



**Diagnóstico de las prácticas
de responsabilidad social
empresarial en la
Comunitat Valenciana**



**GENERALITAT
VALENCIANA**

CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE,
SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL

Estudis Econòmics

Diagnòstico de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la Comunitat Valenciana



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE,
SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL

Estudis Econòmics: 2

Diagnòstico de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la Comunitat Valenciana

**Estudio dirigido por
ANTONIA SAJARDO MORENO**



**GENERALITAT
VALENCIANA**

**CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE,
SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL**



**GENERALITAT
VALENCIANA**

**CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE,
SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL**

© Generalitat

© dels textos: Antonia Sajardo Moreno

Edita: Generalitat

Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors
Productius, Comerç i Treball

C/ Castán Tobeñas, 77 46018 València

Disseny de la coberta: Subdirecció General del Gabinet Tècnic

1a edició: juliol de 2016

Nota de l'editor: l'editorial no s'identifica necessàriament amb els continguts de l'obra.

PRÓLOGO

El Gobierno Valenciano ha asumido el compromiso de avanzar hacia un nuevo modelo de desarrollo económico sostenible, basado en el conocimiento, la investigación y la innovación, y articulado sobre la base de la sostenibilidad, tanto en la esfera social como en la económica y medioambiental, y que genere ocupación estable y de calidad, en coherencia con las líneas de actuación recogidas en l'Acord del Botànic.

En base a ello, la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, a través de la Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo, ha iniciado una serie de estudios, bajo la denominación genérica de ESTUDIS ECONÒMICS, con objeto de difundir algunos de los principales aspectos que ulteriormente se recogerán en el nuevo modelo económico de la Comunitat Valenciana, lo que explica que se le preste especial atención a la cultura y práctica de la economía social, sostenible y del bien común, capaces conjuntamente de alumbrar el pretendido modelo económico con rostro humano. A su vez, se le concede, asimismo, un valor singular a los activos intangibles, por erigirse estos en factores explicativos y dinamizadores de la productividad en las empresas e instituciones, de la misma forma que resultan acreedores de un espacio propio en la investigación conceptual y empírica que propicia una mayor y mejor comprensión del papel, dinámica e impacto de las corporaciones en la creación de valor económico, social, sostenible y ambiental.

El número 2 de esta serie recoge el estudio “*Diagnóstico de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Comunitat Valenciana*”, elaborado por el Instituto Universitario de Políticas en Bienestar Social (Polibienestar) de la Universitat de València, bajo la dirección de la profesora Antonia Sajardo Moreno, y aporta información sobre la realidad de las prácticas de RSE del tejido productivo de la Comunitat Valenciana, con objeto de establecer un marco de base para la elaboración de estrategias públicas de fomento y desarrollo de la RSE en las pymes valencianas, así como de consolidación y diversificación en el ámbito de las grandes empresas.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	8
La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto global: luminaria entre la paradoja y la ambivalencia ⁹	
Notas sobre el método de investigación.....	23
2. LAS PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA EN EL ÁMBITO LABORAL.....	26
2.1. Trabajador y empresa, binomio de sinergias.....	27
2.2. La igualdad de género en el ámbito de la empresa.....	28
2.3. Vida familiar- vida laboral: sobre la conciliación en la empresa.....	31
2.4. La Economía Social en el marco de la igualdad de género y de la conciliación de la vida familiar y laboral.....	35
2.5. Inserción laboral de colectivos desfavorecidos.....	39
2.6. Los Planes de Igualdad en las empresas de la Comunitat Valenciana: análisis de resultados.....	41
2.7. Conciliación de la vida laboral y familiar en las empresas de la Comunitat Valenciana: evidencia empírica.....	51
2.8. Los programas de formación continua en las empresas de la Comunitat Valenciana: estudio de los resultados de campo.....	54
2.9. La inserción sociolaboral de colectivos desfavorecidos en las empresas de la Comunitat Valenciana: principales resultados.....	59
3. LAS PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON SU ENTORNO SOCIAL.....	64
3.1. La filantropía social en el marco de la RSE.....	65
3.2. Las prácticas de filantropía en las empresas de la Comunitat Valenciana: análisis de resultados generales.....	69
3.3. Las aportaciones en especie.....	71
3.4. Las donaciones financieras.....	74
3.5. Las actividades de patrocinio.....	78
3.6. El voluntariado corporativo: como parte del compromiso relacional de la empresa socialmente responsable.....	83
3.7. El voluntariado corporativo en la Comunitat Valenciana.....	89
3.7.1. Sensibilidad empresarial respecto al voluntariado corporativo.....	89
3.7.2. Extensión del voluntariado corporativo entre las empresas de la Comunitat Valenciana.....	91

4.	EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON EL MEDIOAMBIENTE.....	95
4.1.	Sobre la empresa responsable con el medioambiente.....	97
4.2.	Empresa y medioambiente en el contexto internacional.....	100
4.3.	La empresa en el contexto de la sostenibilidad.....	102
4.4.	Prácticas medioambientales internas en las empresas de la Comunitat Valenciana: la ecología organizacional interna.....	106
4.5.	Prácticas medioambientales externas en las empresas de la Comunitat Valenciana.....	109
4.5.1.	Reciclado de residuos.....	109
4.5.2.	Control de emisiones atmosféricas o vertidos.....	111
4.5.3.	Uso de energía limpia o renovable.....	112
4.5.4.	Reutilización de materiales (envases, embalajes etc.).....	113
4.5.5.	Certificaciones mediambientales.....	117
4.5.6.	Cumplimiento de protocolos internacionales.....	119
5.	LAS PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA.....	122
5.1.	Sobre el Gobierno Corporativo en el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial.....	125
5.2.	El Buen Gobierno en las empresas de la Comunitat Valenciana: análisis de resultados.....	130
6.	EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON SUS GRUPOS DE INTERÉS.....	137
6.1.	Los grupos de interés en el contexto empresarial.....	138
6.2.	La importancia del consumidor y del consumo responsable.....	142
6.3.	El reto de la inversión socialmente responsable.....	147
6.4.	El control sobre la cadena de proveedores-suministradores en las empresas de la Comunitat valenciana: análisis de resultados.....	150
6.5.	La Inversión Socialmente Responsable en la Comunitat Valenciana: principales resultados.....	153
6.6.	Las medidas de información al consumidor en las empresas valencianas: datos empíricos.....	159
7.	LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNITAT VALENCIANA.....	163
7.1.	Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial.....	164
7.2.	La realización de Informes Sociales.....	170
7.3.	La elaboración de Memorias de Sostenibilidad.....	173
7.4.	Seguimiento de criterios Internacionales de Responsabilidad Social Empresarial.....	176

8. CONCLUSIONES.....	180
Prácticas responsables de las empresas de la Comunitat Valenciana en el ámbito laboral.....	181
Prácticas responsables de las empresas de la Comunitat Valenciana con su entorno social.....	185
Prácticas responsables de las empresas de la Comunitat Valenciana con el medioambiente.....	190
Buen gobierno en las empresas de la Comunitat Valenciana.....	193
Prácticas responsables de las empresas de la Comunitat Valenciana con sus grupos de interés.....	194
Comunicación de las prácticas de RSE de las empresas de la Comunitat Valenciana.	197
9. EPÍLOGO.....	199

1. INTRODUCCIÓN

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UN CONTEXTO GLOBAL: LUMINARIA ENTRE LA PARADOJA Y LA AMBIVALENCIA

La concepción teórica tradicional de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE en adelante) se halla en el ámbito del análisis de las relaciones empresa y sociedad en los años setenta¹. El papel de la empresa como una institución económica y social, que no solo debe procurar beneficios, sino que a la par debe insertar sus actividades en el marco del bien común, alcanzó su máxima influencia en los debates públicos desde los años noventa. Los progresivos desajustes evidenciados entre los intereses privados de las empresas y el bien común, debían pasar por una revisión normativa de los propios valores de la economía, que condujese a la consideración global de las responsabilidades de las empresas, y a la inclusión en su actividad de muchos de los valores de las instituciones públicas. En este contexto se inserta el concepto de RSE cuyo objetivo es que las empresas sean *buenas* instituciones y se comporten de manera equilibrada y beneficiosa con la sociedad en su conjunto².

Las economías y sociedades de este ya instalado siglo XXI se hallan inmersas en un proceso de integración político-social, económico, técnico y cultural sin precedentes, que está redefiniendo el alcance y los límites de los actores implicados. Un marco globalizado y en permanente cambio tecnológico, que evidencia importantes desequilibrios endémicos³, y que torna ineludible una respuesta armónica y coordinada por parte de aquellos. Paralelamente se ha venido edificando una incremental sensibilidad política y ciudadana sobre la necesidad de abrazar un modelo de empresa que actúe preservando ecosistemas sociales y ambientales.

Resulta constatado que en la actualidad la humanidad entera ha avanzado en términos económicos y sociales, dándose un récord de personas empleadas a nivel mundial, habiéndose replegado la pobreza en la mayor parte de los países en desarrollo, avanzando en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio⁴. Asimismo los indicadores de desarrollo humano (salud, educación, rentas) han mejorado mucho en los últimos años, registrándose en la mayoría de los países un avance claro en el bienestar y en la calidad y condiciones de vida⁵. Las razones aducidas al respecto se fundamentan en la extensión a nivel internacional de los modelos propiciadores del

¹Perdiguero, T.G. (2003): *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Ed. Anagrama, Barcelona.

² Epstein, E. (2007): "The Good Company: Rethoric or Reality? Corporate Social Responsibility and Business Ethics Redux", *American Business Law Journal*, vol.44.207-222.

³ El informe del Foro Económico Mundial sobre riesgos globales del 2015 si bien evidencia el aumento de los riesgos geopolíticos entre los 10 riesgos con mayor probabilidad de ocurrencia respecto del 2014, cuatro de ellos se hallan relacionados con los aspectos ambientales y sociales, amén de los de carácter económico (desempleo, crisis financieras, o de factores productivos). Documento consultado en <http://reports.weforum.org/global-risks-2015>

⁴ ONU (2015): *Objetivos de Desarrollo del Milenio*, 2015, documento consultado en http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf;

⁵ PNUD (2005): *Informe sobre Desarrollo Humano, 2015. Repensar el trabajo por y para el desarrollo humano*, documento consultado en <http://hdr.undp.org/es/repensar-el-trabajo-por-y-para-el-desarrollo-humano>

crecimiento en los países más avanzados, es decir, el desarrollo de sociedades y economías abiertas, la rápida extensión de los mercados globales, el aumento en la libertad de los intercambios, y la generalización mundial de los beneficios del conocimiento, la innovación y la tecnología⁶.

El papel de las empresas en el desarrollo de los mercados globales, y en la eficiencia del sistema ha resultado ser la característica básica de la era de la globalización⁷. El poder de aquellas ha ido creciendo de manera exponencial desde la entrada del nuevo siglo, siendo especialmente significativo a la hora de dominar mercados, de controlar las cadenas de suministro y de valor, las redes de distribución y transporte, de influir en las decisiones y localizaciones inversoras de unos sitios a otros, en el comercio internacional, y en las innovaciones y transferencia tecnológica. La capacidad de las empresas de controlar la tecnología para generar nuevos productos y técnicas a precios tendencialmente reducidos, favorece su penetración en todas y cada una de las partes del planeta. Junto a ello, los avances en la comunicación de alta tecnología, la disminución en los costes de transporte y el comercio ilimitado, favorece la integración de todos los países en un solo mercado⁸.

Sin embargo la realidad presenta también una efígie de la sociedad mundial menos amable, plagada de problemas crónicos de pobreza, desigualdades y exclusiones. Así, en la actualidad se estima que más de 1.200 millones de personas tienen unos ingresos iguales o inferiores a 1,25\$ al día⁹; alrededor de 800 millones de personas se hallan al borde de la pobreza extrema por causa de las crisis económicas, políticas o de conflictos; no menos de 1.500 millones de personas a nivel mundial viven en situaciones de pobreza multidimensional¹⁰; cerca de la mitad de personas que trabajan a nivel mundial lo hacen a través de empleos informales, sin retribución regular ni beneficios, estando muy frecuentemente al margen de los mercados laborales; casi 2.000 millones de personas en edad de trabajar (mujeres y jóvenes fundamentalmente) no trabajan ni buscan activamente empleo; 1.440 millones de trabajadores tienen empleos vulnerables; en promedio en los países el 10% más rico gana un 30-40% de los ingresos totales, en cambio el 10% más pobre gana alrededor del 2% de los ingresos totales¹¹; la distribución de la renta es extremadamente

⁶ Spence, M. (2012): *La convergencia inevitable. El futuro del crecimiento económico en un mundo a varias velocidades*. Ed. Taurus. Madrid.

⁷ Acemoglu, A. & Robinson, J. (2012): *Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza. Por qué fracasan los países*. Ed. Deusto. Barcelona.

⁸ Uno de los efectos más perversos de los avances tecnológicos se prevé sea la denominada "Sociedad del 80/20" se establecerá a lo largo del siglo XXI, donde el 20% de la población activa bastará para mantener en marcha la economía mundial según se muestra en Martin, H. & Schumann, E. (1998): *La trampa de la globalización. El ataque contra la democracia y el bienestar*. Ed. Taurus. Madrid.

⁹ Banco Mundial (2014): *Informe sobre el Desarrollo Mundial (2014)*. Documento consultado en: <http://siteresources.worldbank.org>; PNUD (2014): *Informe sobre Desarrollo Humano, 2014*. Documento consultado en: <http://hdr.undp.org>

¹⁰ UNDP (2015): *Índice de Pobreza Multidimensional*. Documento consultado en: <http://hdr.undp.org/es/content/indice-de-pobreza-multidimensional-ipm>

¹¹ ILO (2015): *World Employment Social Outlook*. Documento consultado en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_337069.pdf

desigual, dado que el 46% de la riqueza mundial está en manos del 1% de la población¹².

Asimismo se está produciendo una ruptura entre crecimiento económico y empleo¹³, y una dualización extrema de los mercados laborales, donde conviven una mayoría de trabajadores con persistentes dificultades de encontrar empleo y salarios tendencialmente reducidos, junto a un mini-colectivo de individuos altamente capacitados, y aun mejor pagados, de una absoluta versatilidad y adaptación a los avances tecnológicos. En este contexto las tasas de desempleo, el paro de larga duración y especialmente el juvenil se han instalado a unos niveles desconocidos desde el inicio de la última crisis¹⁴. Una tendencia que supone una inexorable caída de la participación de las rentas del trabajo en la producción de los países¹⁵, de la precarización y de la exclusión social, tal y como indica el último Informe Foessa, según el cual solo algo menos de un tercio de la población española se halla en una situación de plena integración social¹⁶.

