir, en este sentido, que se puede hacer RSC sin necesidad de “gastar más” y que incluso, en ocasiones, ésta puede derivar en una reducción de costes para la empresa. Lo que sí es cierto es que implantar este sistema de gestión (como cualquier otro) supone una inversión en tiempo (personal dedicado a ello) que quizá las empresas no estén dispuestas, en general, a hacer. Todavía vivimos tiempos convulsos en que es difícil proyectar un futuro al largo plazo, algo que está siendo sustituido por la supervivencia del día a día.

Si atendemos a las diferencias significativas que pueda haber en las respuestas dependiendo del sector o del tamaño de la empresa, encontramos que no existen atendiendo al sector al que pertenece. Esto quiere decir que, en general, todas las empresas han respondido de manera parecida independientemente de su sector.

Sin embargo, si existe una barrera para la que hay diferencias significativas dependiendo del tamaño de la empresa. En este caso, tal y como se puede observar en el Gráfico 11, aunque cabría esperar que pudiera ser la falta de servicios adecuados para las PYMES, es la falta de tiempo.

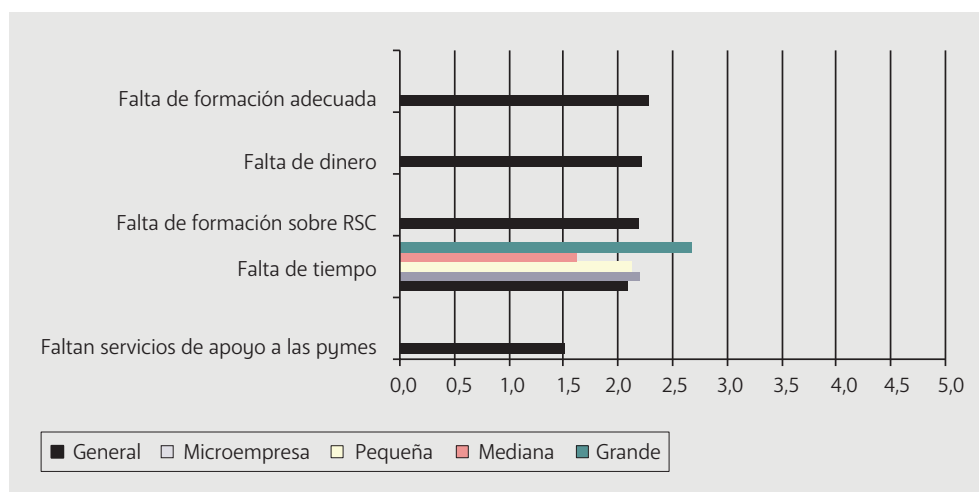


Gráfico 11. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las barreras a la implantación de RSC (2015)

Fuente: elaboración propia

Así, las empresas grandes son las que más obstáculos encuentran en la falta de tiempo (por encima de 2,5 sobre 5), seguidas en unos valores muy parecidos de las micro y pequeñas empresas. Las empresas medianas, con una valoración de 1,6 sobre 5, son las que menos barreras encuentran en la falta de tiempo. Las empresas medianas, por otro lado, tienen por lo general una infraestructura y tamaños suficientes no sólo para darse por aludidas en la llamada de la RSC, sino también para gestionarla de una manera quizá más sencilla que la que requiere una gran corporación.

4.4. Efectos de la crisis sobre las prácticas de RSC

Tal y como ya se hizo en el estudio de 2011, resulta de interés conocer qué ha ocurrido en las empresas en los últimos años, tanto de manera general (posición competitiva, beneficios y situación económica) como en relación a las acciones de RSC. De este modo, podremos valorar de qué forma ha afectado o sigue afectando la crisis al desempeño empresarial.

En primer lugar, se le preguntó a las empresas qué había ocurrido con la situación competitiva y económica de la empresa en los últimos años, datos que se recogen en el Gráfico 12.

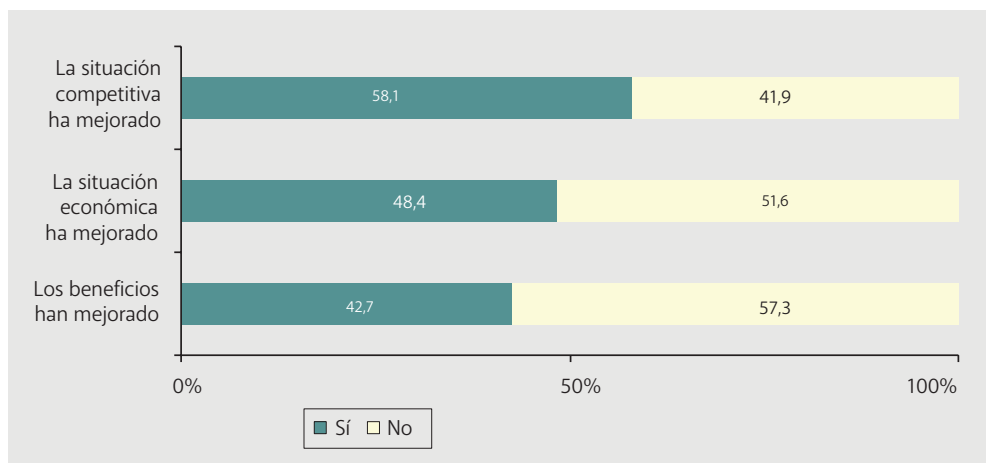


Gráfico 12. Situación de la empresa en los últimos tres años

Fuente: elaboración propia

En este caso, el 58,1% de las empresas declara que su situación competitiva ha mejorado, y también lo ha hecho la situación económica para un 48,4% y los beneficios, para un 42,7%. Estos datos arrojan luz sobre una mejora de la situación, en general, en los últimos años.

Por otro lado, también es importante conocer si la crisis ha obligado o influenciado a un cambio de objetivos de RSC de la organización. Según muestra el Gráfico 13, tres de cada diez empresas (un 28%) sí que afirman que éstos han cambiado, mientras que el resto (siete de cada diez) los han mantenido.

En general, las empresas siguen destinando los mismos recursos a las prácticas de RSC con respecto a antes de la crisis (60,2%). Así lo muestra el Gráfico 14, en el que se puede observar que una de cada cinco empresas (21,1%) destina más recursos, y el 18,8% destina menos recursos.

A continuación, se le preguntó a los encuestados qué había ocurrido con la inversión de RSC de su empresa con respecto a sus distintos grupos de interés (Gráfico 15).

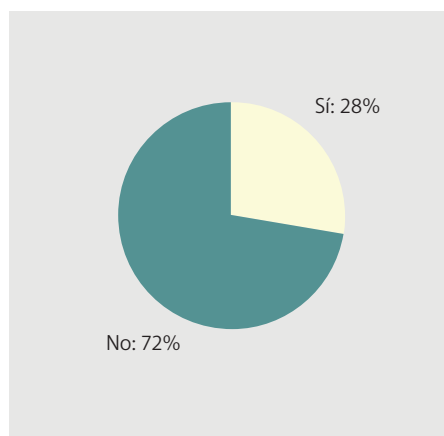


Gráfico 13. ¿Han cambiado los objetivos de su empresa en materia de RSC debido a la crisis?
Fuente: elaboración propia

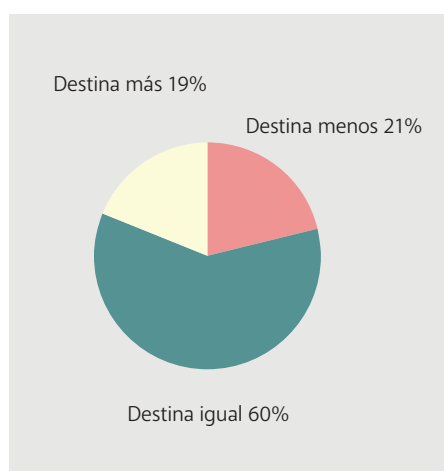


Gráfico 14. ¿Cuántos recursos destina a las prácticas de RSC con respecto a antes de la crisis?
Fuente: elaboración propia

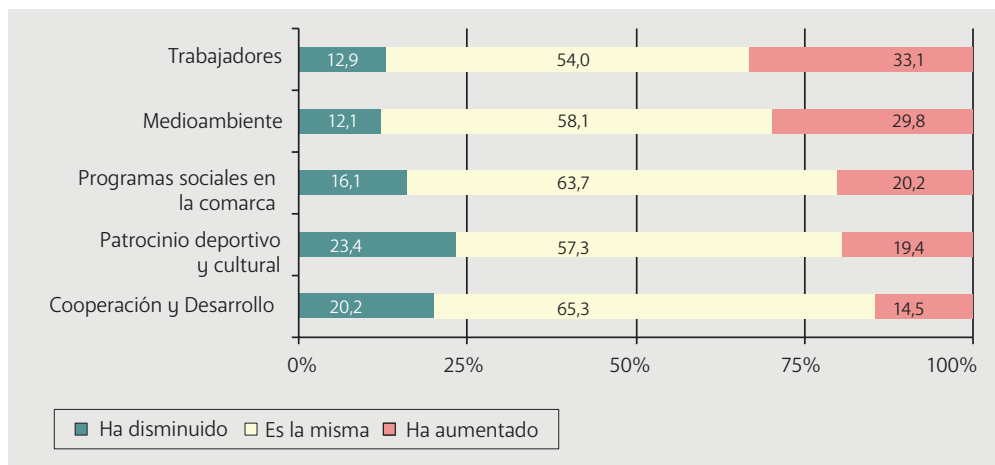


Gráfico 15. En los últimos tres años, la inversión en RSC de mi empresa con respecto a...

Fuente: elaboración propia

Los datos, que se recogen en el Gráfico 15, muestran cómo el 33,1% de las empresas ha aumentado su inversión en las prácticas con trabajadores, un 29,8% lo ha hecho en prácticas medioambientales, y alrededor del 20% han aumentado la inversión en acción social (incluye programas sociales en la comarca -20,2%- , patrocinio deportivo y cultural -19,4%- y cooperación y desarrollo con el tercer mundo -14,5%-).

Por otro lado, la inversión que más ha disminuido en las empresas ha sido la dedicada a la acción social (en alrededor de un 20% de empresas), y pocas (poco más de una de cada diez) declaran destinar menos recursos a trabajadores o al medio ambiente.

