

***Estudio de la Responsabilidad Social en
las empresas de Economía Social de
Andalucía.***

2012

Estudio de la Responsabilidad Social en las empresas de Economía Social de Andalucía.

**Grado de integración de los
indicadores de Responsabilidad
Social Empresarial**



2012

Autor. Escuela de Economía Social.

1ª edición

Diseño: Escuela de Economía Social.

Formato digital

Con la realización de este estudio, hemos establecido un acercamiento a la Responsabilidad Social (RSE) de las empresas de la Economía Social de Andalucía, partiendo de una muestra bajo estudio. Los resultados serán utilizados como elemento de partida para diseñar formulas futuras que permitan la consolidación de los compromisos que ya estamos desarrollando en la Economía Social en materia de RSE. Además, la información recabada nos permitirá establecer mecanismos de visualización y transferencia de las buenas prácticas que actualmente proponen y asumen las mujeres y hombres que trabajan en empresas de Economía Social, a los cuales agradecemos su colaboración en la elaboración de este estudio.

Índice

1.- INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	7
2.- ECONOMÍA SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	8
3.- MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	10
4.- CRONOLÓGIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL 1953-2012	11
5.- INICIATIVAS PARA LA RSE EN ESPAÑA.....	17
6.- METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	22
6.1.- METODOLOGÍA DE LA INTERVENCIÓN: DISEÑO DEL CUESTIONARIO	22
6.2.- DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	26
6.3.- DESCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES.....	27
6.4.- ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO ADMINISTRADO.....	32
CRITERIO 1: DIRECCIÓN/GERENCIA	32
CRITERIO 2. LAS PERSONAS.....	35
CRITERIO 3. CLIENTES.....	39
CRITERIO 4: PROVEEDORES	40

CRITERIO 5. SOCIEDAD.....	41
CRITERIO 6. MEDIOAMBIENTE.....	46
CRITERIO 7. COMPETENCIA/COOPERACIÓN/ALIANZAS.....	48
CRITERIO 8- COMUNICACIÓN DE LA RSE.....	49
7.- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	53
8.- RECOMENDACIONES.....	57
9.- GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	58
10.- FUENTES DOCUMENTALES.....	64
11.- FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....	65

1.- INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

La Responsabilidad Social nos sitúa en una necesaria reflexión sobre la caducidad de nuestro actual modelo de desarrollo, un modelo que ha proporcionado avances indiscutibles en sanidad, educación, y calidad de vida para muchos/as, pero también, y esta es su esencia, irremediables impactos medioambientales, un sistema económico injusto y arbitrario y gravísimas desigualdades sociales.

La empresa, responsable en muchos casos de incuestionables impactos medioambientales; vertidos, contaminación, deforestación, extinción de especies, y sociales; deslocalización, brecha salarial, percepción del trabajador/a como agente de un tránsito y no protagonista del desarrollo empresarial, no es ajena a la responsabilidad de participar en el desarrollo de un modelo de gestión basado en valores que humanicen la gestión empresarial y contribuyan a un desarrollo económico y social sostenible.

En los momentos actuales la conciencia de crisis provoca en el tejido empresarial incertidumbre, lo que presiona a las empresas a la reducción de costes. El deterioro de la cuenta de resultados atribuida a la crisis es un indicador más que lleva a

la/el empresaria/o a cambiar sus objetivos estratégicos. Entre las/os directivas/os se establece la prioridad del corto plazo lo que hace que se desplace cualquier tema que no tenga que ver con la supervivencia.

Sin embargo, las/os empresarias/os continúan siendo receptivas/os al concepto “crear valor”, nuestro objetivo se ha orientado a identificar la creación de valor y la RSE como un apoyo a las actuaciones estratégicas de la empresa para superar la situación de crisis percibida y contemplar un horizonte de transformación económica y social.

Desde 2007, año en el que Cepes-a presenta su primer estudio sobre la Responsabilidad Social en las empresas de Economía Social de nuestra Comunidad, se han venido sucediendo multitud de estudios que han mantenido similar objetivo.

En nuestro caso, hemos situado un objetivo algo más amplio; nuestro trabajo ha consistido en medir y analizar el grado de integración de la RSE y las acciones que en materia de gestión ética y sostenible desarrollan las empresas del sector de la E.S. en Andalucía, y detectar, para visualizar, las buenas prácticas que en materia de RSE y Sostenibilidad desarrollan las empresas de nuestro sector.

2.- ECONOMÍA SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Los ejes que fundamentan la relevancia de este estudio argumentan:

1- La estrecha vinculación entre los fundamentos de la RSE y los principios y valores que subyacen en las empresas de Economía Social, y por lo tanto, la validez de nuestro tejido empresarial como garante de un desarrollo sostenible.

2- La Economía Social como pionera en el desarrollo y mantenimiento de la RSE como herramienta de gestión global.

El hecho de que hoy se hable tanto de Responsabilidad Social Empresarial es síntoma de la carencia existente en las empresas “convencionales” en lo referido al cuidado de los aspectos humanos, sociales y medioambientales. Sin embargo, la Responsabilidad Social Empresarial ha sido, desde su origen, una preocupación máxima de las empresas de Economía Social.

Las empresas de Economía Social no sólo sirven de vehículo de solidaridad entre sus socias/os y asociadas/os¹ sino que también contribuyen a fomentar un conjunto de actitudes y comportamientos para actuar de acuerdo con los derechos fundamentales de la persona; derechos de libertad y derechos individuales, políticos, sociales y medio ambientales que hay que respetar en una convivencia democrática². (La economía social. Unas notas sobre la

¹ Principio de E.S. Aplicación de resultados orientados al desarrollo sostenible, a las personas que conforman las organizaciones y a sus entornos inmediatos

² Principio de E.S. Primacía de la persona sobre el capital.

participación en la empresa y el mercado. Juan del Pino Artacho. Colección Mediterráneo Económico Nº6)

El éxito de las empresas de Economía Social no se mide únicamente en función de sus resultados económicos, sino sobre todo por su contribución en términos de solidaridad, cohesión social y vertebración del territorio³.

Un punto importante que corrobora nuestro estudio es la vinculación existente entre los principios y valores de las empresas de E.S. y los principios que orientan la RSE; en este sentido, empresarios y empresarias de la E.S. andaluza establecen una total identificación entre ambos conceptos.

La RSE y los principios que subyacen en las empresas de Economía Social, son conceptos indisolubles y a la vez coadyuvantes a la buena gestión empresarial, hecho que queda reforzado si se tiene en cuenta que, tanto la RSE como las empresas de Economía Social, identifican un conjunto de valores y principios comunes.

La primacía de la persona sobre el capital,

³ Principio de E.S. Responsabilidad y compromiso interno, y hacia la sociedad y el medioambiente

La toma de decisión democrática,

La identificación territorial como motor de dinamización y desarrollo local basada en políticas medioambientales y de sostenibilidad,

La generación de empleo sostenible y de calidad.

La integración y cohesión social, traducida en la puesta en práctica de valores de democracia, solidaridad y participación; son principios y valores presentes tanto en el marco conceptual de la gestión responsable como en las actividades de las empresas de E.S.

En este horizonte, la actividad de las empresas de Economía Social se asienta en la satisfacción de necesidades no resueltas eficazmente por el mercado tradicional y que la Economía Social aborda desde sus formas organizativas tradicionales y desde otras nuevas (Cooperativas, Mutuas, Asociaciones, Fundaciones, así como las formas nuevas que están surgiendo para dar respuesta a problemas concretos: empresas sociales de reciclaje, empresas de inserción, cooperativas de iniciativa social, etc.), adaptándose a las necesidades sociales de cada momento y lugar.

La Responsabilidad Social empresarial, tal y como se entiende actualmente, supone que la empresa se oriente no solo hacia la maximización de los beneficios económicos, sino también al bienestar social, la protección ambiental y la transparencia económica.

La Responsabilidad Social es probablemente uno de los más complejos retos que la gestión empresarial ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico global.

3.- MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Algunos/as autores/as sitúan el origen del concepto de responsabilidad social de la empresa en los años cincuenta, ligado al rápido incremento del tamaño y poder de las empresas americanas, y al papel protagonista que éstas comenzaron a desempeñar en una sociedad que afrontaba problemas sociales

urgentes, como la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación urbana y la contaminación (años sesenta y setenta). La ciudadanía, los medios de comunicación y otros agentes sociales empezaron a exigir a las empresas un cambio en sus comportamientos empresariales.

Otros encuentran las raíces de la responsabilidad social de la empresa en los años veinte: se empieza a hablar del principio de caridad (Davis et al., 1988) la filantropía ya no como acción individual (del empresario/a o de los/as propietarios/as de la empresa) sino como acción corporativa de la empresa como un todo. Más tarde el principio de caridad se complementó con el principio de administración que instaba a la empresa a que miraran por el interés público en tanto que era responsable de la administración de recursos públicos, que afectaban a distintos miembros de la sociedad.

Podíamos extendernos mucho más argumentando antecedentes genealógicos del concepto de responsabilidad social tal y como lo entendemos actualmente, sin embargo, la realidad constatada es que, hoy, la empresa es un proyecto creado por personas, es sociedad en su esencia misma y por lo tanto se justifica ante esta según su comportamiento.

La empresa es un proyecto creado por el ser humano, con y para él mismo. Es sociedad en su composición, al mismo tiempo que, como entidad, es uno de sus miembros.

Su legitimidad dentro de la sociedad se empieza a justificar, por lo tanto, en su propia esencia, completándose con su comportamiento.

El comportamiento social de las empresas constituye la parte más importante de su legitimidad social. Es la parte dinámica, la acción que produce efectos hacia el exterior y determina el papel que se quiere desempeñar y la aportación al desarrollo de la sociedad. Del resultado agregado del comportamiento social de las empresas va a depender en gran medida el progreso de la sociedad, y, como consecuencia, la legitimidad social de aquéllas.

La legitimación social de la empresa vendrá, en definitiva, reconocida por su actividad integradora y agente principal (con presencia universal) de orientación humanística de la vida social (Lizcano, 1999).

4.- CRONOLÓGIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL 1953-2012

En enero de 1999 Kofi Annan, Secretario General de Naciones Unidas propuso por primera vez la idea del *Global Compact* (GC) ante el Foro Económico Mundial de Davos, con el objetivo de impulsar la **“adopción de principios y valores compartidos que den un rostro humano al mercado mundial”**.

A partir de ese momento, han ido apareciendo en el contexto internacional diversas experiencias e iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con los grupos de interés.

Se entiende la RSE como el cumplimiento de la normativa legal más un aporte de valor añadido en los vectores Social, Medioambiental y Económico-Financiero; el debate regulación/voluntariedad, está servido.

Los cuadros 1 a 5 que a continuación incluimos, resumen las principales aportaciones a la formalización de la RSE como disciplina.

Fuentes: Elaboración propia a partir de las tablas 1953-1980 realizadas por Marta de la Cuesta González

Década	Desarrollo	Destacable
1953	Primera definición formal de RSE.	Inicio formal de la RSE
1960	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Definición de RSE ✘ Debate sobre los fines de la empresa 	<p style="text-align: right;">Etapa Filosófica</p> <p>Proyecto de R.E. liderado por Ralph Nader. Presionó durante los años 70 a General Motors para que tomara determinadas decisiones, a través de sus juntas de accionistas. Aunque los/as inversores responsables representaban sólo un 3% del total, consiguieron que GM publicara un informe social cada año, que estableciera un comité de Política Social, que se incrementara el número de minorías en los puestos directivos, así como que se comprara a proveedores que pertenecieran a grupos desfavorecidos (población negra).</p>

Cuadro 1: Aportaciones a la RSE 1953-1960.

1970/1980	Etapa Práctica	
	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Definición de las Responsabilidades de la Empresa ✗ Se continúa con lo iniciado en la década anterior 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Propuesta del CSP (Corporate Social Performance) como forma de medición de la RSE. ✗ Estudios empíricos sobre RSE: percepción de ejecutivos; medición de la RSE en EEU.
	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Definición del modelo stakeholders ✗ Definición y desarrollo de códigos éticos ✗ Balance social como medio de interiorizar y comunicar la RSE 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Estudios empíricos sobre filantropía, relación entre responsabilidad social y resultados financieros
1990-1999	Desarrollo sectorial y empresa ciudadana	
	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad. ✗ Desarrollo sectorial de la disciplina: se parcelan y se analizan separadamente y en profundidad distintos aspectos (códigos éticos, inversiones responsables, toma de decisiones, colaboración con la comunidad, estándares...) 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Proliferan la investigación empírica sobre la RSE y la EN. Se crean cátedras en casi todas las Escuelas de Negocios. Se abren líneas de investigación en muchas universidades europeas y estadounidenses. ✗ Se crean instituciones en casi todos los países occidentales para promover la RSE, la EN o algún aspecto concreto de estas. ✗ Los gobiernos empiezan a tomar parte en la promoción de la RSE: creación de una secretaría de Estado en Reino Unido (1996), leyes sobre Balance Social en Francia y Portugal; publicación del Libro Verde “Promover un marco europeo para la RSE, por la Comisión Europea.

