



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

ASIGNATURA: TRABAJO FIN DE GRADO

TÍTULO:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ESPAÑA

Evolución y situación actual

AUTOR: VIRGINIA ACOSTA SÁNCHEZ

TUTOR: ANIANO MANUEL HERNÁNDEZ GUERRA

FECHA PRESENTACIÓN: JULIO 2018

FIRMA ALUMNA:

FIRMA TUTOR:

Firmado por HERNANDEZ
GUERRA ANIANO MANUEL el día
25/07/2018 con un
certificado emitido por AC
FNMT Usuarios

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETO Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	2
3. OBJETIVOS.....	2
4. MARCO TEÓRICO.....	3
4.1. CONCEPTO DE RSC.....	3
4.2. ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA RSC.....	6
4.3. MARCO POLÍTICO Y NORMATIVO DE LA RSC. CONTEXTO INTERNACIONAL.....	8
<i>4.3.1. NORMATIVA Y CONVENIOS MUNDIALES PARA LA PROMOCIÓN DE LA RSC.....</i>	10
4.4. EUROPA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	15
4.5. PRINCIPIOS DE LA RSC.....	17
4.6. GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS.....	18
4.7. ¿QUÉ NO ES RSC?.....	20
4.8. EFECTOS DE LA RSC DENTRO Y FUERA DE LA ORGANIZACIÓN.....	21
4.9. LA ESTRATEGIA DE LA RSE Y LA SOSTENIBILIDAD.....	22
4.10. APROXIMACIÓN Y DATOS DE INTERÉS DE LA RSC EN ESPAÑA.....	23
<i>4.10.1. CONTEXTO DE LA RSC EN ESPAÑA.....</i>	23
<i>4.10.2. POLÍTICAS ESPAÑOLAS EN MATERIA DE RSC.....</i>	23
<i>4.10.3. LA RSC EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD.....</i>	26
<i>4.10.4. ¿CÓMO ES LA RSC DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS REALMENTE?.....</i>	31
<i>4.10.5. ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS.....</i>	31
<i>4.10.6. EJEMPLOS DE EMPRESAS EN ESPAÑA SOCIALMENTE RESPONSABLES.....</i>	32
5. CONCLUSIÓN.....	35
6. BIBLIOGRAFÍA.....	37

1. INTRODUCCIÓN.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) adquiere gran importancia en los últimos años, con el cambio del entorno internacional donde las empresas actúan. Aunque estamos hablando de una participación voluntaria en la materia por parte de las empresas, en la Unión Europea se presenta como una ventaja para ganar competitividad y contribuir al desarrollo sostenible. Por ello, es muy recomendable contar con un marco de referencia. En este trabajo analizaremos como se aborda la RSC en España, su evolución y la situación actual en nuestro país.

Desde la Unión Europea se anima a las empresas de los distintos estados miembros a adoptar estrategias de RSC como forma de aumentar su competitividad y mejorar sus resultados. También le dan importancia a las consecuencias que sus actividades producen en el medio ambiente y en la sociedad donde éstas realizan su actividad empresarial. Consecuencia de esto es que las empresas estarían colaborando más allá del ámbito en el que operan, es decir, estarían contribuyendo a ese mayor objetivo de lograr un desarrollo sostenible para la UE. Pero lamentablemente la situación es muy distinta si comparamos los distintos Estados de la UE, ya que debido a la voluntariedad por parte de las empresas de adoptar medidas que contribuyan a mejorar la RSC dificulta que haya homogeneidad dentro de la propia UE. No sólo existen diferencias entre países, sino entre sectores productivos, cosa que resulta lógica ya que no tiene el mismo impacto en el medio ambiente y en el entorno social la actividad que puede realizar una multinacional comparada al de una pequeña empresa.

También se analizará en este trabajo la actuación del sector público en los distintos países para ayudar a la implantación de la RSC en las empresas, ya que es la propia UE la que en su estrategia de desarrollo sostenible señala para el sector público, un papel fundamental, ya sea para crear una mayor sensación de responsabilidad social colectiva, como para introducir un marco por el que las empresas apliquen criterios sociales y medioambientales en sus actividades.

Por tanto, dicho trabajo se organiza en los siguientes apartados: Se comenzará describiendo el marco teórico de la RSC, se continuará con los antecedentes históricos y el marco normativo a nivel internacional para luego continuar con el marco normativo español y la situación actual en nuestro país. Finalmente, se terminará con un resumen a modo de conclusión después de analizar los datos expuestos.

2. OBJETO Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

El presente Trabajo Fin de Grado trata de estudiar cómo se aborda el tema de la Responsabilidad Social Corporativa en España centrándonos especialmente en cómo ha evolucionado la RSC en nuestro país siguiendo el modelo Europeo y también haremos un análisis de cuál es la situación actual española.

El motivo por el cual me he decantado a realizar el TFG sobre la Responsabilidad Social Corporativa nace por mi preocupación e inquietud por la economía sostenible y respetuosa tanto con los derechos humanos y sociales, como con el medio ambiente y el resto del entorno que pueda verse afectado por las actividades que realizan las empresas.

Este es un tema bastante desconocido para la mayoría de la sociedad, no obstante, en los últimos años, ha ido tomando la importancia que realmente le corresponde. Por otro lado, en la situación de crisis económica y financiera en la que nos encontramos actualmente, están surgiendo muchos casos de empresas donde se plasma la irresponsabilidad de éstas en los negocios, con graves irregularidades contables, por poner un ejemplo. Por último, son cada vez más las empresas conscientes de la importancia de integrar la responsabilidad social corporativa y el compromiso social en sus organizaciones, pero es aún más importante hacerlo de forma responsable y sostenible.

3. OBJETIVOS.

El objetivo principal de este Trabajo es analizar cómo se gestiona el tema de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro país, haciendo a su vez un análisis evolutivo sobre cómo ha cambiado la situación en los últimos años siguiendo el modelo europeo.

Los objetivos específicos son:

- ⤴ Analizar la evolución de la RSC en España y conocer cómo se gestiona en nuestro país.
- ⤴ Estudiar cómo el poder público y político, a nivel nacional e internacional, influye de forma directa en la RSC.

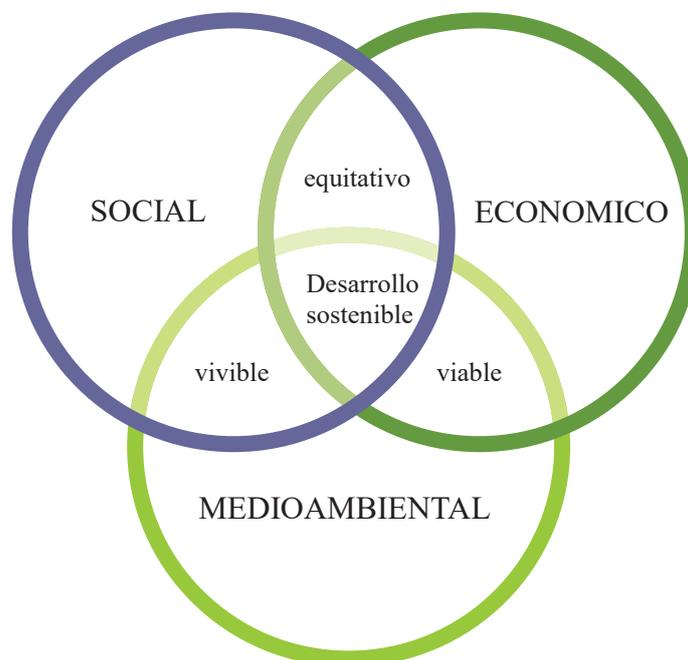
- ⤴ Analizar cómo ha ido avanzado en las empresas españolas la implantación de prácticas socialmente responsables, como es percibido por la sociedad y qué políticas se han llevado a cabo por parte de las instituciones públicas.
- ⤴ Analizar con detalle el concepto de RSC, su ámbito, dimensiones y principios.

4. MARCO TEÓRICO.

4.1. CONCEPTO RSC.

La responsabilidad social corporativa (RSC), también conocida como responsabilidad social empresarial (RSE), se puede definir como la aportación activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, cuyo principal objetivo es mejorar su posición competitiva, valorativa y su valor añadido. Se conoce como triple resultado el sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en las áreas antes mencionada

TRIPLE DIMENSION DE RSC



Fuente: elaboración propia

La responsabilidad social corporativa no sólo abarca el estricto cumplimiento de las leyes y las normas, va mucho más allá, dando por sentado su respeto y estricto cumplimiento. En primer lugar, podemos hablar de la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente, siendo éstas el punto de referencia de la responsabilidad ambiental. El deber de cumplir con esta legislación no se corresponde con la responsabilidad social propiamente dicho, pues es obligación de cualquier empresa cumplir con las leyes por el simple hecho de realizar su actividad. Por tanto, una empresa no puede alegar que es socialmente responsable sino cumple con la legislación vigente propia de su actividad en este ámbito.