En general, hay más porcentaje de empresas que haya aumentado la inversión que aquellas que la han disminuido, lo que es un dato positivo ante el compromiso que se está adquiriendo desde las corporaciones hacia la RSC.

4.5. Prácticas con clientes

El primero de los grupos de interés que se analiza es el de clientes, considerados en general (junto con los trabajadores) como uno de los stakeholders más importantes para cualquier tipo de organización. A continuación, el Gráfico 16 muestra cómo han evolucionado las prácticas de RSC con ellos del año 2011 al actual 2015.

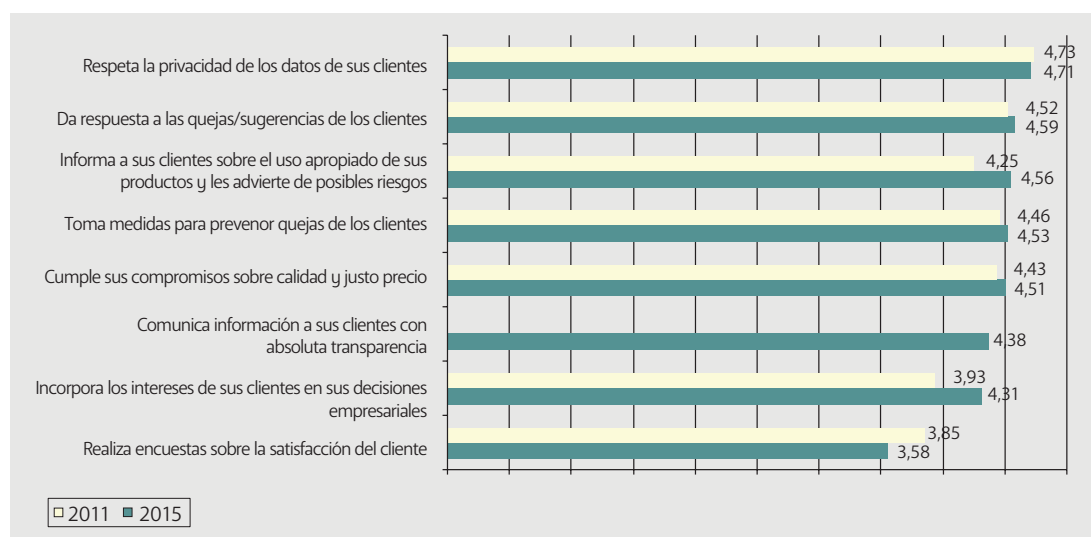


Gráfico 16. Evolución de las prácticas de RSC con los Clientes (2011-2015)

Fuente: elaboración propia

Tal y como muestran los resultados, las prácticas que ocupan las dos primeras posiciones son las mismas en los dos períodos: en primer lugar, las empresas declaran que lo que más hacen es respetar la privacidad de los datos con sus clientes (4,73 sobre 5 en 2011 y 4,71 en 2015, lo que indica que se ha mantenido constante), y en segundo lugar dan respuesta a las quejas y sugerencias de los mismos (4,52 sobre 5 en 2011 y 4,59 en 2015). El orden de las prácticas es el mismo en todas ellas en los dos períodos, a excepción del tercer y cuarto lugar, que

intercambian la posición en 2015 y 2011. Así, aumenta en mayor medida las prácticas dedicadas a informar a los clientes sobre el uso apropiado de sus productos y les advierte de los posibles riesgos, y en menor medida (lo que provoca la conversión de posiciones) se toman medidas para prevenir sus quejas. Cabe destacar que la única medida que ha disminuido notablemente en 2015 con respecto al 2011 es la realización de encuestas de satisfacción a los clientes, que es precisamente una de las herramientas básicas para el desarrollo de una estrategia adecuada de RSC.

Si atendemos a las diferencias significativas que puedan existir dependiendo del sector al que pertenezca la empresa, nos encontramos con los resultados que se muestran a continuación (Gráfico 17):

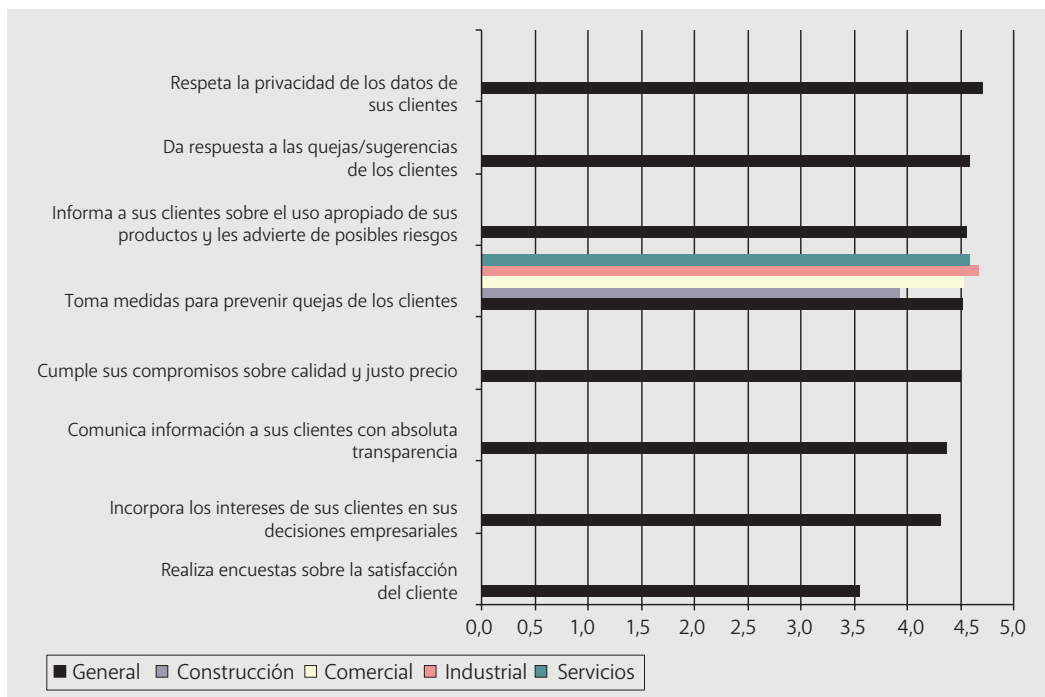


Gráfico 17. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con Clientes (2015)

Fuente: elaboración propia

Según el Gráfico 17, existen diferencias significativas en la respuesta de las empresas dependiendo del sector para las medidas de prevención de quejas de los clientes. Así, es el sector de la construcción el que menos procede a implantar este tipo de medidas (3,94 sobre 5), a una distancia significativa de los sectores comercial, de servicios y, en mayor medida, industrial.

Si se realiza este mismo análisis atendiendo al tamaño de la empresa, vemos cómo existen diferencias estadísticamente significativas en la realización de encuestas de satisfacción del cliente.

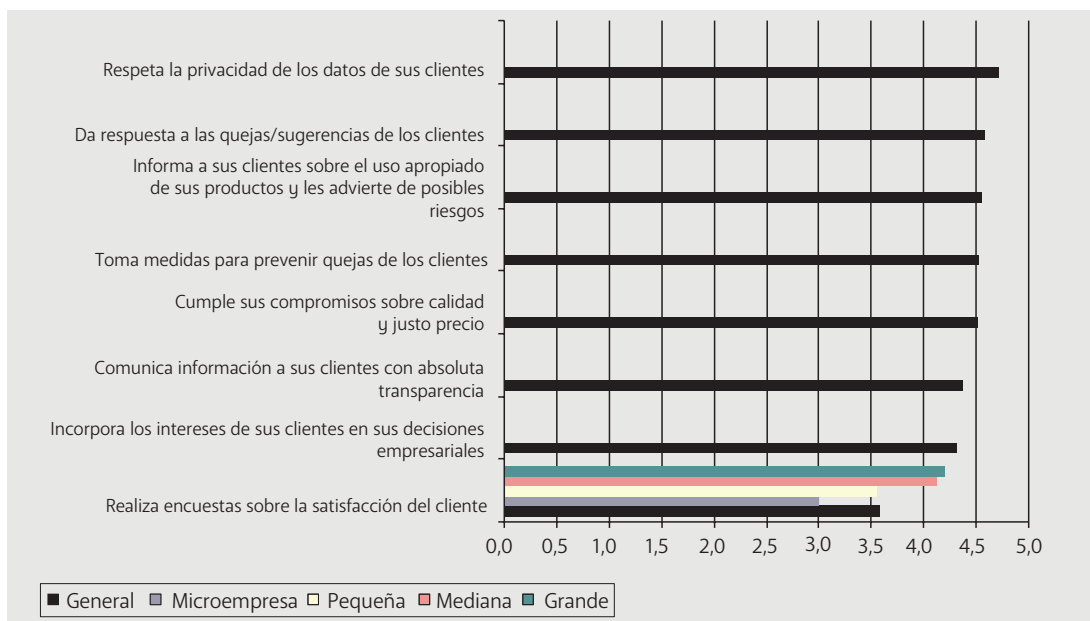


Gráfico 18. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC con Clientes (2015)

Fuente: elaboración propia

El Gráfico 18 muestra que son, como cabe esperar, las microempresas las que menos encuestas de satisfacción realizan a sus clientes. Las que más lo realizan son las grandes empresas en primer lugar, y las medianas en segundo.

Posiblemente las empresas de mayor tamaño, al tener un mayor volumen de clientes, utilicen este tipo de herramientas para conocer su percepción, mientras que en las micro o pequeñas empresas este tipo de información se recoja de manera informal, a través del trato directo y diario con el cliente.

4.6. Prácticas con la comunidad

Las prácticas con la comunidad, que suponen las actividades de acción social de la empresas, tienen que ver con todas aquellas políticas y acciones que se desarrollan a favor de la comunidad en la que opera, además del apoyo a entidades del tercer sector o a grupos desfavorecidos. Los resultados se muestran en el Gráfico 19.