Cuadro 2: Aportaciones a la RSE 1970-1999.

1999	La RSE motor de transformación social	
	<p>✘ Global Compact, iniciativa presentada por el entonces secretario general de Naciones Unidas, Koffi Annan, perseguía implicar voluntariamente a las empresas en la RSC mediante el cumplimiento de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. En estos principios se indica lo que ‘deben’ hacer las empresas en estos aspectos con</p> <p>Los índices de inversión socialmente responsables como motores de la RSE es decir, aquellos índices formados por un conjunto de empresas cotizadas que, tras pasar un análisis, demuestran que en sus operaciones globales mantienen un comportamiento íntegro en tres aspectos: el social, el económico y el medioambiental.</p> <p>Entre estos índices, el más destacado es el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), que se ha convertido, en cierta forma, en una palanca de gestión responsable.</p> <p>✘ Nace la Norma SA 8000 de Social Accountability International (SAI). Certifica procesos de producción ética con especial atención en las prácticas de derechos humanos y las condiciones de trabajo a lo largo de toda la cadena de valor.</p>	<p>✘ Una vez puesta en pista de salida la necesidad de un comportamiento íntegro uniforme, el siguiente paso era medirlo. ¿De qué sirve firmar un papel si no se mide su grado de implantación? Para medir las cosas y establecer comparaciones entre empresas, vio la luz el estándar internacional de reporte Global Reporting Initiative (GRI), que incluye los indicadores que las organizaciones deben reportar para informar de su funcionamiento económico, ambiental y social.</p> <p>✘ Nace la Norma SGE 21 de Forética. Constituye la primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social.</p>

Cuadro 3: Aportaciones a la RSE 1999-2009 (I)

<p>2000</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✘ El Consejo Europeo de Lisboa se marca el objetivo estratégico de convertir la Unión Europea en «la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, antes del 2010, capaz de un crecimiento económico duradero acompañado por una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y una mayor cohesión social». ✘ Se publica la primera versión de la guía de GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad. ✘ Lanzamiento de los objetivos del Milenio 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Publicación del Libro Verde de la RSE ✘ FTSE crea la serie de índices FTSE4Good ha sido diseñado para medir el desempeño de las empresas que cumplen con las normas reconocidas a nivel mundial de responsabilidad corporativa, y para facilitar la inversión en esas compañías ✘ Primera Comunicación Europea bajo el título “RSE: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”
<p>2005/2009</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✘ La Comisión Europea aprueba la la estrategia para el crecimiento, el empleo y el desarrollo sostenible. ✘ Nueva Comunicación de la Comisión Europea sobre RSE bajo el título “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE”, en la que se anuncia la creación en marzo de la Alianza Europea para la RSE. ✘ La Mesa de Diálogo Social sobre RSE, constituida por el Gobierno, empresas y sindicatos lanzan el documento "La Responsabilidad Social de las Empresas (RSE). Diálogo Social". ✘ 20 de noviembre de 2009; se publica la Ley de la Comunidad Autónoma de Valencia de Ciudadanía Corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Nace el Foro de Expertos de RSE del Ministerio de Trabajo. ✘ El Congreso de los Diputados crea una Subcomisión dedicada a tratar temas de Responsabilidad Social en España, que publica el Informe de la Subcomisión Parlamentaria para promover y potenciar la RSE ✘ Se crea el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas, donde Forética ocupa una de las vocalías del grupo de organizaciones e instituciones de reconocida representatividad e interés en el ámbito de la RSE

Cuadro 4: Aportaciones a la RSE 1999-2009 (II)

2010	Tres hitos en 2010
	<p>Ley de Economía Sostenible</p> <p>Presentación de la Guía ISO 26000</p> <p>Ley Extremeña de RSE</p>
Retos	Los retos de futuro de la RSE
	<p>Integrar plenamente la Responsabilidad Social en el modelo de gestión.</p> <p>Hacer llegar la Responsabilidad Social a toda la ciudadanía.</p> <p>Lograr su implantación generalizada entre las pymes, especialmente que no lo vean como un coste sino como una inversión.</p>

Cuadro 5: Aportaciones a la RSE-2010-Retos

5.- INICIATIVAS PARA LA RSE EN ESPAÑA

En España se han llevado a cabo distintas iniciativas para abordar dos objetivos; desarrollar un marco normativo/regulador para la Responsabilidad Social y establecer medidas de impulso para el concepto en nuestro país.

Esta es la cronología:

- 🌐 El debate de la RSE en España se inicia a partir de la publicación del Libro Verde Europeo sobre RSE publicado a raíz de la cumbre de Primavera de Lisboa en el año 2000
- 🌐 El PSOE presenta una proposición de Ley en el Congreso de los Diputados en Mayo de 2002 con el objetivo de instaurar un marco regulatorio de la RSE.
- 🌐 El Ministerio de Trabajo crea una Comisión de Expertos en diciembre de 2003
- 🌐 A finales de 2004 se constituye una Subcomisión Parlamentaria para el estudio de la RSE en

nuestro país, cuyo resultado fue la aprobación del Libro Blanco de la RSE.

- 🌐 El Congreso de los Diputados aprueba el 23 de junio de 2009 una Proposición no de Ley del Grupo Parlamentario Socialista sobre Responsabilidad Social de las Empresas y otra del Grupo Mixto relativa a la adopción de medidas para promover la Responsabilidad Social de las Empresas.
- 🌐 Con la denominación **Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa**, se constituye una Asociación al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, y normas complementarias, con personalidad jurídica, independiente de sus asociados y plena capacidad de obrar.

Otras iniciativas han sido:

- 🌐 Redacción del Código de Buen Gobierno de los miembros del Gobierno y de los altos cargos de la Administración General del Estado,
- 🌐 Mesa para el diálogo; Gobierno, empresarios/as y sindicatos

- 🌐 Creación del Consejo Estatal para la Responsabilidad Social
- 🌐 Creación de la Red Nacional de Territorios Socialmente Responsables (RETOS) sobre LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: CLAVE PARA EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS. Presidida por la Dirección General de Economía Social, del Trabajo Autónomo y de la RSE y que engloba a diferentes administraciones públicas. Surgió como resultado del trabajo llevado a cabo en el marco de la Iniciativa Comunitaria Equal, apostando por el desarrollo de un modelo innovador de trabajo en red que, bajo el principio de participación y con la implicación de todos los agentes económicos y sociales que operan en un territorio, tiene como eje vertebrador la Responsabilidad Social

El incremento de actividades gubernamentales en España ha sido, igualmente algunas comunidades autónomas han incluido la promoción de la RSE en sus políticas de desarrollo industrial. Y más recientemente se ha despertado el interés entre las administraciones locales, en una tendencia que nos permite hablar de una cierta territorialización de la RSE.

🌐 **20 de noviembre de 2009; se publica la Ley de la Comunidad Autónoma de Valencia de Ciudadanía Corporativa.**


La ley tiene como objeto definir el marco normativo en el que se desarrolle la actividad de fomento de los poderes públicos de la Comunidad Valenciana en materia de ciudadanía corporativa y tiene particular relevancia el que mediante las medidas de fomento que se prevén aflore y se haga patente la importante labor anónima de ciudadanía corporativa que, de manera asistemática y con una clara vocación solidaria, se viene desarrollando en esta Comunidad por empresarios y empresarias y profesionales autónomos anónimos.

La ciudadanía corporativa es una conducta eminentemente voluntaria, de las empresas y personas profesionales autónomas, que no pueden ser compelidos a ella, ni deben ser dirigidos en su desarrollo. La ley, por ello, tiene por objeto crear una estructura y prever una actuación administrativa de puro fomento de la actividad e iniciativas en ese sentido de las empresas y personas profesionales autónomas.

Se pretende tan sólo poner los medios para que las empresas y personas profesionales autónomas interesadas puedan con las mayores facilidades desarrollar los sistemas, programas y acciones que consideren oportunos.

La excelencia en la ciudadanía corporativa se ha articulado mediante la Certificación de Ciudadanía Corporativa, la cual, junto con un signo externo que puede incorporar la persona empresaria o profesional autónoma a sus productos, servicios y publicidad es, el reconocimiento a su excelencia en su ciudadanía corporativa. En la valoración de los méritos para el otorgamiento de la certificación se otorga especial relevancia al ejercicio de voluntariado corporativo por las empresas y personas profesionales autónomas, como grado máximo de compromiso de colaboración con las necesidades sociales del entorno en el que desarrollan su actividad.

Se crea el Consejo de Ciudadanía Corporativa de la Comunidad Valenciana como punto de encuentro de los agentes sociales, económicos y administrativos interesados en el desarrollo de la cultura y la práctica de la ciudadanía corporativa, que tendrá carácter consultivo y de apoyo al Consell en las distintas iniciativas que adopte en materia de ciudadanía corporativa.

 **15 de diciembre de 2010; se publica en DOE la Ley de Responsabilidad Social de la Comunidad de Extremadura.**

Esta es la primera Ley específica de RSE que tenemos en España.

El objeto de esta ley es promover la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad Autónoma de Extremadura

A los efectos de esta ley, se consideran empresas socialmente responsables de la Comunidad Autónoma de Extremadura aquellas que, calificadas de acuerdo con el procedimiento previsto, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, hayan adoptado la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, y en sus políticas y procedimientos, los valores y códigos éticos de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones.

🕒 **5 de marzo de 2011; se publica en BOE, tras un año y medio de negociaciones, la Ley de Economía Sostenible (LES), que incluye un artículo específico dedicado a la promoción de la responsabilidad social de las empresas en España**

La Estrategia para una Economía Sostenible, aprobada por el Consejo de Ministros en noviembre de 2009, articula, así, un ambicioso y exigente programa de reformas, que profundiza en la dirección de algunas de las opciones estratégicas adoptadas desde la anterior legislatura, como la prioridad otorgada al incremento en la inversión en investigación, desarrollo e innovación, o al fomento de las actividades relacionadas con las energías limpias y el ahorro energético; o ya en esta legislatura, dentro del propio Plan E, a la trasposición rigurosa de la Directiva de Servicios.

La Estrategia incluye un variado elenco de iniciativas legislativas, reglamentarias y administrativas, así como la promoción de reformas en ámbitos específicos de la economía española como el laboral, o el de la Comisión del Pacto de Toledo. Todas ellas pretenden servir a un nuevo crecimiento, a un crecimiento equilibrado, duradero: sostenible.

Sostenible en tres sentidos: económicamente, esto es, cada vez más sólido, asentado en la mejora de la competitividad, en la innovación y en la formación; medioambientalmente, que haga de la imprescindible gestión racional de los medios naturales también una oportunidad para impulsar nuevas actividades y nuevos empleos; y sostenible socialmente, en cuanto promotor y garante de la igualdad de oportunidades y de la cohesión social.

La Ley de Economía Sostenible es una de las piezas más importantes de la Estrategia ya que aborda, transversalmente y con alcance estructural, muchos de los cambios que, con rango de ley, son necesarios para incentivar y acelerar el desarrollo de una economía más competitiva, más innovadora, capaz tanto de renovar los sectores productivos tradicionales como de abrirse decididamente a las nuevas actividades demandantes de empleos estables y de calidad.

En el caso de Andalucía, las iniciativas que se han abordado desde la Junta de Andalucía han sido estas:

- 🕒 En 2006 se crea el Grupo de Trabajo de la Responsabilidad Social de las empresas, uno de los cinco Grupos de Trabajo existentes en la actual legislatura dentro del Parlamento de Andalucía.

🌐 El Plan de Innovación y Modernización de Andalucía recoge el firme impulso de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas, como una medida de responsabilidad en el cuidado de los y las profesionales así como del medioambiente, entendiendo que la satisfacción de los profesionales en su trabajo genera resultados empresariales óptimos y un mayor bienestar social.

🌐 La Orden de Incentivos de la Consejería de Innovación Ciencia y Empresa que incluye ayudas para las empresas para elaborar planes de igualdad o códigos de conducta y el reconocimiento a las empresas que se hayan distinguido por sus buenas prácticas.

Las acciones que contempla el PIMA para este objetivo teniendo como destinatario el tejido empresarial andaluz son:

- a. Proyecto de difusión de buenas prácticas en Responsabilidad Social Corporativa en Andalucía.
- b. Programa de asistencia técnica para la certificación de la Norma SA8000.
- c. Premios a las empresas andaluzas que más promuevan estas prácticas.
- d. Proyecto de formación sobre implantación de programas y prácticas empresariales socialmente responsables.

6.- METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Para confeccionar la muestra de organizaciones y empresas que han participado en el estudio se ha solicitado la colaboración de las entidades miembros de Cepes-A, (Confederación de Entidades para la Economía Social de Andalucía).

Para ello Cepes-A envió una carta de presentación a las organizaciones en la que se explicaba el objeto del estudio y se las invitaba a participar en el mismo con la aportación de los datos básicos de sus empresas afiliadas.

Una vez que las organizaciones facilitaron sendos listados de empresas, la oficina técnica responsable del proyecto envió a todas ellas, vía correo electrónico, una carta de presentación en la que explicamos el objeto del estudio invitándolas a cumplimentar el cuestionario diseñado al efecto.