Dentro de este nuevo concepto de administración y gestión se incluyen un conjunto de estrategias, prácticas y sistemas de gestión empresariales cuyo objetivo es conseguir un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los inicios de la RSC se remontan al siglo XIX, en el marco del asociacionismo y cooperativismo que intentaban conciliar la eficacia empresarial con principios sociales de democracia, apoyo a la comunidad, justicia distributiva y autoayuda. En la actualidad, los máximos exponentes son las empresas de economía social, es decir, empresas socialmente responsables.

Existen varias acepciones al concepto de responsabilidad social empresarial, dependiendo de quién lo utilice. Las definiciones más progresistas se refieren a que una empresa es socialmente responsable cuando en su sistema de toma de decisiones se valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en el medio ambiente y en los trabajadores e incorpora sus intereses en sus procesos y resultados. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), define la RSE como el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas, para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos, como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario.

La RSC es una forma de gestión que se concreta por la relación ética de la empresa con los accionistas y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el respeto de la diversidad e intentando la reducción de las desigualdades sociales. Dicha gestión responsable de la empresa conlleva que ésta actúe conciliando entre las expectativas que de ella tiene la comunidad (particularmente sus grupos de interés o stakeholders) y los intereses del negocio.

Las responsabilidades éticas más destacadas de la empresa con los trabajadores y la comunidad son:

- ⤴ Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- ⤴ Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- ⤴ Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- ⤴ Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- ⤴ Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- ⤴ Respetar el medio ambiente, evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- ⤴ Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.
- ⤴ Seguimiento del cumplimiento de la legislación por parte de la empresa.
- ⤴ Correcto uso del agua.
- ⤴ Mantenimiento de la ética empresarial y lucha contra la corrupción.
- ⤴ Mejorar las posibilidades y oportunidades de la comunidad donde se establece la empresa.
- ⤴ Seguimiento de la gestión de los recursos y los residuos.
- ⤴ Revisión de la eficiencia energética de la empresa.
- ⤴ Supervisión de las condiciones laborales y de salud de los/as trabajadores.
- ⤴ Lucha contra el cambio climático.
- ⤴ Evaluación de riesgos ambientales y sociales.
- ⤴ Supervisión de la adecuación de la cadena de suministro.
- ⤴ Diseño e implementación de estrategias de asociación y colaboración de la empresa.

- ⤴ Implicar a los consumidores, comunidades locales y resto de la sociedad.
- ⤴ Implicar a los empleados en las buenas prácticas de RSE
- ⤴ Marketing y construcción de la reputación corporativa.

4.2. ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA RSC.

Han sido muchas las organizaciones que han abusado de los trabajadores, que no han cuidado el medio ambiente y que no han respetado los Derechos Humanos. Los antecedentes históricos de la Responsabilidad Social Corporativa se remontan algunos siglos atrás. La esclavitud a la que se veían sometidas muchas personas en las civilizaciones antiguas (por ejemplo, en el Antiguo Egipto), donde se les obligaba a realizar labores en contra de su voluntad y privándoles de su libertad, ya evidenciaba el abuso y la explotación hacia los trabajadores de esa época.

En Inglaterra, a mediados del siglo XVIII, nace la Revolución Industrial. La población inglesa sufrió, de forma gradual, fuertes cambios sociales y económicos. Se creó una nueva sociedad que estaba dividida en dos: capitalistas y obreros. Los capitalistas, o la burguesía, eran los grandes propietarios de medios de producción, tierras, fábricas, etc., que lo único que buscaban era conseguir el máximo beneficio económico. Y los obreros, o proletariado, eran la clase más baja de la sociedad, trabajaban largas jornadas de trabajo en unas condiciones pésimas y por un salario muy poco digno, que solo les permitía cubrir sus necesidades más básicas, como era la alimentación. Fue en este entorno de máxima dureza, donde nacen los líderes sociales y empresariales, que actúan libre y voluntariamente para cambiar la situación.

Uno de estos líderes empresariales fue Robert Owen, pensador y activista del primer socialismo británico en el siglo XIX. En 1820, Owen creó en New Lanark (Escocia), una comunidad industrial, hoy declarada patrimonio de la humanidad. Conmovido por las consecuencias sociales tras la Revolución Industrial y la introducción del capitalismo, buscó promover mejoras en la sociedad desde la posición que él ocupaba en la misma como empresario. Consiguió que su empresa obtuviera beneficio introduciendo importantes mejoras para los trabajadores que aumentaron considerablemente su bienestar, como fueron, los aumentos de los salarios, proporcionó a sus obreros condiciones dignas de vivienda, educación y sanidad, y además, erradicó el trabajo infantil. La idea central de su pensamiento era que el comportamiento de los

humanos viene determinado por las circunstancias del medio ambiente y, en consecuencia, hay que crear unas condiciones favorables para sacar lo mejor de cada hombre.

En la España del siglo XIX, igualmente, tenemos bastantes experiencias de Responsabilidad Social Corporativa, como por ejemplo, las cooperativas del sector agropecuario, las cooperativas de consumo, las colonias industriales textiles, etc. Una de las colonias industriales más importantes que existen en España, es la Colonia Güell, en Santa Coloma de Cervelló (Barcelona). Esta Colonia comenzó a formarse en el 1890 gracias al empresario Eusebi Güell, donde trasladó una fábrica que tenía en otra población Barcelonesa. El empresario barcelonés procuró notables mejoras sociales para los trabajadores y dotó la colonia de equipamientos culturales y religiosos.

Pero es a partir del siglo XX y en Estados Unidos, donde podemos decir que se empezó a utilizar el término de Responsabilidad Social. No obstante, a principios del siglo, las acciones de Responsabilidad Social que llevaban a cabo los empresarios más importantes de esos tiempos, como fue Henry Ford, se basaron en pura filantropía. Crearon importantes fundaciones caritativas, con el objetivo de ganar reputación y una mejor imagen de cara a la sociedad, ya que la mayoría de recursos los concentraron en grandes proyectos con mucha repercusión pública.

En la década de los 50 la Responsabilidad Social empieza a hacerse más visible. Howard R. Bowen, en 1953, publicó su libro *“Social Responsibilities of the Businessman”* donde establece una de las primeras definiciones de responsabilidad social, y definió como responsabilidades sociales de los empresarios, *“ las obligaciones de los empresarios para seguir políticas, tomar decisiones o adoptar líneas de acción deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad”*. Más adelante, en la década de los sesenta y setenta, aparecen dos posturas completamente opuestas y confrontadas.

En este periodo, comprendido entre los 60 y los 70, la sociedad en general comienza a despertar su interés y preocupación por el impacto que pueden tener las acciones de las empresas y organizaciones en su entorno, por lo que se empieza a demandar un mayor control y revisión de estos impactos.

Es entonces cuando apareció el Balance Social, que era un documento donde las empresas facilitaban información acerca de su comportamiento socialmente

responsable. Este documento tenía unas características y estructura según la empresa, sus intereses, el destinatario y según el país, y ofrecían distinta información.

Durante los años 80 el enriquecimiento rápido se convirtió en el objetivo principal de las organizaciones y los temas sociales y medioambientales pasaron a ocupar un segundo plano, a pesar de que había personas que seguían investigando sobre la materia.