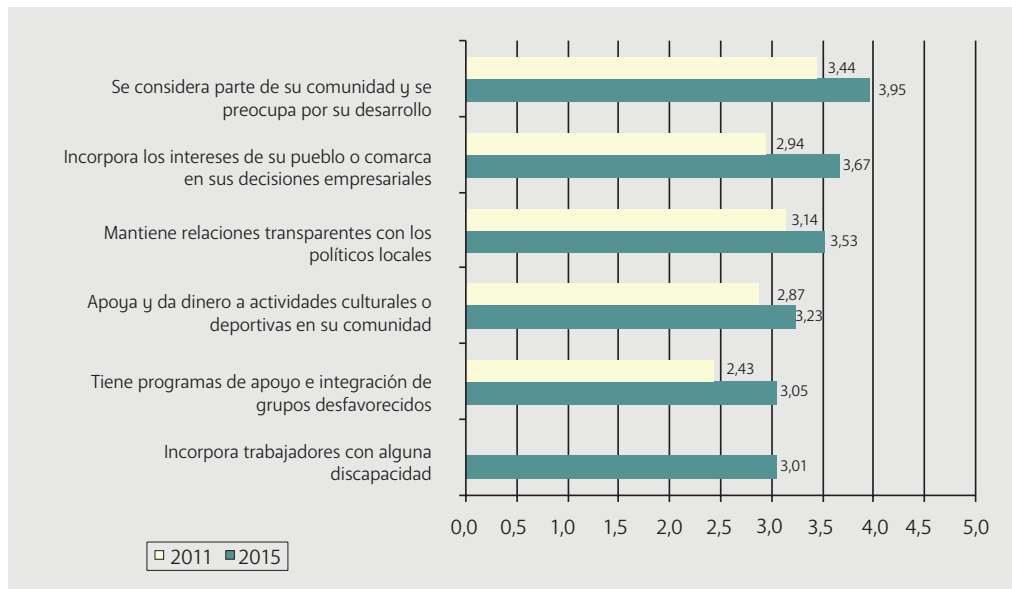


Gráfico 19. Evolución de las prácticas de RSC con la Comunidad (2011-2015)

Fuente: elaboración propia

En primer lugar se analiza, en el Gráfico 19, la evolución de este tipo de actividades del año 2011 al 2015. Se puede observar que todas las prácticas con la comunidad han aumentado en este período con respecto al estudio anterior, manteniendo por otro lado el mismo orden en los dos años. Así, las acciones que más se realizan son considerarse parte de la comunidad y preocuparse por su desarrollo (3,95 sobre 5 en 2015 y 3,44 en 2011); incorporar los intereses de la comarca en las decisiones empresariales (3,67 sobre 5 en 2015 y 2,94 en 2011) y mantener relaciones transparentes con los políticos locales (3,53 sobre 5 en 2015 y 3,14 en 2011). Las acciones que menos se realizan, con puntuaciones de 3 sobre 5, son la integración de grupos desfavorecidos y la contratación de trabajadores con alguna discapacidad.

Para esta última acción, existen diferencias significativas dependiendo del sector al que pertenezca la empresa. Tal y como vemos en el Gráfico 20, son las empresas industriales y las comerciales las que más integran a trabajadores con alguna discapacidad (alrededor de 3,5 sobre 5), y el sector de la construcción se sitúa por debajo del aprobado (2,5), con una puntuación de 2,19. El sector de servicios, con una puntuación de 2,86, se sitúa a mitad de camino entre los sectores más y menos activos en este sentido.

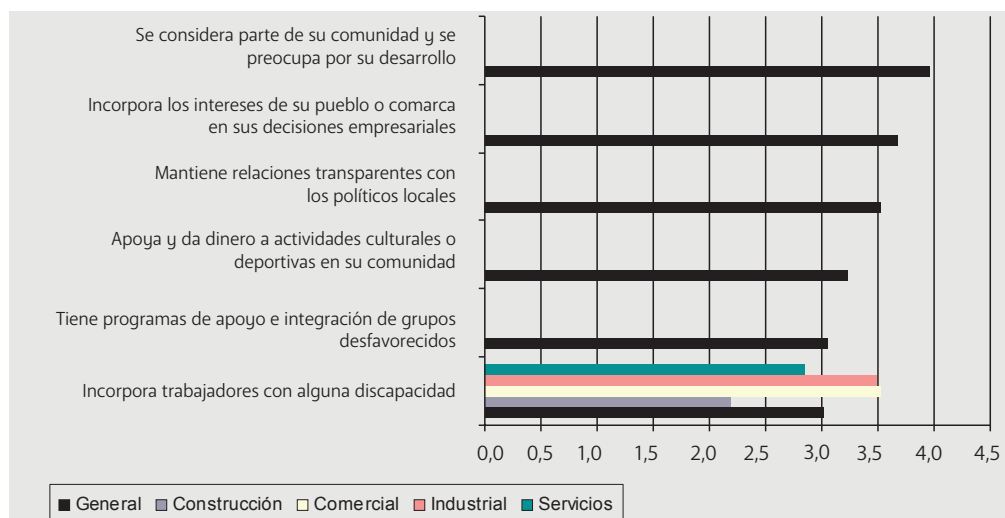


Gráfico 20. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con la Comunidad (2015)

Fuente: elaboración propia

Estas diferencias son aun mayores si atendemos al tamaño de la empresa, cuyos resultados se muestran en el Gráfico 21.

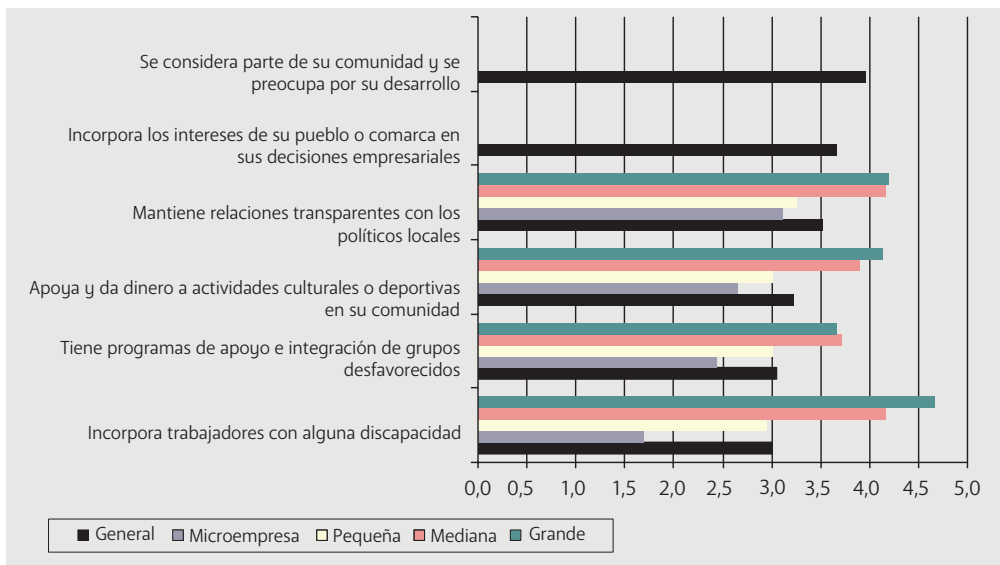


Gráfico 21. Evolución de las prácticas de RSC con los Clientes (2011-2015)

Fuente: elaboración propia

En este caso, existen diferencias significativas en todas las acciones a excepción de las dos primeras (considerarse parte de la comunidad y preocuparse por su desarrollo, e incorporar los intereses de la comarca en las decisiones empresariales) que son, de hecho, las propuestas más ambiguas.

Es en acciones más concretas cuando se torna notable la diferencia entre empresas más grandes y más pequeñas. De hecho, la medida en que estas acciones son incorporadas a la empresa están directamente relacionadas con su tamaño. Esto es lógico, a priori, en las acciones que nombraremos a continuación, habida cuenta de que el presupuesto disponible (que generalmente es necesario en acción social) será mayor cuanto mayor sea la organización.

Así, existe una distancia significativa entre las micro- y pequeñas empresas, y las medianas y grandes, en la implantación de medidas de acción social. Cabe destacar que la incorporación de trabajadores con alguna discapacidad, que suponía en el análisis general la acción menos desarrollada por las empresas, es la que más se realiza en las grandes (4,67) y medianas (4,20) empresas y las que menos se realizan en las microempresas (1,68). Este resultado es lógico si tenemos en cuenta que las microempresas tienen menos de diez trabajadores, y posiblemente contengan a un gran número de autónomos.

4.7. Prácticas con empleados

El tercer grupo de interés analizado son los empleados, que suponen la Responsabilidad Social Interna de la empresa (hacia el interior de la organización), y conforma uno de los stakeholders más prioritarios (primer puesto que suele disputarse entre éste grupo y el de los clientes). A continuación, el Gráfico 22 muestra la evolución de las prácticas llevadas a cabo por las empresas murcianas con sus trabajadores, del estudio realizado en 2011 a la actualidad.

Las tres prácticas que más se desarrollan son las siguientes: en primer lugar, tratar a los empleados equitativa y respetuosamente, sin tener en cuenta el género o la etnia a la que pertenecen (4,66 sobre 5), en segundo lugar apoyar a los trabajadores que deseen continuar formándose (4,35 sobre 5 en 2015 frente a un 4,03 en 2011) y, en tercer lugar, formarles en prevención de riesgos laborales (en este caso ha descendido, de un 4,52 en 2011 frente a un 4,3 en 2015).

Las medidas que más han incrementado del 2011 a 2015 (con más de 0,5 puntos) y que cabe destacar, son las que precisamente menos se realizan: los empleados cada vez participan más en las decisiones empresariales, pasando de un 2,59 en 2011 a un 3,14 en 2015. Además, las empresas dedican más recursos que antes para la dotación de prestaciones sociales a sus empleados no exigidas por ley (2,59 a 3,11).