Finalmente han participado en el estudio 186 empresas, cuya descripción puede verse en el apartado “Perfiles de la muestra”.

6.1.- METODOLOGÍA DE LA INTERVENCIÓN: DISEÑO DEL CUESTIONARIO

La recogida de información se ha realizado tanto cuantitativa como cualitativamente. En función de los dos ejes que sustentan este estudio; el nivel de aplicación de indicadores del desempeño en RSE y la visualización de buenas prácticas, se ha utilizado la técnica que el equipo de trabajo ha considerado más idónea para el objetivo que se perseguía.

De esta forma, para obtener los resultados del “Grado de integración de la RSE” se ha diseñado un cuestionario mixto en el que se solicita a las empresas la cumplimentación de ocho indicadores de gestión responsable, mientras que para visualizar las buenas prácticas de gestión se desarrolló una técnica de entrevista en profundidad.

Para la recogida de información, nuestro principal esfuerzo se ha centrado en el diseño de un cuestionario que nos permitiese medir con rigurosidad el objeto del estudio y que contuviese indicadores internacionalmente aceptados para el desempeño y reporte en materia económica, medioambiental y social.

En la elaboración de los criterios que recoge el cuestionario nos hemos basado en indicadores elaborados por entidades de reconocida solvencia en el desarrollo de los mismos lo cual nos permite garantizar que la información obtenida responde al concepto de RSE tal y como se establece a nivel internacional.

Los estándares que se han consultado en la elaboración del cuestionario son estos:

- 🌐 Guía G3.1 de Global Reporting Initiative. Elaboración de Memorias de Sostenibilidad
- 🌐 Forética Gestión Ética; SGE 21 que incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés.
- 🌐 Pacto Global de Naciones Unidas y Indicadores de progreso de los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.
- 🌐 SA8000: Estándar de monitoreo y verificación voluntario para fijar las condiciones laborales
- 🌐 Familia de la ISO 9000 “gerencia de la calidad”.
- 🌐 Familia de la ISO 14000 “gerencia ambiental”.

- 🌐 Cuestionario de concienciación de la Comisión Europea. Dirección General de Empresa.

El proceso de elaboración ha sido el siguiente:

1-Acuerdo del equipo de trabajo sobre los criterios a evaluar y los indicadores correspondientes a cada criterio.

2 Formulación del primer borrador y testeo por parte de cinco empresas de Economía Social.

3-Corrección de indicadores y nuevo testeo por parte de otras diez empresas; las cinco primeras más otras cinco que no testearon el primer borrador.

4- Formulación definitiva y desarrollo de formatos compatibles con los sistemas operativos más frecuentes en las empresas. Concretamente se han confeccionado tres versiones para las distintas ediciones del sistema operativo Windows y la el sistema operativo Linux.

El cuestionario contiene preguntas cerradas de opción múltiple para el análisis de los siguientes criterios:

- 🌐 Dirección
- 🌐 Gerencia
- 🌐 Las personas de la empresa
- 🌐 Clientes
- 🌐 Proveedores
- 🌐 Sociedad
- 🌐 Medioambiente
- 🌐 Competencia
- 🌐 Cooperación
- 🌐 Alianzas
- 🌐 Comunicación de la RSE

En el cuadro siguiente aparece resumida la información que contiene el cuestionario en función del objetivo perseguido; nivel de aplicación de la RSE y conocimiento de iniciativas nacionales e internacionales en torno a este concepto.

Grado de integración de la RSE			Conocimiento RSE
Criterios de desempeño	Estándares	Otras acciones	Iniciativas y otros estándares
Dirección Gerencia	SGE21	Protección de Datos	Pacto Mundial de las Naciones Unidas
Las personas de la empresa	SA8000	Prevención Riesgos Laborales	Global Reporting Initiative
Clientes	OSHA18001	Plan de Igualdad de Oportunidades.	ISO 26000
Proveedores	AA1000	Formación	RSE. Coop.
Sociedad	ISO14001		Banca Ética
Medioambiente	ISO9001		Libro Verde UE
Competencia-Cooperación-Alianzas			Principios de Derechos Humanos para las empresas
Comunicación de la RSE			Objetivos del Milenio
			Charter de la diversidad
			Monitor Español de Reputación Corporativa
			Observatorio RSE
			Compromiso RSE
			Media Responsable

Grafico 1

6.2.- DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Se dispone de una muestra de 186 empresas; el siguiente cuadro representa las características generales de las empresas que han participado en el estudio.

PERFIL DE LAS EMPRESAS			
Provincia	Actividad	Fórmula Jurídica	Tamaño
Jaén	Agricultura	Cooperativa Agraria	Microempresa < 10 personas
Córdoba	Artes Gráficas	Cooperativa de consumidores y Usuarios	Pequeña empresa 10-49 personas
Sevilla	Asesoría Empresarial		
Huelva	Construcción	Cooperativa de Enseñanza	Mediana empresa 50-249 personas
Cádiz	Comercio	Cooperativa de Trabajo	
Málaga	Consultoría	Sociedad Laboral Limitada	Gran Empresa > 250 personas
Granada	Educación	Sociedad Anónima Laboral	
Almería	Energías	Otros	
	Industria		
	Sociosanitario		
	Turismo		
	Organizaciones		

Grafico 2

6.3.- DESCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

Desglose de la participación por sexo de las/os participantes

El 73% de las empresas que han participado en el estudio están lideradas por hombres, sólo el 27% son empresas lideradas por mujeres.

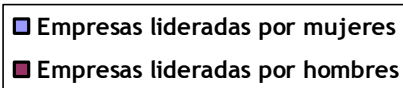
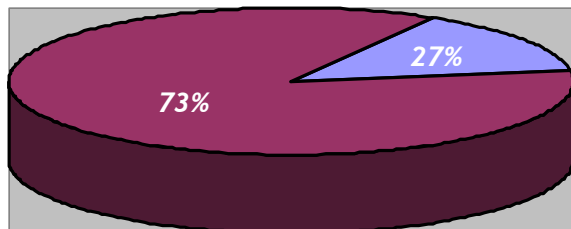


Grafico 3

Las empresas que han participado en el estudio son cooperativas, en sus distintas tipologías, Sociedades Laborales y otras organizaciones de la Economía Social (Fundaciones y Asociaciones empresariales), en este último caso todas miembros de Cepes-Andalucía

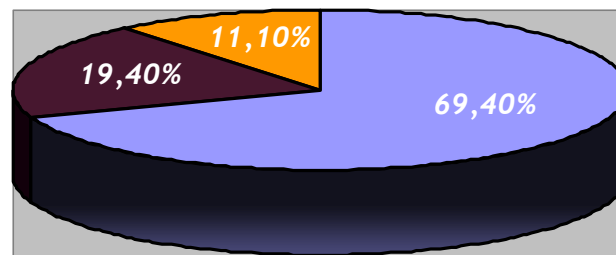


Grafico 4

En el caso de las cooperativas están representadas distintas tipologías del cooperativismo:

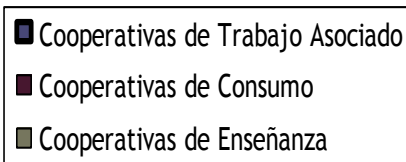
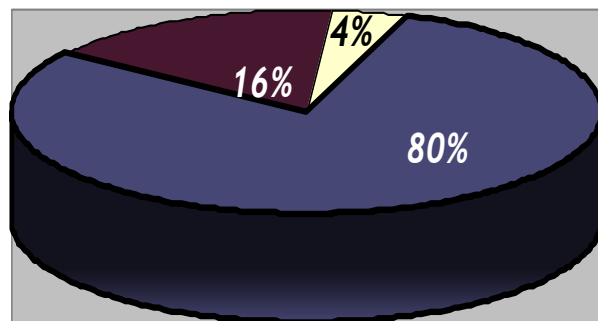


Gráfico 5

Dentro de las cooperativas podemos encontrar diferencias en función de determinados aspectos, como el sector de actividad en el que se enmarcan, hecho que se refleja en su tipología jurídica, en este

caso la fórmula más representada es el cooperativismo de trabajo, 80%, todas ellas afiliadas a Faecta, Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado. El 16% son cooperativas de consumo asociadas a Fedeccon, Federación de Cooperativas de Consumo y el 4% corresponden a cooperativas de enseñanza asociadas a ACES, Asociación de Centros de Enseñanza de Economía Social.

Los sectores más representados han sido en primer lugar la consultoría, el 23% de las empresas pertenecen a este sector de actividad y de ellas el 50% son empresas especializadas en consultoría social, el 25% en sistemas de calidad y el 25% en consultoría fiscal/contable/laboral, las fórmulas jurídicas en este caso son cooperativas y sociedades laborales.

El 15,3% son cooperativas de consumo y el 11,5% corresponde al sector Sociosanitario, especialmente de las provincias de Jaén y Almería, todas las empresas de este sector son Cooperativas de Trabajo Asociado.

El resto de la muestra se ha distribuido por un orden de representatividad de mayor a menor entre los sectores:

Ingeniería, Industria, Educación, Jurídico, Audiovisual, Turismo, Artes Gráficas y Agricultura.

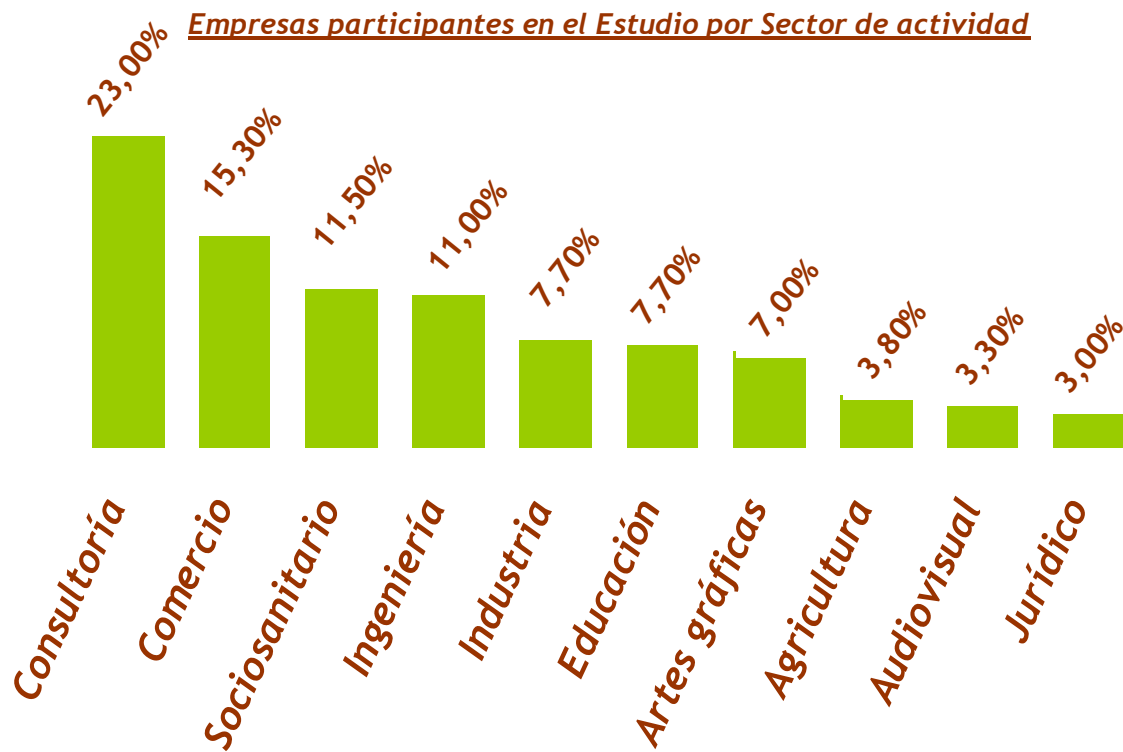


Grafico 6

En cuanto a la participación por provincias, hemos expresado el total de la muestra sin diferenciar su fórmula jurídica.