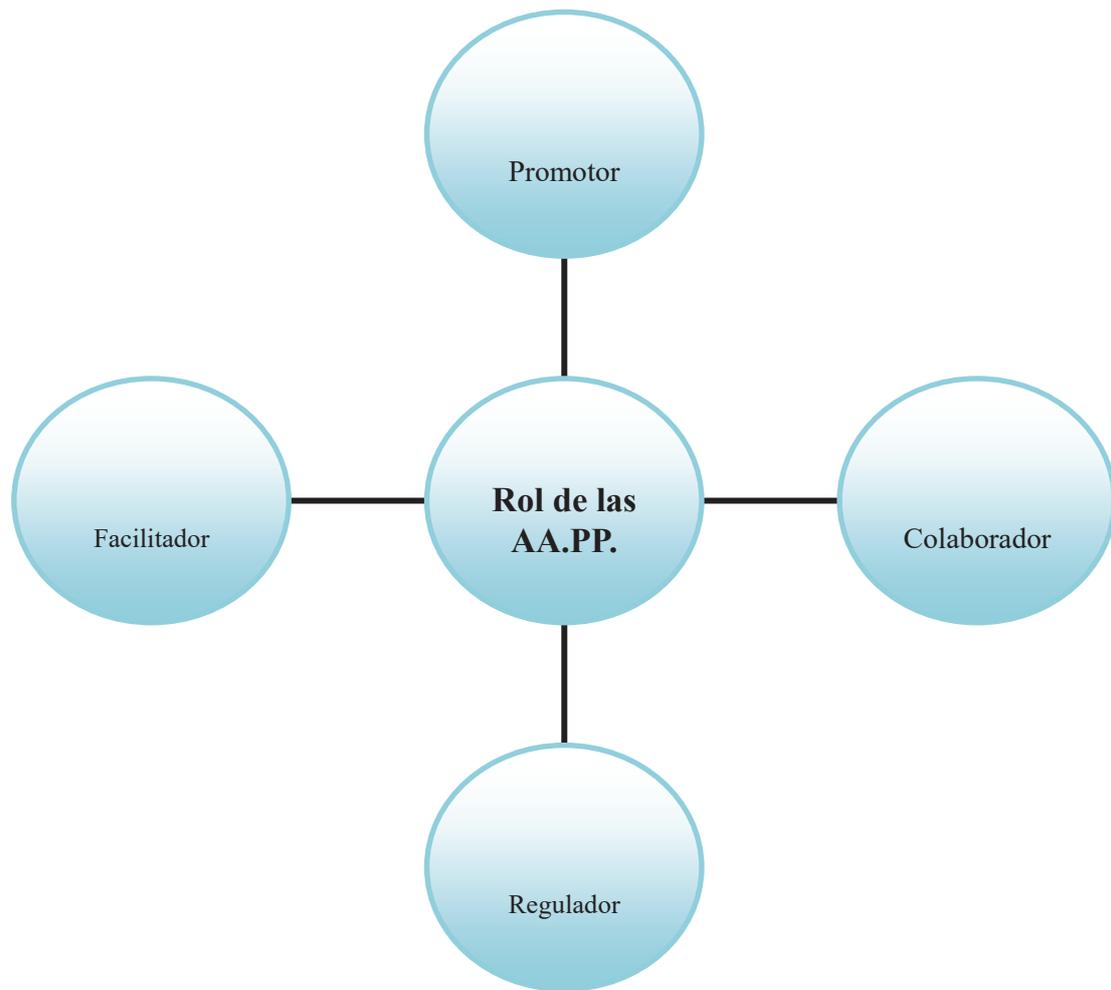
En la década de los 90 y principios del siglo XXI, el interés por la Responsabilidad Social Corporativa continúa aumentando, y son muchas las teorías que se discuten sobre la misma. En la actualidad son muchas las empresas que están incorporando la RSC a sus modelos de gestión, ya que supone una ventaja competitiva respecto a las demás.

4.3. MARCO POLÍTICO Y NORMATIVO DE LA RSC. CONTEXTO INTERNACIONAL.

La voluntariedad es una de las principales características y principios básicos de la Responsabilidad Social Corporativa, aunque existe un gran debate sobre este tema, ya que existen ciertos aspectos que no se pueden dejar de legislar.

El poder público y político tiene un papel crucial y muy necesario en esta materia, ya que tiene la responsabilidad de involucrarse activamente, promocionar e incentivar la implantación de la RSC en las empresas, de forma directa estableciendo normas y leyes que sean necesarias porque afecten a bienes de interés público, pero por otro lado, también dejando que sea el empresario quien decida y actúe según su ética y moral, autorregulando sus propias actuaciones y dejando que éstas vayan más allá de la simple obligación legal.

Las administraciones públicas deben de desempeñar diversos roles para difundir el espíritu de la RSC, como lo son: Rol Promotor, Colaborador, Regulador y facilitador. A continuación se explican con detalle:



Fuente: elaboración propia

- ⤴ ROL PROMOTOR: La promoción de las prácticas de RSC y más aún de las iniciativas que se tomen para ponerlas en práctica, es algo fundamental. El poder público puede realizar dicha promoción de diferentes maneras: fomentando el uso de sistemas de gestión en las empresas en lo que se refiere a los ámbitos económico, social y medioambiental; creando políticas que obliguen a la transparencia en las empresas; y hacer un reconocimiento público del esfuerzo de las organizaciones.
- ⤴ ROL FACILITADOR: Las administraciones públicas impulsando la formación en RSC, creando incentivos fiscales para las empresas socialmente responsables y fomentando la difusión de la información, pueden estimular el compromiso de las empresas en la implantación de la RSC.

- ⤴ **ROL REGULADOR:** Las administraciones tienen la obligación de regular los requisitos mínimos que todas las organizaciones deben cumplir en materia de RSC, es decir, establecer un marco legal obligatorio y velar por su cumplimiento.
- ⤴ **ROL COLABORADOR:** Este rol es muy importante, ya que el poder público puede actuar como colaborador, conectando al sector privado con el público. Con la colaboración de ambos sectores se puede llegar a multiplicar el impacto y la efectividad de las políticas en esta materia.

4.3.1. Normativa y convenios mundiales para la promoción de la RSC.

En los últimos 50 años se ha despertado un interés en torno a la RSC, por lo que varias instituciones nacionales e internacionales han llevado a cabo diferentes iniciativas, convenios, normas, etc. con el fin de promover la Responsabilidad Social Corporativa. Muchas de estas recomendaciones argumentan su necesidad desde diferentes puntos de vista morales, sociales y económicos para animar a la creación de estrategias y políticas empresariales que adopten estas medidas de RSC.

Las normas mundiales más relevantes en el ámbito de la RSC y las organizaciones que las han desarrollado son:

ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS

Se trata de la entidad de carácter internacional más importante de la actualidad, integrada por gobiernos de todo el mundo que buscan unir esfuerzos para conseguir buenos resultados en materia de paz, seguridad, progresos tanto económicos como sociales, cuestiones de raíz humanitaria y derechos humanos.

⤴ **Declaración de los Derechos Humanos:**

Es un documento que marca un hito en la historia de los derechos humanos, elaborada por representantes de todas las regiones del mundo. La Declaración establece, por primera vez, los derechos humanos fundamentales que deben protegerse en el mundo entero y ha sido traducida en más de 500 idiomas.

⤴ **Pacto Mundial:**

El Pacto hace un llamamiento a las empresas para que adopten nueve principios sobre derechos humanos, normas laborales y medioambiente. Quiere agrupar tanto a empresas, como a asociaciones de trabajadores, organizaciones no gubernamentales e instituciones públicas, con las organizaciones de Naciones Unidas para fomentar la colaboración y crear un mercado con cabida para todos de forma más equitativa. Es una iniciativa voluntaria en la cual las empresas tienen libertad para adherirse.

▲ **PNUD:**

Las siglas PNUD corresponden a las del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, una organización creada en 1965 en las Naciones Unidas para mejorar la calidad de vida de todos los pueblos y garantizar un progreso igualitario, justo y sostenible del mundo. El objetivo de la organización se centra en intentar resolver los mayores problemas a nivel mundial.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

La Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales. Sus principales objetivos son: Promoción de la justicia social y el reconocimiento de las normas fundamentales del trabajo; La creación de oportunidades de empleo; La mejora de las condiciones laborales en el mundo.

▲ **Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social:**

Está formada por una serie de recomendaciones y tiene por objeto el fomento de la contribución de forma positiva que las empresas multinacionales tienen la capacidad de aportar al progreso económico, social, además de minimizar y resolver los efectos negativos que la actividad de este tipo de empresas puede producir.

OCDE

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, (OCDE) es una organización intergubernamental compuesta actualmente por 42 países (34 miembros plenos) y ocho países adherentes. Su misión es promover políticas que mejoren el desarrollo económico y el bienestar social de personas en todo el mundo. La OCDE es

un foro donde los gobiernos comparten distintas experiencias y buscan soluciones comunes a sus problemas.

▲ **Líneas directrices para las empresas multinacionales:**

Son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en países adherentes o que tienen su sede en ellos. Contienen principios y normas no vinculantes para una conducta empresarial responsable dentro del contexto global, conformes con las leyes aplicables y las normas reconocidas internacionalmente. Las Directrices constituyen el único código de conducta empresarial responsable, exhaustivo y acordado multilateralmente, que los gobiernos se han comprometido a promover.

▲ **Principios de Gobierno Corporativo:**

La finalidad de los Principios, es la de ayudar a los Gobiernos de los países miembros y no-miembros de la OCDE en la tarea de evaluar y perfeccionar los marcos legal, institucional y reglamentario aplicables al gobierno corporativo en sus respectivos países, y la de ofrecer orientación y sugerencias a las Bolsas de valores, los inversores, las sociedades y demás partes que intervienen en el proceso de desarrollo de un modelo de buen gobierno corporativo.