Algunos reputados economistas como Piketty dibujan una sociedad actual donde los principales beneficiarios del progreso y del crecimiento económico son una minoría, mientras los mecanismos principales de funcionamiento del sistema económico y social generan de manera mecánica y persistente desigualdades extremas, poniendo en grave riesgo la estabilidad y continuidad de los sistemas democráticos. La solución pasaría, según el autor, por instalar el problema de las desigualdades en el seno mismo del debate político tanto de los Estados como de las organizaciones internacionales¹⁷.

Un mundo lleno de paradojas y ambivalencias tanto en el ámbito de los países como a nivel mundial, que alinea y supedita los discursos sobre la convergencia y la extensión de los beneficios del crecimiento, a los dictados sobre la manera de entender la creación de riqueza y la concepción de las actividades económicas de los fríos mercados financieros y de las empresas de mayor tamaño. Una cultura global de dinero fácil y a corto plazo, de permanente búsqueda de oportunidades de ganancias y

¹² Informe Intermon - Oxfam (2014): *Gobernar para las élites. Secuestro democrático ty desigualdad económica*. Documento consultado en: <http://www.oxfamintermon.org/sites/default/files/documentos/files/bp-working-for-few-political-capture-economic-inequality-200114-es.pdf>

¹³ El crecimiento económico experimentado por Estados Unidos superada la crisis del 2008 ha sido superior al alcanzado previo a la misma, y se ha traducido en un crecimiento en las inversiones productivas y en un aumento extraordinario de los beneficios empresariales mientras que los nuevos empleos han seguido en unos niveles muy bajos (Brynjolfsson, E. & McAfee, A. 2013: *La carrera contra la máquina*. Ed. A. Bosch. Barcelona).

¹⁴ El desempleo juvenil en España se situaba a fines del primer semestre de 2015 en un 46,5%, encabezando la lista de países europeos, con una media superior en 30 puntos a la media europea (Eurostat, junio 2015).

¹⁵ En España según los datos del INE, las rentas del trabajo suponían a principios de los ochenta el 53% de la renta anual, actualmente su participación ronda el 45% (INE, 2015).

¹⁶ Fundación Foessa (2015): *Empleo precario y protección social*. Documento consultado en: <http://www.caritas.es/imagesrepository/CapitulosPublicaciones>

¹⁷ Piketty, Th. (2014): *Capital in the 21st century*. Harvard University Press. Este autor establece un claro paralelismo entre la situación económica y social de las sociedades del siglo XIX y la del siglo XX, en cuyo seno el dominio político, social, económico y cultural es ejercido por una oligarquía, cuya riqueza es básicamente el resultado de la herencia.

economía especulativa, que está diseminándose por todo el sistema social, afectando a los valores y a la conducta de los individuos. Un mundo donde las decisiones económicas se insertan en el presente más inmediato, donde la perspectiva de futuros se opaca ante la preeminencia y dictados del sector financiero, un mundo de grandes fragmentaciones en los equilibrios sociales básicos, donde se torna muy difícil un funcionamiento mínimamente cohesionado.

A este dibujo de la situación económica y social del mundo actual también ha contribuido la pérdida del impulso reformista de los Estados y de las instituciones internacionales a tenor de un debilitamiento de las reformas políticas, económicas y culturales necesarias para emprender cambios¹⁸. Ello se evidencia a través de la fragilidad e insuficiencias existentes en el orden normativo y de valores, puesto que, como señala Habermas, la ola neoliberal reinante a nivel global imprime una imagen del ser humano y de la democracia sintetizada en las contingencias meramente económicas, y donde la política adquiere la función principal de optimizar las estrategias y objetivos de una sociedad reducida básicamente al ámbito del mercado¹⁹. Uno de los ejemplos más significativos de esta debilidad normativa e inacción institucional lo configura la creciente elusión fiscal, los paraísos fiscales, y sus nuevas formas de desarrollo, que derivan en pérdidas importantes de ingresos en la mayoría de los países. Pero también los comportamientos especulativos de la banca y los mercados financieros previos a la crisis han dado buena cuenta de ello, beneficiándose de débiles regulaciones e insuficientes controles, y lo que es más grave, de una cultura generalizada de aceptación frente a la especulación y la maximización como guía única de las operaciones económicas.

Y en el seno de este ambivalente sistema económico actual, que acepta pasiva y adaptativamente riesgos ambientales, desigualdades económicas, y fracturas políticas y de cohesión social, se inserta el concepto de Responsabilidad Social de las empresas. Concepto de plena y renovada actualidad, cuyo debate se ha ido multiplicando y evolucionando hasta erigirse como uno de los aspectos más destacados en la agenda global de las empresas, pero también de las organizaciones privadas y de las instituciones públicas.

Desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las sucesivas convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, o las Directrices de Naciones Unidas sobre Empresas Multinacionales se comenzaron a marcar unos mínimos en el respeto de los Derechos Fundamentales o el medio ambiente. No obstante, fue con la celebración de la Primera Cumbre de la Tierra en 1992, cuando Naciones Unidas puso en marcha la Agenda 21 con el objeto de articular el programa global para canalizar los esfuerzos en pro de un Desarrollo Sostenible.

¹⁸ Perdiguero, T.G. (2014): "Las limitaciones de la idea general de RSE y la necesidad de una nueva estrategia de reformas" en *Cultura, políticas y prácticas de responsabilidad las empresas del Ibex-35*, págs. 6-43.

¹⁹ Habermas, J. (2004): *Tiempo de transiciones*. Ed. Trotta. Madrid; Habermas, J. (2009): *El occidente escindido*. Ed. Trotta. Madrid.

A partir de la Asamblea General de Naciones Unidas en 1997 las nociones de responsabilidad social y desarrollo sostenible adquirieron una posición central en el seno del debate público de los países, impulsando iniciativas institucionales a nivel internacional con el objetivo de poner en práctica cambios en las actividades de las empresas. En idéntico sentido la Organización Internacional del Trabajo actualiza, ese mismo año, la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social²⁰.

Del Foro Económico Mundial de Davos de 1999, y como consecuencia de una iniciativa presentada por Kofi Annan en el marco de las Naciones Unidas, surge el Global Compact o Pacto Mundial tratando de involucrar a los agentes empresariales en los principios de la RSE. En el año 2000 se genera la Declaración de los objetivos de Desarrollo del Milenio, que con el Pacto Mundial constituyen dos hitos importantes en el desarrollo y consolidación de la RSE a nivel mundial. Este mismo año se produce la publicación de la versión definitiva de la primera guía del Global Report Initiative (GRI) facilitando a las empresas unos criterios básicos para la elaboración de las memorias de sostenibilidad.

Como continuación a estos avances, la Cumbre de Río + 20 redefine una nueva generación de objetivos, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que con vocación de relevo de los ODM²¹, son estructurados en 17 objetivos que incluyen desde la erradicación de la pobreza, la accesibilidad de la educación o la sanidad, el agua o la energía sostenible.

Tras el estallido de la crisis económica, social y del empleo global de 2008, se ha generado un consenso internacional sin precedentes sobre la necesidad de cambios respecto de la articulación y gestión de las actividades económicas y sobre el modo de negocio dominante a nivel mundial. En 2009 la Asamblea General de Naciones Unidas aprueba en su 95 sesión plenaria una resolución sobre la crisis financiera y económica mundial y sus efectos sobre el desarrollo, en cuyo seno se indica que el mundo se halla ante la peor crisis financiera y económica desde la Gran Depresión, con unos efectos de enorme gravedad para todos los países en términos de desempleo, pobreza, hambre y desaceleración del crecimiento mundial²².

Las inquietudes comunitarias encuentran su reflejo en la publicación en el año 2001, del *Libro Verde de la Unión Europea sobre la Responsabilidad Social de las Empresas*, que constituye el punto inicial del debate institucional europeo en materia de RSE. Una década más tarde, en el 2011, la Comisión Europea presenta *la Estrategia Renovada de la Unión Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas*²³, merced a la cual el concepto es reconsiderado en la agenda de las prioridades europeas. En este sentido

²⁰ ILO (1997): *Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social*, que son actualizadas en 2000. Documento consultado en <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/normativeinstrument/kd00121es.pdf>

²¹ La expiración de los mismos se ha venido produciendo desde principios del 2015.

²² Documento consultado en: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/63/303>

²³ COM (201) 681 final, documento consultado en: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm

se estructuró la Resolución del Parlamento Europeo de 6 de febrero del 2013²⁴, y muy especialmente la *Estrategia Europa 2020*, en cuyo seno se halla el compromiso europeo de determinar un nuevo enfoque de RSE. Dentro de la citada estrategia se integran una serie de iniciativas emblemáticas que hacen referencia a la RSE, a saber, una Política industrial integrada para la era de la globalización; la Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social; la Agenda de las Nuevas Cualificaciones y Empleos; la Juventud en Movimiento, y el Acta del Mercado Único.

La renovada estrategia europea del 2011 expresa el fiel convencimiento de los estados miembros sobre el papel que puede jugar la RSE en el avance hacia la *Estrategia Europa 2020*, dirigida a encontrar un crecimiento inclusivo, sostenible e inteligente. Se construye en tono a un nuevo concepto de RSE, que relaciona la responsabilidad de las empresas con sus vectores de impacto en la sociedad. Es decir, la RSE debe concebirse como un comportamiento estratégico y de largo plazo para las empresas, con el objetivo de maximizar la creación de valor compartido de los distintas partes interesadas, desde los propietarios y accionistas, los consumidores, los proveedores, las entidades sociales, hasta la sociedad en general. En este contexto, el respeto a la legislación aplicable y a los convenios colectivos constituye un compromiso previo a las actividades responsables de las empresas. Así, las empresas deben integrar voluntariamente las preocupaciones, sociales, ambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones del consumidor, identificando, previendo y atenuando las posibles consecuencias adversas de sus actuaciones. La RSE es vista como una oportunidad para desarrollar outputs y modelos empresariales innovadores, más competitivos, que realicen una firme contribución al crecimiento económico, al bienestar social y a la creación de empleos de calidad y mayor productividad.

Mención especial debe realizarse de la Directiva 2014/95 del Parlamento Europeo y del Consejo modificadora de la Directiva 2013/34/EU sobre divulgación de información no financiera e información sobre la diversidad por parte de determinadas grandes sociedades y grupos, que ha sido traspuesta al ordenamiento jurídico español²⁵. Esta Directiva, de obligado cumplimiento en 2017, obtendrá información, de las empresas más grandes de la Unión Europea, relativa a políticas y herramientas de gestión de riesgos, ambientales, sociales, laborales, de derechos humanos, lucha contra la corrupción y diversidad en los Consejos de Administración.

En España la preocupación por las actividades de RSE se introdujo en 2002, cuando el Pleno del Congreso de los Diputados acordó en el seno del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, la creación de una Comisión Técnica de Expertos con el objeto de elaborar un informe sobre la responsabilidad social en la empresa. Los trabajos de la subcomisión parlamentaria para el estudio de la RSE vieron la luz en el 2005, conformando un primer esfuerzo de recopilación de iniciativas y tendencias vinculadas, así como de elaboración de propuestas para su promoción y desarrollo.

²⁴ Resolución Parlamento Europeo Sobre la responsabilidad social de las empresas: promover los intereses de la sociedad y un camino hacia la recuperación sostenible e integradora (2012/2097(INI)). Documento consultado en: <http://www.europarl.europa.eu/portal/es>

²⁵ Documento consultado en: <http://www.europarl.europa.eu/portal/es>

El Foro de Expertos sobre RSE, constituido el 17 de marzo del 2005 tuvo como objetivo el servir de apoyo en el diseño de políticas dirigidas al fomento de la RSE²⁶. Seguidamente, y dos años después, se celebró la primera reunión de la *Mesa del Diálogo Social*, encargada, entre otros asuntos, de la elaboración de propuestas de estímulo y difusión de buenas prácticas en RSE, de su impulso en las políticas de la Administración, así como de establecer el papel y el compromiso de las organizaciones empresariales y sindicales al respecto²⁷.

No obstante, el impulso decisivo, y sobre la base de las recomendaciones del Parlamento, el Foro de Expertos, y la Mesa del diálogo Social, fue creado el *Consejo Estatal de Responsabilidad Social* (CERSE) en 2008²⁸, como órgano asesor y consultivo adscrito al Ministerio de Empleo y Seguridad Social, con la labor de aglutinar e informar sobre todo el desarrollo de la RSE a nivel internacional, europeo y español²⁹.

A nivel legislativo e institucional varios hitos han ido edificando la arquitectura de la RSE en España:

1. La Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la Igualdad efectiva de hombres y mujeres, que en su Título VII recoge la realización voluntaria de acciones de responsabilidad social por las empresas en el ámbito de igualdad, incluyendo el fomento de la presencia equilibrada de hombres y mujeres en los consejos de administración de las sociedades mercantiles, bajo el criterio prevalente del talento y el rendimiento profesional.

2. La Ley 2/2011 de 4 de marzo de Economía Sostenible, que establece directrices para crear las condiciones más favorable para un desarrollo sostenible, incluyendo tres observaciones para el impulso de la RSE: a) principios del buen gobierno corporativo y adecuada gestión del riesgo en relación con las remuneraciones de los directivos (art.27); b) sostenibilidad en la gestión de las empresas públicas (art.35); c) promoción de la RSE en las empresas (art.39); d) responsabilidad de los Organismos Reguladores e Inversión Socialmente Responsable; e) planes de movilidad sostenible; f) consumidores. Asimismo la DA 30ª establece que se desarrollarán reglamentariamente las condiciones para la difusión de la información sobre el uso de criterios sociales, medioambientales y de buen gobierno en la política de inversión en los fondos de pensiones.

3. La Ley 27/2011 de 1 de agosto de Actualización, Adecuación y Modernización del Sistema de Seguridad Social, que modifica la regulación de los Fondos y Planes de Pensiones³⁰, ordena que la comisión de control del fondo de pensiones, confeccione

²⁶ Las conclusiones de los trabajos realizados se han consultado en: www.empleo.gob.es

²⁷ Las conclusiones de la Mesa del Diálogo social fueron aprobadas por la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social, en el informe “La Responsabilidad Social de las Empresas (RSE). Diálogo Social”.

²⁸ El CERSE se constituyó a través del real Decreto 221/2008 de 15 de febrero.

²⁹ Los trabajos elaborados por el CERSE se han consultado en:

http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economiasoc/RespoSocEmpresas/consejo_rse/.

³⁰ Real Decreto Legislativo 1/2001 de 29 de noviembre.

una declaración comprensiva de su política de inversión, donde se explicita si son considerados los riesgos extra financieros que afectan a los diferentes activos que integran el fondo (éticos, sociales, medioambientales y de Buen Gobierno).

4. La Ley 11/2013 de Medidas de Apoyo al Emprendedor y de Estímulo del Crecimiento y de la Creación de Empleo de 26 de julio³¹, que incluye las principales medidas de la *Estrategia de Emprendimiento y Empleo joven 2013-2016*. A ella pueden adherirse las entidades públicas y privadas que realicen actuaciones en pro del acceso laboral de los jóvenes, y por tanto al objetivo del fomento de buenas prácticas en el ámbito de la RSE³².