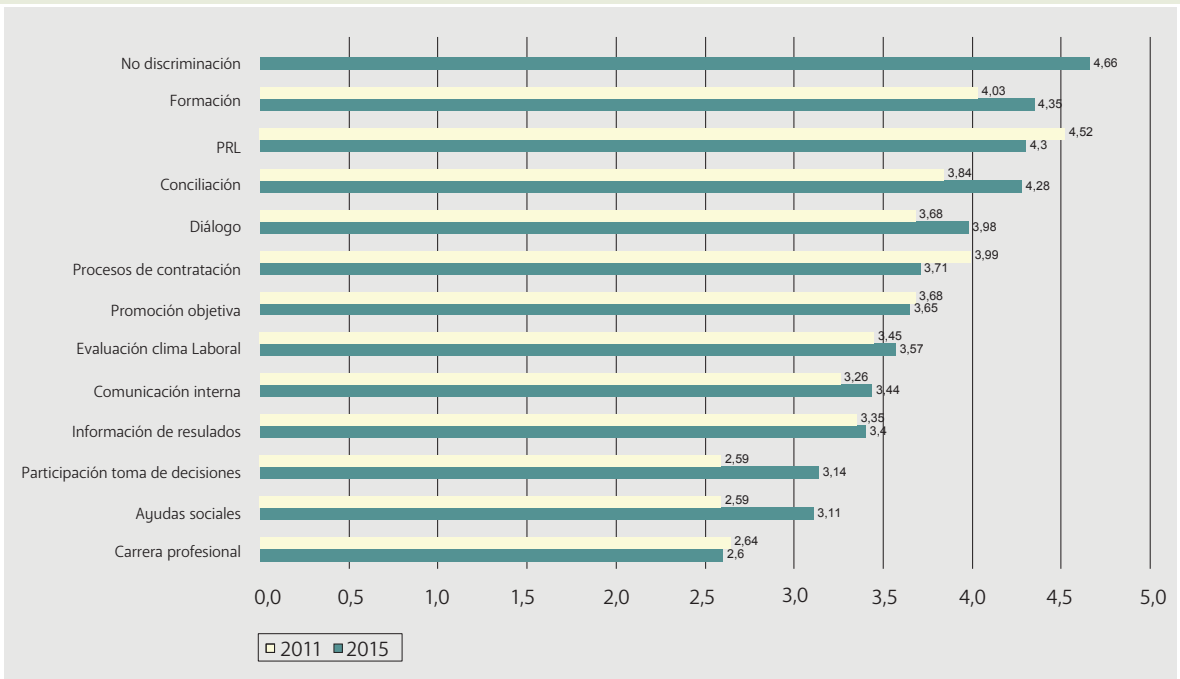


Gráfico 22. Evolución de las prácticas de RSC con los Empleados (2011-2015)

Fuente: elaboración propia

Estas dos últimas medidas conforman, junto con el diseño de planes de carrera profesional, las actividades menos desarrolladas en la responsabilidad social interna de las organizaciones murcianas.

Dos de estas prácticas difieren significativamente dependiendo del sector de la empresa. Tal y como muestra el Gráfico 23, es en el sector comercial donde se da una mayor objetividad en los criterios en que se basan las promociones (tales como antigüedad o cumplimiento de objetivos, entre otros). A este sector le siguen, al mismo nivel, los sectores industrial y de servicios y, a más distancia, el de construcción. También es el sector de la construcción el que menos provee a

sus trabajadores de prestaciones sociales no exigidas por ley, así como es el sector comercial el que más lo implanta.

Estas diferencias significativas se dan en mayor medida si atendemos al tamaño de la empresa. Así, en el caso de las prácticas con los trabajadores, se puede afirmar que el tamaño de la empresa está directamente relacionado con la proporción de las prácticas implantadas (Gráfico 24).

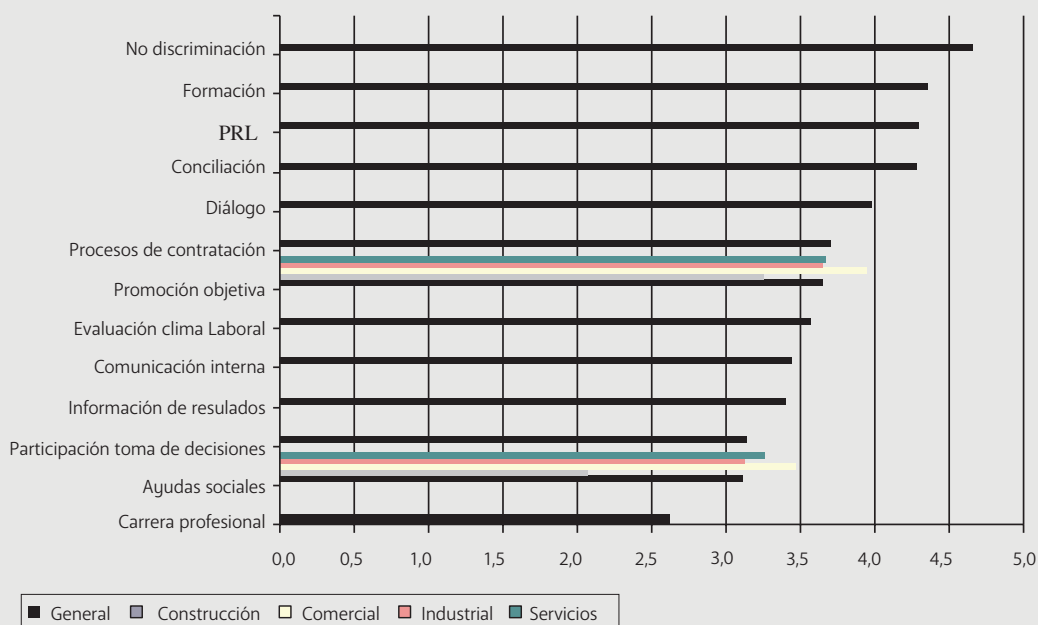


Gráfico 23. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con Empleados (2015). Fuente: elaboración propia

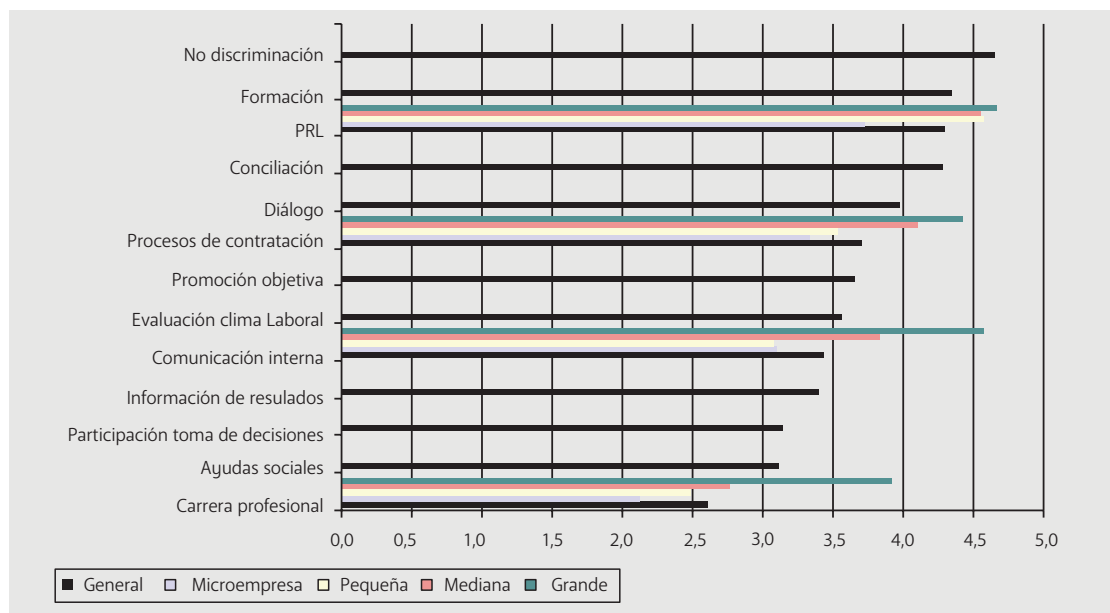


Gráfico 24. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC con Empleados (2015). **Fuente:** elaboración propia

Así lo muestra el Gráfico 24, en el que las grandes empresas son, en todos los casos, las que implantan en mayor medida políticas de RSC con los empleados. Estas diferencias son significativas en las acciones relacionadas con la formación en prevención de riesgos laborales, la formalización y rigurosidad en los procesos de contratación, la comunicación interna de la empresa y el diseño de planes de carrera profesional. Es precisamente en estas dos últimas medidas donde la distancia entre las empresas grandes y el resto (en mayor medida con las microempresas y las pequeñas empresas) es mayor.

4.8. Prácticas con el Medio Ambiente

El medio ambiente forma parte del llamado “triple balance” de la RSC, que se refiere al reporte de información sobre los aspectos económicos, sociales y medioambientales de la empresa. En este apartado, tal y como ocurre en los anteriores, veremos cómo ha evolucionado la gestión medioambiental responsable en los últimos años (Gráfico 25), así como las diferencias significativas que puedan existir dependiendo del sector (Gráfico 26) o el tamaño (Gráfico 27) de la empresa.

En el primer caso (Gráfico 25), cabe destacar en primera instancia que prácticamente todas las medidas han incrementado su presencia en 2015 con respecto a 2011, a excepción de las auditorías, que resulta menor en este último período.

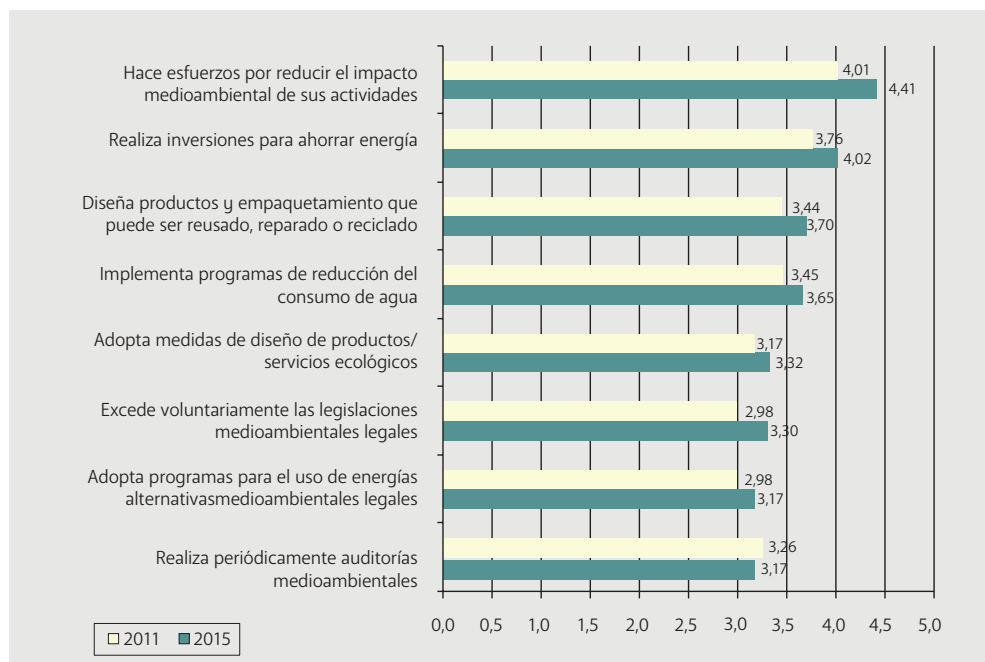


Gráfico 25. Evolución de las prácticas de RSC con el Medio Ambiente (2011-2015). Fuente: elaboración propia

Así, las tres medidas, acciones o prácticas que más se desarrollan en las empresas son la reducción del impacto ambiental de sus actividades (4,41 sobre 5 en 2015 frente al 4,01 en 2011), la realización de inversiones para ahorrar energía (4,02 sobre 5 en 2015 frente al 3,76 en 2011) y el diseño de productos y empaquetamiento que pueda ser reusado, reparado o reciclado (3,70 sobre 5 en 2015 frente al 3,44 en 2011).