COMISIÓN EUROPEA

La Comisión Europea es el órgano ejecutivo, políticamente independiente, de la UE. La Comisión es la única instancia responsable de elaborar propuestas de nueva legislación europea y de aplicar las decisiones del Parlamento Europeo y el Consejo de la UE. La función principal de la CE es velar por los intereses generales de la UE proponiendo y comprobando que se cumpla la legislación y aplicando las políticas y el presupuesto de la UE.

▲ **Libro Verde:**

El libro verde tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE

Es una organización creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). El GRI ha desarrollado la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros. Se basa fundamentalmente en la implementación del triple balance (triple bottom line), económico, social y medioambiental.

▲ Guía para elaboración de Memorias GRI:

La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI presenta una serie de Principios de elaboración de memorias, unos Contenidos básicos y un manual de aplicación con ánimo de facilitar la elaboración de memorias de sostenibilidad por parte de las organizaciones, independientemente de su tamaño, sector o ubicación.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACIÓN

Es la entidad internacional que se encarga de llevar adelante el desarrollo de normas de fabricación, comercio o comunicación a nivel internacional para todas las ramas industriales. Su misión fundamental es encontrar la estandarización de normas de productos y seguridad tanto en entidades públicas y privadas como también para empresas a nivel internacional. Las normas ISO tienen carácter voluntario, por lo tanto no se pueden imponer a ningún país.

▲ Guía ISO 26000:

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. Contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004.

▲ Norma ISO 14001:

La norma ISO 14001 es el estándar internacional que se denomina “Sistemas de gestión ambiental. Requisitos con orientación para su uso”. Las empresas u

organizaciones que implanten y se certifiquen en esta norma, estarán demostrando que están llevando a cabo sus actividades productivas de acuerdo a los estándares que fija la norma ISO 14001 en cuanto a materia medioambiental promoviendo la protección del medio natural y la prevención de la contaminación.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL

Esta norma fue desarrollada inicialmente para la industria manufacturera por “Social Accountability International” (SAI). El grupo iniciador fue CEPAA (Consejo de la Agencia para la Prioridad Económica) que es una organización sin fines de lucro, fundada en 1997 en Estados Unidos y dedicada a mejorar el ambiente de trabajo y evitar la explotación laboral.

▲ Norma SA 8000:

La SA 8000 promueve la implementación de los principios establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de toda forma de discriminación contra la Mujer y de varios convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativos a la justicia social y a las condiciones laborales.

INSTITUTE OF SOCIAL ETHICAL ACCOUNTABILITY

Es una organización internacional sin ánimo de lucro fundada en 1996 con la participación de multinacionales, organizaciones no gubernamentales, académicos y empresas consultoras. La misión de esta organización es promocionar la responsabilidad a favor del desarrollo sostenible.

▲ Norma AA1000:

AA 1000 es una norma desarrollada por el Institute of Social and Ethical Accountability y está diseñada para proveer certeza sobre la responsabilidad de la organización. AA1000 en realidad consiste de una serie de varios documentos diseñados para mejorar el desempeño sustentable de las organizaciones.

FORÉTICA

Forética es una asociación española sin ánimo de lucro cuya finalidad es fomentar la

cultura de la gestión ética y socialmente responsable en las organizaciones, que está formada por más de 230 socios, entre empresas, profesionales y entidades del tercer sector.

▲ **SGE 21:**

La Norma SGE21 es una Norma de FORÉTICA. La norma de empresa o mejor conocida como SGE 21 es un estándar consolidado, la cual fue concebida como un instrumento flexible y adaptable a las necesidades de cada empresa sin importar el tamaño o el sector al que pertenece. Dicha norma puede ser implantada en toda la organización de manera integrada, o bien escalando por niveles de implantación o por áreas de gestión previamente definidas (recursos humanos, atención al cliente, etc.).

Fuente: elaboración propia

4.4. EUROPA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Sencillamente, conviene que seamos conscientes de que la aportación de Europa a la RSC en los últimos 14 años ha contribuido decisivamente a consolidar este movimiento.

En primer lugar, de Europa nos ha llegado un concepto de la RSC comúnmente aceptado por todos. La "Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas" define la RSC como aquella función que "maximiza la creación de valor compartido para todos" e "identifica, previene y atenúa las posibles consecuencias adversas" de las compañías en el ejercicio de su actividad. Esta definición, llega diez años después de que viera la luz el "Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" de 2001, en donde se afirmaba que "ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir (más) en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas".

En segundo lugar, a Europa también le debemos el reconocimiento del principio de "cumplir o explicar", que es el arco de bóveda sobre el que se sustenta la transparencia de empresas e instituciones. En síntesis, este principio, consagrado en la Directiva sobre estados de cuentas, se trata de una "invitación" a empresas e

instituciones a informar sobre determinadas cuestiones relevantes para sus partes interesadas (stakeholders) y, en caso de no hacerlo, la “invitación” es explicar de forma clara y motivada sobre porqué se ha tomado la decisión de no informar sobre tal o cual asunto. En definitiva, un mercado más transparente puede mejorar, también, en un sentido más amplio, la imagen de las empresas y conferirles más legitimidad ante las partes interesadas y la sociedad en su conjunto, como señala la Recomendación de la Comisión de abril de 2014.

En tercer lugar, la UE también ha impulsado mayor transparencia para la “divulgación de información no financiera”, en el entendimiento de que, para algunos stakeholders (accionistas, inversores, bonistas, socios, reguladores, etc), tan importante es conocer “cuánto” gana una compañía como la “forma” en que lo hace para tomar sus decisiones. La última directiva de la UE sobre información no financiera para ciertas grandes compañías establece que las empresas con más de 500 empleados y que sean consideradas como entidades de interés público, tendrán que informar en el informe de gestión (o en un documento específico, normalmente, el de sostenibilidad) sobre la gestión de riesgos asociados a cuestiones medioambientales y sociales; respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el cohecho; y sobre las relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos.

En cuarto lugar, de Europa también nos está llegando un levelplayingfield o unas reglas de juego comunes para todos en materia de RSC. Muchos piensan, y no les falta razón, que las compañías que operan en el espacio común que es Europa, no deberían producir tantos informes de sostenibilidad como países de la UE en los que operan. Y que, sin ir más lejos, en España sería deseable que las empresas que operan a nivel estatal pudieran aplicar en todo el territorio los mismos criterios que derivan de la directiva de información europea. Con ello se evitaría la fragmentación del mercado interno y se avanzaría en lo que establece el “Acta del Mercado Único” de la UE. Creemos que estas normas de juego común serían un avance fundamental para consolidar la RSC y que, además, supondrían claros ahorros de costes para las empresas.

Por último, Europa también está impulsando un modelo de trabajo multistakeholder para promover los intereses de la sociedad y una hoja de ruta hacia la recuperación sostenible e inclusiva. En concreto, el Parlamento Europeo, en una resolución de febrero de 2013, ha propuesto que algunos sectores, como el de las

Tecnologías de la Comunicación y la Información, promuevan unas guías consensuadas entre todos los actores en temas relevantes en RSC en el nuevo mundo digital (derechos humanos, privacidad, libertad de expresión, ciberdelitos).

En definitiva. Europa y la Unión Europea, en poco más de 14 años, ha ido aportando luz sobre todos los mantras en torno a los que se ha ido construyendo la RSC: el concepto, la transparencia, el reporte sobre la información no financiera, el diálogo multistakeholder, etc.

4.5. PRINCIPIOS DE LA RSC.

Los principios o pilares fundamentales de la Responsabilidad Social Corporativa son:

Voluntariedad: La opción por incorporar las preocupaciones sociales y medioambientales es voluntaria en el sentido en que no es impuesta legalmente, y que debe ir más allá de las leyes vigentes. Cada organización en base a las más diversas motivaciones puede poner en marcha las iniciativas que considere oportunas. El estado puede incentivar con políticas públicas y regular los procesos de información, pero no imponer determinadas prácticas de responsabilidad.

Integración: Las iniciativas de RSC se deben integrar en el día a día de la empresa, en todas las áreas y ámbitos de negocios.

Consistencia: Las iniciativas deben perdurar en el tiempo y no ser una simple moda pasajera. Hay dos razones por las que la RSC en la empresa debe ser un proyecto a largo plazo: la primera es por la credibilidad, si una empresa no es consistente y coherente en sus iniciativas de RSC perderá la confianza de la sociedad; y la segunda es porque el desarrollo de las iniciativas de RSC requiere tiempo.