5. La Ley 19/2013 de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, nace con el objetivo de restablecer la confianza en las instituciones merced a un refuerzo en la transparencia de la actividad pública por la vía de obligaciones de publicidad, garantía de acceso a la información, y recomendaciones de Buen Gobierno.

6. La Ley 14/2013 de 27 de diciembre de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización, que pretende estimular la contratación pública y la creación de una Comisión para la reforma de las Administraciones Públicas, y en concreto instando a que la Administración del Estado y las Comunitats Autónomas realicen una gestión más eficiente y responsable.

7. Un último y decisivo impulso ha venido de la mano de la recientemente publicada, *Estrategia Española de Responsabilidad de las Empresas 2014-2020*. Aparecida este mismo año 2015, tiene como objetivo apoyar el desarrollo de prácticas responsables en organizaciones públicas y privadas, mediante su incorporación en su propia cultura y valores, y como vía de avance hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora.

Asimismo esta estrategia se postula como instrumento eficaz para el cumplimiento de los principios de la Ley 20/2013 de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado en RSE. La Estrategia de RSE, basada en una serie de principios, establece cuatro objetivos, y propone diferentes líneas de acción, en el corto y en el largo plazo. Como principios se recogen la competitividad, cohesión social, creación de valor compartido, sostenibilidad, transparencia y voluntariedad. Los objetivos estratégicos que se contemplan son el impulso y promoción de la RSE en España; identificar y promover la RSE como atributo de competitividad, sostenibilidad y cohesión social; difundir los valores de la RSE en el conjunto de la sociedad, y crear un marco de referencia común para todo el territorio en materia de RSE. Sobre esta base se desarrollan una serie de líneas de acción: la promoción de la RSE como elemento impulsor de organizaciones más sostenibles; la integración de la RSE en la educación, la

³¹ Procedente del Real Decreto Ley 4/2013 de 22 de febrero.

³² La Estrategia lleva asociada la concesión de un sello en virtud del cual se reconoce como “*Entidad responsable con el empleo joven*” a todas las organizaciones públicas o privadas que se adhieran a la misma en la contribución de sus objetivos. El objetivo del citado sello estriba en dar visibilidad a aquellas empresas y organizaciones comprometidas con el empleo joven.

formación y la investigación; el Buen Gobierno y transparencia como instrumentos para el aumento de la confianza; la gestión responsable de los recursos humanos y fomento del empleo; la inversión socialmente responsable e I+D+i; la relación con los proveedores; el consumo responsable; el respeto al medio ambiente; la cooperación al desarrollo, y la coordinación y participación.

La Estrategia Española de RSE se materializa en acciones como *Enterprise 2020*, que es considerada como la única iniciativa de colaboración empresarial reconocida en la Estrategia Europea de Responsabilidad Social Empresarial, coordinada por *CSR Europe* y liderada en España por Forética. *CSR Europe*³³ tiene como objetivos que las empresas contribuyan a alcanzar, en el horizonte 2020, una competitividad sostenible, el fomento de la colaboración entre las empresas y sus grupos de interés, así como impulsar el liderazgo de Europa en el ámbito de la RSE. Forética³⁴ es la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.

Recientemente (julio, 2015) y desde la Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Empleo y Seguridad Social se ha establecido la puesta en funcionamiento de un nuevo portal de RSE que albergará una herramienta telemática que permitirá a todas las entidades hacer públicas sus memorias de RSE o informes de sostenibilidad. Se trata además de una medida que está incluida en la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas vertebrándose en torno a sus líneas de actuación.

A nivel autonómico han sido desarrolladas varias iniciativas de fomento de la RSE. Una de las pioneras fue la Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad social empresarial en Extremadura, la cual contempla la calificación de empresa responsable por la Junta de Extremadura y su posterior inclusión en un registro establecido a tal efecto. Para ello la empresa tiene como requisito la elaboración de una memoria de sostenibilidad, sujeta a verificación mediante auditoría social externa en los términos previstos en la propia ley. La Consejería competente en materia de trabajo otorgará la calificación de “Empresa socialmente responsable de la Comunidad Autónoma de Extremadura”.

La Estrategia para el Desarrollo Sostenible de Cataluña en 2010³⁵, establece siete ejes de actuación para la consecución de los objetivos fijados en el horizonte 2026, a saber, biodiversidad del territorio; eficiencia energética y acción climática; movilidad inteligente; ecoeficiencia, competitividad e innovación; consumo responsable; civismo, inclusividad, solidaridad, sanidad y seguridad, en el logro de una sociedad equitativa y segura, fundamentada en la educación, la participación y una Administración cercana y eficiente.

³³En la actualidad incorpora 90 proyectos de RSE, implicando a 1.450 empresas y organizaciones, más de 80 millones de euros invertidos y 240.000 personas beneficiadas.

³⁴Está formada por más de 200 socios, y forma parte de *CSR Europe*.

³⁵GOV/127/2010, de 31 de agosto de 2010.

La Ley 4/2011, de 31 de marzo, de la buena Administración y del Buen Gobierno de las Illes Balears, establece los principios éticos y las reglas de conducta que afectan a las personas incluidas en su ámbito de aplicación e impulsa la idea de gobernanza con el fin de garantizar la integración de los ejes público-privado-civil y local-global.

El Plan de Responsabilidad Social Empresarial de Castilla y León 2014-2020³⁶, tiene como objetivo promover la generación, difusión e implantación voluntaria de los criterios y prácticas de responsabilidad social en el mayor número de empresas, con el fin de mejorar la comprensión, concienciar y emprender acciones sobre las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas en la cultura empresarial, el respeto de los Derechos Humanos, el medio ambiente y la innovación social.

La Estrategia regional para la incentivación del Responsabilidad Social Corporativa de Murcia 2014-2015, constituye una acción integral del Gobierno regional para el fomento de la RSE en la sociedad y en la Administración para la consecución de una sociedad más justa y solidaria. La estrategia se articula a través de cuatro ejes, ambiental, laboral, social, ético y económico, que son desarrollados a través de 25 medidas en el sector público y privado y 81 acciones concretas, que contemplan medidas para la información y formación en el entorno social, el voluntariado y la colaboración, la conciliación, la igualdad, la Economía Social, el entorno laboral, la participación y comunicación, la sostenibilidad ambiental, la transparencia y el Buen Gobierno.

Los Gobiernos de Navarra, Galicia y Canarias aprobaron en agosto de 2012 un protocolo de colaboración entre el Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo; la Consejería de Trabajo y Bienestar de la Xunta de Galicia; el Cabildo de Tenerife y la Asociación de entidades locales de Pontevedra y Portugal, para el desarrollo del proyecto “Red Transregional de Impulso de la RSE” de la convocatoria del programa operativo del FSE 2007 –2013 Galicia. Este proyecto tiene como objetivo la creación de una red público – privada transregional, con una componente transnacional, para el intercambio de información, definición de políticas y transferencia de experiencias en materia de RSE, con especial interés e impacto en la mejora de la eficiencia y sostenibilidad de las empresas. Fruto de ello aparecen los Portales de la Xunta de Galicia o el Sistema de Gestión Innovarse de Navarra.

Junto a ello el Portal de Cantabria responsable, dan buena cuenta de los esfuerzos de las Comunidades para contribuir a mejorar la competitividad de las empresas, potenciando la innovación, la transparencia, la sostenibilidad y el diálogo con sus grupos de interés.

En el ámbito de la Comunitat Valenciana en 2009 se aprueba La Ley 11 de 20 de noviembre, de Ciudadanía Corporativa, la cual pretende poner los medios para que las empresas y personas profesionales autónomas interesadas puedan desarrollar los sistemas, programas y acciones que consideren oportunos. Y lo hace a través de dos herramientas fundamentalmente: la “Certificación de la excelencia en la Ciudadanía

³⁶Anexo del III Acuerdo Marco para la Competitividad e Innovación Industrial de Castilla y León 2014-2020.

Corporativa” y, a partir de estas certificaciones, anualmente, la elaboración de un “Índice de Ciudadanía Corporativa” como medida de fomento complementaria.

A pesar de los más que notables avances en el plano institucional, el desarrollo de la historia reciente ha supuesto la mayor prueba de fuego para el fenómeno de la RSE, hasta el momento experimentada. La evolución económica en un contexto de crisis generalizada ha repercutido duramente no solo en la esfera pública, sino también en el marco privado, y en especial en las empresas, generando un paulatino freno y disminución de sus presupuestos. En este contexto, era de prever que todas las áreas de la empresa replegaran su gato y redujesen el número de proyectos en desarrollo, y de manera particular aquellos vinculados con la RSE. La realidad sin embargo, ha sido muy otra, y hoy contemplamos una extensa y variada panoplia de acciones más que esperanzadoras, que avalan como el concepto de RSE se halla, cuanto menos, inoculado, en la médula de nuestras economías y sociedades.

En primer término, respecto a la conexión entre RSE y creación de valor, el estudio de McKinsey & Company³⁷ realizado a 3.334 ejecutivos de grandes empresas internacionales, muestra que la sostenibilidad constituye una de las tres prioridades más importantes del 36% de las compañías, situándose como primera prioridad en el 13% del Consejero Delegado. En idéntico sentido otro estudio realizado por el *Boston Consulting Group* sobre 5.500 ejecutivos, muestra que un 32% de las empresas declaraba que las prácticas de sostenibilidad habían contribuido positivamente a los resultados financieros³⁸.

En el terreno inversor, puede afirmarse que una parte significativa de los actuales inversores ha considerado activamente la relevancia en la protección del medio ambiente, la generación de sociedades prósperas e inclusivas y la ética y el Buen Gobierno, es decir, los denominados Factores ASG. Así, a tenor de los datos de las empresas del *Fortune 250*, un 48% de las propuestas de los inversores en las juntas generales de accionistas, eran orientadas a la relación de la empresa con la sociedad³⁹. Adicionalmente, según un estudio de Forética del 2014, un inversor español que hubiese tenido en cuenta la consideración de los Factores ASG en su inversión, habría generado una rentabilidad incremental superior al 3% anual, evidenciando, asimismo, la correlación positiva que existe entre sostenibilidad y creación de valor⁴⁰.

La inversión sostenible a cierre de 2013 sumaba un total de 9,89 billones de euros en

³⁷ Boston Consulting Group & MIT Management Review (2013): *Sustainability's next frontier. Walking the talk on the sustainability issues that matter most*, consultado en <http://sloanreview.mit.edu/projects/sustainabilitys-next-frontier/>

³⁸ McKinsey & Company (2014): *Sustainability's Strategic Worth*. Documento consultado en http://www.mckinsey.com/insights/sustainability/sustainabilitys_strategic_worth_mckinsey_global_survey

³⁹ Manhattan Institute for Policy Research (2014): *Proxy Monitor 2014*. Documento consultado en http://proxymonitor.org/forms/pmr_08.aspx

⁴⁰ Forética (2014): *Informe RSE y Marca España: Empresas sostenibles, país competitivo*, noviembre 2014.

Europa, y 6,2 en Estados Unidos, correspondientes a un 58,9% y un 18,2% del total de inversiones. Este tipo de inversión ha crecido, en el periodo 2011-2013, un 76% en Estados Unidos y un 46% en Europa, ratios muy superiores a la revalorización de sus propios mercados⁴¹.

Respecto al medioambiente, el grado de participación de las empresas líderes en sostenibilidad, a tenor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y siguiendo de las memorias corporativas de Forética, representa un 96% en el Objetivo 13 (Combatir el Cambio Climático); un 88% en el Objetivo 6 (Disponibilidad y gestión sostenible del agua); o 79% en el Objetivo 15 (Uso sostenible de ecosistemas y bosques, combatir la desertificación y detener la pérdida de biodiversidad).

Por su lado, el grado de penetración de la RSE en el ciudadano se sitúa en niveles superiores al 50% según el último informe de Forética (2015)⁴² (en paulatino avance desde el estudio del 2006), calificándose por 3 de cada 4 consumidores (76%) como un asunto prioritario, estando convencidos, en un 50%, de que integrar la sostenibilidad como criterio de gestión empresarial genera un importante valor añadido, que proporciona claras ventajas respecto a sus competidores. Asimismo se constata un porcentaje del 49,9% de discriminación positiva en el consumo basada en criterios de RSE, incluso frente a productos similares, y aunque el responsable fuera más caro se opta por él en un 59,7%.

En el terreno de las relaciones de la propia empresa con su ámbito social, se incluyen la figura del voluntariado corporativo y la filantropía empresarial. Respecto del voluntariado corporativo es especialmente significativo el estudio de Deloitte (2009)⁴³, según el cual, el 91% de los directivos de las empresas recogidas en el *Fortune 500* consideran que las capacidades y experiencia proporcionada por los voluntarios a una entidad social puede contribuir al desarrollo de sus habilidades para con el propio negocio. En el 56% de las mismas los programas de voluntariado corporativo son fomentados e incluidos como parte de las estrategias de desarrollo y adiestramiento de sus empleados. Asimismo, se evidencia que alrededor del 62% de trabajadores de entre 18-26 años (*Gen Years*) preferirían trabajar en una empresa que les proporcionase oportunidad de aplicar sus capacidades y habilidades en entidades sociales⁴⁴. Por su parte el, según el reciente estudio de la Plataforma de ONGs de Acción Social (2015) las empresas españolas han incrementado su volumen de aportación financiera a las entidades de acción social española entre 2010 y 2013, en 370 millones de euros, lo cual representa un 7% de incremento⁴⁵.

⁴¹ Eurosif (2014): SRI Study, documento consultado en http://forumethibel.org/content_files/doc/%2020092011/Statistics/2014EurosifSRIStudy.pdf

⁴² Forética (2015): *Informe de Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España*.

⁴³ Deloitte (2009): *Volunteer IMPACT Survey 2009: Executive Summary*.

⁴⁴ La posibilidad de desarrollo profesional forma parte de las razones principales que les inducirían a participar en programas de VC. Deloitte (2007): *Deloitte/Points of Light (2007): Volunteer IMPACT Study*, Washington, D.C. Deloitte & Touche USA, LLP. Touche USA, LLP and The Points of Light Foundation.

⁴⁵ Plataforma de ONGs de Acción Social (2015): *El Tercer Sector de Acción Social. Impacto de la crisis*. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Por último, respecto de la transparencia informativa en materia de RSE, indicar que la Directiva 95/2014, afecta a 6.000 empresas de la Unión Europea, de las cuales 600 son españolas⁴⁶. En 2014 se publicaron 3.200 memorias GRI a nivel mundial, correspondiendo 139 a España, de las cuales un 26% siguieron la pauta del G4⁴⁷. Asimismo más de 100 empresas en España y Latinoamérica fueron certificadas en 2014 con la Norma SGE-21⁴⁸.