Por el contrario, las acciones que se realizan en menos (aunque siempre con puntuaciones mayores de 3 sobre 5 en 2015) son el exceder voluntariamente la legislación medioambiental vigente (3,30 sobre 5 en 2015 frente a un 2,98 en 2011), la adopción de programas para el uso de energías alternativas (3,17 frente al 2,98) y la realización de auditorías medioambientales periódicas, que es la única medida que se ha visto reducida en este año con respecto al período anterior analizado (3,17 frente al 3,26).

De todas ellas, hay dos medidas para las que existen diferencias significativas dependiendo del sector al que pertenece la empresa, tal y como muestra el Gráfico 26.

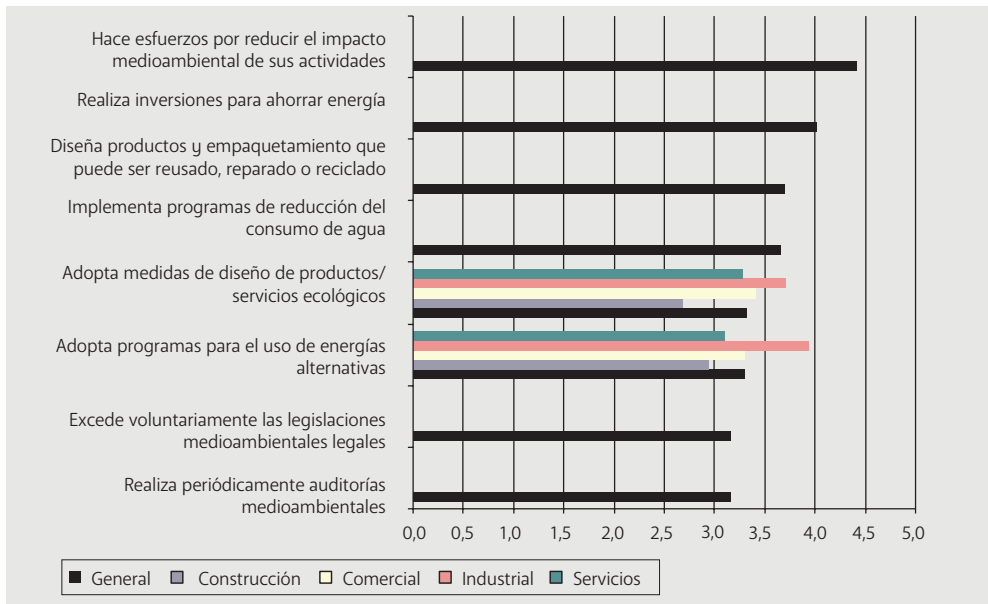


Gráfico 26. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con el Medio Ambiente (2015)
Fuente: elaboración propia

En las dos medidas señaladas (adopción de medidas de diseño de productos y servicios ecológicos y el exceso voluntario de la legislación medioambiental vigente) es el sector industrial el que se dan en mayor medida, seguido del sector comercial, servicios y, por último, el de construcción.

Se puede comprobar, una vez más, cómo la tónica general señala al sector de la construcción como el que menos desarrolla políticas de RSE frente al sector industrial, que lidera la implantación de las medidas en la mayoría de los casos.

Para las acciones de RSE con respecto al medio ambiente, existen diferencias significativas dependiendo del tamaño de la empresa en todas las medidas, a

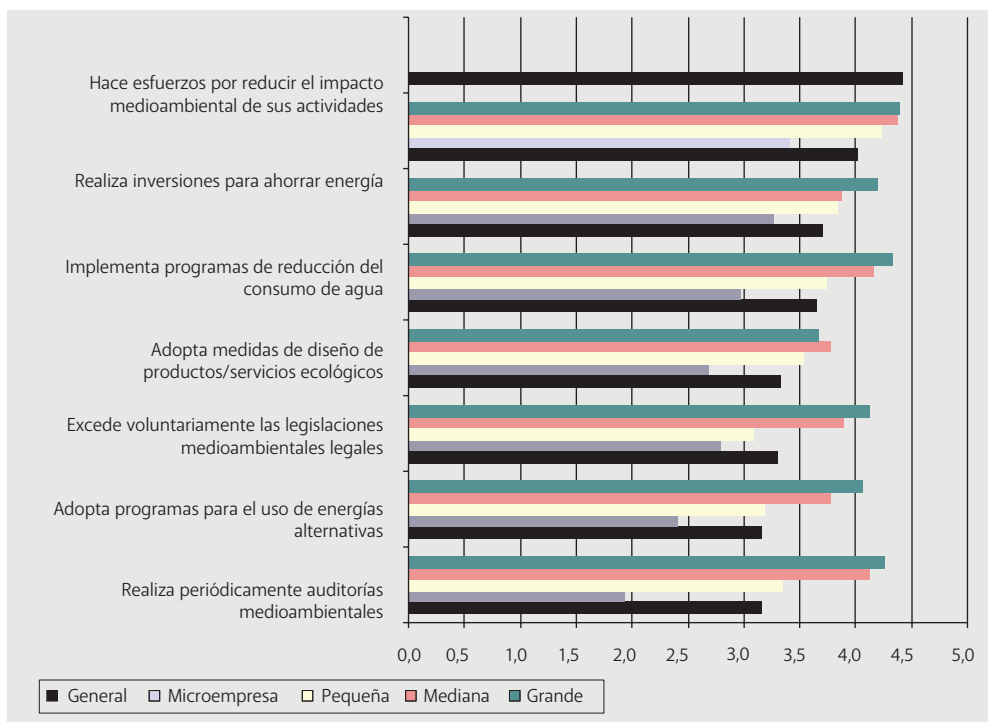


Gráfico 27. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC con el Medio Ambiente (2015). Fuente: elaboración propia

excepción de las dos primeras en que la respuesta ha sido más o menos la misma en todas las organizaciones (el cumplimiento de la legislación medioambiental y el esfuerzo por reducir el impacto ambiental de su actividad).

Tal y como muestra el Gráfico 27, la tónica general es que la implantación de medidas ambientales es mayor conforme mayor es el tamaño de la empresa. Sólo hay una excepción en que las empresas medianas superan a las grandes, y es en el diseño de productos y servicios ecológicos. Para el resto de las medidas en las que existen diferencias significativas (inversiones para el ahorro de energía, diseño de productos y empaquetados que puedan ser reusados, reparados o reciclados, implementación de programas de reducción del consumo de agua, el exceso voluntario de la legislación medioambiental, el uso de energías alternativas y las auditorías medioambientales) el nivel de implantación sigue un riguroso orden con respecto al tamaño: grandes, medianas, pequeñas y, a gran distancia, microempresas. Estos resultados dejan patente, una vez más, la necesidad de diseñar programas, políticas y estándares de RSE aplicables a empresas de menor tamaño (autónomos, microempresas y pequeñas empresas).

4.9. Prácticas con proveedores

A continuación, se le preguntó a las empresas por las prácticas que realizaban con los proveedores, siendo 5 "Totalmente de acuerdo" y 0 "Totalmente en desacuerdo". A priori se puede observar en el Gráfico 28 que la implantación de medidas con los proveedores es mayor en 2015 con respecto al 2011 para todos los casos. Así, las empresas establecen políticas de relaciones con proveedores basadas en el beneficio mutuo en primer lugar (4,10 sobre 5 en 2015 frente a 3,66 en 2011), intentan comprar siempre a proveedores de la zona (4,02 sobre 5 en 2015 frente a 3,74 en 2011) y procuran conocer las condiciones sociales y medioambientales de los productos que compran (3,95 sobre 5 en 2015 frente a 3,76 en 2011). Las últimas posiciones –aunque a menos de un punto de distancia– las ocupan la integración de criterios éticos, so-

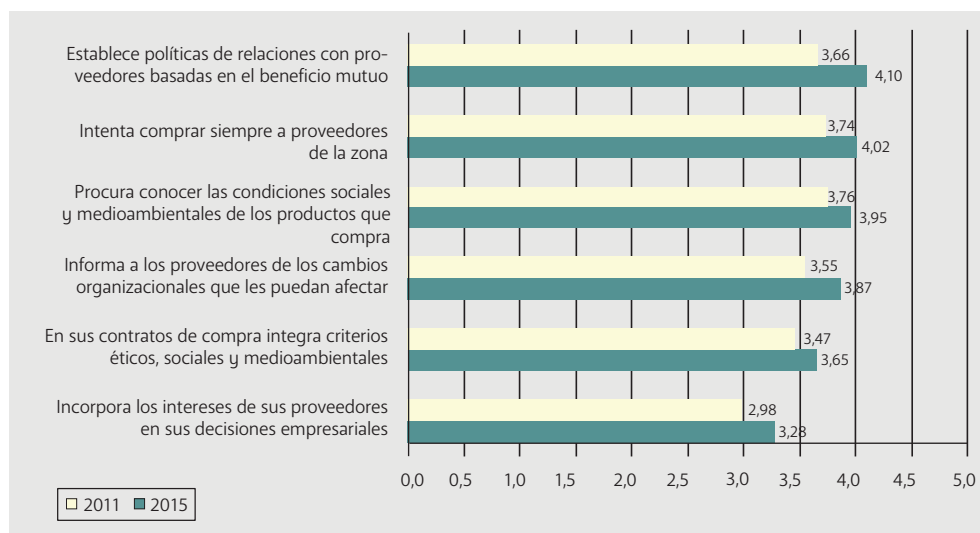


Gráfico 28. Evolución de las prácticas de RSC con los Proveedores (2011-2015). Fuente: elaboración propia

ciales y medioambientales en los contratos de compra (3,65 sobre 5 en 2015 frente a 3,47 en 2011) y la incorporación de los intereses de los proveedores en las decisiones empresariales (3,28 sobre 5 en 2015 frente a 2,98 en 2011).