Transparencia y rendición de cuentas: Las organizaciones que optan por asumir sus responsabilidades hacia la sociedad en la que operan deben estar dispuestas a informar de forma diligente y veraz sobre sus acciones, y decisiones en aspectos clave para los diversos grupos de Stakeholders. Deben estar dispuesta a escuchar las demandas de los grupos de Stakeholders, responder objetiva y claramente, y dejarse evaluar por ellos. En definitiva se trata de “dar cuentas” de sus impactos en la sociedad no sólo sobre cuestiones económicas, sino también sociales y medioambientales. La triple Bottom

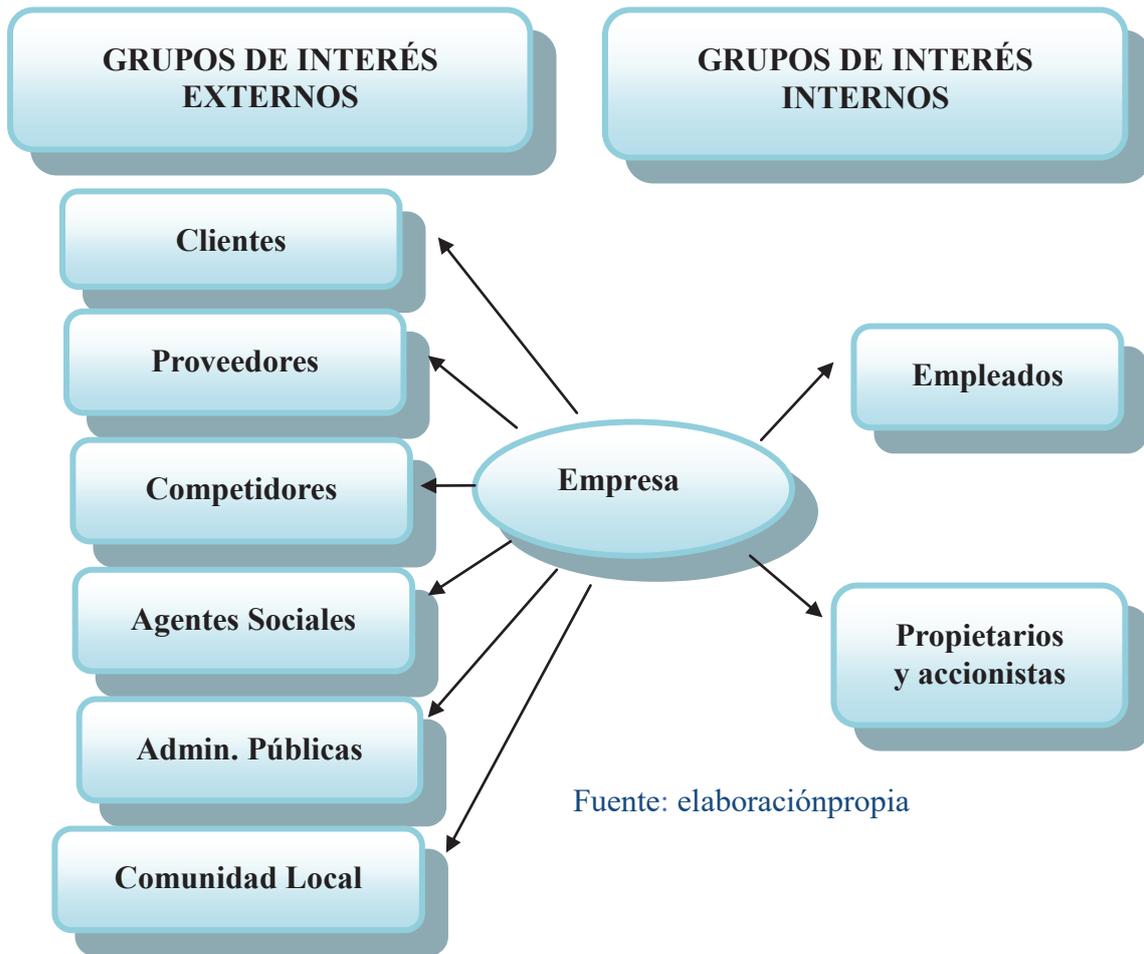
Line, o triple cuenta de resultados (económico, social y medioambiental) publicada en los informes de RSC es un rasgo esencial de la empresa responsable.

Diálogo: La esencia de la RSC es entender la empresa como un actor dentro de la sociedad; y como una institución que debe legitimarse comunicativamente. Frente a una concepción de empresa que la considera independiente, o incluso opuesta y en lucha con la sociedad, una empresa responsable debe estar dispuesta a participar en diálogos racionales con los grupos de afectados. Diálogos donde se dé simetría de información, predomine el valor del mejor argumento y no la fuerza o la amenaza, donde se diga la verdad y se sea coherente con lo dicho, y donde haya una auténtica voluntad de consenso.

Verificabilidad: Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa. El informe final de un experto independiente puede proporcionarnos indicios sobre la verificabilidad de las actuaciones.

4.6. GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS.

Los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, son aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Pueden diferenciarse conforme a la siguiente tipología:



Empleados: Personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie.

Accionistas o Propietarios: Personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa.

Clientes: Consumidores o usuarios de los productos y servicios producidos por las empresas. Es el grupo social hacia el que se orienta la explotación del negocio.

Proveedores: Personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella.

Competidores: Empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los potencialmente mismos clientes o consumidores.

Agentes Sociales: Grupos de interés públicos que con su acción pueden influir de manera determinante en la forma de gestionar las empresas, condicionando incluso su futuro. Los agentes sociales pueden ser de muy distinto signo y finalidades, agrupando a

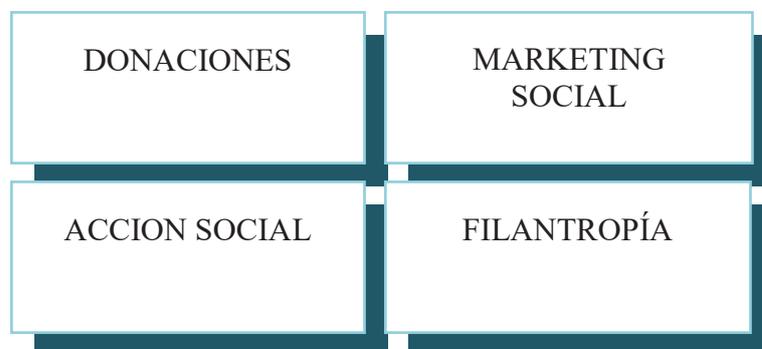
veces a un número considerable de individuos y organizaciones que afectan a la empresa, como por ejemplo: sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, cámaras de comercio con la presencia de competidores, agrupaciones de proveedores, organismos normalizadores, etc.

Administraciones Públicas: Poderes públicos de la Unión Europea, el Estado, las Comunidades Autónomas y las Administraciones locales con potestad para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades.

Comunidad Local: Conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad desarrollada por la empresa, con el que se interactúa estrechamente. Destacamos entre ellas: iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos, fundaciones, partidos políticos, ONGS, etc.

4.7. ¿QUÉ NO ES RSC?

Es habitual que se confunda el concepto de RSC con algunas acciones que realizan las empresas, por lo que es importante aclararlo.



Fuente: elaboración propia

En muchas ocasiones las empresas tras cometer algún error importante con cierta repercusión mediática, como alguna actuación contaminante, utilizan las donaciones, el marketing social, la acción social, la filantropía, etc. para intentar mitigar los efectos negativos que puede causar en la reputación empresarial y que por tanto afectaría directamente en las ventas y los beneficios de la misma.

La acción social, la filantropía, las donaciones o el marketing social, son actuaciones que se pueden considerar responsabilidad social corporativa, siempre y cuando no sean estas las únicas acciones que cometan las empresas en esta materia y

cuando estas acciones tengan verdadera relación con los grupos de interés afectados por las actuaciones de la empresa en cuestión.

Por tanto, es muy importante distinguir cuando una empresa está realizando una campaña de marketing social o una donación a una ONG para “hacerse un lavado de cara” y recuperar la reputación perdida por algún error en alguna de sus actuaciones empresariales, y cuando una empresa está concienciada y lleva a cabo políticas de responsabilidad social corporativa en todas sus áreas, y no solo de cara a la galería.

4.8. EFECTOS DE LA RSC DENTRO Y FUERA DE LA ORGANIZACIÓN:

La práctica de políticas socialmente responsables en las empresas produce efectos beneficiosos tanto dentro como fuera de la misma.