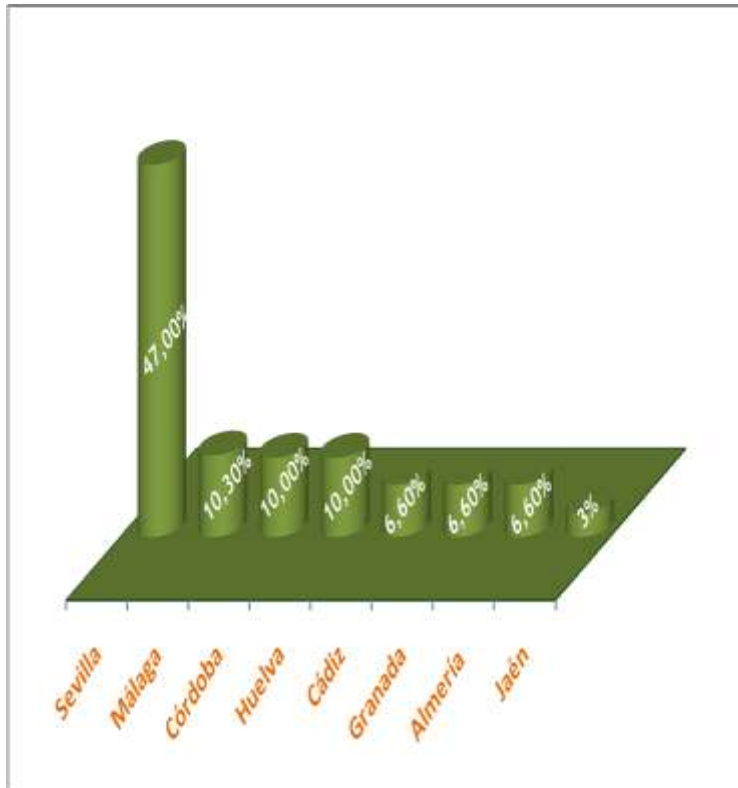


Gráfico 7

La provincia con mayor porcentaje de participación ha sido Sevilla con un 47%, el dato puede extrapolarse a las fórmulas jurídicas presentes en el estudio, cooperativas, sociedades laborales y organizaciones sevillanas han sido las más participativas, sin embargo este dato no correlaciona con el hecho de que las empresas sevillanas tengan un mayor índice de integración de políticas de RSE aunque sí de conocimiento de la misma.

Y para terminar el perfil de las empresas participantes, exponemos el detalle de su tamaño.

Hemos utilizado la misma caracterización según tamaño que Cepes-a establece en su Central de Balances de la Economía Social andaluza 2010.

- Microempresa <10 personas
- Pequeña empresa 10-49 personas
- Mediana empresa 50-249 personas
- Gran empresa >250 personas

En este punto señalar que las grandes empresas a las que se refiere el cuadro se encuentran ubicadas en Jaén, Córdoba y Granada y que su fórmula es cooperativa.

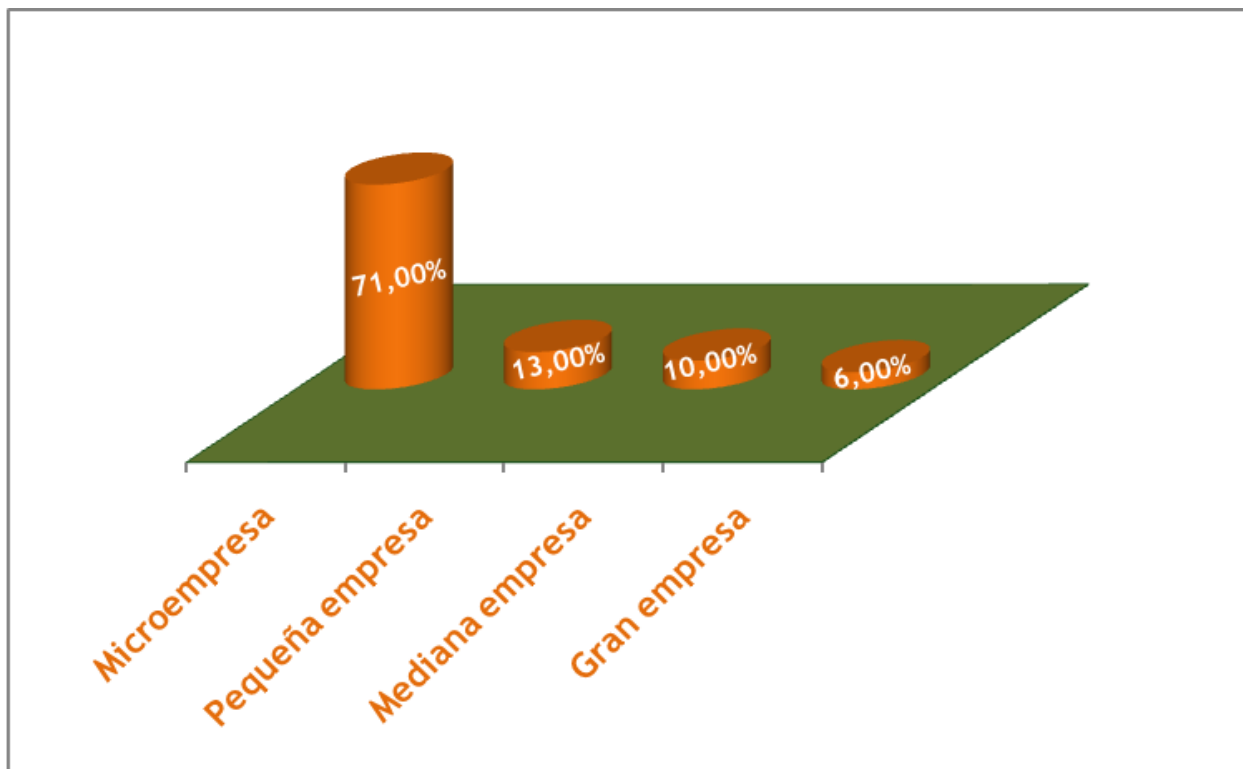


Grafico 8

6.4.- ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO ADMINISTRADO

Hemos realizado el análisis de los datos en el mismo orden en el que se formulan los enunciados en los cuestionarios cumplimentados por las empresas.

CRITERIO 1: DIRECCIÓN/GERENCIA

Las/os expertas/os en RSE coinciden en señalar que la vocación de la gestión ética y sostenible es imprescindible que se encuentre, en un primer nivel de concienciación y aplicación, en sus directivas/os; los indicadores de este apartado nos proporcionan una visión estratégica de alto nivel de la organización con respecto a la Responsabilidad Social

A la pregunta ¿Tiene su organización definida una política de RSE?, el 53,5 % de la muestra responde que sí. Éste dato supone un importante avance si lo comparamos con el 23,6% que respondía a la misma pregunta según el estudio que Cepes-a aborda en 2006 sobre la RSE de las empresas de E.S. en Andalucía.

Es destacable el hecho de que, de éstas, el 80% ha documentado la política de RSE, también este dato

supone un avance con respecto al que nos aporta otro estudio realizado en cooperativas y sociedades laborales por Cajasol y Cepes-a que sitúa el grado de documentación de las prácticas de RSE en una horquilla entre el 25 y el 30%.

El 58,3% cuentan con códigos de conducta, de éstas el 25% ha creado un comité ético para el cumplimiento de dicho código y sólo el 16,6% de la muestra ha nombrado una persona responsable de RSE.

Igualmente significativo es el hecho de que los impactos sociales son los que mayor preocupación suscitan en las empresas de E.S.; la medición del impacto de la actividad se establece por orden de importancia de la siguiente manera; impacto social, casi el 85% de las empresas analizan dicho impacto, el 77% de las empresas evalúan el impacto económico de la actividad y finalmente el medioambiental evaluado por algo más del 50% de la muestra.

Las columnas de datos se leen de izquierda a derecha y se relacionan con el orden de las preguntas, de forma que la respuesta a la primera pregunta corresponde a la primera columna de datos comenzando a leer por la izquierda.

1-¿Conoce y aplica los requisitos legales que afectan a su fórmula jurídica y a su actividad, incluida la específica de su sector en todos los entornos en los que opera su organización?

2-¿Tiene su organización definida una política de RSE?

3-¿En caso afirmativo, está documentada?

4-¿Cuenta su organización con un código de conducta?

5-¿Cuenta su organización con un comité ético que vele por el cumplimiento del Código de Conducta?

6-¿Cuenta su organización con una persona responsable en RSE?

7-¿Analiza su organización los impactos económicos de su actividad?

8-¿Analiza su organización los impactos sociales de su actividad?

9-¿Analiza su organización los impactos medioambientales de su actividad?

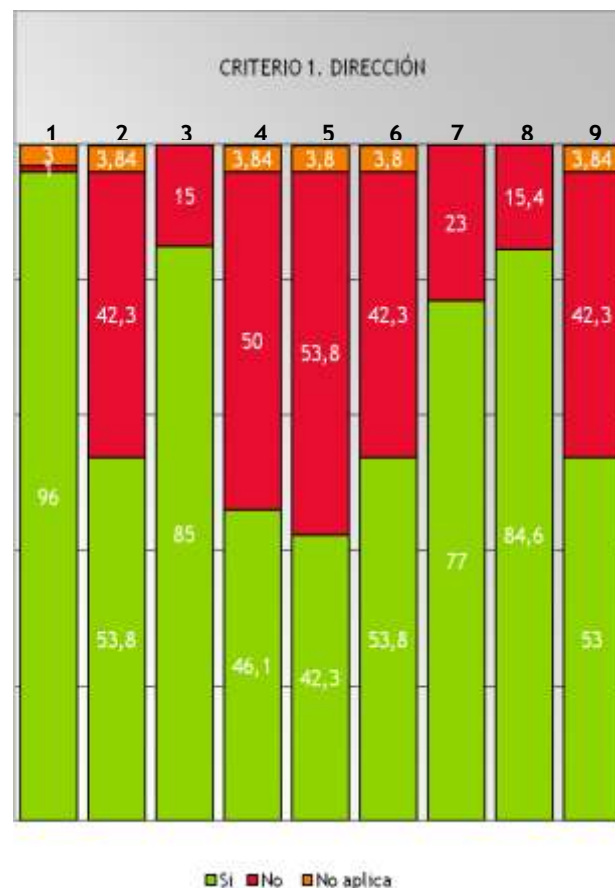


Grafico 9

Las organizaciones de ES se definen y diferencian a través de un sistema de trabajo democrático, compromiso que define el principio de Economía Social “**Capacidad de autogestión, democracia interna e independencia con respecto a los poderes públicos**”. En el gráfico vemos avalado el principio con el 81% de las respuestas afirmativas que hemos obtenido del ítem – ¿Favorece su organización la participación de las personas trabajadoras en la toma de decisiones?-.

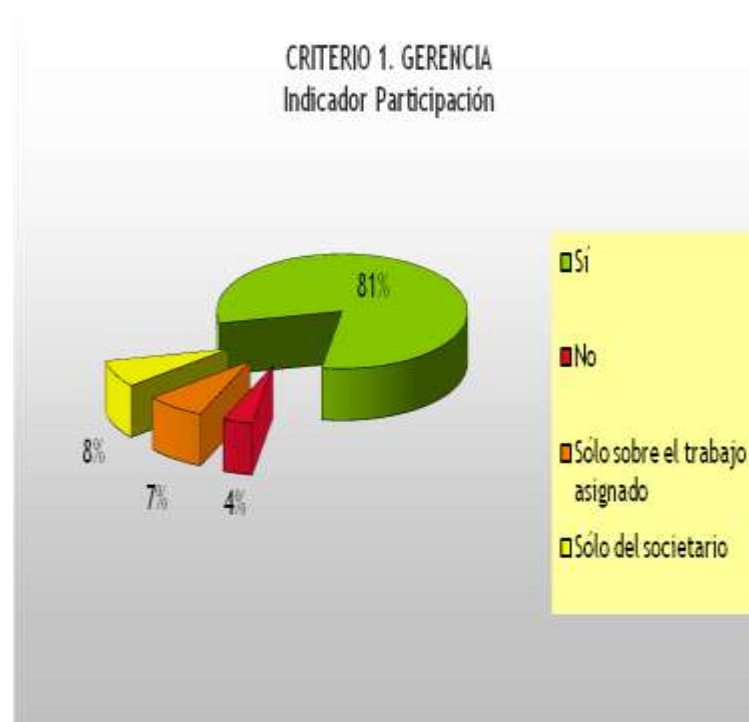


Grafico 10

CRITERIO 2. LAS PERSONAS

Los indicadores de este apartado nos aportan información sobre el enfoque de nuestras organizaciones en cuanto a prácticas laborales.

1-¿Tiene establecido su organización algún mecanismo para el apoyo y gestión de la diversidad entendida como la integración de todas las personas sin ningún criterio de exclusión?

2-¿Tiene establecido su organización algún mecanismo para el apoyo y gestión de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres?

3-¿Ha adoptado su organización medidas de conciliación?

4-¿Tiene la organización mecanismos que garanticen la seguridad y salud en su actividad?

5-¿Evalúa la organización las necesidades de formación de las personas que la integran y le da respuesta?

6-¿Dispone de un canal para la resolución de posibles conflictos que puedan darse entre las personas de la organización?