En la pregunta específica de la incorporación de los intereses de los stakeholders en las decisiones empresariales, que se ha hecho con respecto a los clientes, la comunidad y los proveedores, cabe destacar el hecho de que en el caso de los proveedores es la medida menos implantada (último lugar), para los clientes una de las menos implantadas (penúltimo lugar) y, por el contrario, supone la segunda acción con respecto a la comunidad.

En este caso sí que existen diferencias significativas en las respuestas dependiendo del sector de la empresa (Gráfico 29), aunque no si atendemos al tamaño. Tal y como se observa en el Gráfico 29, se vuelve a repetir el patrón de que el sector donde menos se implantan estas medidas o acciones es en el de la cons-

trucción. Los sectores industrial, y muy de cerca el comercial, son los que más procuran conocer las condiciones sociales y medioambientales de los productos que compran y, a diferencia de otros stakeholders, en este caso es el sector comercial (seguido del industrial y servicios) el que, con diferencia, más integra criterios éticos, sociales y ambientales en los contratos de compra y el que más incorpora los intereses de los proveedores en sus decisiones empresariales.

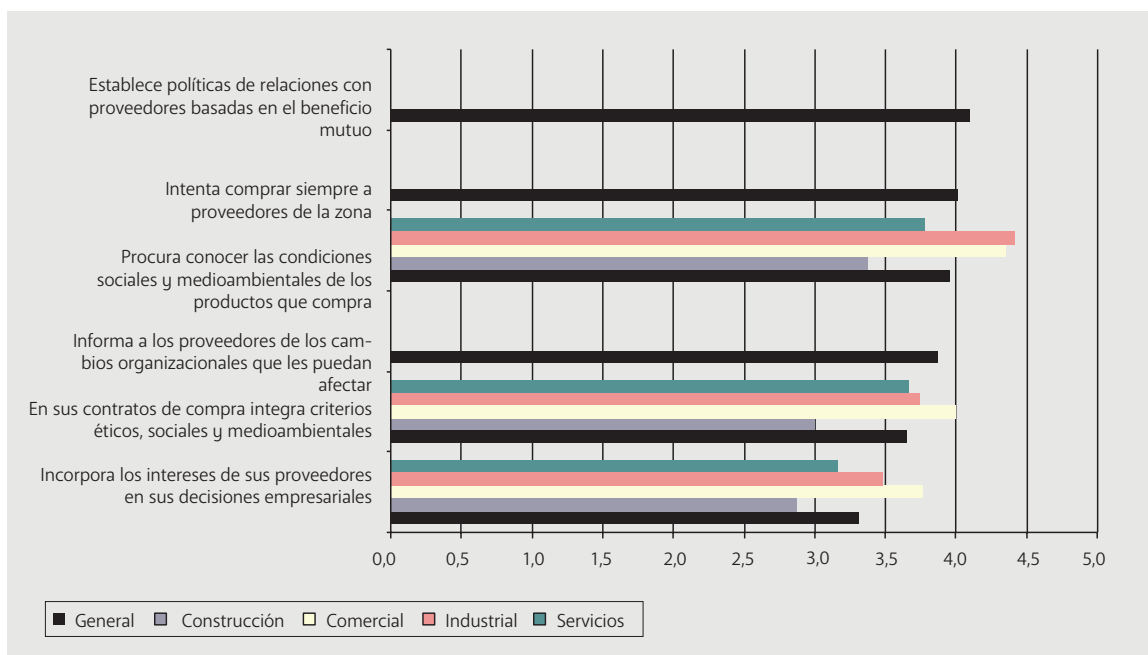


Gráfico 29. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con Proveedores (2015). Fuente: elaboración propia

Estas diferencias no son significativas o no se dan de una manera estadísticamente notable si se analiza en función del tamaño de la empresa. Esto quiere decir que las respuestas ante las prácticas con los proveedores son más o menos las mismas en todas las organizaciones, ya sean estas pequeñas, medianas o grandes.

4.10. Prácticas de RSC desde los Órganos de Gobierno

El último grupo de interés que se analiza son los órganos de gobierno de la empresa. Estos se refieren a los directivos, propietarios y órganos decisores o gestores de la organización. Para este stakeholder no existen datos previos por lo que no se puede mostrar la evolución de los últimos años, aunque sí la situación en que se encuentran en 2015 en la Región de Murcia.

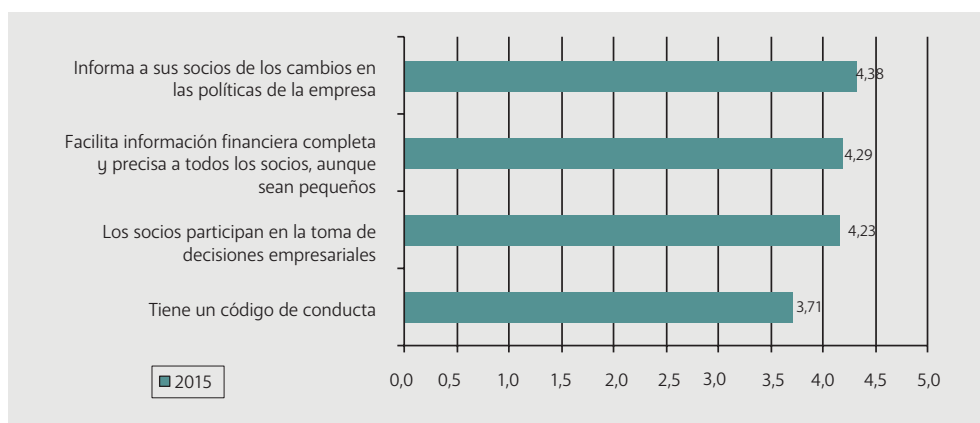


Gráfico 30. Prácticas de RSC desde los Órganos de Gobierno (2015). Fuente: elaboración propia

Se puede observar, en primer lugar, cómo en el Gráfico 30 todas las medidas con respecto a los órganos de gobierno se encuentran por encima de 3,5 sobre 5.

Así, con puntuaciones parecidas se encuentran la información a los socios de los cambios en las políticas de la empresa (4,38 sobre 5), la facilitación de información financiera completa y precisa a todos los socios -aunque sean pequeños- (4,29) y la participación de éstos en la toma de decisiones empresariales (4,23). A más distancia se encuentra la última medida, que supone la tenencia de un código de conducta en la empresa (3,71). Éste supondría la redacción de un documento voluntario por parte de la organización, que comprenda los principios

básicos de funcionamiento de la empresa y que han de ser respetados por todos los miembros de la misma.

La implantación de estas prácticas con respecto a los órganos de gobierno no difiere significativamente si atendemos al sector al que pertenece la empresa.

Sin embargo, el Gráfico 31 muestra cómo si que existen diferencias significativas dependiendo del tamaño de la empresa. Así, las grandes son las que más implantan códigos de conducta en sus empresas (con casi 4,5 puntos sobre 5) y las que menos, las microempresas. Pequeñas y medianas empresas están más o menos al mismo nivel en este sentido, aunque curiosamente las medianas implantan esta medida algo menos que las pequeñas.

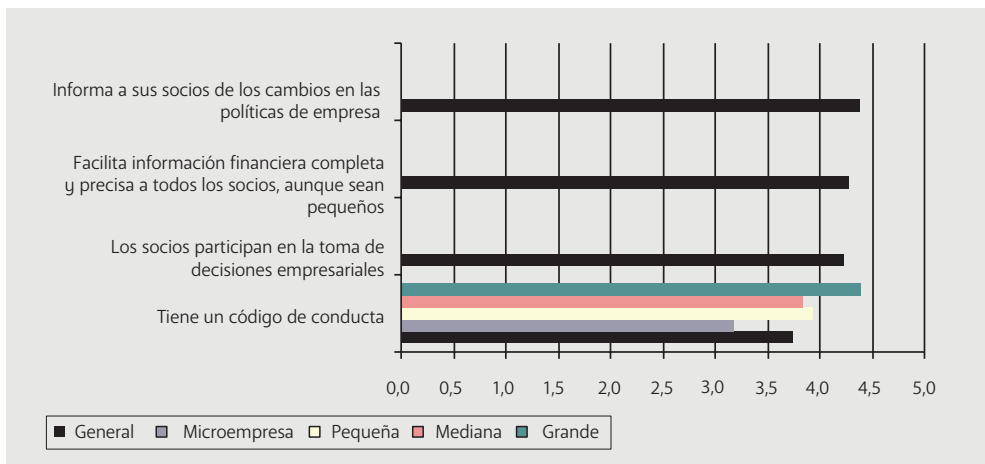


Gráfico 31. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC de los Organos de Gobierno (2015). Fuente: elaboración propia

●●● 5. CONCLUSIONES

El presente estudio analiza el nivel de implantación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas de la Región de Murcia. Para ello, se ha diseñado un cuestionario que se ha enviado por correo electrónico. Tras la eliminación de datos erróneos, dispone de una muestra final de 133 empresas, lo que supone un nivel de error del 7,1 % y un intervalo de confianza del 91,8 %.

Las respuestas incluyen datos del perfil de la empresa (tipo de sector y madurez del mismo, tamaño, carácter familiar, objetivos generales), el conocimiento e implantación de RSC en la organización (si existe o no una estrategia de RSC y departamento que la lidera), así como acciones y prácticas desarrolladas con cada grupo de interés (clientes, empleados, comunidad, medio ambiente, proveedores y órganos de gobierno).

Para todos los datos que se incluyeron en el último estudio del “Nivel de RSC en las empresas de la Región de Murcia: efectos de la crisis económica” (2011) se muestra la evolución que ha habido del año 2011 al actual 2015. Además, para cada práctica con los stakeholders se incluyen las diferencias significativas que haya podido haber en las respuestas atendiendo a dos criterios: el sector de la empresa (industrial, comercial, servicios y construcción) y el tamaño (grandes, medianas, pequeñas y microempresas).

En las páginas siguientes se muestra un cuadro resumen con los principales resultados.