Algunos de estos beneficios a **nivel interno** son:

- Fidelidad del personal a la empresa.
- Mejora de la motivación y de la productividad en el trabajo.
- Aumento de la calificación y capacidades de los empleados y de las empleadas.
- Mayor implicación del personal en la gestión empresarial.
- Diferenciación frente a la competencia e incremento de los ingresos.
- Fidelización de la clientela.
- Mejora de la calidad de productos y servicios.
- Mayor potencial de innovación.
- Incremento de la eficiencia de los procesos productivos y ahorro de costes.
- Mayor capacidad de adaptación frente a los cambios y gestión de crisis.
- Mejora de la competitividad

Los beneficios a **nivel externo** son:

- Mejora de la imagen y reputación.
- Mayores puntuaciones en contratos con las administraciones públicas.
- Obtención de subvenciones o ayudas y reconocimientos oficiales.

- Mayor facilidad para cumplir con la normativa vigente.
- Refuerzo de las relaciones con las comunidades locales.
- Fortalecimiento del tejido económico y social local.
- Nuevas oportunidades de negocio.
- Reducción del riesgo empresarial.
- Mejora de las relaciones y condiciones contractuales con entidades proveedoras y distribuidoras.
- Contribución positiva a un desarrollo sostenible.

Por tanto, podemos decir que la implantación de políticas de RSC tiene un efecto positivo en la empresa, aumentando el nivel de ventas, la motivación de los empleados, mayor confianza de la sociedad en general y en consecuencia una mejor reputación corporativa y aumento de la competitividad.

4.9. LA ESTRATEGIA DE LA RSE Y LA SOSTENIBILIDAD

Las empresas sostenibles ponen en el centro de su negocio la aplicación de buenas prácticas de RSE y Sostenibilidad, integrando éstas en su actividad empresarial.

La aplicación de estas prácticas permite: tener un mayor control de riesgos, identificar nuevas oportunidades de negocio, mejores relaciones con los grupos de interés, mejor reputación, mejor posicionamiento, y a largo plazo, mejor rendimiento económico además de crear un valor para la sociedad y el medioambiente. Para los líderes, la sostenibilidad no es un añadido superficial, sino que forma parte integral de todas sus decisiones empresariales.

Una estrategia sólida de sostenibilidad proporciona un marco para la gestión de los asuntos relevantes en temas sociales, ambientales y económicos. En ella se expone la visión, principios y políticas de una organización, y se define su enfoque a la gobernanza, a la participación de los grupos de interés, y a la comunicación.

En términos más generales, una estrategia de sostenibilidad impulsa entusiasmo, conciencia y alineamiento a todos los niveles de su organización y sobre todo, ayuda a hacer la empresa más responsable y sostenible.

4.10. APROXIMACIÓN Y DATOS DE INTERÉS DE LA RSC EN ESPAÑA.

4.10.1. Contexto de la RSC en España.

El interés de la RSC en España ha crecido de forma significativa desde principios de los noventa, impulsado por el contexto y la coyuntura del país desde entonces.

Una de las causas de este interés tiene mucho que ver con la integración de nuestro país en la Unión Europea y con la internacionalización de las empresas españolas, ya que los comportamientos de las empresas españolas son expuestos y conocidos más allá de nuestras fronteras, donde se enfrenta y compite con empresas internacionales realmente concienciadas con la responsabilidad empresarial y con mejor reputación.

Otra de las causas de la evolución en España de la RSC, es la crisis financiera y el estallido de la burbuja inmobiliaria que sufrimos desde el año 2007, aproximadamente. Esta crisis de irresponsabilidades sacó a la luz numerosos casos de abusos y comportamientos en absoluto éticos y morales en la gestión de muchas empresas y organizaciones, que hizo reflexionar a la sociedad sobre la importancia de un cambio hacia un modelo de gestión sostenible y responsable.

Por último, la creación e implicación de nuevas organizaciones, foros de expertos y algunas iniciativas públicas y políticas, han acabado de impulsar el crecimiento de la RSC en España. Algunos ejemplos son, el Observatorio de la RSC, la organización Forética, el Club de Excelencia, la Red del Pacto Mundial, el foro español de inversiones socialmente responsables, o el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE), que actúa como órgano consultivo del Ministerio de Trabajo.

4.10.2. Políticas españolas en materia de RSC.

En materia de RSC, la intervención de la Administración Pública Española comparada con la de los países del Norte de Europa es sin duda mucho más pasiva. Tras la publicación del Libro Verde de la Unión Europea en 2001 fue cuando se vio un cambio de tendencia en esta materia.

Los primeros pasos en materia de políticas públicas sobre RSC se dieron en el año 2002, cuando el Grupo Parlamentario Socialista presentó una propuesta de Ley

sobre Responsabilidad Social de las Empresas, que no tuvo el suficiente apoyo en su momento para ser aprobada. Dos años más tarde, se produjo el cambio de gobierno y el PSOE retomó las iniciativas en materia de Responsabilidad Social Empresarial y se esforzó por conocer la opinión de todos los agentes implicados en la responsabilidad empresarial creando mesas de diálogo Multistakeholder. A partir de este momento se crearon varios organismos, como la Subcomisión Parlamentaria, el Foro de Expertos, la Mesa del Diálogo Social y el Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial.



Se debe destacar que el Ministerio de Defensa se convirtió en el primer departamento ministerial en elaborar memorias de responsabilidad social desde el año 2009, y que se han elaborado en los últimos años las memorias de responsabilidad

social de la Administración General del Estado (AGE), considerando en este caso a la AGE como una organización más, que voluntariamente asume en su propio funcionamiento una serie de compromisos, en materia de respeto al medio ambiente, de avance en las políticas y derechos laborales que afectan a sus propios empleados y de buen gobierno y eficacia en su servicio a los ciudadanos.

El marco actual de referencia para el desarrollo de políticas de RSC en España es el siguiente:

- ^ Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial, CERCE (definido anteriormente).
- ^ Libro Blanco de la RSE: El gobierno español a partir de las indicaciones dadas por la Comisión Europea ha aprobado, en 2014, la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas y está en proceso de aprobación el Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos con el fin de generar un conjunto de políticas que mejoren el impacto de las empresas tanto en España como en cualquier país tercero donde tengan actividad.

4.10.3. La RSC en España en la actualidad.

Para analizar la evolución de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas de nuestro país recurriremos al Informe de RSC 2015 elaborado por la organización Forética (www.foretica.org).

En los últimos años la RSE en España ha experimentado un gran desarrollo en los últimos años a pesar del contexto económico tan desfavorable. El informe de RSE hace un análisis sobre el estado de situación de la responsabilidad social corporativa en el país y concluye que España está posicionada como un actor de primera magnitud en el desarrollo de la RSC a nivel internacional. Se puede decir que esto se debe a un modelo de desarrollo de RSE soportado por tres pilares básicos:

**MODELO DE DESARROLLO
DE RSE SOPORTADO POR
TRES PILARES BÁSICOS:**

Empresas de vanguardia en sostenibilidad:

España cuenta con un grupo de grandes empresas a la vanguardia de la sostenibilidad.

Marco institucional e infraestructura de apoyo a la RSE.

Tanto a nivel nacional como autonómico, España ha desarrollado diversas iniciativas de promoción de la RSE. A su vez, las empresas que operan en España cuentan con una infraestructura de soporte amplia y puntera.

Exposición de sectores económicos a riesgos y oportunidades:

Algunos riesgos y oportunidades vinculados a la sostenibilidad afectan o pueden afectar de manera significativa a diversos sectores en los que España es una potencia.

Fuente: Informe Forética 2015

El grado de adopción de políticas y herramientas de responsabilidad social en España es enormemente alto en las empresas de mayor tamaño. De acuerdo con la anterior edición del Informe Forética, en el que se analizaban más de 1.000 empresas en España, una de cada dos empresas medianas y grandes tiene implantadas políticas y herramientas avanzadas en materia de RSE. Por otro lado, las empresas han ido avanzando en la rendición de cuentas respecto de sus aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno. Así España es el país que cuenta con mayor número de firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y es, además, uno de los principales emisores de memorias de sostenibilidad.