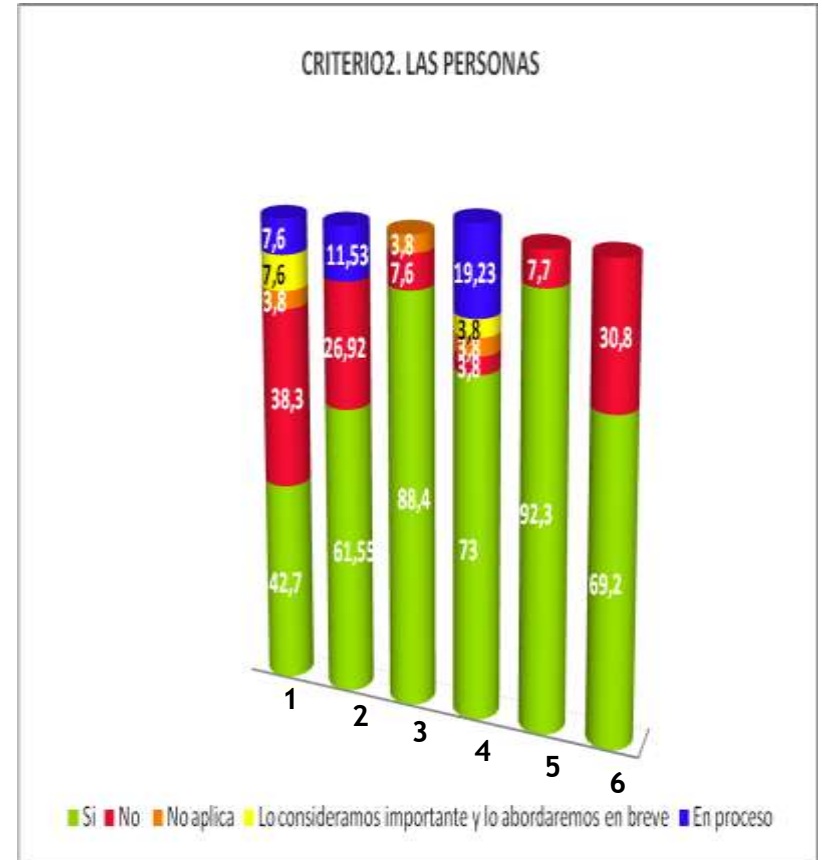


Gráfico 11

Nuevamente vinculamos los principios de las empresas de E.S a indicadores de medición de la RSE.

El primer principio de las empresas de Economía Social, posiblemente el más identitario de este sector empresarial, se formula como **“Primacía de la persona sobre el capital”**.

Los datos destacables de este criterio son que más del 60% dispone de mecanismos para garantizar la igualdad de oportunidades, el 88% desarrolla medidas de conciliación, el 73% vela por la seguridad de las personas de la empresa, el 92% evalúa y da respuesta a las necesidades de capacitación de las personas, este ítem concretamente nos conduce al principio **“Desarrollo del conocimiento y las competencias”** y más del 69% dispone de un canal para la resolución de conflictos.

Uno de los indicadores de RSE en el vector laboral es precisamente si los beneficios, en este caso las medidas de conciliación, se conceden a todas las personas de la empresa o en función de determinados aspectos como la temporalidad de la contratación, o la duración de la jornada laboral. Para conocer las prácticas en este sentido de las empresas, hemos

preguntado *-¿A quién van dirigidas las medidas de conciliación?*

A esta pregunta el 96% ha respondido que a todas las personas de la empresa, el resto responde que sólo al societario.

Las medidas de conciliación más aplicadas por las empresas de E.S. son las que aparecen en el cuadro siguiente.

Medidas de conciliación

- Teletrabajo
- Adaptación de horarios de entrada y salida a las circunstancias de cada persona
- Flexibilidad de horarios
- Preferencia en la movilidad geográfica por motivos de cuidado de menores y familiares de hasta segundo grado de consanguinidad o dependientes
- Fomento de la jornada intensiva
- Finalización de la jornada laboral semanal el viernes por la mañana
- Puestos compartidos
- Reducción de jornada
- Política documentada en la que se establece la limitación de reuniones a última horas de la jornada laboral y la duración máxima de éstas.
- Formación de las personas trabajadoras dentro de la jornada laboral

Dentro de este mismo criterio se encuentra el ítem “Desarrollo de personas”, formulado a través del ítem *¿Dispone la organización de medidas que favorezcan el desarrollo de las personas?*

Desarrollo de las personas

- Plan de evolución para cada persona trabajadora diferenciando tiempos de aprendizajes, aptitudes, evolución vital, y propuestas de asignación de puestos y funciones
- Celebración de jornadas anuales de formación
- Sistema de valoración de mandos SDP 180.
- Consultorías para la gestión del talento
- Plan de formación anual
- Formación continua
- Evaluación del desempeño

CRITERIO 3. CLIENTES

Este criterio aborda el enfoque estratégico de las organizaciones con respecto a la relación con sus clientes.

1-¿La organización dispone de medidas encaminadas a la satisfacción de las expectativas del cliente?

2-¿La organización facilita el diálogo con sus clientes con el objetivo de implicarlos en la mejora de sus productos y/o servicios?

3-¿Informa a sus clientes sobre los impactos positivos/negativos del producto/servicio?

4-¿Pone la organización al servicio del cliente un canal de quejas, reclamaciones y resolución de conflictos?

5-¿La organización tiene establecidos principios y prácticas de comunicación responsable?

6-¿La organización difunde entre sus clientes el concepto de responsabilidad social?

La satisfacción de las expectativas del cliente es prioritaria para el 92,3% de las empresas, seguida de la información sobre producto, 88%.



Gráfico 12

La resolución de conflicto importante para casi el 70%, la comunicación veraz y la difusión de la RSE para el 65% y el 70% respectivamente

Sobre las medidas que adoptan las empresas para informar de los impactos del producto a las/os clientes, estas son las más expresadas por las/os participantes en el estudio

CRITERIO 4: PROVEEDORES

Este apartado nos da información sobre la proyección de la RSE con respecto a Proveedores

Las cuestiones a las que han dado respuestas las organizaciones y empresas participantes en el estudio, son las siguientes, mostrándose en el gráfico de la derecha los resultados obtenidos de sus respuestas en términos porcentuales.

1-¿La organización tiene una declaración formal que demande a los proveedores un compromiso de gestión respetuosa con la sociedad y el medioambiente?

2-¿La organización evalúa a sus proveedores según criterios ambientales y sociales?

3-¿La organización colabora con sus proveedores en la mejora continua del producto/servicio?

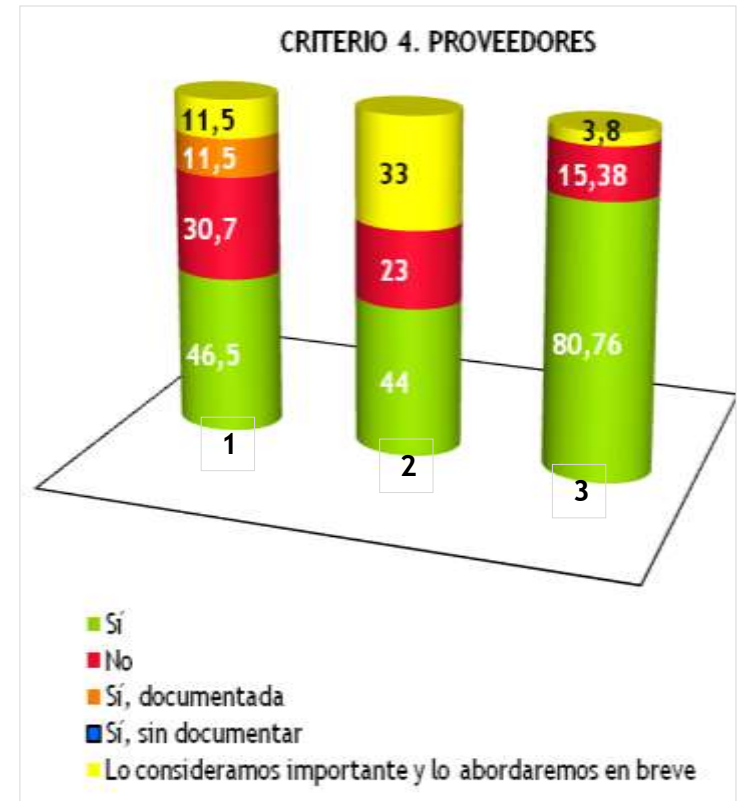


Grafico 13

El 58% de las empresas mantiene una declaración formal que demanda a las/os proveedoras/es un compromiso de gestión respetuosa con el medioambiente y la sociedad, sin embargo sólo el 11,5% lo ha documentado.

El 44% evalúa a sus proveedores según criterios medioambientales y sociales y más del 80% dialoga con sus proveedoras/es sobre la mejora del producto/servicio.

CRITERIO 5. SOCIEDAD

Este criterio valora en qué medida las organizaciones de Economía Social centran su atención en evaluar los impactos de su actividad sobre las comunidades en las que operan y en cómo gestionan posibles riesgos derivados.

En el criterio Sociedad vamos a detenernos en las respuestas “No aplica”, respuesta que significa que el/a empresaria/o entiende que el indicador no está relacionado con su actividad.

En este caso los indicadores que las/os empresarias/os entienden que no afecta ni puede verse afectado por la empresa son, con un 15,3% un 3,8% y un 7,69% de No aplica, medir y evaluar los impactos de la actividad, Derechos Humanos y lucha contra la corrupción respectivamente.

Por otra parte, volvemos a encontrarnos con la puesta en valor de un nuevo principio de E.S.; **“Responsabilidad y compromiso interno, y hacia la sociedad y el medioambiente”** que define el compromiso

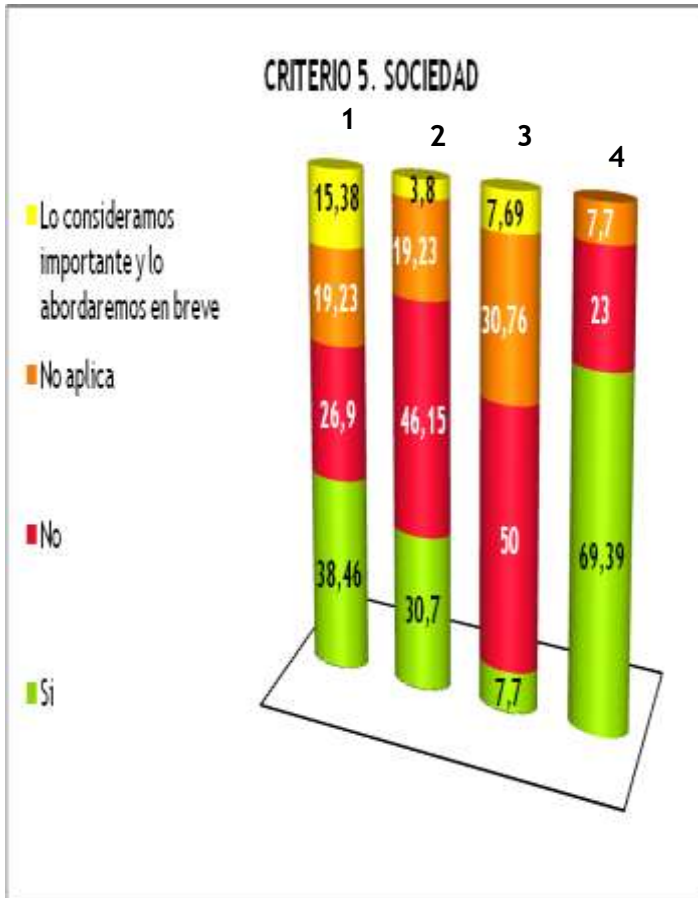


Grafico 14

1-¿Establece su organización criterios para medir y evaluar los impactos que su actividad provoca en su entorno social entendido tanto en su comunidad más cercana como en cualquier otro territorio en que opere la organización?

2-¿Tiene establecida una política de Derechos Humanos?

3-¿Ha establecido su organización una política pública de lucha contra la corrupción?

4-¿Realiza su organización acciones en favor del desarrollo de su entorno social?

Las organizaciones/empresas de Economía Social, como vertebradoras de los territorios en los que su ubican y operan mantienen un compromiso proactivo en la defensa de los Derechos Humanos (*en nuestro estudio esta preocupación está expresada por el 31% de las empresas de la muestra*), la preservación del medioambiente (*lo veremos en el siguiente criterio a analizar*) y el desarrollo sostenible de las comunidades, (*70% como puede verse en el gráfico*)

Hemos pedido a las empresas que en caso de que respondiesen afirmativamente a la pregunta - *¿Realiza su organización acciones a favor del desarrollo de su entorno social?*, expusieran las acciones que desarrollan, obteniendo las siguientes respuestas.

Compromiso con la comunidad

- Apoyo a las acciones de otros colectivos. Organizaciones como Pobreza Cero, o grupos ecologistas, por citar ejemplos mencionados en varias ocasiones por las empresas, son las más apoyadas por las empresas participantes.
- Patrocinio y mecenazgo cultural.
- Exposiciones, publicaciones, eventos deportivos, fiestas locales, etc.
- Difusión del modelo de Economía Social y sus principios y valores.

- Colaboración desinteresada con la Administración Local para la concienciación ciudadana. Medioambiente, salud y ahorro energético son las materias más tratadas.
- Desarrollo de programas de inserción laboral para colectivos en riesgo del entorno más inmediato.
- Desarrollo de programas de emprendimiento en Economía Social
- Contratación responsable. Por citar un ejemplo expuesto en varias ocasiones, muchas de nuestras empresas establecen acuerdos de colaboración con agentes sociales, Administración, tejido asociativo, ONG, para la contratación de mujeres víctimas de violencia de género. Otra práctica similar es privilegiar, de manera documentada, normalmente en los estatutos, la contratación de personas en riesgo de exclusión o la consolidación de puestos de trabajo.
- Y sobre todo la más citada: integración del principio de sostenibilidad en la gestión empresarial.

Relación con los grupos de interés.(G.I.)