Perfil de la empresa

Familiaridad y tamaño	El 44,4% son empresas familiares y 45,8% no lo son, mientras que el 9,8% declara serlo a medias. El 88,7% está formado por Pymes (siendo el 33,1% microempresas, el 32,3% pequeñas empresas y el 23,3% son medianas), y el 11,3% son grandes empresas.
Madurez y tipo de sector	El 19,5% pertenecen a un sector que es todavía joven, el 74,5% sitúa la actividad de su organización en un sector maduro, y el 6% en declive. Según el ámbito de su actividad más de la mitad de las empresas encuestadas pertenece al sector de los servicios (51,9%), repartiéndose la otra mitad en el sector industrial (23,3%) y, en menor medida, los sectores de la construcción (12%) y el comercial (12,8%).

Gestión de RSC

Objetivo general de la empresa	1º Satisfacción del cliente 2º Anticipación a la competencia 3º Creación de bienestar a la sociedad 4º Creación de riqueza a los dueños 5º Creación de empleo
Conocimiento de RSC	El 79% de los encuestados sí conocía el término RSC, el 19,4% no sabía lo que era, y el 1,6% sí había oído hablar de él pero pensaba que era otra cosa.
Implantación de RSC	El 27,8% cuenta con un sistema de mejora en RSC. El 31,6% de las empresas encuestadas no tiene sistema de RSC pero sí que lo implantará en el futuro y, en última

instancia, una de cada cinco organizaciones no tiene sistema de RSC ni está interesada en el tema.

Departamento que lidera la RSC

A excepción de la Dirección de la Empresa, que lidera la RSC en el 33,9% de los casos, el resto de departamentos que comparten la función son, principalmente, el de Recursos Humanos (13,7%), Calidad (8,9%) y Comunicación (8,1%). En el 21,8% no hay ningún departamento que lleve estos temas, y el restante 10,5 supone que lo lideran otros departamentos como administración, asistencia a dirección, técnico, negocio, prevención de riesgos laborales, acción social, producción o una combinación entre algunos de los anteriores.

Sensibilidad hacia los grupos de interés

El grupo de interés al que son más sensibles las empresas son los Clientes (4,43 sobre 5), seguidos del Medio Ambiente (4,05) y los Empleados (3,85). En los últimos puestos se encuentran la Comunidad (3,45) y los Proveedores (3,34).

Motivaciones para la implantación de la RSC

Por orden, son la buena imagen y reputación que genera para la empresa, la necesidad de cumplir con la legislación vigente y la mejora de la competitividad. A diferencia de lo que ocurría en 2011, en que la fidelización de los clientes suponía la segunda motivación, en el 2015 resulta la última de las cinco opciones disponibles, con una valoración de 1,77 sobre 5.

Diferencias por Sectores No existen

Diferencias por Tamaño No existen

Barreras para la implantación de la RSC

La falta de información adecuada (2,28 sobre 5), la falta de dinero (2,22 sobre 5) y la falta de formación (2,18 sobre 5). En el año 2015 todas las valoraciones de las barreras o frenos han estado por debajo de 2,5 sobre 5.

Diferencias por **sectores**

Falta de servicios adecuados de apoyo para las PYMES: En este caso, son los sectores de servicios y de construcción los que más dificultades encuentran en este sentido, mientras que los sectores industrial y, en menor medida el comercial, no creen que falten este tipo de servicios o no lo identifican como una barrera para su organización.

Diferencias por **tamaño**

Las empresas grandes son las que más obstáculos encuentran en la falta de tiempo (por encima de 2,5 sobre 5), seguidas en unos valores muy parecidos de las micro y pequeñas empresas. Las empresas medianas son las que menos barreras encuentran en la falta de tiempo.

Efectos de la crisis en la implantación de la RSC

Situación **económica y competitiva**

El 58,1% de las empresas declara que su situación competitiva ha mejorado en los últimos tres años. También lo ha hecho la situación económica para un 48,4% y los beneficios, para un 42,7%.

Objetivos de RSC

Tres de cada diez empresas (un 28%) afirman que los objetivos de RSC de la organización han cambiado a raíz de la crisis, mientras que el resto (siete de cada diez) los han mantenido.

Inversión de recursos

En general, las empresas siguen destinando los mismos recursos a las prácticas de RSC con respecto a antes de la crisis (60,2%). Sin embargo, una de cada cinco empresas (21,1%) destina más recursos, y el 18,8% destina menos recursos.

El 33,1% de las empresas ha aumentado su inversión en las prácticas con trabajadores, un 29,8% lo ha hecho en prácticas medioambientales, y alrededor del 20% han aumentado la inversión en acción social. Por otro lado, la inversión que más ha disminuido en las empresas ha sido la dedicada a la acción social (en alrededor de un 20% de empresas), y pocas (poco más de una de cada diez) declaran destinar menos recursos a trabajadores o al medio ambiente.

Prácticas con Clientes

Lo que **más** se hace

- Respetar la privacidad de los datos de sus cliente.
- Dar respuesta a sus quejas y sugerencias.
- Informar sobre el uso apropiado de los productos y advertir de sus posibles riesgos.

Lo que **menos** se hace

- Realizar encuestas de satisfacción.
- Incorporar los intereses del cliente en las decisiones empresariales.
- Comunicar información a los clientes con absoluta transparencia.

Diferencias por **sectores** Medidas de prevención de quejas de los clientes: es el sector de la construcción el que menos procede a implantar este tipo de medidas (3,94 sobre 5), a una distancia significativa de los sectores comercial, de servicios y, en mayor medida, industrial.

Diferencias por **sectores** Encuestas de satisfacción a los clientes: las microempresas son las que menos encuestas realizan, siendo las grandes en primer lugar, y las medianas en segundo lugar, las que más.

Prácticas con Comunidad

Lo que **más** se hace

- Considerarse parte de la comunidad y preocuparse por su desarrollo.
- Incorporar los intereses de la comarca en las decisiones empresariales.
- Mantener relaciones transparentes con los políticos locales.

Lo que **menos** se hace

- Apoyar y dar dinero a actividades culturales o deportivas de la comunidad.
- Integración de grupos desfavorecidos.
- Incorporar trabajadores con alguna discapacidad.

Diferencias por **sectores** Contratación de trabajadores con alguna discapacidad: las empresas industriales y las comerciales son las que más integran a trabajadores con alguna discapacidad (alrededor de 3,5 sobre 5),

y el sector de la construcción se sitúa por debajo del aprobado (2,5), con una puntuación de 2,19. El sector de servicios, con una puntuación de 2,86, se sitúa a mitad de camino entre los sectores más y menos activos en este sentido.

Diferencias por **tamaño**

Existen diferencias significativas en todas las acciones a excepción de las dos primeras (considerarse parte de la comunidad y preocuparse por su desarrollo, e incorporar los intereses de la comarca en las decisiones empresariales). Es en acciones más concretas cuando se torna notable la diferencia entre empresas más grandes y más pequeñas. De hecho, la medida en que estas acciones son incorporadas a la empresa está directamente relacionadas con su tamaño: son las empresas grandes las que más prácticas con la comunidad realizan, y estas prácticas van siendo menores cuanto menor es el tamaño de la empresa.

Prácticas con Empleados

Lo que **más** se hace

- Tratar a los empleados equitativa y respetuosamente, sin tener en cuenta el género o la etnia a la que pertenecen
- Apoyar a los trabajadores que deseen continuar formándose
- Formarles en prevención de riesgos laborales.

Lo que **menos** se hace

Las medidas que más han incrementado del 2011 a 2015 (con más de 0,5 puntos) son las que menos se realizan:

- Participación en las decisiones empresariales.
- Dotación de prestaciones sociales a sus empleados no exigidas por ley.
- Diseño de planes de carrera profesional.

Diferencias por **sectores**

Dos de estas prácticas difieren significativamente dependiendo del sector de la empresa, siendo en el sector comercial donde se da una mayor objetividad en los criterios en que se basan las promociones (tales como antigüedad o cumplimiento de objetivos, entre otros). A este sector le siguen, al mismo nivel, los sectores industrial y de servicios y, a más distancia, el de construcción. También es el sector de la construcción el que menos provee a sus trabajadores de prestaciones sociales no exigidas por ley, así como es el sector comercial el que más lo implanta.

Diferencias por **tamaño**

El tamaño de la empresa está directamente relacionado con la implantación de prácticas. Las grandes empresas son las que implantan en mayor medida políticas de RSC con los empleados. Estas diferencias son significativas en las acciones relacionadas con

la formación en prevención de riesgos laborales, la formalización y rigurosidad en los procesos de contratación, la comunicación interna de la empresa y el diseño de planes de carrera profesional.

Prácticas con Medio Ambiente

Lo que **más** se hace

- Esforzarse en reducir el impacto ambiental de sus actividades.
- Realización de inversiones para ahorrar energía
- Diseño de productos y empaquetamiento que pueda ser reusado, reparado o reciclado.

Lo que **menos** se hace

- Exceder voluntariamente la legislación medioambiental vigente.
- Adopción de programas para el uso de energías alternativas.
- Realización de auditorías medioambientales periódicas.

Diferencias por **sectores**

Adopción de medidas de diseño de productos y servicios ecológicos y exceso voluntario de la legislación medioambiental vigente: estas acciones se dan en mayor medida en el sector industrial, seguido del sector comercial, servicios y, por último, el de construcción.

Diferencias por **tamaño**

Existen diferencias significativas en casi todas las medidas. La tónica general es que la implantación de medidas ambientales es mayor conforme mayor es el tamaño de la empresa. Sólo hay una excepción en que las empresas medianas superan a las grandes, y es en el diseño de productos y servicios ecológicos.

Prácticas con Proveedores

Lo que **más** se hace

- Establecer políticas de relaciones con proveedores basadas en el beneficio mutuo.
- Intentar comprar siempre a proveedores de la zona.
- Procurar conocer las condiciones sociales y medioambientales de los productos que compran.

Lo que **menos** se hace

- Informar a los proveedores de los cambios organizacionales que les pueda afectar.
- Integración de criterios éticos, sociales y medioambientales en los contratos de compra.
- Incorporación de los intereses de los proveedores en las decisiones empresariales.