La exposición de casos sobre prácticas responsables podría ser francamente extensa, baste no obstante el precedente listado de ejemplos para poner en evidencia el serio y sólido avance que se ha venido realizando en el ámbito de la RSE por parte de los distintos niveles institucionales, sectores y actores, públicos y privados implicados, y para afirmar que en la actualidad, en este 2015, se asiste al inicio de una nueva etapa para la empresa responsable.

El profundo convencimiento de la necesidad de llegar a acuerdos sobre ética global en materia de desarrollo sostenible, de lucha contra el cambio climático, de mejora de la transparencia, de reducción de las desigualdades, de comportamiento ético etc., se halla en la agenda mundial, ejerciendo de guía clara para el tejido productivo, incrementalmente consciente de la correlación indisoluble entre sostenibilidad y competitividad, en la edificación de otra manera de hacer empresa, y por ende de economía y de sociedad más competitiva, productiva, sostenible e integradora.

En este contexto se inserta el presente estudio que tiene como objetivo conocer la realidad de las prácticas de RSE del tejido productivo de la Comunitat Valenciana. Nuestra Comunitat replica, con cierta especificidad, el patrón español de pequeñas y medianas empresas, las cuales, en virtud de su particularidad, precisan grados variables de flexibilidad para innovar y desarrollar prácticas responsables.

El fin último de este trabajo es establecer un marco de base para la elaboración de estrategias públicas de fomento y desarrollo de la RSE en las pymes valencianas, así como de consolidación y diversificación en el ámbito de las grandes empresas, que ubiquen a ambas como claro referente, cuando no de liderazgo, de prácticas responsables a nivel nacional e internacional.

El mencionado objetivo general será abordado a través de una serie de objetivos específicos:

1. Cuantificar y tipificar las Empresas Socialmente Responsables de la Comunitat Valenciana. Dicha cuantificación se realizará de forma global a la vez que en función de diferentes características de las empresas socialmente responsables, estableciendo estratos según diferentes variables:

⁴⁶ Estimaciones de KPMG (2014): *Know*, Novedades Jurídicas y fiscales, nº 35.

⁴⁷ Aprobada en mayo del 2013.

⁴⁸ Norma propiedad de Forética, Asociación de empresas y profesionales de RSE, que forma parte del CERSE, y cuya misión es el fomento de la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión empresarial de organizaciones, hallándose formada por más de 200 socios.

- Por sector de actividad económica según la clasificación CNAE (incluyendo la diferenciación entre entidades financieras y no financieras), y haciendo especial énfasis en aquellos sectores considerados como de mayor riesgo, y potencialidad en el ámbito de la RSE.
- Por tamaño (siguiendo el criterio de la Unión Europea).
- Según la forma jurídica, distinguiendo entre sociedades anónimas, que integran a las sociedades limitadas, y las empresas de Economía Social donde se recogen las cooperativas, las sociedades laborales, etc.
- En función de la ubicación geográfica de la empresa.

2. *Valoración de las responsabilidades laborales*, donde se incluye el estudio de las políticas de igualdad y no discriminación por cuestión de género u otras circunstancias; los métodos de detección selección y desarrollo del talento; integración laboral e incorporación de colectivos con especiales dificultades de empleo (desempleados, mujeres, personas en situación de marginalidad, discapacitados, inmigrantes); impulso del empleo estable (políticas adoptadas ante y post crisis: cambios en el sector, reestructuraciones y deslocalizaciones empresariales, etc.); aprendizaje y formación continua de los empleados y cuadros directivos; organización del trabajo (jornada, horarios, turnos de trabajo, etc.) y conciliación de la vida personal, familiar y laboral (flexibilidad de la jornada laboral y los horarios, permisos, teletrabajo).

3. *Análisis de las responsabilidades ambientales* a dos niveles: de un lado, la denominada *ecología organizacional*, que incluye las medidas de calidad ambiental y la eliminación de barreras arquitectónicas. De otro lado desde la perspectiva ambiental externa a la empresa se analiza todo lo relativo a las acciones encaminadas al respeto del medioambiente (reciclado de residuos, control de las emisiones atmosféricas o vertidos a la biosfera, uso de la energía limpia o renovable, reutilización de materiales..), incluyendo si la propia empresa dispone de certificaciones medioambientales o si además cumple con protocolos internacionales al respecto, como pueden ser el GRI (G4) o el Global Impact, ISO 26000, SDA 8000, SGE21.

4. *Estudio de las responsabilidades con los grupos de interés*, integrando varios aspectos.

En primer lugar, respecto del control de las actuaciones con sus propios proveedores o suministradores, en términos de respeto de la jornada y horarios laborales, de los derechos humanos, de las condiciones contractuales, de la legislación local vigente, de la calidad de los productos y factores suministrados, de respeto al medioambiente, de no utilización del trabajo infantil, de reinversión de beneficios a nivel local, o de prácticas de comercio justo.

De otro lado, el compromiso o responsabilidad respecto de los consumidores, que atiende tanto al establecimiento de medidas informativas y de atención sobre el producto o servicio suministrado, como respecto de los procedimientos y cauces adecuados para la resolución de conflictos.

Por último se analiza la Inversión Socialmente Responsable, a través de a que se pretende valorar en qué medida la empresa valenciana produce e invierte ética y responsablemente.

5. *Estudio de las responsabilidades con el entorno social*, o de las relaciones de la empresa con entidades sociales próximas. Ello a dos niveles, de un lado, en el terreno de la denominada filantropía empresarial, materializada tanto a través de donaciones en especie, aportaciones monetarias o patrocinios, y de otro lado en la existencia y organización de voluntariado corporativo.

6. *Análisis de las responsabilidades organizativas*, es decir de las prácticas de Buen Gobierno de la empresa: adopción de estrategias de adaptación al cambio, transparencia en la gestión y en la comunicación (buenas prácticas de información), códigos y declaraciones asumidos por la entidad para el desarrollo de la RSE, responsabilidad social en las inversiones, realización, publicación y difusión de informes o memorias de sostenibilidad o de RSE.

7. *Perspectiva comparativa entre las acciones de RSE de la Economía Social* (cooperativas, sociedades laborales, entidades no lucrativas –asociaciones, fundaciones-, etc.) y de las empresas capitalistas de carácter mercantil, analizando el grado de implantación y las características de las prácticas de RSE en las distintas empresas en función de su adscripción jurídica a uno u otro sector institucional.

NOTAS SOBRE EL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La estrategia metodológica diseñada para el abordaje del presente estudio ha sido fundamentada en base al conocimiento y análisis del objeto de estudio a través de la perspectiva cuantitativa, perspectiva que se ha ajustado a los objetivos y al contenido de la investigación.

El universo de la investigación lo han conformado las empresas de la Comunitat Valenciana de los diferentes sectores de actividad y estrato de asalariados. Para ello se ha partido de los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) (INE, 2015), y se ha determinado una población de 156.034 empresas con más de un empleado. La distribución de empresas por provincias atendiendo al número de trabajadores se expone en la tabla siguiente.

Tabla 1. Distribución de empresas de la Comunitat Valenciana por provincias y tamaño de trabajadores.

	Total	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 25	De 26 a 50	De 51 a 100	De 101 a 250	De 251 a 500	De 501 a 1000	De 1001 a 2500	De 2501 a 5000	De 5000+
03 Alicante/Alacant	59.127	36.894	12.419	4.737									
12 Castellón/Castelló	18.954	12.245	3.769	1.332									

Fuente. Elaboración propia

Para asegurar la óptima realización del trabajo de campo y de obtener una foto fija adecuada a la realidad de las empresas españolas, el muestreo ha sido aleatorio y estratificado en función de las variables área geográfica o provincia y tamaño de empresa según estrato de asalariados.

Con el objetivo de obtener un mínimo de significación estadística en cada apartado, se ha establecido un criterio de afijación no proporcional a la realidad del tejido económico de la Comunitat. Posteriormente los datos han sido ponderados, devolviendo al conjunto el peso correspondiente a cada variable. La muestra considerada han sido 351 empresas. La tabla siguiente detalla la muestra real y la teórica, es decir, la resultante una vez ponderada.

Tabla 2. Muestra real y teórica de la investigación.

ESTRUCTURA SIN PONDERAR		Menos 10			
PROVINCIA	Alicante/Alacant	39			
	Castellón/Castelló	42			
	Valencia/València	62			
	Total	143			
ESTRUCTURA PONDERADA		Menos 10			
PROVINCIA	Alicante/Alacant	122			
	Castellón/Castelló	39			
	Valencia/València	159			
	Total	320			

Fuente: Elaboración propia

El conjunto de 351 entrevistas permite hacer estimaciones para el total del universo con un nivel de fiabilidad o margen de error en torno al $\pm 5,2\%$ para un Nivel de Confianza del 95,5%, 1,96 s respecto de la μ ; siendo $p = q = 0,5$.

La obtención y procesamiento de información primaria se ha efectuado a través de encuesta telefónica por cuestionario mediante el sistema CATI (*Computer Aided Telephone Interview*), compuesta por preguntas abiertas y cerradas de unos 10 - 15 minutos de duración. El público objetivo han sido los gerentes, responsables o directivos de dichas empresas. Las entrevistas se realizaron del 13 al 21 de noviembre de 2015.

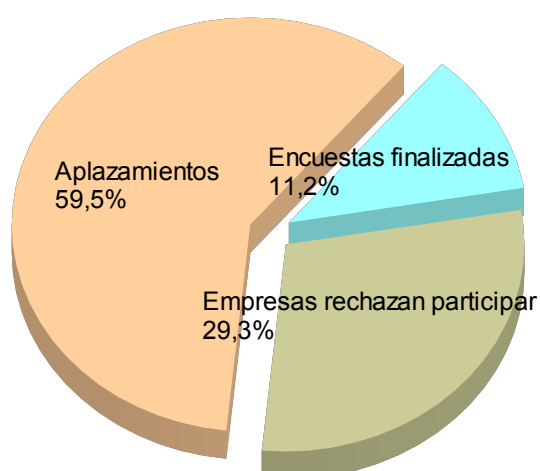
Para la realización de las 351 entrevistas a empresas, se han efectuado un total de 9.600 llamadas a teléfonos de línea fija. De éstas, la tasa de contactados fue del 45,4%, y una duración media de llamada de 14,2 minutos.

Tabla 3. Ficha de control del trabajo de campo

	CONTROL DE CAMPO / PLATAFORMA CATI QUOR	
	Nº	%
• Finalizadas	351	11,2%
• Rechazadas	918	29,3%
• Aplazadas	1.867	59,5%
TOTAL NÚMEROS CONTACTADOS	3.136	100,0%

Fuente: Quor S.L.

Gráfico 1. Tasa de participación de las empresas en la encuesta



Base: Total empresas

2. LAS PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA EN EL ÁMBITO LABORAL

2.1. TRABAJADOR Y EMPRESA, BINOMIO DE SINERGIAS

A lo largo de este apartado se van a analizar las acciones de las empresas de la Comunitat Valenciana en relación a su plantilla de empleados desde la perspectiva de la responsabilidad social.

Como punto de partida debe considerarse que el propio concepto de RSE excede de las obligaciones estrictamente legales, y por tanto el análisis se centrará en las actuaciones que por parte de la empresa se desarrollan en materia laboral, y que optimizan y superan en su forma y contenido a la regulación vigente. Por lo tanto se estudiarán las iniciativas desarrolladas por las empresas valencianas de forma voluntaria en beneficio de sus empleados, y asumidas con el ánimo de favorecer diversos objetivos, tales como un mejor entorno laboral, un incremento de la productividad, un aumento en la satisfacción de los trabajadores, una mayor vinculación de éstos con la empresa, o mejoras en la equidad de género, todo ello con independencia de los condicionantes legales que afectan a la empresa.

La transformación de una organización en empresa laboralmente responsable es un proceso largo en el tiempo que necesita de una perspectiva finalista de sostenibilidad y de la capacidad de adaptación a los eventuales cambios del entorno empresarial. Dicha transformación entraña numerosas dificultades y nutridos costes para la empresa, que van desde el situarse en el punto en la perspectiva de los diferentes interlocutores, los problemas de conciliación de las diferentes responsabilidades empresariales, la indiferencia de los grupos de interés y contradicciones entre los mismos, a las carencias acerca del *know-how*, o las propias capacidades de la empresa para lograr el cambio.

Frente a ello, de la integración en el ámbito laboral de pautas responsables sobrevienen numerosos beneficios para la empresa y para el trabajador. En este sentido se aducen un mayor compromiso por el mantenimiento y la creación de empleos, la reducción de los conflictos laborales, la mejora en el desarrollo y satisfacción de los empleados y el clima laboral, la atracción de los trabajadores más cualificados, la capacidad de anticipación en relación a la gestión de riesgos y problemas en entornos laborales conflictivos, la motivación y retención del talento, así como la eficiencia y el ahorro de costes (derivados de una mejor gestión de los recursos humanos por un menor absentismo y número de bajas laborales).

La potenciación de las actitudes participativas por parte de los trabajadores representa, en sí mismo, un cambio a nivel de la cultura empresarial reinante y de los sistemas tradicionales de gestión. Dicho sistema supone la asunción de determinados valores que se adoptan por parte de la organización empresarial con el objetivo de desarrollar un proyecto empresarial innovador a la vez que beneficioso para la misma, y para la sociedad. En definitiva, desde esta perspectiva, la empresa considera la gestión del patrimonio humano como una contribución fundamental a la sociedad, que incide directamente en el desarrollo del entorno en el que se ubica, sumándose de este modo a la consecución de otros objetivos como el crecimiento económico o la protección del medio ambiente.

El compromiso de la empresa valenciana socialmente responsable en el ámbito laboral pasa por una buena actuación en el campo de los recursos humanos, cuidando el capital humano de la entidad, buscando la diversidad en la formación del personal, estimulando el compromiso de los empleados con la empresa y, por tanto, incrementando la productividad y el interés de éstos en el desarrollo de su actividad, lo cual aporta un valor añadido a la empresa. Para los empleados supone una gran motivación disfrutar de un buen clima laboral en un entorno seguro, tener posibilidades de acceder a actividades de formación permanente y desarrollo profesional, disponer de estrategias que permitan la conciliación entre la vida laboral y profesional, así como otras ventajas de tipo económico: compensaciones, participación en beneficios, etc.

En dicho contexto resulta necesaria la implantación de un sistema de comunicación transparente que permita el diálogo y la participación de sus grupos de interés, en general, y de los empleados en particular, facilitando las vías y canales necesarios para la implicación y colaboración de los mismos en el proceso de gestión y toma de decisiones en la empresa.

Sobre esta base el objeto del presente capítulo se centra en el análisis de las relaciones de las empresas de la Comunitat Valenciana con sus trabajadores, en concreto en el ámbito de la igualdad de oportunidades, de la conciliación de la vida laboral y familiar, del aprendizaje y formación permanente, y de la integración de colectivos desfavorecidos o en situación de riesgo de exclusión.