Una empresa que mide y evalúa el impacto que provocan sus acciones y las comunica adecuadamente al entorno es una empresa fiable y competitiva que logrará la fidelización, no sólo de su mayor valor (las personas) sino de todo su entorno, proveedores, clientes, inversores, comunidad, etc.

Los ítems para la relación con los G.I. son:

1-¿Ha desarrollado su organización un mapa de grupos de interés?

2-¿Ha comenzado el diálogo con ellos?

3-¿Analiza el impacto económico de su actividad sobre sus grupos de interés?

Veamos en qué nivel se encuentran nuestras empresas en la gestión de sus G.I.

El 57,6% sí ha realizado un mapa de grupos de interés, de este porcentaje el 42,3% ha comenzado el diálogo con todos los grupos mientras que el 15,3% lo ha hecho sólo con algunos.

Sobre la medición de impactos, el 34,6% de la muestra afirma evaluar el impacto de su actividad sobre todos los G.I, el 15,3% sólo en lo que respecta a determinados grupos.

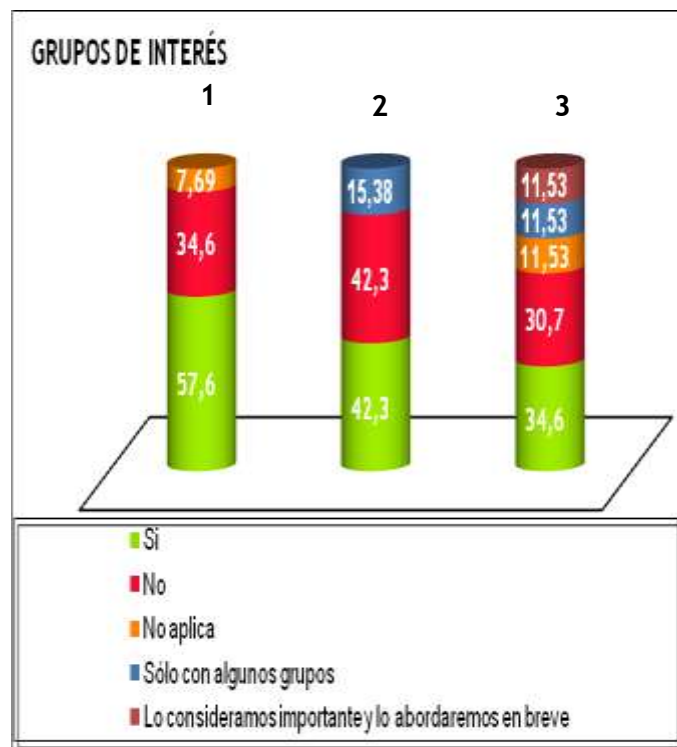


Gráfico 15

Dentro de este criterio pedimos a las empresas que señalaran cuáles consideran que son sus G.I., en el gráfico podemos ver las respuestas:

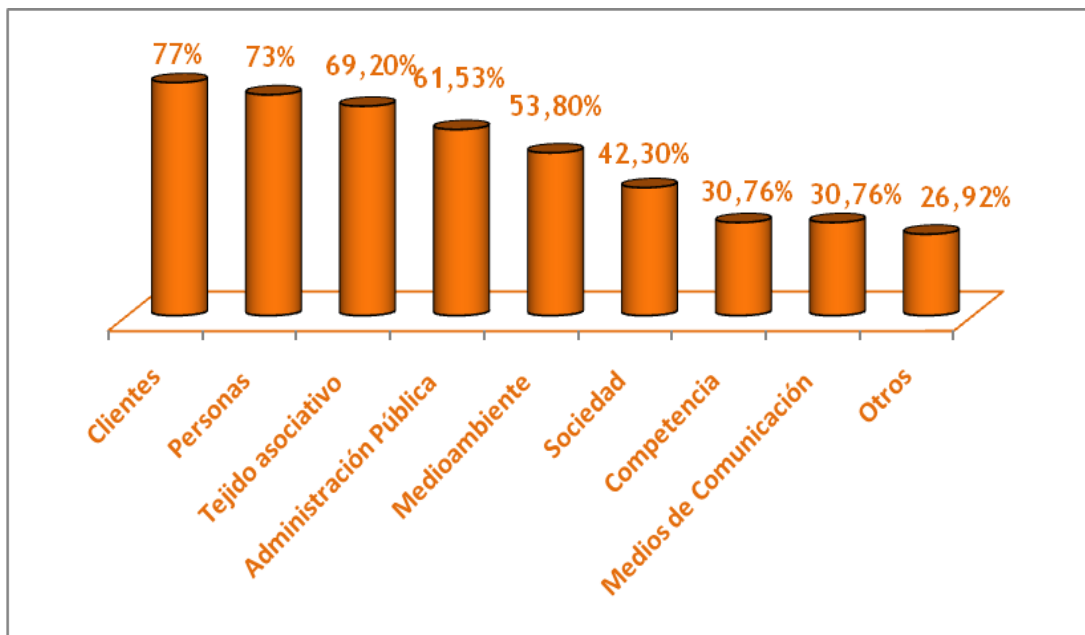


Grafico 16

Como vemos clientes, personas, sociedad, administración Pública y medioambiente han sido los más señalados por las empresas. Coincide con los resultados del estudio, la falta de sistemática en la aplicación de medidas de RSE sobre proveedoras/es, competencia y comunicación.

CRITERIO 6. MEDIOAMBIENTE

La dimensión ambiental se refiere al enfoque que desarrolla la organización con respecto a los impactos sobre su entorno natural, los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua.

1-¿Conoce la legislación ambiental que afecta a su actividad?

2-¿Dispone de indicadores que le permitan medir el impacto medioambiental de su actividad?

3-En caso afirmativo la medición ¿es aplicada a todos los servicios/productos?

4-¿Se plantea su organización/empresa objetivos medioambientales?

5-¿Dispone de una política documentada en materia de medioambiente?

6-¿Dispone de una sistemática para el control y seguimiento de residuos?

7-¿Cuenta su organización con una certificación en Medioambiente?

8-¿Ha recibido su organización sanción debido al incumplimiento de la normativa ambiental?

Como puede verse en el gráfico, el 77% de las empresas conoce la legislación vigente en materia medioambiental, el 61% no dispone de una política documentada, el 50% de indicadores de medición se aplican a todos los servicios y productos y al interno de la organización, mientras que el 11% sólo los aplica sólo si la/el clienta/e lo exige.

En cuanto a disponer de una sistemática para la gestión de residuos, el 50% afirma tenerla y el 50% no tenerla, éstos últimos, no obstante, reciclan los residuos propios de su actividad; la mayoría coinciden en señalar el agua, la energía, el papel, tintas y pilas, por este orden como los más reciclados.

En cuanto a sanción, ni una sola de las empresas que han participado ha expuesto haber sido sancionada.

Sobre si disponen de certificación medioambiental, solo el 30,8% de las empresas están certificadas y en todos los casos sin excepción según Normas UNE en ISO 14000, estándar de monitoreo certificable más frecuente en las empresas.

CRITERIO 6. MEDIOAMBIENTE

- Si
- No
- No aplica
- Lo consideramos importante y lo abordaremos en breve
- Sólo si la/el cliente/e lo exige
- Si a todos los servicio y al interno de la empresa
- Sí y se revisan periódicamente
- Sí y se comunica a todas las partes

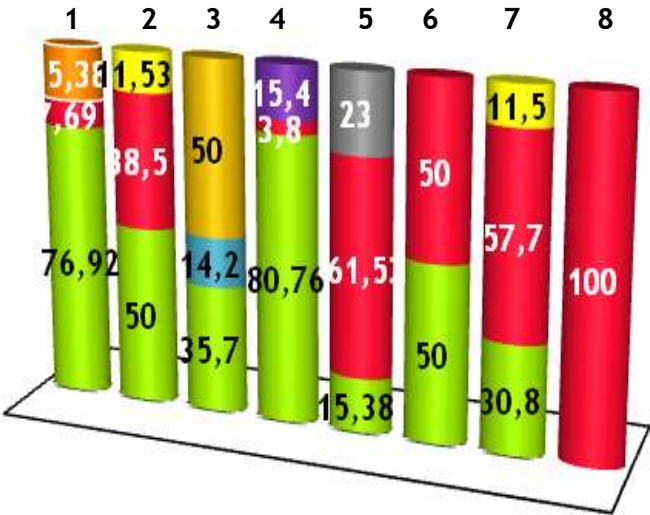


Grafico 17

CRITERIO 7.

COMPETENCIA/COOPERACIÓN/ALIANZAS

En este caso los indicadores reflejan el enfoque estratégico de la organización con respecto a otras empresas y organizaciones

1

El principio de Economía Social “**Desarrollo y fomento de la cooperación**” expone que la cultura de la cooperación y el establecimiento de sinergias es una constante en las organizaciones/empresas de ES.

En el gráfico vemos cómo efectivamente el 70% de las empresas desarrollan proyectos de cooperación como práctica habitual.

En cuanto al asociacionismo, el 54% de las empresas pertenecen no sólo a su sector de actividad, también a otras organizaciones de carácter social, lo que redonda en su compromiso con la comunidad.

1-¿Pertenece su organización a asociaciones sectoriales?

2-¿Desarrolla su organización programas/proyectos de cooperación empresarial?

3-¿Mantiene su organización de manera formal y documentada un compromiso de competencia leal con el mercado?

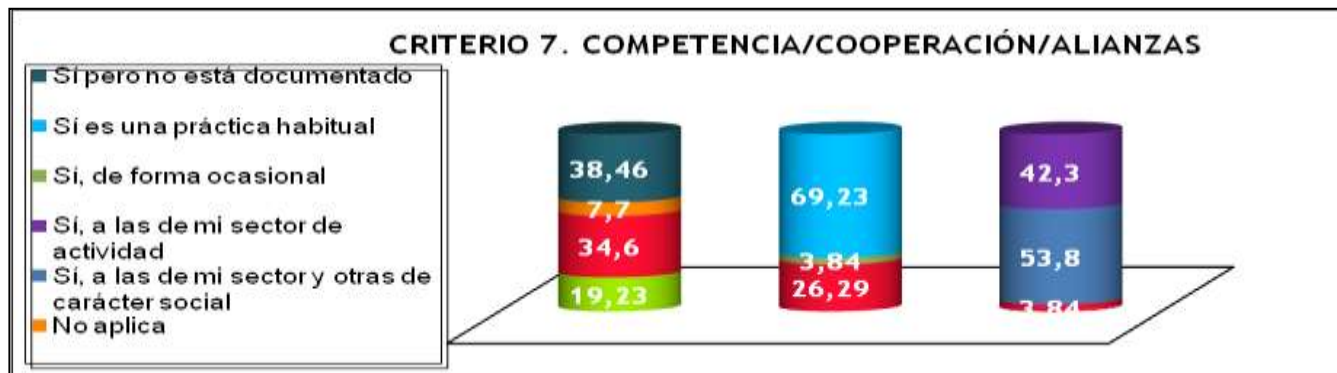


Grafico 18

CRITERIO 8- COMUNICACIÓN DE LA RSE

Este último criterio se refiere a si la organización comunica su RSE y en tal caso en qué formatos.

¿Comunica su organización las acciones de RSE?

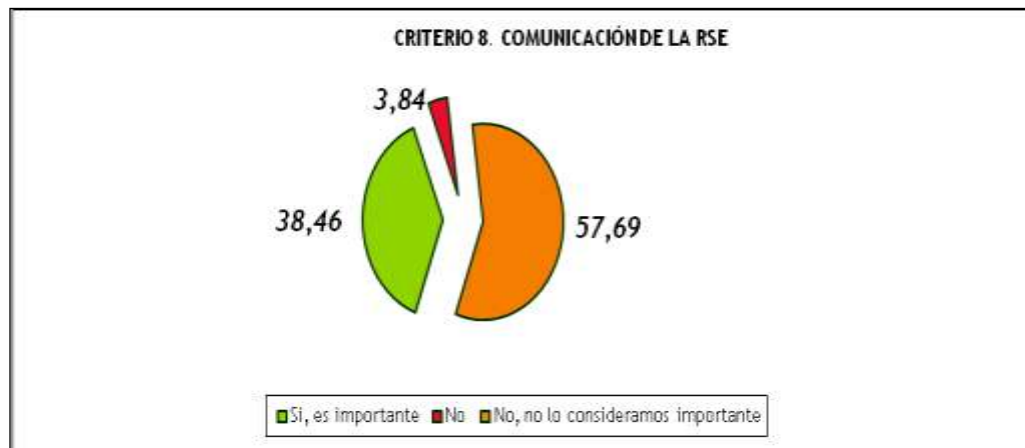


Gráfico 19

En el estudio que Cepes-A realizó en 2006, al que ya hemos aludido, la primera conclusión exponía lo siguiente.

La RSE “silenciosa”.

La RSE ha tenido y tiene una importante presencia en las entidades de Economía Social, no obstante, las acciones de RSE se han realizado desde la interiorización de un modelo de gestión, sin atribuirles el nombre de Responsabilidad Social, y sí como aceptación tácita y parte intrínseca de la fórmula jurídica de las empresas.