Diferencias por **sectores**

El sector donde menos se implantan estas medidas o acciones es en el de la construcción. Los sectores industrial, y muy de cerca el comercial, son los que más procuran conocer las condiciones sociales y medioambientales de los productos que compran y, a diferencia de otros stakeholders, en este caso es el sector comercial (seguido del industrial y servicios) el que, con diferencia, más integra criterios éticos, sociales y ambientales en los contratos de compra y el que más incorpora los intereses de los proveedores en sus decisiones empresariales.

Diferencias por **tamaño**

No existen.

Prácticas con Órganos de Gobierno

Lo que más se hace	<ul style="list-style-type: none">• Información a los socios de los cambios en las políticas de la empresa.• Facilitación de información financiera completa y precisa a todos los socios -aunque sean pequeños-• Participación de éstos en la toma de decisiones empresariales.
Lo que menos se hace	<ul style="list-style-type: none">• Tenencia de un código de conducta
Diferencias por sectores	No existen.
Diferencias por tamaño	Las grandes son las que más implantan códigos de conducta en sus empresas (con casi 4,5 puntos sobre 5) y las que menos, las microempresas. Pequeñas y medianas empresas están más o menos al mismo nivel en este sentido, aunque curiosamente las medianas implantan esta medida algo menos que las pequeñas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AECA (2004), *“Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa”*, Documentos AECA, 1.
- BOWEN, H.R. (1953), *“Social Responsibilities of the Businessman”*, New York.
- BROWN T.J. Y P.A. DACIN (1997), “The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses”, *Journal of Marketing*, 61, 68-84.
- CARROL, A.B. (1979), “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *The Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- CARROL, A.B. (1999), “Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct”, *Business and Society*, 38, 3, 268-295.
- CLARKSON, M.B.E. (1995), “A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance”, *The Academy of Management Review*, 20, 1, 92-117.
- DE LA CUESTA, M.; C. VALOR (2003), “Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, medición y desarrollo en España.”, *Boletín Económico del ICE*, 2755.
- DONALDSON, T. Y L.E. PRESTON (1995), “The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications”, *The Academy of Management Review*, 20,1, 65-91.
- FREEMAN, R.E. (1983), “Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance”, *California Management Review*, 25, 3, 88.
- FRIEDMAN, M. (1962), *“Capitalism and Freedom”*, Chicago: University of Chicago Press.
- LAFUENTE, A.; V. VIÑUALES; R. PUEYO Y J. LLARIA (2003), “Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas”. Serie *“Documentos de trabajo del Laboratorio”*, Fundación Alternativas.
- LIBRO VERDE DE LA UNIÓN EUROPEA (2001), *“Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”*.

- LÓPEZ DAVIS, S.; MARÍN RIVES, L. (2014): "Madurez ciudadana en torno a la RCS en la Región de Murcia", *Revista de Economía Gestión*, vol. 58, pp. 5-9. Ed: colegio de economistas de la Región de Murcia.
- MARÍN RIVES, L. (COORD); LÓPEZ DAVIS, S.; LÓPEZ HIDALGO, M.C. (2014): *La percepción de los consumidores sobre la RCS en la Región de Murcia. Signos de madurez*, 1ª ed. Murcia: Servicio de Estudios del Colegio de Economistas de la Región de Murcia. ISSN: 1988-5857.
- MARÍN RIVES, L. (COORD); LÓPEZ DAVIS, S.; GARCÍA LA O, M.; MUÑOZ PÉREZ, G.; MESEGUER SÁNCHEZ, V. (2013): *Iniciativas en responsabilidad social corporativa de la Región de Murcia*, 1ª ed. Murcia: Editum. ISBN: 978-84-16038-06-0.
- MARÍN RIVES, L. (DIR.); BAIXAULI SOLER, J.S. (COORD); CASCALES SASETA, J.A.; GONZÁLEZ DÍAZ, F.A.; LÓPEZ DAVIS, S.; MARTÍNEZ PAZ, J.M.; PALACIOS MANZANO, M.M.; RUBIO BAÑÓN, A.; SÁNCHEZ-MORA MOLINA, M.I. (2013): *II Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Murcia 2012-2013*, 1ª ed. Murcia: Editum.
- MARÍN RIVES, L. (COORD); BAIXAULI SOLER, J.S.; GONZÁLEZ DÍAZ, F.A.; LARRÁN JORGE, M.; LÓPEZ DAVIS, S.; MARTÍNEZ PAZ, J.M.; PALACIOS MANZANO, M.M.; RUBIO BAÑÓN, A.; SÁNCHEZ-MORA MOLINA, M.I. (2012): *I Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Murcia 2009-2010*, 1ª ed. Murcia: Universidad de Murcia.
- MARÍN RIVES, L. (COORD); ESPINAL FAJARDO, M.; LÓPEZ DAVIS, S.; MALDONADO ÁLVAREZ, R.; MIRA JARILLO, L.; PERTUSA GUILLÉN, M. (2011): *La percepción de los consumidores sobre la rsc en la Región de Murcia. Los efectos de la crisis económica*, 1ª ed. murcia: servicio de estudios del Colegio de Economistas de la Región de Murcia. ISSN: 1988-5857.

- MARTÍNEZ CONESA, I. (DIR.); LARRÁN JORGE, M. (DIR.); MARÍN RIVES, L.; SOTO ACOSTA, P.; LÓPEZ DAVIS, S.; PALACIOS MANZANO, M. (2011): *Nivel de RSC en las Empresas de la Región de Murcia. Implantación de prácticas con los grupos de interés y efectos de la crisis económica*, 1ª ed. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. ISBN: 978-84-15467-46-5.
- MAIGNAN, I, Y O.C. FERRELL (2004), “Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32, 1, 3-19.
- MITCHELL, R.K.; B. R. AGLE Y D.J. WOOD (1997), “Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts”, *The Academy of Management Review*, 22, 4, 853-886.
- SEN, SANKAR, AND CHITRA BHANU BHATTACHARYA (2001). “Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility.” *Journal of marketing Research* 38, 2, 225-243.
- WARTICK, S.L. Y P. COCHRAN (1985), “The Evolution of the Corporate Social Performance Model”, *The Academy of Management Review*, 10, 758-769
- WOOD, D.J. (1991), “Corporate Social Performance Revisited”, *The Academy of Management Review*, 16, 4, 691-718.

Páginas Web

Business in the Community (BITC).

Disponible en web:

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

Centro de Investigaciones Sociológicas. Barómetro de Opinión.

Disponible en web:

http://www.cis.es/cis/opencms/Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html

Consejo Estatal de RSE. Ministerio de Trabajo e Inmigración. Gobierno de España.

Disponible en web:

<http://www.responsabilidadimas.org/canales/index.asp?canal=8>

Dow Jones Sustainability Indexes.

Disponible en web:

<http://www.sustainability-index.com/>

Economía Sostenible.

Disponible en web:

<http://www.economiasostenible.gob.es/>

European Commission (2001): “Green Paper ‘Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility’”.

Disponible en web:

http://europa.eu.int/comm/employment_social

European Commission (2006): “Implementing the Partnership for Growth And Jobs: Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility”.

Disponible en web:

<http://eur-lex.europa.eu>

Forética.

Disponible en web: <http://www.foretica.es/es/index.asp?MP=7&MS=25&MN=1>

FTSE Index Company.

Disponible en web:

<http://www.ftse.com/>**Global Reporting Initiative.**

Disponible en web:

<http://www.globalreporting.org/Home>**Internacional Standard Organization. ISO 26000.**

Disponible en web:

http://www.iso.org/iso/social_responsibility**Naciones Unidas. Objetivos de Desarrollo del Milenio.**

Disponible en web:

<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>**Red Iberoamericana de Universidades por al Responsabilidad Social Empresarial****(Red UNIRSE).**

Disponible en web:

<http://www.redunirse.org/>**The Global Compact. Red del Pacto Mundial en España.**

Disponible en web:

http://www.pactomundial.org/index.asp?MP=1&MS=1&MN=1&r=1024*768**World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).**

Disponible en web:

<http://www.wbcd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1>

7. ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tamaño de la empresa	42
Gráfico 2. Tipo de sector en el que opera la empresa	42
Gráfico 3. Madurez del sector en el que opera la empresa.....	43
Gráfico 4. ¿Ha oído hablar de la RSC?.....	45
Gráfico 5. Los objetivos de la empresa	46
Gráfico 6. Estrategia de RSC.....	47
Gráfico 7. Departamento que ha asumido la RSC en al empresa.....	47
Gráfico 8. Sensibilidad de la empresa con los grupos de interés	49
Gráfico 9. Evolución de las motivaciones para la implantación de la RSC 2011-2015.....	50
Gráfico 10. Evolución de las barreras para la implantación de la RSC 2011-2015.....	52
Gráfico 11. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las barreras a la implantación de RSC (2015).....	54
Gráfico 12. Situación de la empresa en los últimos tres años	55
Gráfico 13. ¿Han cambiado los objetivos de su empresa en materia de RSC debido a la crisis?	56
Gráfico 14. ¿Cuántos recursos destina a las prácticas de RSC con respecto a antes de la crisis?.....	56
Gráfico 15. En los últimos tres años, la inversión en RSC de mi empresa con respecto a... ..	57
Gráfico 16. Evolución de las prácticas de RSC con los Clientes (2011-2015)	58
Gráfico 17. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con Clientes (2015.....	59

Gráfico 18. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC con Clientes (2015).....	60
Gráfico 19. Evolución de las prácticas de RSC con la Comunidad (2011-2015)	61
Gráfico 20. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con la Comunidad (2015).....	62
Gráfico 21. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño en las prácticas de RSC con la Comunidad (2015).....	63
Gráfico 22. Evolución de las prácticas de RSC con los Empleados (2011-2015).....	65
Gráfico 23. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con Empleados (2015).....	66
Gráfico 24. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC con Empleados (2015).....	67
Gráfico 25. Evolución de las prácticas de RSC con el Medio Ambiente (2011-2015).....	68
Gráfico 26. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con el Medio Ambiente (2015)	69
Gráfico 27. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC con el Medio Ambiente (2015)	70
Gráfico 28. Evolución de las prácticas de RSC con los Proveedores (2011-2015).....	72
Gráfico 29. Diferencias significativas entre empresas de distinto sector, en las prácticas de RSC con Proveedores (2015).....	73
Gráfico 30. Prácticas de RSC desde los Órganos de Gobierno (2015)	74
Gráfico 31. Diferencias significativas entre empresas de distinto tamaño, en las prácticas de RSC de los Órganos de Gobierno (2015).....	75