2.2. LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL ÁMBITO DE LA EMPRESA

Los numerosos estudios realizados en relación al mercado de trabajo ponen de manifiesto las diferencias de orden sexual existentes en el ámbito laboral que se observan sistemáticamente en el mercado de trabajo de los países desarrollados, incluyendo España.

La evidencia empírica refleja la existencia de segregación ocupacional horizontal, o una desigual participación de hombres y mujeres según el sector, rama de actividad o tipo de trabajo. Por otro lado, se constata la existencia de segregación vertical, es decir, la desigualdad que existe en el acceso a las diferentes categorías profesionales por parte de hombres y mujeres. Los puestos directivos y las categorías profesionales de mayor rango jerárquico son mayoritariamente ocupados por hombres, mientras que tan sólo una minoría de mujeres desempeña dichos cargos (*Glass Ceiling*)⁴⁹. Asimismo, se

⁴⁹ El término *glass ceiling* proviene de Estados Unidos, y se adoptó en la década de los años 70 para describir las barreras artificiales e invisibles creadas por prejuicios organizacionales y de actitud que dificultan el que las mujeres ocupen cargos ejecutivos de prestigio (ACI-Estrategia para la equidad de género. Documento consultado en: <http://www.aciamericas.coop/IMG/icagenero.pdf>) El título II del Acta de los Derechos Civiles de 1991, denominada *Glass ceiling Act of 1991*, trataba específicamente la subrepresentación de las mujeres y las minorías en cargos directivos y puestos de toma de decisiones, y la necesidad de suprimir las dificultades que existen en el avance de dichos grupos. Así, se estableció la *Glass Ceiling Comission* para promover la eliminación de barreras y el acceso de las mujeres y las

comprueba que existen disparidades muy acusadas entre los salarios percibidos por hombres y mujeres por igual trabajo y categoría profesional. Se observa una tendencia generalizada a que un mismo trabajo (o un trabajo de similar valor) está mejor retribuido si quien lo desempeña es un hombre.

A pesar de la lucha mantenida durante décadas para lograr la igualdad de género en todos los ámbitos, y en particular en el mercado laboral, todavía persisten diferencias entre ambos sexos. Aunque se han desarrollado multitud de iniciativas y proyectos, se ha legislado al respecto y se han lanzado campañas de sensibilización este hecho continúa dándose. El objetivo de este estudio no es detectar casos de incumplimiento de la normativa vigente (que sería considerada, en su caso, infracción o delito y resultaría sancionada según la normativa vigente), sino evidenciar actuaciones que desarrollan las empresas de la Comunitat Valenciana, más allá de lo establecido legalmente, para respetar el precepto de igualdad y lograr una mayor equidad de género en sus plantillas.

La postura más adecuada para tratar la problemática de las desigualdades de género en el mercado laboral vendría dada en base a la consideración de que hombres y mujeres deben compartir y estar presentes tanto en la esfera pública como en la privada, aunque unos y otras parten de situaciones y circunstancias diferentes, y por tanto, resulta necesario utilizar distintos instrumentos para lograr una incorporación de ambos en todos los ámbitos⁵⁰.

Las teorías feministas más recientes (Feminismo de la igualdad y Feminismo de la Diferencia), defienden la superación de la situación de subordinación que afecta a las mujeres, aunque ambas lo hacen desde planteamientos diferentes. En el primer caso se pretende la superación de la situación de inferioridad de la mujer para situarla en un plano de igualdad respecto al hombre, logrando dicho objetivo a través de instrumentos legales y sociales idénticos para ambos sexos (igualdad de derechos). Por el contrario, el *Feminismo de la Diferencia* considera que para lograr una situación de igualdad se debe atender a las diferentes situaciones y necesidades de hombres y mujeres, argumento que puede resultar más adecuado para lograr la Igualdad de Género efectiva.

Partiendo desde un punto de vista tradicional y adoptando un enfoque acorde con el Feminismo de la igualdad, el logro de una situación igualitaria entre hombres y mujeres pasa por la protección de la mujer frente a un entorno que la trata de forma discriminatoria por el simple hecho de ser mujer. Según la teoría del Feminismo de la Diferencia la vía para llegar a la igualdad se centraría en tomar en cuenta que los

minorías a los puestos directivos. En 1995 el departamento de la Comisión del Techo de Cristal laboral finalizó sus estudios concluyendo que “el techo de cristal existe y opera sustancialmente excluyendo minorías y mujeres de los puestos directivos de alto nivel” (Gibelman, 2000: “The Nonprofit Sector and Gender Discrimination. A preliminary Investigation into the Glass Ceiling”. *Nonprofit Management & Leadership*, vol. 10, nº 3, Spring, pp. 251-269).

⁵⁰Castellano Burguillo, E. (2008): *Feminismo de la Diferencia y Políticas Laborales Comunitarias para fomentar la Igualdad de Género*. Consejo Económico y Social de Andalucía, Sevilla.

trabajadores son sujetos individuales y necesitan un tratamiento individualizado. Si no se entiende el derecho a la igualdad de trato como un derecho personal e individual persistirá la discriminación, puesto que si el único elemento para dispensarle protección a la mujer proviene de su condición de mujer, no se está logrando ningún privilegio, sino que puede desembocar en una situación de marginación para el colectivo masculino⁵¹.

La normativa vigente y las actuaciones desarrolladas por las autoridades se han ocupado preferentemente de proteger a la mujer de trabajos o esfuerzos que puedan resultar perjudiciales para ella, en el embarazo o en la crianza del recién nacido, así como de establecer medidas para facilitar la atención de las responsabilidades familiares a la vez que se ha fomentado la participación de la mujer en el ámbito público. De este modo se ha conseguido una mayor participación de las mujeres en la esfera pública y en la esfera privada, pero no ha ocurrido lo mismo con los hombres, que poseen un mayor protagonismo en la primera, mientras que sus responsabilidades en la segunda apenas se han visto incrementadas. Se trata de coordinar la participación de hombres y mujeres tanto en la vida pública como en la privada, considerando las diferencias entre ambos para contemplarlas en el establecimiento de regulaciones y políticas a todos los niveles (social, económico, político, etc.). Desde la OIT se señala la necesidad de distinguir entre las realidades o exigencias que afectan a uno y otro sexo. Existen circunstancias que sólo atañen a la mujer (embarazo y parto por ejemplo), sin embargo otras realidades pueden ser compartidas o asumidas por hombres y mujeres (cuidado y alimentación de los hijos, cuidado de personas dependientes, etc).

En el sentido apuntado, un enfoque de *Mainstreaming* o de transversalidad toma en consideración las posibles diferencias existentes entre hombres y mujeres atendiendo a las necesidades de unos y otras a la hora de desarrollar medidas legales, políticas, etc. De este modo, todas las decisiones a cualquier nivel quedan impregnadas de un enfoque de género, analizando el impacto que cualquier medida adoptada puede tener sobre la situación concreta de hombres y mujeres.

La adopción de medidas de acción positiva a favor de las mujeres por el simple hecho de serlo no deriva necesariamente en la consecución de una situación de mayor igualdad. Si en lugar de priorizar el principio de mérito y capacidad (sin predeterminar miembros de uno u otro grupo) se produce la asignación de puestos de trabajo a mujeres con el objetivo de cubrir determinadas cuotas sin tener en cuenta los principios expuestos, a largo plazo resultaría contraproducente en todos los sentidos. Por un lado, fácilmente podría ocurrir que determinados cargos o puestos de trabajo no fueran ocupados por las personas más capacitadas para ello, lo cual derivaría en un perjuicio para la empresa, a la vez que para la propia legitimidad del colectivo en cuestión que desempeña la tarea. Por otro lado, dichas prácticas son fuente de mayores diferencias y hostilidad entre hombres y mujeres generando una situación de marginación para el colectivo masculino, situación contraria a los postulados del Feminismo de la Diferencia y de la consideración de la individualidad antes mencionada.

⁵¹Castellano Burguillo (2008), Ibidem.

A nivel empresarial resulta necesario distinguir entre el cumplimiento de la estricta legalidad (como es la elaboración de un Plan de Igualdad⁵² en las empresas de más de 250 trabajadores) y las acciones de carácter voluntario que desarrolla la empresa para la consecución de una situación de mayor igualdad de género en la plantilla. Este sería el caso de la elaboración de un plan de igualdad aunque la empresa no esté obligada por ley, o la adopción de otras medidas o programas de acción a favor de una mayor equidad entre hombres y mujeres (medidas de carácter económico, comercial, laboral, asistencial o de otra naturaleza).

Tres ejes fundamentales justifican la igualdad efectiva entre hombres y mujeres. En primer lugar el tratamiento igualitario entre los miembros de uno y otro sexo tiene su fundamento en un argumento de justicia social hacia ambos colectivos, ya que tanto a nivel grupal como en el plano individual hombres y mujeres son poseedores de la misma dignidad y de iguales derechos. En segundo lugar, cabe apuntar que la participación igualitaria conduce a un desarrollo social basado en un sistema democrático óptimo. En tercer lugar, hay que tener en cuenta la trascendencia económica del aprovechamiento de los diferentes recursos humanos capaces y valiosos (hombres y mujeres), que quedan infrautilizados desde el momento en que uno de los grupos es objeto de una situación de discriminación o subordinación que limita su acceso al sistema económico-laboral. Esta última cuestión es especialmente relevante a nivel empresarial, puesto que el desaprovechamiento de las cualidades, las capacidades y la formación de las mujeres repercute negativamente en el beneficio empresarial tanto a nivel económico como social y humano.

2.3. VIDA FAMILIAR-VIDA LABORAL: SOBRE LA CONCILIACIÓN EN LA EMPRESA

Se entiende por conciliación de la vida familiar y laboral como el conjunto de acciones orientadas a facilitar a hombres y mujeres la atención a su vida familiar y social compaginándola con sus responsabilidades profesionales. Su objetivo es crear unas condiciones y un entorno de trabajo más favorable para conseguir dicho objetivo, tratando de evitar el conflicto entre ambas esferas. Desde este enfoque, dichas acciones deben ir dirigidas, tanto a hombres como a mujeres, para que los miembros de uno y otro sexo puedan compartir las responsabilidades de ambos ámbitos y desarrollar las actividades propias de cada una de ellas (ocio, cargas familiares, trabajo remunerado, etc.).

En la actualidad múltiples factores afectan negativamente a la consecución de la conciliación familiar y laboral (*Easylife*). Los nuevos ritmos de vida y de trabajo dificultan el logro de dicho objetivo. El incremento de los gastos familiares (por ejemplo, el encarecimiento de la vivienda) junto con otros factores personales (interés por el desarrollo profesional y personal) determina que ambos miembros de la pareja

⁵² Según la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres se define Plan de Igualdad como un conjunto ordenado de medidas adoptadas después de realizar un diagnóstico de la situación en la empresa, encaminadas a alcanzar la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y eliminar la discriminación por razón de sexo.

trabajen fuera del hogar, muchas veces en lugares alejados de su lugar de residencia (debido a la concentración empresarial en determinados núcleos), lo cual implica una importante inversión en tiempo dedicado a desplazamientos que tienen como consecuencia unas largas jornadas laborales. Así mismo, crece el número de familias monoparentales o personas que viven solas, a la par que se incrementa el número de personas en situación de dependencia (mayores, enfermos, etc.) y que necesitan apoyo económico, familiar y social. Estos factores afectan, sin duda, a la calidad de vida de las personas y a sus decisiones a nivel familiar (por ejemplo, el número de hijos).

Frente a esta problemática, se observa una evolución del mercado laboral y un cambio en las preferencias de empleados y empresas. Los valores de los trabajadores se ven modificados teniendo como objetivos, en lugar de la seguridad y el salario, posibilidades de desarrollo, reto y flexibilidad, observándose una relación directa entre la satisfacción y compromiso de los empleados y los resultados empresariales. Por su parte, las empresas pasan de un modelo de mero intercambio mercantil valorado en un salario, a un modelo de apoyo y compromiso mutuos entre trabajador y empresa, que ha venido denominándose con el término de *Easylife*⁵³.

En los últimos años, tanto desde el ámbito empresarial como desde el ámbito legislativo, se han venido adoptando medidas con el objetivo de facilitar dicha conciliación. Por un lado, encontramos empresas que prestan atención al problema, y que tratan de solventarlo por iniciativa propia mediante una organización del trabajo más flexible⁵⁴ y más acorde con las necesidades personales de los trabajadores, y que se traduce en la adopción de medidas, entre otras, relacionadas con los horarios de trabajo o con los permisos o excedencias que pueden disfrutar los empleados.

Por otro lado, el poder legislativo ha regulado, además de otras cuestiones como la protección de la salud de la mujer embarazada, las condiciones en que hombres y mujeres pueden atender sus obligaciones familiares en caso de maternidad/paternidad, modificando de forma sustancial, los permisos que puede disfrutar el trabajador varón para atender el entorno familiar en caso de paternidad. El objetivo de esta medida no es otro que tratar de promover una participación del colectivo masculino en la esfera privada, al menos en momentos de especial relevancia para el núcleo familiar.

A nivel público, a partir del 1 de enero de 2006 se implantó el denominado Plan Concilia, un Plan integral para la conciliación de la vida personal y laboral en la Administración General del Estado. El objetivo de dicho proyecto debe entenderse en un contexto de mejora del funcionamiento de la Administración, siendo su principal finalidad el facilitar a hombres y mujeres la atención a sus múltiples responsabilidades familiares y profesionales a través de un paquete de medidas novedosas y avanzadas

⁵³ Pink, D. (2009): *Drive*. Ed. Riverhead Books. Madrid.

⁵⁴ Al tratar el tema de la conciliación conviene diferenciar entre la flexibilidad en las condiciones del tiempo o lugar de trabajo, y los servicios de conciliación que pueden ser facilitados al empleado durante la jornada de trabajo pero que corresponden al ámbito privado (por ejemplo, servicio de gimnasio o guardería en el centro de trabajo) (*Easylife*).

en relación a la concesión de permisos por paternidad/maternidad, cuidado de hijos y personas dependientes, partos prematuros, fecundación asistida, adopción, discapacidad, formación continua, protección contra la violencia de género o la implantación del teletrabajo.

Por su lado la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en su artículo 44, se hace eco de la problemática que supone la conciliación de la vida profesional y el ámbito privado, estableciendo que *“los derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral se reconocerán a los trabajadores y trabajadoras en forma que fomenten la asunción equilibrada de las responsabilidades familiares, evitando toda discriminación basada en su ejercicio”*.