En aquel momento las empresas exponían que consideraban de dudosa ética utilizar un objetivo social para conseguir beneficios económicos y que el “hecho social” correspondía a la Administración Pública

En el gráfico podemos ver que la concepción de las/os empresarias/os ha cambiado, el 39% expone que es importante comunicar las buenas prácticas porque provocan un efecto multiplicador, sin embargo aún existe un 58% que no considera importante comunicar su compromiso con la gestión ética y sostenible.

En el caso de las empresas que sí comunican su RSE, estos son los canales de comunicación más utilizados.

Canales de comunicación de la RSE

- Información corporativa
- Medios de comunicación especializados
- Redes sociales
- Intranets de los portales corporativos, en muchos casos con sites para socias/os y trabajadoras/es
- Memorias de Sostenibilidad (Sólo el 11,5 %)
- Canales de comunicación internos como publicaciones, circulares, revistas internas

Otros aspectos analizados

Otro aspecto que hemos medido en los cuestionarios es la existencia de certificación.

En el gráfico vemos como la familia de las normas ISO sigue siendo el estándar de monitoreo más demandado por las empresas, aunque se puede apreciar un ligero avance de normas más desconocidas como OSHA 18001 o SGE21



Gráfico 20

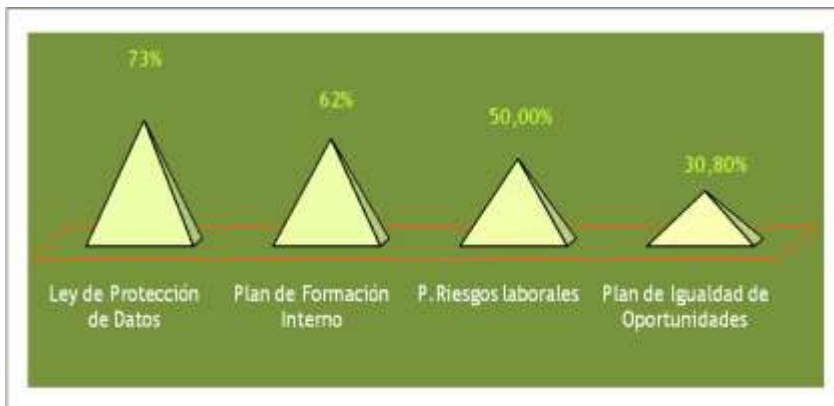


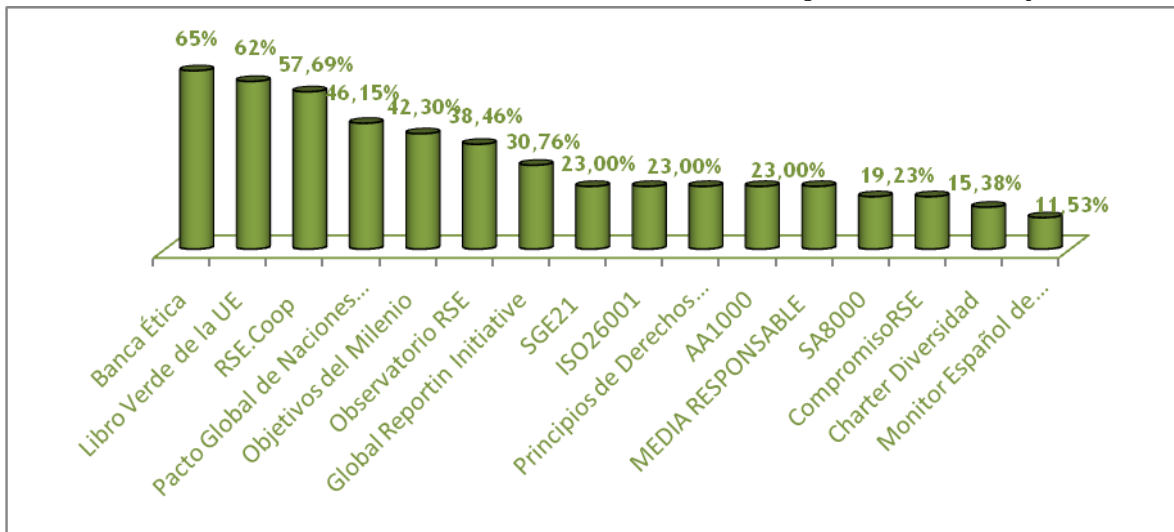
Gráfico 21

En cuanto a otras medidas implantadas por las empresas en el gráfico de la derecha, vemos que comienza a ser una práctica habitual en las empresas de Economía Social el fomento de la seguridad y privacidad, la formación, la seguridad y la igualdad de oportunidades.

Una vez analizados los criterios que nos permiten medir el grado de aplicación del modelo de gestión en las empresas, les preguntamos a cerca de otros aspectos que tienen como objetivo establecer el conocimiento de las/os empresarias/os sobre el marco instrumental de la RSE

Banca Ética, Libro Verde de la UE, el programa RSE.Coop, Pacto Global de las Naciones Unidas, Objetivos del Milenio y el observatorio de RSE son las iniciativas nacionales e internacionales más conocidas por las/os empresarias/os.

A partir de este punto, mucho menos conocidas por las empresas, se enuncian algunas de las herramientas más utilizadas, estándares, procedimientos y sistemáticas como la SGE21, la SA8000 o la ISO 26000.



Se hace patente que existe una importante aproximación hacia el marco conceptual de la RSE, un alto grado de integración en la gestión y sin embargo un gran desconocimiento de la sistemática que se debe aplicar.

Grafico 22

7.- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Primero las personas

Tal y como expone el Libro Blanco de la RSE en España en su constatación 19⁴, la primera conclusión que se nos evidencia en este estudio es la verificación de los vínculos que existen entre los principios de las

⁴ En julio de 2006 se publicó el Libro Blanco de la Responsabilidad Social Empresarial en España, resultado de la Subcomisión Parlamentaria creada a este efecto a finales de 2004. El Libro Blanco, que contiene el resultado de la comparecencia de más de 60 expertas/os, recoge series de constataciones, directrices generales y recomendaciones. Es interesante detenerse en las constataciones y recomendaciones dirigidas al sector de la Economía Social.

Constatación 19

....la importancia de reconocer vínculos sustantivos entre la economía social y la RSE. En este sentido, antes de que apareciera el concepto de RSE en España, se han ido dando iniciativas que han buscado un desarrollo empresarial con objetivos sociales amplios.

Recomendación 52

Cooperativas, sociedades anónimas laborales y demás empresas de la economía social, tienen un vínculo sustantivo con la RSE [...] por ello recomendamos que estas empresas configuren su reputación social como una seña distintiva de su estrategia empresarial y sirvan de ejemplo al conjunto de los sectores económicos en los que operen, para el fomento y extensión de la RSE.

empresas de Economía Social y los indicadores de desempeño de la RSE y, no menos importante, la conciencia que empresarias/os de E.S. manifiestan tener sobre esta vinculación.

En el desarrollo de este estudio y en el análisis de la información aportada por las empresas comprobamos cómo la dimensión “personas” constituye el marco axiológico de las empresas de Economía Social; las acciones que en materia de responsabilidad social desarrollan las empresas de este sector redundan siempre, y tienen como objetivo, a las personas, tanto en su dimensión interna como en su compromiso con la comunidad y el entorno.

Un dato que podemos extraer y que constituye un indicador específico de la RSE, es el alcance de las medidas que se adoptan; de esta forma, tan importante es que las empresas desarrollen medidas de RSE como que éstas alcancen al total de las personas de la empresa; este es el caso de las empresas de E.S en Andalucía.

A modo de ejemplo exponemos los principios de Economía social y a continuación las respuestas expresadas por las empresas.

Primacía de las personas sobre el capital

“El 88% de las empresas desarrolla medidas de conciliación dirigidas a todas las personas de la empresa, el 73% desarrollan medidas para garantizar la seguridad y la salud de las personas de la empresa”.”

Desarrollo del conocimiento y las competencias

“Más del 92% de las empresas evalúa y da respuesta a las necesidades de capacitación de las personas.”

Capacidad de autogestión, democracia interna e independencia con respecto a los poderes públicos

“El 81% favorece la participación de todas las personas de la organización en la toma de decisiones.”

Desarrollo y fomento de la cooperación

“El 70% de las empresas desarrollan proyectos de cooperación como práctica habitual.”

Responsabilidad y compromiso interno, y hacia la sociedad y el medioambiente

“Más del 61% informa a sus clientes sobre los impactos del producto o servicio”

“El 70% de las empresas desarrolla acciones en beneficio de su comunidad”

Promoción de la igualdad

“El 96% de las empresas ofrece medidas de conciliación y otros beneficios sociales a todas las personas trabajadoras”

“El 60% dispone de mecanismos para garantizar la igualdad de oportunidades”

Aplicación de resultados orientados al desarrollo sostenible, a las personas que conforman las organizaciones y a sus entornos inmediatos

Una de las medidas más expuestas por las empresas ha sido la creación de empleo y la consolidación de puestos de trabajo

Avances en la dimensión social

Con respecto a los resultados de otros estudios anteriores realizados en Andalucía sobre la RSE y las empresas de Economía Social con los que hemos comparado la información obtenida, se observa un avance en cuanto a la integración de medidas de responsabilidad social, aunque no siempre estas medidas se encuentran documentadas.

La mayoría de preguntas que atienden a compromisos, es decir que valoran un comportamiento, son afirmativas, sin embargo, cuando se pregunta si el compromiso está documentado, la mayoría de las respuestas son “no” o “lo abordaremos en breve”.

Es importante documentar las políticas ya que esto aporta a las empresas la coherencia necesaria para proyectar sus acciones a los grupos de interés y consolidar las medidas que adopta al mismo tiempo que otorga credibilidad y rigurosidad a sus actuaciones.

Sin embargo, aunque aún no hay una mayoría de empresas que documentan sus políticas de gestión responsable, sí se observa un avance en este sentido. Más del 53% de las empresas cuentan ya con códigos de conducta en los que expresan su política de

responsabilidad social, además de comunicarlo a sus grupos de interés y de crear comités para su cumplimiento.

Otro avance significativo lo encontramos al analizar el Criterio ***Personas***; vemos cómo cada vez son más las empresas que desarrollan planes de formación interno, programas para la gestión del talento o evaluación del desempeño, propiciando la promoción de todas las personas de la organización.

En cuanto al compromiso social, cada vez son más y de más variado espectro las acciones que las empresas desarrollan en beneficio de su comunidad, en este estudio comprobamos cómo del patrocinio y la acción social hemos encaminado nuestras prácticas a actuaciones más sólidas y duraderas, como la inclusión de la RSE en el objeto social, privilegiar la contratación de personas especialmente vulnerables, colaborar con la administración en la preservación del entorno medioambiental y la salud, iniciar el diálogo con los grupos de interés o implantar medidas encaminadas al bienestar de las personas de la organización y de sus familias.

Falta de sistemática

La falta de sistemática en la aplicación de medidas de RSE se hace especialmente relevante en los criterios proveedoras/es, competencia y comunicación de la RSE. Según sus propias prioridades, las/os empresarias/os establecen su compromiso por este orden; dimensión social, dimensión económica y dimensión medioambiental.

Con respecto a la dimensión medioambiental, existe un alto grado de compromiso aunque se desconocen sistemáticas que permitan establecer objetivos en este sentido. La certificación medioambiental sigue sin ser mayoritaria entre nuestras empresas

La comunicación de la RSE, aún es incipiente, casi el 60% no considera importante comunicar su compromiso con la gestión ética y sostenible; sólo el 25% de las empresas elaboran Memorias de Sostenibilidad o informes de algún indicador concreto como puede ser el control de las emisiones de CO₂.

Conocimiento de iniciativas y estándares.

A lo largo del estudio, tanto en la administración del cuestionario como en las entrevistas en profundidad, hemos constatado una

circunstancia; nos encontramos con empresas que muestran un profundo conocimiento de la RSE, lo que redundará en sus actuaciones en este sentido, y con otras que poseen un escaso conocimiento, hecho que también se refleja en el grado de implantación.

Cuanto mayor es el conocimiento de la RSE mayor concienciación de las empresas y por lo tanto mayor proyección en la gestión empresarial.

Si continuamos esta línea de análisis quizás podamos llegar a la clarificación de una de las críticas recurrentes hacia la RSE; la dificultad de visualizar de forma inmediata el retorno de la inversión.

Se hace patente que existe una importante aproximación hacia el marco conceptual de la RSE, un alto grado de integración en la gestión y sin embargo un gran desconocimiento de la sistemática que se debe aplicar.

De forma discreta aún pero rigurosa, las empresas están integrando la RSE en su estrategia; en Andalucía contamos con un empresariado cada vez más sensibilizado sobre la necesidad de concebir un nuevo modelo de desarrollo económico y social y cada vez más comprometido con la Sostenibilidad Global.

8.- RECOMENDACIONES

Procedimientos tutorizados

Consideramos que es necesario continuar impulsando la adopción de medidas de gestión responsable entre las empresas. El desconocimiento de las sistemáticas por parte de las empresas aconseja que las medidas se orienten hacia la tutorización de los procesos, no tanto en el sentido de la formación como en el de establecer procedimientos más cercanos al/a empresario/a y más adaptados a las características y al momento de la empresa.