GRAFICO DE CALIDAD DE MEMORIAS RSE

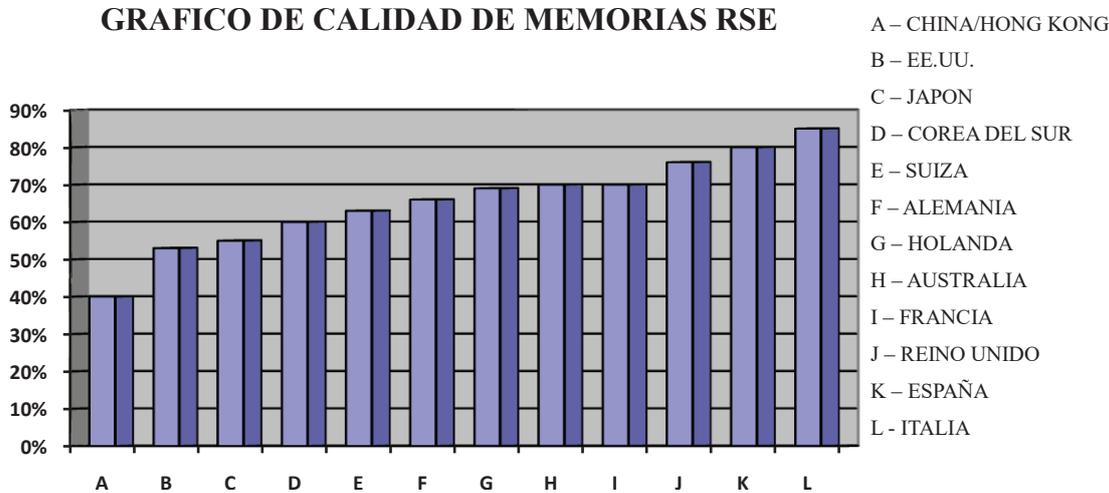
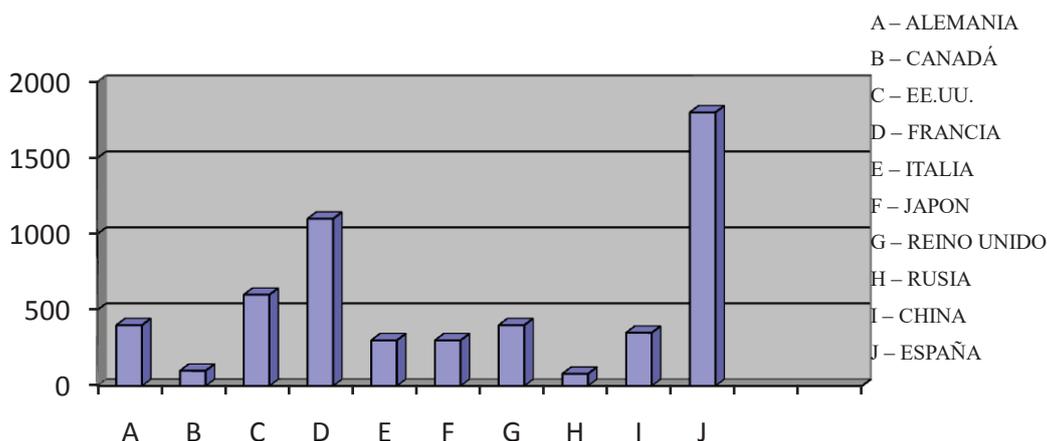


GRAFICO FIRMANTES DEL PACTO MUNDIAL ONU



El siguiente pilar sobre el que se construye la RSC en España se refiere a las instituciones públicas y privadas, que son creadoras de opinión y de herramientas para el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial.

En cuanto a las instituciones públicas, en el año 2002 se crea el primer grupo de expertos de Responsabilidad Social en el Ministerio de Trabajo. Luego, en la siguiente

legislatura, en el año 2005, con el cambio de gobierno se crea el Foro de Expertos de RSE adscrito al mismo Ministerio. A propuesta del Foro de Expertos en RSE (2005) y la Mesa de Diálogo Social (2007), en el año 2008 se creó el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de Empresas (CERSE). Como vimos anteriormente, éste es un órgano adscrito al Ministerio de Empleo, antiguo Ministerio de Trabajo e Inmigración, de carácter “asesor y consultivo”, que se encarga de impulsar y fomentar las políticas de RSE.

En la posterior legislatura y con un nuevo gobierno se aprueba la primera Estrategia Española de RSE (Estrategia 2014-2020), cuyo objetivo primordial es amparar el desarrollo de prácticas responsables de entidades tanto privadas como públicas. Estas acciones impulsan la competitividad del país y promueven una sociedad y una economía más productiva, integradora y sostenible. Esta nueva Estrategia de RSE, basada en una serie de principios, se marca cuatro objetivos y propone varias líneas de actuación con el horizonte temporal de 2020.

Dichos principios se reflejan tanto en la esfera pública como en la privada y establecen un marco en el corto y en el largo plazo para generar mejoras en ambos tipos de instituciones.

Por último, los riesgos y oportunidades en términos de sostenibilidad afectan en diferente medida a los sectores de actividad económica. A continuación, destacamos algunos de los sectores que son, por una parte, esenciales en el tejido económico en España y que, además, están enormemente expuestos a riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad:

Sectores enormemente expuestos a riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad

Turismo: Este sector, que se sitúa como un pilar para la economía española (10,9% del PIB y 11,9%¹⁰ del empleo), está expuesto a importantes y crecientes riesgos entérminos desostenibilidad.

Industria agroalimentaria: Este sector se configura como uno de los ejes clave para España, tanto en términos de PIB como de empleo. Esta industria afecta y es afectada por un buen número de elementos sociales y ambientales. Desde el punto de vista social, la industria alimentaria ha de hacer frente a un incremento sustancial de la demanda por el crecimiento de la población que puede afectar de manera significativa a la carestía y disponibilidad de los alimentos. Fomentar la innovación y la inversión en tecnología en técnicas de producción, así como la gestión sostenible de recursos se convertirá en algunos de los aspectos críticos del sector.

Salud: El sector de la salud es uno de los más importantes en España. Acumula cerca del 10% del PIB, tiene un impacto destacado sobre el empleo y la calidad de vida de las personas. España cuenta con uno de los sistemas sanitarios más eficientes del mundo en términos de gasto y esperanza de vida. Para 2050, España será el tercer país con mayor tasa de envejecimiento del mundo¹² lo que incrementa la demanda de servicios vinculados a la salud.

Energías Renovables: La relevancia que tienen las energías limpias para frenar el cambio climático es incuestionable. España es una referencia mundial, tanto tecnológica como industrial, en el campo de las energías renovables. Seguir apoyando a esta industria es una apuesta por un futuro en el que impere el desarrollo sostenible.

Infraestructuras: España es uno de los países con mejores infraestructuras del mundo, en sexta posición según el Foro Económico Mundial. Una mayor eficiencia en la gestión de los recursos hídricos, la racionalización de la energía, el diseño y la funcionalidad de las ciudades, la tecnología y la minimización de los impactos ambientales, todos requieren una importante revisión de las infraestructuras.

4.10.4.¿Cómo es la RSC de las empresas españolas realmente?

En esta sexta edición del informe Forética (una asociación de empresas y profesionales cuya labor está centrada en impulsar la plena integración de los componentes sociales, ambientales y de buen gobierno, dentro de la gestión y estrategia de las compañías y organizaciones) nos indicaban que en nuestro país ha habido un importante desarrollo en el área de la responsabilidad social empresarial en estos últimos años. ¿Y en qué se ha notado?

Por ejemplo, en avances en la rendición de cuentas sobre sus aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno, o en el desarrollo de políticas de RSE en la cadena de proveedores de las grandes empresas.

Pero el nivel de adopción de políticas y herramientas de RSE en el país es distinto según el tamaño de la empresa. Mientras que el grado de penetración de políticas y herramientas de responsabilidad social en las pymes es bajo (quizás por ser más vulnerables ante la situación económica), es alto en las medianas y grandes empresas, siendo una de cada dos la que ha implantado estrategias y herramientas avanzadas en dicha área.

4.10.5.Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas.

Cómo ya vimos anteriormente, fue aprobada el 16 de julio de 2014 por el pleno del CERSE y el 24 de octubre por el Consejo de Ministros. Se trata de un documento que pretende constituirse como un marco de referencia en todo el territorio en materia de responsabilidad social y que incluye 60 medidas dirigidas a impulsar el desarrollo de prácticas responsables en 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.



La Estrategia responde a las recomendaciones plasmadas en la Estrategia Renovada de la Unión Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas, que insta a los países miembros a impulsar políticas nacionales en materia de RSE. “Además, se trata de un compromiso del Gobierno adquirido en el Congreso de los Diputados, en el que se compromete a España a tener una Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.

4.10.6 Ejemplos de empresas en España socialmente responsables.

MERCADONA

En términos de Responsabilidad Social Corporativa, uno de los principales grupos de supermercados en España apuesta por una cadena agroalimentaria sostenible basada en la confianza hacia el consumidor.