Al abordar el tema de la conciliación surgen diversos conflictos que se originan por las interrelaciones entre los diversos agentes implicados⁵⁵. Por un lado aparecen contrapuestos los intereses del empresario, o sea la maximización de la productividad, con los intereses personales de los trabajadores, es decir el mínimo tiempo y esfuerzo en el trabajo con la máxima retribución para poder atender las obligaciones familiares. Otro conflicto surge en el seno familiar al tratar de lograr un reparto equitativo de tareas y responsabilidades entre los distintos miembros del hogar. Se genera asimismo un conflicto empresa-Estado, ya que los empresarios pretenden que sea el Estado quien asuma el coste de las medidas de conciliación. Por último, los trabajadores también esperan y exigen al Estado que reconozca e incorpore en sus presupuestos diversas medidas para facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar.

Con independencia de la normativa vigente en tema de conciliación, y excediendo lo establecido legalmente, numerosas firmas destacadas son pioneras en la adopción de medidas conciliadoras (*Easylife*). Algunos ejemplos se muestran en la tabla siguiente:

⁵⁵Castellano Burguillo (2008), Ibidem.

Tabla 4. Ejemplos de buenas prácticas en *Easylife*.

<p>1. ALCATEL LUCENT</p>	<p>- 40% de la jornada en régimen de teletrabajo, acudiendo dos días a la semana a la oficina para reuniones. Conexión del buzón de e-mail a primera hora, para poder descargar y leer el correo, lo que les permite acudir a la oficina 1 ó 2 horas más tarde y evitar atascos. Los trabajadores reciben formación a través de la web.</p>
<p>2. AMERICAN NIKE; ASEPEYO</p>	<p>- Horario flexible de entrada y salida (dos horas), estableciendo una hora tope para fijar reuniones por la tarde. En ASEPEYO existe la semana laboral comprimida y los viernes se trabaja únicamente hasta las 3 de la tarde. En AMERICAN NIKE el 1º y 3º viernes de cada mes no se pueden fijar reuniones para fomentar la innovación.</p>
<p>3. BAUSCH & LOMB</p>	<p>- Cultura europea del horario finalizando el trabajo alrededor de las 18:00 horas además de no trabajar los viernes por la tarde. Se flexibiliza también el espacio, realizando reuniones de equipo por videoconferencia para evitar desplazamientos. Se imparten cursos de gestión del tiempo, optimización de recursos y liderazgo. Los trabajadores gozan de otras ventajas como cheque restaurante, parking, seguro de accidentes, plan de pensiones, etc.</p>
<p>4. BBVA</p>	<p>- Teleasistencia, ayuda postparto, ayuda domiciliaria de acuerdo a una bolsa de horas, mobiliario adaptado para minusválidas y personas de la tercera edad, retribución flexible con opción a seguro médico, ticket guardería, tarjeta restaurante, acceso a una bolsa de viviendas con descuentos, etc.</p>
<p>5. CONSUM</p>	<p>- Certificada como Familiarmente responsable en 2007. Pionera en ofrecer el permiso de paternidad retribuido de 15 días, y cuenta con un protocolo de protección del Embarazo: modificación de funciones, cambio de puesto o licencia de riesgo con el 100% del salario. Destaca además la implantación de jornada continua incluso en los supermercados.</p>
<p>6. MERCADONA</p>	<p>- Dispone de guarderías con amplios horarios de apertura, asume el compromiso de que sus trabajadores vivan a menos de 15 minutos del centro de trabajo y mantiene sus supermercados cerrados todos los domingos del año.</p>
<p>7. MICROSOFT</p>	<p>- Reconocida en 2007 como la 1ª de la lista Best Places to Work ofrece a su plantilla plena libertad para elegir su horario y la posibilidad de solicitar días por razones personales sin ser descontados de las vacaciones, así como la posibilidad del job sharing (dos trabajadores con jornada reducida ocupan un mismo puesto de trabajo). Cuenta con un Programa de Ayuda al Empleado para quien tiene a su cargo personas discapacitadas. Existen diferentes servicios y programas de asesoramiento en salud laboral, conciliación y otros temas personales (búsqueda de vivienda, colegios, etc.)</p>
<p>8. IKEA</p>	<p>- Da prioridad a las personas con mayores dificultades para encontrar trabajo como son las personas con discapacidad o personas sin experiencia a las que se les facilita formación.</p>
<p>9. PROCTER & GAMBLE</p>	<p>- Cada empleado diseña su plan personal de entrada y salida al trabajo y puede gozar de tres meses "sabáticos" por cualquier circunstancia. La formación se realiza siempre dentro del horario laboral, existiendo cursos sobre temas personales: gestión del tiempo o gestión del estrés.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tal como se pone de manifiesto con los ejemplos expuestos, las posibilidades son múltiples en función de las características de la empresa, del puesto de trabajo y de las necesidades de la plantilla. En cualquier caso se hace evidente que las medidas conciliadoras derivan en beneficios tanto para los empleados como para las empresas.

A nivel empresarial las ventajas de las prácticas en el ámbito de la conciliación son claras. Los estudios realizados muestran que éstas tienen efectos positivos (a veces de carácter intangible) en la calidad de vida y la salud de los trabajadores, además de incidir en la estructura social y económica a corto y a largo plazo, se mejora el clima y la motivación laboral, se consigue un aumento de la productividad, una reducción de la rotación del personal y del absentismo laboral, preservando el talento de la empresa y consiguiendo una mejora de la imagen de la compañía y un aumento de la competitividad. Por el contrario, se asocia una mayor dificultad de conciliación de la vida familiar y profesional con la *“caída de la fecundidad, el envejecimiento de la población la viabilidad de los sistemas de protección social, la disponibilidad de una mano de obra cualificada y productiva, la retención del talento en las empresas, entre otros aspectos”*⁵⁶.

Los mencionados autores destacan también que la mayor dificultad para las empresas a la hora de establecer programas de conciliación no reside en los costes económicos directos, sino en los costes organizativos que son más problemáticos. Las bajas o excedencias por maternidad pueden ocasionar importantes trastornos en las empresas en función del puesto de trabajo que queda vacante. Si este requiere un alto grado de formación o conocimientos muy específicos se hace más difícil lograr la sustitución del trabajador o trabajadora. Otra solución posible, consistiría en la redistribución de las tareas que quedan desatendidas, lo cual también tendría repercusiones importantes en el esfuerzo laboral de los trabajadores que deberán asumir una actividad laboral extra y realizar un proceso de adaptación y aprendizaje de cara a la sustitución del personal en situación de baja.

2.4. LA ECONOMÍA SOCIAL EN EL MARCO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO Y DE LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y LABORAL.

En el ámbito del presente estudio se establece la distinción entre sociedades mercantiles (sociedades anónimas y sociedades limitadas) y empresas y entidades de Economía Social (cooperativas, sociedades Laborales, asociaciones y fundaciones), ya que las características de unas y otras son distintas y, como es lógico, incidirán directamente sobre los resultados obtenidos en la investigación, puesto que las prácticas de ambos tipos de empresas en el ámbito de la responsabilidad social pueden presentar diferencias significativas debido a la idiosincrasia y el funcionamiento de la Economía Social.

La Economía Social define a un espacio de actuación económica fundamentada en

⁵⁶Meil Landwerlin, Gerardo et. al. (2008): “Las grandes empresas y la conciliación de la vida laboral y personal en España”. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Nº 71, pp. 15-33.

valores que anteponen el ser humano y su desarrollo a otro tipo de cuestiones de carácter económico, político o ideológico. En este sentido, el Premio Nobel Amartya Sen, señala que cada sector institucional de la economía se halla caracterizado por unos determinados valores. El sector capitalista se halla basado en el individualismo egoísta, la sacralización del mercado, la competitividad interpersonal y la búsqueda de la felicidad en el bienestar material. Frente a ellos en la Economía Social los valores cooperativos de democracia, igualdad, solidaridad y equidad informan claramente las reglas de funcionamiento⁵⁷.

Tales valores quedan recogidos en los principios cooperativos que orientan el funcionamiento y las actividades en toda clase de cooperativas⁵⁸. Por su parte, las entidades no lucrativas son concebidas para hacer frente a determinados problemas humanos y sociales que no encuentran solución en los sectores tradicionales, el sector privado y el sector público. De este modo, se puede afirmar que las empresas y entidades de Economía Social, en general, se centran en la cooperación, la ayuda mutua e incluso la ayuda desinteresada a los colectivos menos favorecidos.

Puede apreciarse una relación clara y directa entre los valores defendidos y promovidos por las entidades de Economía Social y el tema de la igualdad/desigualdad (o discriminación) entre hombres y mujeres, ya que las entidades de Economía Social se configuran precisamente en base a determinados valores contrarios a dicha discriminación (la democracia, la igualdad, la equidad, la solidaridad) y centran su interés en los grupos más débiles y desfavorecidos (suele ser el caso de las entidades no lucrativas, especialmente las dedicadas a los servicios sociales).

Los principios cooperativos establecen que las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas y democráticas. El primer principio hace una alusión explícita a la no discriminación de ningún tipo, incluyendo expresamente la no discriminación por razón de sexo. Según este principio (y en los seis restantes), las mujeres pueden (y por tanto deberían) participar en las cooperativas en igualdad de condiciones que los hombres, con los mismos derechos, participando de forma igualitaria en la toma de decisiones y en la gestión de su cooperativa, accediendo a la misma formación e información, trabajando del mismo modo por la Comunitat en la que viven, y obteniendo los mismos beneficios de la actividad cooperativa. La cooperación, la ayuda mutua y la participación para lograr el beneficio común está abierta a todos y para todos sin excepción alguna, ya que por principio, todo el mundo posee el derecho a disfrutar de las ventajas de la cooperación. Cualquier otra práctica resultaría contraria al primer principio cooperativo y a la filosofía básica que sustenta cualquier cooperativa.

Las mujeres también han de poder participar en las entidades no lucrativas, bien sea

⁵⁷ Sen,A. (1987): *On Ethics and Economics*. Oxford: Basil Blackwell.

⁵⁸ Los principios cooperativos enunciados por la ACI en 1995 en su congreso de Manchester son: Adhesión voluntaria y abierta; Gestión democrática por parte de los socios; Participación económica de los socios; Autonomía e independencia; Educación, formación e información; Cooperación entre cooperativas; Interés por la Comunitat (ACI - Declaración sobre la Identidad Cooperativa).

como trabajadoras asalariadas o bien como voluntarias, en igualdad de condiciones que los hombres. Es lógico esperar que hombres y mujeres colaboren de igual modo en la solución de los problemas sociales, humanitarios, educativos, culturales, etc. a través de las actividades de interés general que realizan dichas organizaciones. Dichas actividades incluyen (según la normativa actual vigente para las fundaciones y asociaciones)⁵⁹ aquellas destinadas a la asistencia y la inclusión social, las de promoción y atención en situaciones de riesgo de exclusión por razones físicas, sociales y culturales (caso de las fundaciones), e incluso las de promoción de la mujer o las de fomento de la igualdad de oportunidades y de la tolerancia (en el caso de las asociaciones de utilidad pública).

En base a lo anterior, resultaría marcadamente incoherente que las empresas de Economía Social actuaran de forma discriminatoria o excluyente (hacia cualquier grupo) en el propio ámbito interno de la organización, al mismo tiempo que siguiendo su filosofía básica y a través de su trabajo en pro del bien común, pretenden evitar las consecuencias de la exclusión social o la discriminación de determinados grupos (en concreto aquellas que específicamente están orientadas a la consecución de dichos objetivos de no exclusión ni discriminación). Una práctica discriminatoria o excluyente es contraria a la filosofía que fundamenta la constitución y funcionamiento de una entidad no lucrativa, como es el desinterés, el bien de la Comunitat, y la ayuda a los colectivos más débiles y desfavorecidos.

Sin duda las entidades de Economía Social aparecen directamente vinculadas a determinados valores humanos, morales y sociales, y por tanto, al concepto de ética entendido como la coherencia entre los valores propugnados por la organización, y las actitudes y prácticas que ésta manifiesta para tratar de conseguir determinados objetivos enmarcados en el contexto expuesto anteriormente. En ese sentido, y desde el lado de las empresas de Economía Social, cabe mencionar como ejemplo que la Declaración sobre la Identidad Cooperativa hace explícita referencia a los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social⁶⁰.

Las entidades de Economía Social por su estructura, su orientación, y las actividades que realizan, promueven determinados valores y actitudes como el voluntariado, la participación, el pluralismo, la protección de las minorías y desfavorecidos, la solidaridad y la cooperación con el desarrollo. Sajardo (2012)⁶¹ pone de relieve diversas funciones económicas que propias del sector de la Economía Social como son una distribución más igualitaria de renta y riqueza, un desarrollo económico endógeno, el fomento de la autonomía de los territorios, la corrección de desequilibrios del mercado de trabajo, la oferta de servicios de bienestar social, el favorecer la estabilización económica y un desarrollo sostenible.

⁵⁹ Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación, y Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones (Vigente hasta el 02 de Octubre de 2016).

⁶⁰ Establecida en Manchester en 1995.

⁶¹ Sajardo, A. (2012): Análisis económico del Sector No Lucrativo. Aspectos económicos del voluntariado, ed. Tirant Lo Blanch, Valencia.

En el ámbito laboral la Economía Social es capaz de corregir desequilibrios del mercado de trabajo. En concreto realiza una función básica en la corrección del desempleo, la inestabilidad del empleo y la inempleabilidad y exclusión sociolaboral de personas en situación de paro. Este hecho ha quedado demostrado cuando en épocas de crisis económica las Cooperativas de Trabajo Asociado y las Sociedades Laborales han conseguido mantener empleos e incluso generar nuevos puestos de trabajo, a pesar de que en el conjunto de la economía se registraban fuertes descensos en el número de empleos. En la actualidad son otro tipo de entidades (como las dedicadas a servicios sociales y culturales) las que generan oportunidades de empleo en nuestra economía y en el resto de países desarrollados debido a la gran demanda existente de los servicios que éstas ofrecen. Dichas organizaciones poseen una gran capacidad creativa en el ámbito laboral, jugando un especial papel a la hora de establecer vinculaciones entre el trabajo voluntario y el trabajo remunerado, utilizando en ocasiones el primero como un puente de conexión con el trabajo asalariado, o bien el rol que realizan en el reconocimiento de nuevas profesiones hasta hace poco apenas conocidas o valoradas.

En general, el empleo en las empresas de Economía Social es más estable y permite una mayor flexibilidad que el empleo en las empresas tradicionales, ya que en las mismas se suelen aplicar con mayor facilidad determinadas políticas de reducción de la jornada laboral o de adaptación del horario de trabajo a las circunstancias personales y familiares. Cabe destacar, además, la relevante contribución de las empresas de inserción en la integración sociolaboral de colectivos con dificultades para lograr un empleo y desempeñarlo de forma satisfactoria, como es el caso de los discapacitados físicos o psíquicos, o bien de personas excluidas o marginadas socialmente que necesitan una formación específica para facilitar su reincorporación al mercado laboral.