Visualización de buenas prácticas

Una línea fundamental sobre la que avanzar es la visualización de buenas prácticas. Existe una percepción entre las/os empresarias/os sobre el coste de la responsabilidad social y la complejidad de las acciones que implica, lo que a menudo les hace desistir de plantearlas en sus organizaciones; mostrar que esto no tiene por qué ser así animaría a otras empresas a abordar acciones en beneficio de las personas y de sus entornos.

Potenciar el diálogo con los grupos de interés.

Uno de los elementos claves en el marco de la RSE es la relación y el compromiso que las empresas adoptan hacia sus grupos de interés (G.I.). Un conocimiento exhaustivo de los G.I., permite crear mecanismos de diálogo para que sus demandas y necesidades sean tenidas en cuenta en el desarrollo estratégico y operacional de la empresa. Para que la Responsabilidad Social contribuya a los objetivos empresariales, es fundamental elaborar procedimientos de comunicación fluida y entendimiento mutuo entre la organización y los agentes con los que ésta se relaciona.

Fomentar la Comunicación de la RSE

La rendición de cuentas es aún deficitaria en las empresas de E.S., a veces porque las empresas no asocian creación de valor con RSE, a menudo por un sentimiento de pudor. Para que nuestras empresas se constituyan en referentes de la gestión ética y sostenible es necesario que comuniquen las acciones que en este sentido realizan.

9.- GLOSARIO DE TÉRMINOS

En el glosario de términos hemos incluido los estándares e iniciativas sobre las que hemos preguntado a las/os participantes en el estudio.

AA1000: Estándar emitido en noviembre de 1999 por el "Institute for Social and Ethical Accountability" bajo el nombre de AccountAbility. Este estándar para procesos, que abarca el modo en que se realizan los reportes sobre la gestión social de una empresa, incluye una serie de principios básicos que apuntan a fomentar un alto nivel de transparencia e imparcialidad y promueven un marco de confianza dentro del cual se podrán tomar los primeros pasos para dialogar con los Grupos de Interés

BANCA ÉTICA: Se trata de una forma de hacer banca sujeta a criterios económicos y técnicos, pero además sociales pues el accionariado y depositantes de la banca ética esperan contar con más información que beneficios sobre el uso de su dinero, contrariamente al accionariado y depositantes de cualquier banco convencional o tradicional.

CHARTER DE LA DIVERSIDAD: El Charter de Diversidad es una carta/ código de compromiso que firman con carácter voluntario las empresas e instituciones de un mismo país, independientemente de su tamaño, para fomentar su compromiso hacia:

-principios fundamentales de igualdad

-comportamiento de respeto al derecho de la inclusión de todas las personas independientemente de sus perfiles diversos, en el entorno laboral y en la sociedad.

-reconocimiento de los beneficios que brinda la inclusión de la diversidad cultural, demográfica y social en su organización

-implementación de políticas concretas para favorecer un entorno laboral libre de prejuicios en materia de empleo, formación y promoción

-fomento de programas de no-discriminación hacia grupos desfavorecidos

CIUDADANÍA CORPORATIVA: la gestión de todas las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida a nivel local, nacional y mundial.

COMPROMISORSE.: Editado por Custommedia, periódico digital que contiene toda la actualidad nacional e internacional sobre responsabilidad social y sostenibilidad.

CÓDIGO DE CONDUCTA: Declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.

DERECHOS HUMANOS: Los derechos humanos se basan en el reconocimiento de que la dignidad intrínseca y la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo. Estos derechos se definen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. A nivel europeo, el artículo 6 del Tratado de la Unión Europea establece que la Unión Europea “se basa en los principios de libertad, democracia, respecto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales y el estado de derecho, principios que son comunes a los Estados miembros”. Además, el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos

Humanos, adoptado por el Consejo de Europa, es jurídicamente vinculante en todos los Estados miembros. Por último, la Carta Europea de los Derechos Fundamentales que se adoptó en Niza en diciembre de 2000 es el instrumento en el que se basan las instituciones europeas y los Estados miembros en materia de respeto de los derechos humanos, cuando actúan en virtud de la legislación comunitaria.

DESARROLLO SOSTENIBLE: Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

DIVERSIDAD: Se refiere a las diferencias entre los grupos de personas –edad, género, antecedentes étnicos, raza, creencia religiosa, orientación sexual, discapacidad física / mental, etc.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL: Análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el medio ambiente.

GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE): Acuerdo internacional que tiene por finalidad establecer una estructura de trabajo ampliamente aceptada para la elaboración de memorias de sostenibilidad en las que se recojan los tres aspectos siguientes: ambiental,

económico y social. Se ocupa también de la definición y difusión de la guía para la elaboración de las citadas memorias, que se aplica de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar de los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

GRUPOS DE INTERÉS. Este término engloba a todas aquellas terceras partes o grupos de interés, ya sean personas físicas, jurídicas o colectivos que se ven afectados de forma directa o indirecta por las actividades de una empresa, sus productos o servicios (clientes, accionistas, empleados, proveedores, sociedad, entre otros).

ISO26000: La Guía ISO 26000 es un instrumento de carácter voluntario que establece estándares internacionales en todos los aspectos relativos a la responsabilidad social empresarial, como medio ambiente, derechos humanos, prácticas laborales, gobierno organizacional, prácticas de negocios justas, entre otras. En su elaboración interviene un amplio espectro de actores relacionados, con el fin de hacerla realmente representativa.

MEDIARESPONSABLE: La editorial Media Responsable nació en 2005, con la aparición de la primera edición del Anuario Empresa Responsable y

Sostenible.

Desde sus inicios, su doble objetivo y/o responsabilidad ha sido:

- La responsabilidad de informar de la manera más objetiva, amplia y contrastada sobre todos aquellos asuntos que interesen o que puedan interesar al mundo empresarial en su relación con la sociedad a través de diversos canales de comunicación.
- La responsabilidad de aplicarse la RSE a su propia organización como empresa informativa y stakeholder clave que es. Por ejemplo y entre otras formas, imprimiendo sus publicaciones en papel ecológico 100% reciclado, realizando contratos responsables a sus colaboradores o haciendo accesible a personas con discapacidad su portal www.corresponsables.com

En 2006, nacen la revista Corresponsables y los dossieres Corresponsables temáticos y/o monográficos, ahora integrados en la propia publicación.

MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD: Instrumento eficaz para la toma de decisiones y como herramienta fundamental para la comunicación de la triple cuenta de resultados de una organización, es decir, la que une la dimensión económica, la dimensión ambiental y la dimensión social. Informe de carácter público que las compañías ofrecen a sus partes interesadas, tanto internas como externas, sobre su posición corporativa y de sus actividades en las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, ambiental y social. Es decir, se trata del informe en el que se intenta plasmar la contribución de la empresa al desarrollo sostenible. Son similares a los informes financieros que las empresas elaboran anualmente pero pretenden ofrecer una visión de su triple línea de resultados

MERCO: El monitor de reputación corporativa establece un Ranking con las organizaciones y los líderes empresariales con mejor reputación corporativa, y evalúa a empresas y directivos en cada sector de actividad. El MERCO es el único monitor de estas características en nuestro país, semejante al que vienen realizando desde hace décadas Fortune o Management Today en el extranjero.

La Reputación Corporativa es el reconocimiento que los grupos de interés de una compañía hacen de su comportamiento corporativo en función del grado de cumplimiento de sus compromisos con sus clientes,

empleados, accionistas si los hubiere y con la comunidad en general.

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO: Ocho objetivos aprobados por 191 países miembros de las Naciones Unidas para ser cumplidos en 2015: objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre; objetivo 2: alcanzar la enseñanza primaria universal; objetivo 3: promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer; objetivo 4: reducir la mortalidad infantil; objetivo 5: mejorar la salud materna; objetivo 6: combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades; objetivo 7: garantizar la sostenibilidad del ambiente; objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

OHSAS 18001: Es una especificación que establece los requisitos de un Sistema de Gestión de la SST que permite a una organización controlar sus riesgos ocupacionales y mejorar su desempeño en esa área. Es compatible con otros sistemas de gestión (calidad y medioambiente), aplicable a todas las empresas. Es la primera “norma” mundial para la certificación de Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

(ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTÁNDARES__ (ISO): Organización internacional formada por una red de institutos nacionales de estándares de 146 países que trabajan en conjunto con organizaciones. Gobiernos y representantes de empresas y consumidores, para crear estándares internacionales como el ISO 9000, 14000 y 26000.

PACTO MUNDIAL (GLOBAL COMPACT): directrices de las Naciones Unidas para que las actividades de las empresas respeten los derechos humanos, hagan efectivo un desarrollo sostenible y se adhieran a las normas universales, tanto ambientales como sociales.

RSE.COOP: En 2004 y por parte de la Confederación de Cooperativas de Cataluña, junto con el Instituto para la Promoción y la Formación de Cooperativas (IPFC) de la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Barcelona, el Instituto Catalán de la Dona (ICD) de la Generalitat de Cataluña, la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES) y las seis Federaciones de Cooperativas de Cataluña, la iniciativa RSE.COOP.

El programa plantea diversas reflexiones:

_ La existencia de paralelismos evidentes entre la filosofía que promueve la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) y la identidad cooperativa.

_ Responsabilidad Social de las Empresas, entendida como la integración voluntaria por parte de las organizaciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus personas interlocutoras.

_ Valores del modelo cooperativo, autoayuda, autoresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad.

_ La necesidad de crear un instrumento específico y común que permita medir la responsabilidad social de las empresas, en este caso de la economía cooperativa.

Este programa se ha convertido en una iniciativa pionera en tanto que ha definido un marco común de referencia en el ámbito de la responsabilidad social específico para el sector de la Economía Social no sólo en España, dado que la vocación del Programa se extiende a todos los territorios en los que esté presente la Economía social, es decir al mundo.

SGE21: Norma auditable y certificable que permite establecer un **Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable** en las organizaciones. Puede aplicarse tanto a la organización en general como a determinadas unidades de negocio, siempre que se pueda evidenciar el cumplimiento de todos los aspectos recogidos en el punto seis del presente documento. El **Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable** debe ser contemplado como una parte del sistema de gestión de la organización y por tanto, compatible e integrable con los **sistemas de gestión de la calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales, o innovación**, entre otros. La norma ha sido elaborada por Forética.

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL: Parte del sistema de gestión de la empresa que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desenvolver, implantar, llevar a cabo, revisar y mantener al día la política ambiental.

10.- FUENTES DOCUMENTALES

🌐 La RSE en las empresas de Economía Social. Cepes-a. 2006

🌐 RSE en las empresas de economía social. Cepes.a. Cajazol. 2007

🌐 La economía social. Unas notas sobre la participación en la empresa y el mercado. Colección Mediterráneo Económico Nº6. Juan del Pino Artacho

🌐 Economía Social y Responsabilidad Social: un análisis de la práctica. Ponencia de las jornadas ECOCRI 2008, XI Jornadas de Economía Crítica. Millán Díaz Fonca y Carmen Marcuello Servós.

🌐 Accountability, United Nations Environment Programme, Stakeholders Research

🌐 Forética Gestión Ética; SGE 21 que incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés.

🌐 Pacto Global de Naciones Unidas y Indicadores de progreso de los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

🌐 SA8000: Estándar de monitoreo y verificación voluntario para fijar las condiciones laborales

🌐 Familia de la ISO 9000 “gerencia de la calidad”.

🌐 Familia de la ISO 14000 “gerencia ambiental”.

🌐 Cuestionario de concienciación de la Comisión Europea. Dirección General de Empresa para

🌐 Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. G3 GRI. Para descarga: <http://www.globalreporting.org/home/languagebar/spanishpage.htm>

🌐 Niveles de aplicación del GRI (C, B, A).

🌐 Protocolos de los indicadores: Economía, Medioambiente, Derechos Humanos, Prácticas Laborales y Trabajo Digno, Responsabilidad sobre productos, Sociedad.

🌐 Programa RSE. Coop. Cepes

11.- FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo:

Empresas y organizaciones de Economía Social

Ámbito geográfico:

Comunidad Autónoma de Andalucía

Participación:

186 empresas/organizaciones

Género:

Mujeres y hombres

Distribución de la muestra:

La muestra está distribuida según fórmula jurídica, tamaño, provincia y sector de actividad.

Recogida de información

1- A través de un cuestionario administrado. El cuestionario recoge ocho criterios de desempeño que abarca todo el espectro de la Responsabilidad social empresarial, seguido de ítems que miden el grado de conocimiento de iniciativas y estándares desarrollados a nivel internacional para la práctica responsable.

2- Mediante entrevistas en profundidad que han tenido como objetivo detectar y visualizar las buenas prácticas de las empresas del sector de la Economía Social andaluza.

Fecha de recogida de información:

Junio de 2011-Febrero 2012

Estudio realizado por:



<http://www.escueladeeconomiasocial.es/>

<http://www.esresponsableysostenible.org/>