Su estrategia de compromiso social y medioambiental puede medirse en el desarrollo de prácticas que mitigan el impacto de sus actividades en los entornos y promueven el bienestar social. Veamos algunas de esas prácticas:

- Descarga nocturna silenciosa. Para no interferir en la movilidad urbana, la compañía ha emprendido un plan de descarga de productos que consiste en ir a las ciudades y municipios en las horas de menos circulación de vehículos. Esta iniciativa fue premiada por el Ayuntamiento de Barcelona en 2003.
- Ahorro energético. El proyecto Tienda Ecoeficiente, desarrollado en 2007, incluye un conjunto de buenas prácticas como la reducción de la altura de los falsos techos, la instalación de sistemas de recuperación del calor en salas de máquinas, la iluminación de zonas exteriores y parkings y el control de las luces interiores mediante sensores de presencia.
- Residuos y productos de limpieza. La compañía insiste en la reutilización de ciertos productos que han sido empleados en otras fases de producción. Los envases plásticos, el cartón y el poliexpan son devueltos por logística inversa a los almacenes y los bloques logísticos.
- Compromiso social. Además, Mercadona mantiene un programa periódico de donaciones a los diversos bancos de alimentos de España y de organizaciones como Cruz Roja y Cáritas y algunos comedores sociales.

INDITEX

En el año 2001, el grupo textil Inditex decidió poner en marcha su departamento de Responsabilidad Social Corporativa. El objetivo de esta decisión residía en abordar los cambios derivados de su crecimiento y expansión tanto dentro como fuera de España y en sus áreas de influencia.

Esta tarea, asumida desde el inicio de manera transversal, tomó como referencia tres principios estratégicos para la principal marca textil del país:

- La buena fe hacia los consumidores, clientes y la sociedad en general.

- El diálogo constante con sus grupos de interés.
- La transparencia informativa sobre su estrategia de sostenibilidad.

Para este grupo textil, la Responsabilidad Social Corporativa es un concepto que debe alimentarse de los apoyos del gobierno corporativo de la compañía, la acción social y la preservación de los recursos naturales. Se trata, por tanto, de una medida que articula aspectos de carácter económico, social y medioambiental.

Este compromiso ha supuesto numerosas ventajas para la marca Inditex, entre las que se pueden destacar las siguientes:

- Prestigio de la marca tanto dentro como fuera de España.
- Fidelidad de los clientes y proveedores.
- Aumento de ventas y beneficios.
- Mejores respaldos financieros.
- Mayor motivación de los trabajadores de la compañía.

IKEA

Se cumple un año desde que la multinacional sueca (y afincada sobre todo en los Países Bajos) pusiera en marcha ‘Personas y Planetas Positivos’, una estrategia que busca compatibilizar el crecimiento empresarial y el desarrollo sostenido.

Este texto reúne todas las iniciativas que desde la organización se han impulsado en el terreno de la Responsabilidad Social Corporativa en los últimos años. La acción de esta estrategia se centra básicamente en tres aspectos:

- Vida sostenible en los hogares.
- Recursos y energía.
- Personas y comunidades.

Ikea no posee herramientas de balance social ni se encuentra en ningún catálogo de buenas prácticas. Sin embargo, cuenta con un Código Ético enfocado hacia la relación con sus clientes, especialmente en lo que se refiere a las acciones para el ahorro de la energía y la reducción de residuos en los hogares. Los logros más destacados desde la puesta en marcha de su estrategia son:

- Más de 700.000 paneles solares están ubicados en los edificios de la Marca Ikea en todo el mundo.
- Actualmente se gestiona la operación de 224 turbinas de viento.
- Implementación del sistema de iluminación LED, que permite el ahorro en las plantas y sedes de la compañía.
- También se ha fomentado el uso de este sistema entre los usuarios como forma de sostenibilidad medioambiental. De hecho, el 75% de los productos de iluminación vendidos en 2014 fueron LED.
- La compañía, a través de su Fundación Ikea, brinda apoyo a proyectos de mejora de los derechos humanos y el acceso a la salud y la educación para miles de niños en países con altos índices de pobreza.
- En campo de la acción social, Ikea trabaja de la mano con instituciones y socios que son referentes internacionales, como por ejemplo SavetheChildren, WWF, UNICEF, entre otros.

5. CONCLUSIÓN

Una vez explicado el concepto de RSC, sus orígenes y evoluciones, los grupos de interés con los que se relacionan y las distintas dimensiones que abarca, hemos pasado a explicar el contexto actual de responsabilidad social corporativa en nuestro país, si son las empresas españolas socialmente responsables, normativa existente y también hemos visto algunos claros ejemplos de empresas socialmente responsables.

A lo largo del presente trabajo ha quedado clara la importancia que se le otorga a la aplicación de RSC tanto por parte de las empresas como el entorno en el que opera. Los principios que caracterizan a la empresa responsable y sostenible son: prácticas adecuadas hacia el medio ambiente, compromiso hacia la sociedad y diferenciación con respecto al resto. Para poder llevar a la práctica estos principios se requiere de la implicación de todas las personas que conforman la organización. No obstante, para que las empresas asuman estas medidas socialmente responsables se hace necesario que tanto éstas como las autoridades públicas promuevan ese desarrollo.

La RSC ha evolucionado de forma notable en los últimos años, debido principalmente al cambio experimentado en la realidad empresarial y social. Las

empresas han pasado de tener como único objetivo el incremento de sus beneficios y satisfacer las expectativas de sus accionistas, a mantener un comportamiento transparente y responsable con todos sus grupos de interés, no solo con los accionistas, sino que también, con los empleados, clientes, proveedores, sociedad... Además, la desconfianza en la gestión de las empresas por parte de los consumidores después de salir a la luz varios escándalos, ha repercutido en que la sociedad demande cada vez más información de cuáles son las prácticas empresariales y como afectan a su entorno, sociedad y medioambiente.

En contra partida a lo mencionado anteriormente, aún nos queda un largo camino por recorrer en cuanto a responsabilidad social empresarial se refiere, ya que casi todos los ejemplos de empresas socialmente responsables son de corporaciones de gran tamaño y no debemos olvidar que el mayor tejido empresarial se encuentra en las pymes. Con esto quiero decir que hay una notable evolución en RSC y que vamos por buen camino, así que podemos ser optimistas, pero sin olvidar que queda aún muchísimo trabajo por hacer y que se deben crear políticas que posibiliten e incentiven a que las pymes se unan a formar parte del tejido empresarial socialmente responsable.

6. BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS

- Escrig Tena, A. et al. (2010): Gestión de la RSC. Ed.Netbiblo.
- Ferruz Agudo, L., Marco Sanjuán, I., Acero Fraile, I. (2010): Gobierno corporativo y responsabilidad social. Todo lo que necesita saber. Ed. Quiasmo.
- Francés, P. et al. (2006): Gestión y comunicación de la Responsabilidad Social. Empresarial. Claves para un desarrollo competitivo y sostenible. Ed.Cinca.
- Navarro García, F. (2008): Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y práctica. Ed.ESIC.
- Raufflet, E. et al. (2012): Responsabilidad Social Empresarial. Ed.Pearson.
- Salas, V. et al. (2010): Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE. Ed.Pearson Educación.
- Urcelay, J. (2007): La responsabilidad social de la empresa en la gestión de lasPyimes. Ed. Fundación EOI.
- Manual de Teleformación de la ULPGC de Relaciones Laborales y RR.HH.

DOCUMENTOS DIGITALES

- ANGED (2013): Informe anual 2013 ANGED. http://www.anged.es/wpcontent/uploads/2014/09/informe_anual_2013.pdf
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (2003): Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. www3.uji.es/~munoz/AECA.DOC
- CEOE CEPYME Cantabria.(2011): Responsabilidad Social Corporativa. http://www.ciberoamericana.com/pdf/Guia1_RSC.pdf
- COM (2001): Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas [en línea]. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>

- Forética (2011): Informe Forética. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España [en línea]. Disponible en: <http://www.foretica.org/sala-deprensa/noticias/1190-presentado-el-informe-foretica-2011>
- KPMG International Cooperative (2011): KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011 [en línea]. Disponible en: <http://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadNovedades/ArticulosyPublicaciones/Paginas/KPMG-International-Survey-of-Corporate-Responsibility-Reporting-2011.aspx>

PÁGINAS WEB

- Forética. Presentación. <http://www.foretica.org/presentacion?lang=es>
- Global Reporting Initiative (GRI). About GRI. <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>
- International Organization for Standardization (ISO). About us. <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- Merco. Resultado Merco Empresas 2014. <http://www.merco.info/es/posts/332>
- Naciones Unidas (ONU). Historia de las Naciones Unidas. <http://www.un.org/es/aboutun/history/index.shtml>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). About the OECD. <http://www.oecd.org/about/>
- Red Pacto Mundial España. Quiénes somos. <http://www.pactomundial.org/conocenos/>