Las empresas o entidades de Economía Social son organizaciones óptimas para lograr una situación de estabilidad económica, es decir, un desarrollo económico sostenido y equilibrado, al mismo tiempo que poseen mecanismos que permiten preservar la seguridad económica de la empresa y los empleos. Por su condición de empresas participativas, las situaciones de crisis o ciclo recesivo son afrontadas por sus socios o trabajadores, por lo que los incentivos para cerrar la empresa o despedir trabajadores no son similares a los que se barajan en las empresas capitalistas. En este sentido, las empresas de Economía Social son capaces de realizar ajustes (especialmente en las retribuciones) que permiten superar la situación de crisis en lugar de reducir la capacidad empresarial y el número de empleos.

Por lo general las empresas sociales son consideradas por su contribución a la creación de empleo ignorando que éstas promueven otros valores sociales importantes ya comentados. Así, las empresas sociales son capaces de enriquecer la vida laboral de su personal, mejorar su ambiente de trabajo y permitirle una gran influencia en el proceso de decisión de sus empresas. Además, involucran a los clientes promoviendo su influencia y participación en la producción, llegando de este modo a convertirse los consumidores en co-productores. Dichas empresas generan confianza entre su

personal y entre los consumidores en base a los objetivos de carácter social que se marca la entidad. Asimismo, las empresas de carácter social facilitan un mayor compromiso y participación de los trabajadores en la organización de su trabajo, facilitan la autorrealización y el desarrollo profesional de sus empleados y la mejora del entorno de trabajo. Sin olvidar que en estas empresas resulta muy importante la participación del personal en el proceso de decisión y organización del trabajo, ya que es un factor decisivo en el desarrollo del entorno psicosocial laboral⁶².

Todo ello no es ajeno al hecho de que una de las mayores virtudes que se le atribuye a la Economía Social sea precisamente su capacidad para corregir desequilibrios del mercado de trabajo: paro, inestabilidad en el empleo, exclusión sociolaboral de determinados grupos marginales, etc.

Por último, la Economía Social se presenta como una pieza fundamental en la lucha contra el desempleo junto al Sector Público y el sector privado, realizando además trabajos de utilidad ecológica y social no cubiertos por los otros dos sectores. La Economía Social aparece como una opción válida en el proceso de integración de las mujeres actualmente excluidas del mercado de trabajo y, aunque la feminización de las actividades realizadas por dicho sector podría contribuir a perpetuar la segregación y los roles de género, cabría apostarse por que dichas actividades se socialicen y se dignifiquen incrementando su valor en la medida en que los hombres se incorporen a las mismas y dejen de ser tareas típicamente femeninas⁶³.

2.5. INSERCIÓN LABORAL DE COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

El último ámbito en el que se despliegan las acciones de RSE en el ámbito laboral lo conforma la integración de trabajadores con especiales dificultades de inserción laboral en las plantillas de las propias empresas: Tales acciones consistirían en integrar a los trabajadores menos competitivos en el mercado de trabajo en términos profesionales, de cualificación y de socialización.

Se trata de colectivos de difícil empleabilidad que se hallan integrados por personas con algún tipo de discapacidad, parados mayores de 45 años, minorías étnicas, inmigrantes, ex-reclusos, jóvenes con fracaso escolar, mujeres con cargas familiares, todos ellos en general, con mayores posibilidades de engrosar las filas del desempleo estructural o de larga duración. La existencia de estos trabajadores inempleables o con pocas posibilidades de acceder al empleo deriva del proceso de dualización del mercado laboral de los últimos decenios, ya referido en páginas anteriores. Este proceso ha fragmentado a la masa laboral en dos polos, de un lado, un núcleo central de trabajadores asalariados estables y cualificados, con posibilidades de promoción

⁶²Pestoff, Victor A. (2000): "Enriching Swedish Women's Work Environment: The Case of Social Enterprises in Day Care". *Economic and Industrial Democracy*, vol. 21, nº 1, pp. 39-70.

⁶³Rodríguez, A. (1996): "Del reparto del empleo al reparto del trabajo" en Rodríguez, Arantxa, GOÑI, Begoña y Maguregi, Gurutze (eds.) (1996): *El futuro del trabajo. Reorganizar y repartir desde la perspectiva de las mujeres*. Bakeaz y CDEM, Bilbao, pp. 95-125.

laboral y de incrementar sus ingresos, y por otro lado, un anillo de trabajadores menos cualificados, gravitando sobre el núcleo estable anterior, con dificultades de empleo y relegados a las escalas inferiores de funciones y retribuciones, que acusa flexiblemente las variaciones en el nivel de actividad económica.

Desde una perspectiva laboral-asistencial, en los márgenes de este segundo grupo de trabajadores se sitúan las personas con especiales dificultades de inserción. De estos últimos se distinguen tres colectivos. Un primer colectivo se caracteriza por un bajo nivel de escolarización y de instrucción, y está compuesto, por un lado, por individuos adultos de edad avanzada (mayores de 45 años), con instrucción obsoleta y difícilmente recuperable, que buscan empleo, pero son considerados por las empresas no suficientemente productivos, y de otro lado, por individuos que con independencia de su edad se ven afectados adicionalmente por problemas sociales, familiares o personales (drogas, disminuciones físicas, etc.). Un segundo grupo lo conforman los individuos que reciben subsidios sociales formando, o no, parte de la población activa. Y un tercer colectivo está compuesto por individuos que cuentan con la característica adicional de ser parados de larga duración, con independencia del grupo precedente en el que se integren.

En el marco de las políticas activas de empleo se genera una serie de incentivos legales a la contratación de colectivos laboralmente desfavorecidos por parte de las empresas, que confluye y apoya las acciones de RSE. Se trata de las denominadas *medidas de fomento del empleo*, conformadas por un conjunto de normas tendentes a la creación y mantenimiento de puestos de trabajo, bien estableciendo ayudas a la contratación de determinados colectivos, bien facilitando el acceso al trabajo de otros, bien apoyando el trabajo autónomo y el cooperativismo, o bien a través de la puesta en práctica de programas experimentales que exploren nuevas alternativas de inserción laboral de los demandantes de empleo. Asimismo en el ámbito de la Ley de Igualdad de Género se obliga a las empresas (aunque sólo a las que tengan más de 250 personas empleadas) a negociar con los agentes sociales planes de igualdad, previendo que, en un plazo de ocho años, los consejos de administración de las grandes compañías tuviesen al menos un 40% de mujeres.

Ciertos estudios han sido desarrollados con el objetivo de analizar la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos. Así la Fundación Empresa y Sociedad publicó en 2008 un trabajo, en el que se recogen 661 actuaciones de 134 empresas y Cajas durante 2007⁶⁴. En el documento se analizan mediante el Sistema de Análisis Comparativo (*sanco.es*) las acciones empresariales relacionadas con la integración de personas desfavorecidas desde una perspectiva tanto empresarial como social. En el mismo es de destacar las actuaciones en discapacidad (49%) y la inmigración (22%). En términos concretos, DKV Seguros, Grupo Siro, MRW, Fermax Electrónica e Ibermutuamur son las empresas con mayor cuota de empleo directo de personas con discapacidad. Uría Menéndez, Merrill Lynch, Alcoa, Sun Microsystems y Gómez Acebo

⁶⁴ Observatorio Fundación Empresa y Sociedad (2008): *Actuaciones del sector empresarial relacionadas con la integración de personas desfavorecidas*, documento consultado en: www.observatoriodeltrabajo.org/nueva/web/abrirweb.asp?idenlace=71

& Pombo son las empresas con mayor dedicación en plantilla a programas de voluntariado.

Tras este recorrido científico por los principales aspectos que conforman el ámbito laboral de las empresas, seguidamente se van a presentar los principales resultados del grado de compromiso de las empresas de la Comunitat Valenciana con sus trabajadores. Dicha valoración se realiza a través del análisis de cuatro variables principales que son consideradas criterios o indicadores de comportamiento responsable:

1. la existencia de planes de igualdad,
2. la adopción de medidas de conciliación de la vida familiar y laboral,
3. la participación de los trabajadores en planes de formación continua,
4. la integración en la plantilla de personas pertenecientes a colectivos desfavorecidos.

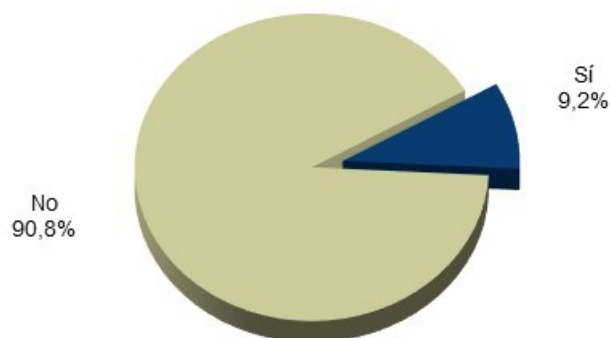
Con el objeto de enriquecer los resultados de la presente investigación, se realizará, una comparativa evolutiva con los resultados obtenidos en el trabajo dirigido por Sajardo (Dir) (2009)⁶⁵, cuyo objetivo fue analizar los perfiles de la responsabilidad social empresarial interna de las empresas españolas al inicio de la crisis, en 2008.

2.6. LOS PLANES DE IGUALDAD EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: ANÁLISIS DE RESULTADOS

A tenor del siguiente gráfico 2 tan sólo un 9,2 % de las empresas de la Comunitat Valenciana tiene implantado un Plan de Igualdad que garantice la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la estructura organizativa de la empresa, frente a un 90,8 % de empresas que no ha adoptado ninguno. Este porcentaje resulta cuatro puntos inferior al constatado en el estudio nacional de 2008 según el cual la incidencia de los Planes de Igualdad en las empresas españolas era del 13,8%, muy próxima al de aquellas ubicadas en el Área de Levante (13,0%) debiendo indicarse que la citada área considera, además de las empresas de la Comunitat Valenciana, las de las provincias de Murcia y Albacete.

⁶⁵ Sajardo, A. (Dir.) (2009): *La responsabilidad social interna de las empresas en España*, ed. Tirant lo Blanch, Valencia.

Gráfico 2. Empresas de la Comunitat Valenciana que cuentan con un Plan de Igualdad entre hombres y mujeres que garantice la igualdad de oportunidades.



Base: Total de empresas

La tabla 5 que se presenta a continuación refleja la incidencia de los Planes de Igualdad para las empresas de la Comunitat Valenciana que afirman disponer de ellos, por características de las mismas.

De la lectura de la mencionada tabla se constata una relación positiva entre mayor tamaño de las empresas con superiores porcentajes de Planes de Igualdad, a tenor de la normativa legal de obligado cumplimiento para las empresas más grandes. Las empresas de más de 50 trabajadores disponen en mayor proporción (32,3%) de esta herramienta, seguidos por las empresas de tamaño medio (de 10 a 50 trabajadores) con un 21,9% y finalmente las de menos de 10 trabajadores con un 7,8% del total de empresas consultadas, tendencia similar a la media de las empresas españolas, según los datos para las empresas españolas al inicio de la crisis.

Tabla 5. Incidencia de los Planes de Igualdad en las Empresas Valencianas por características de las mismas.

EMPRESAS QUE CUENTAN CON UN PLAN DE IGUALDAD		
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	7,8%
	De 10 a 50 trabajadores	21,9%
	Más de 50 trabajadores	32,3%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	8,1%
	Sociedad Anónima	14,6%
	Empresas de Economía social	16,5%
	Otras	1,5%
SECTOR	Agroalimentario	21,3%
	Industrial	19,9%
	Construcción	2,7%
	Comercio	18,4%
	Servicios	5,8%

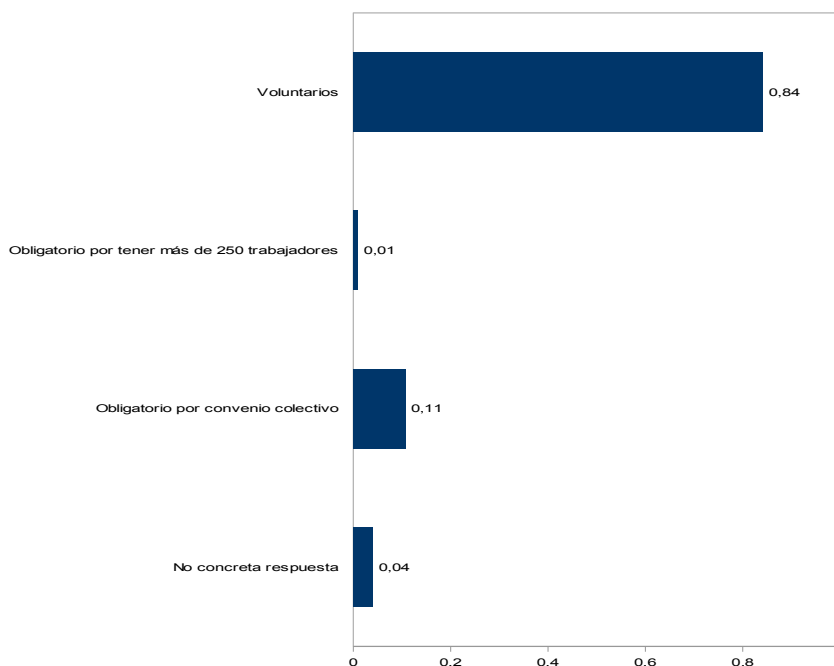
Base: Total de empresas.

Respecto a la forma jurídica de las empresas entrevistadas, entre las formas más tradicionales casi no se experimentan notables diferencias, las Sociedades Anónimas con un 14,6%, seguidas por las empresas que adoptan la forma jurídica de Sociedades Limitadas. (8,1%). No obstante son las formas jurídicas de Economía social las que cuentan con pesos más elevados con un 16,5%, al tratarse de un sector con especial sensibilidad al tema de igualdad, en términos reales y a tenor de sus principios de actuación.

En relación al sector de actividad económica, es el agroalimentario el que presenta el mayor número de las empresas que manifiestan tener planes de igualdad (21,3%), manifiestamente inferior a los datos de las empresas a nivel nacional de 2008 (38,9%). Las empresas dedicadas al sector industrial le siguen en importancia con un 19,9% del total, y comercio con un 18,4%, en un porcentaje muy inferior encontramos al sector de la construcción, 2,7% el más afectado por la crisis económica, dato que llama la atención a tenor del mencionado estudio nacional en 2008 en el cual se evidenció que un 14,4% de las empresas de este sector contaban con Planes de Igualdad.

Como se observa a continuación, este perfil se ve modificado una vez se detalla el carácter obligatorio o voluntario de los Planes de Igualdad aplicados en las empresas.

Gráfico 3: Incidencia de Planes de Igualdad en las Empresas Valencianas Socialmente Responsables (EVSR) según tipologías.



Base: empresas que señalan tener un Plan de Igualdad

En el caso de las empresas, tal y como se dispone en la *Ley Orgánica para la Igualdad de mujeres y hombres* (LOI), esta medida es de carácter obligatorio bajo tres criterios: cuando se trata de una empresa con más de 250 trabajadores y trabajadoras, si el Convenio Colectivo de aplicación así lo dispone y en aquellos casos en los cuales la Autoridad Laboral haya acordado, en un procedimiento sancionador, la sustitución de sanciones accesorias por la elaboración de un Plan de Igualdad. Para el resto de empresas, la implantación de un Plan de Igualdad, tiene carácter voluntario.

El ejercicio voluntario, por parte de las empresas, para la aplicación de medidas en pro de la igualdad de sus trabajadores y trabajadoras, se considera una actitud proactiva de responsabilidad social al darse por supuesto la ejecución de las leyes y las normativas de obligado cumplimiento⁶⁶.

La lectura del gráfico 3 presenta un panorama empresarial con un alto porcentaje de voluntariedad respecto a la elaboración de Planes de Igualdad. Del total de la muestra consultada, un 84,2% afirma disponer de un Plan de Igualdad sin ser parte de los requisitos obligatorios impuestos por ley.

Un reducido 11,7% del total de empresas encuestadas dispone de esta herramienta por condicionantes de obligación (dato superior al 8,3% del estudio nacional para 2008) siendo un 10,7%, porque así se recoge en el texto del convenio colectivo y un 1% siguiendo las disposiciones de la *Ley de Igualdad*. Lo que nos puede permitir afirmar que la elaboración e implantación de esta herramienta de igualdad está integrada en las estructuras de gestión de las empresas. Ante esta cuestión un reducido 4,1%, no concreta ninguna respuesta, de lo que se colige que se trata de empresas con un número de personal inferior a 250, sin tener recogido en su Convenio Colectivo este requisito y que hasta el momento de la consulta no disponían de un Plan de Igualdad en la empresa de manera voluntaria.

Como complemento del análisis anterior, se presenta la tabla 6 en la que se detalla el grado de voluntariedad de las empresas con Planes de Igualdad en función del número de trabajadores y trabajadoras.

Según el número de personas empleadas, es en las empresas de *hasta 10 trabajadores y trabajadoras*, con un 85,9% del total de las empresas que afirman disponer de un Plan de Igualdad, presenta un porcentaje de voluntariedad mayoritario, frente a un 10,4% obligatorios (en esta categoría de empresas los planes de igualdad solo pueden ser impositivos por Convenio Colectivo o derivados de sanciones administrativas). Le sigue en importancia (83,8%) el grupo de empresas con un número de personal empleado de 10 a 50 trabajadores. Significativamente las empresas con más de 50 empleados afirman disponer, en menor medida (59,1%), de esta herramienta con carácter voluntario. De hecho, más de un tercio (32,4%) de los Planes de Igualdad en esta categoría son de naturaleza obligatoria. Siendo porcentualmente más elevada la situación de obligación de empresas de más de 250 trabajadores y trabajadoras (20,4%) que por tratarse de empresas obligadas por Convenio Colectivo (11,7%), (dato superior al 8,3% de las empresas a nivel nacional en 2008).

⁶⁶ Sajardo, A. & Serra, I. (2008): *La Responsabilidad Social Empresarial y la Ciudadanía Corporativa en la Comunitat Valenciana*, Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia.

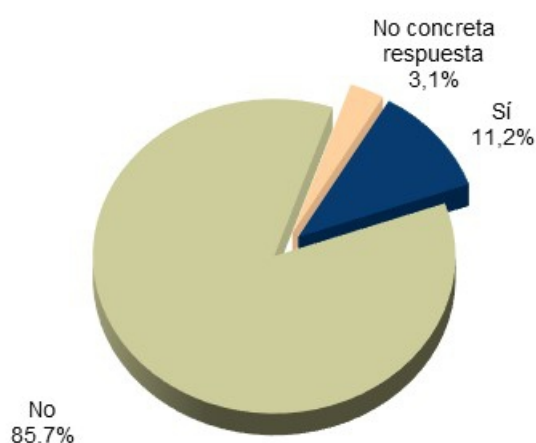
Tabla 6. Carácter de los Planes de igualdad en las EVSR en función del número de trabajadores.

	NÚMERO DE TRABAJADORES		
	Hasta 10 trabajadores (n=25/12)	De 10 a 50 trabajadores (n=6/27)	Más de 50 trabajadores (n=2/28)
Voluntarios	85,9%	83,8%	59,1%
Obligatorio por tener más de 250 trabajadores	---	---	20,4%
Obligatorio por convenio colectivo	10,4%	12,2%	11,7%
No concreta respuesta	3,7%	4,1%	8,8%

Base: empresas que señalan tener un Plan de Igualdad

De las fases que componen la implementación de un Plan de Igualdad, es la evaluación y difusión de los resultados la que permite identificar si las medidas ejecutadas han sido eficaces y efectivas. En reconocimiento a la relevancia de la evaluación *ex-post*, se recoge en el cuestionario manejado en el contexto de esta investigación una pregunta a este respecto de la que se han obtenido los siguientes resultados.

Gráfico 4. EVSR con Planes de igualdad sometidos a algún tipo de mecanismo de control o auditoría.



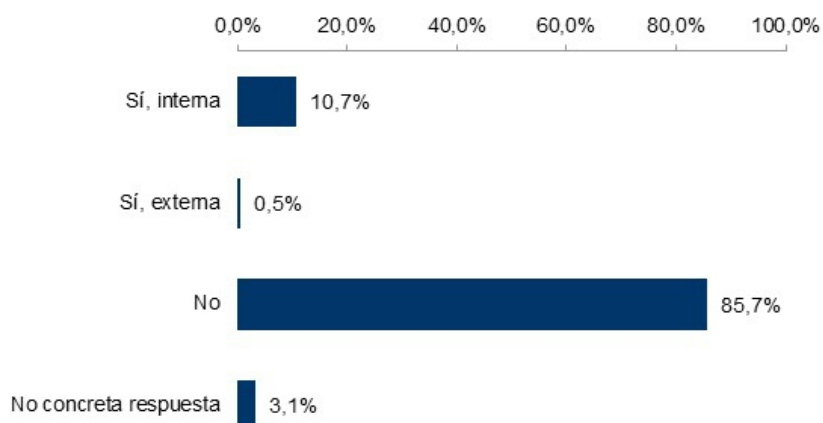
Base: Empresas que señalan tener un Plan de Igualdad.

Como muestra el gráfico 4, la gran mayoría de las empresas valencianas que afirman disponer de un Plan de Igualdad, responden negativamente a esta cuestión (85,7%),

frente al 64,5% de empresas españolas en esta situación en 2008. De estos datos se colige que, en general, no existe una evaluación de los resultados y de los efectos de las actuaciones implementadas en las empresas. Solo el 11,2% afirma disponer de mecanismos de control, internos o externos, como se observa en la siguiente tabla.

La evaluación de los resultados obtenidos con la aplicación de un Plan de Igualdad permite, más allá del simple conocimiento de sus efectos, la transmisión de estos al grupo humano a quienes van dirigidos. Esta difusión constituye un aliciente que motiva el interés por los objetivos planteados. Según el estudio publicado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad (2007)⁶⁷ existe una creciente demanda, por parte de los grupos de interés, en el conocimiento de los resultados y en su fiabilidad. De ahí su relevancia para esta la presente investigación.

Gráfico 5. Mecanismos de control o auditoría de los Planes de Igualdad en las EVSR.



Base: Empresas que señalan tener un Plan de Igualdad

Si se atiende a las respuestas afirmativas, en el gráfico 5, se observa que del 11,2% de las empresas con auditorías o mecanismos de control, el 10,7% de ellas lo hace de manera interna y solo en un reducido 0,5% acude a consultorías externas para evaluar sus programas de actuación. Los datos en este sentido son manifiestamente muy inferiores a los observados en el año 2008 para las empresas españolas donde este porcentaje ascendía al 31,7%.

El VIII Cuaderno Forética⁶⁸ se expone que, al estar conformada la empresa como un sistema organizacional, el éxito de su funcionamiento radica en incorporar a nivel interno la complejidad del entorno. De este modo, el logro de la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral no aparece únicamente como una cuestión de justicia social, sino que es un elemento esencial para la sostenibilidad y calidad empresarial. No obstante, tal como se afirma en el citado documento, *“la realidad actual es que pocas empresas han incorporado medidas activas de igualdad de*

⁶⁷Ibísate, A. & Rodríguez, M.A. (2007): *El estado de la Responsabilidad Corporativa de la gran empresa española*. Madrid. Club de la Excelencia en Sostenibilidad..

⁶⁸Saldaña & Llatser (2007): *Guía para la gestión de la igualdad en la empresa*, VIII Cuaderno de Forética.

oportunidades o la perspectiva de género en su gestión. Así lo muestran los números más recientes sobre la representación femenina en los equipos directivos y puestos de mando del mercado laboral”.

Los resultados obtenidos en el desarrollo de la presente investigación presentan una estructura laboral por sexos con un cuasi-equilibrio ligeramente positivo para los hombres, contrastando, de este modo, con las afirmaciones de los estudios precedentes, y las estadísticas oficiales publicadas en la Encuesta de Población Activa (EPA) del Instituto Nacional de Estadística (INE), que son habitualmente tomadas como punto de referencia, en la cual, el porcentaje de hombres ocupados en el tercer trimestre del 2015 era del 54,8% frente al 45,17% de las mujeres.

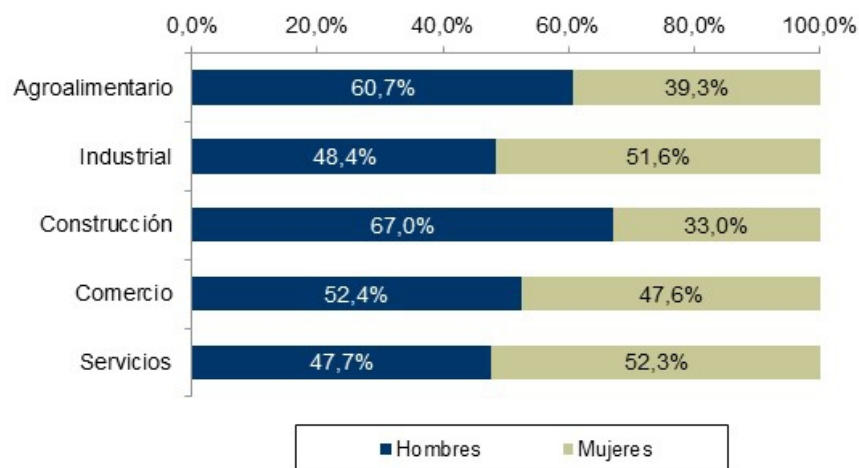
De esta manera en las plantillas de las empresas de la Comunitat Valenciana que dicen tener un Plan de igualdad, se observa un peso del colectivo masculino del 50,8 % de los empleados, frente al 49,2% del de las mujeres. En el estudio de 2008 el porcentaje de hombres en las empresas españolas era superior en más de 7 puntos porcentuales, evidenciando así la incidencia superior de la crisis en el colectivo femenino. No obstante, se observan diferencias que pueden ser más o menos acusadas según se analice el porcentaje de miembros de uno y otro sexo en función de distintas variables.

Así, los resultados difieren significativamente dependiendo del sector de actividad, a tenor del gráfico 6 siguiente. Así, el menor porcentaje de mujeres aparece en el sector agroalimentario (39,3%), mientras el área de actividad en la que el colectivo femenino posee una mayor representación es el sector servicios con una proporción de mujeres en la plantilla que llega a alcanzar el 52,3 %. En el sector del comercio los porcentajes observados se acercan a las cifras medias obtenidas para el total de empresas, mientras que los hombres tienen una presencia mayoritaria en el sector construcción (67,0 %) y en el sector de agroalimentario (60,7%). Estos resultados derivados del análisis sectorial concuerdan con la estructura laboral observada tradicionalmente en España, que muestra rasgos inequívocos de segregación laboral horizontal revelando que los trabajadores de uno y otro sexo están ubicados en distintos y concretos sectores y áreas de actividad⁶⁹.

En el estudio nacional en 2008 se constataba que el menor porcentaje de mujeres aparece en el sector agroalimentario (20,9%), mientras que en el sector servicios la proporción de mujeres en la plantilla que llega a alcanzar el 57,1 %, mientras que los hombres tienen una presencia mayoritaria en el sector industrial (71,3 %) y en el sector de la construcción (66,6 %).

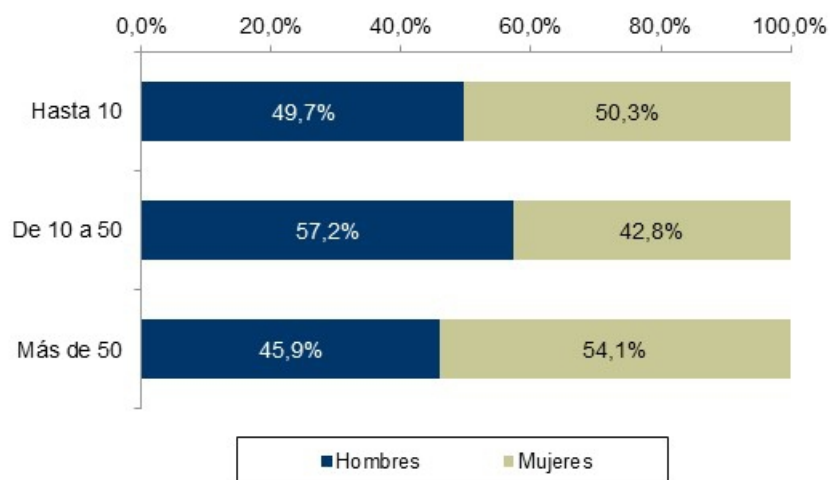
⁶⁹ Encuesta de Población Activa (EPA) publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Gráfico 6. Proporción de hombres y mujeres en función del sector de actividad en las EVSR.



Base: Empresas que señalan tener un Plan de Igualdad.

Gráfico 7. Proporción de hombres y mujeres en función del número de trabajadores.



Base: Empresas que señalan tener un Plan de Igualdad

La mayor proporción de mujeres se detecta en las empresas más grandes (de más de 50 empleados), con un 54,1%, y la menor representación femenina aparece en las empresas de entre 10 a 50 trabajadores, donde aquellas representan un 48,8%, porcentaje ligeramente más reducido que la media de empresas de la Comunitat. Sin embargo en el territorio nacional al inicio de la crisis la mayor proporción de mujeres se observaba en las empresas más pequeñas (de menos de 10 trabajadores).

A la luz de los resultados obtenidos se puede afirmar también que distintas tipologías de empresa presentan diferentes estructuras laborales por sexo. La mayor participación del colectivo femenino se observa en las empresas de Economía Social (71,2%), dato que contrasta con el 37,2% de España que situaba a estas empresas en el

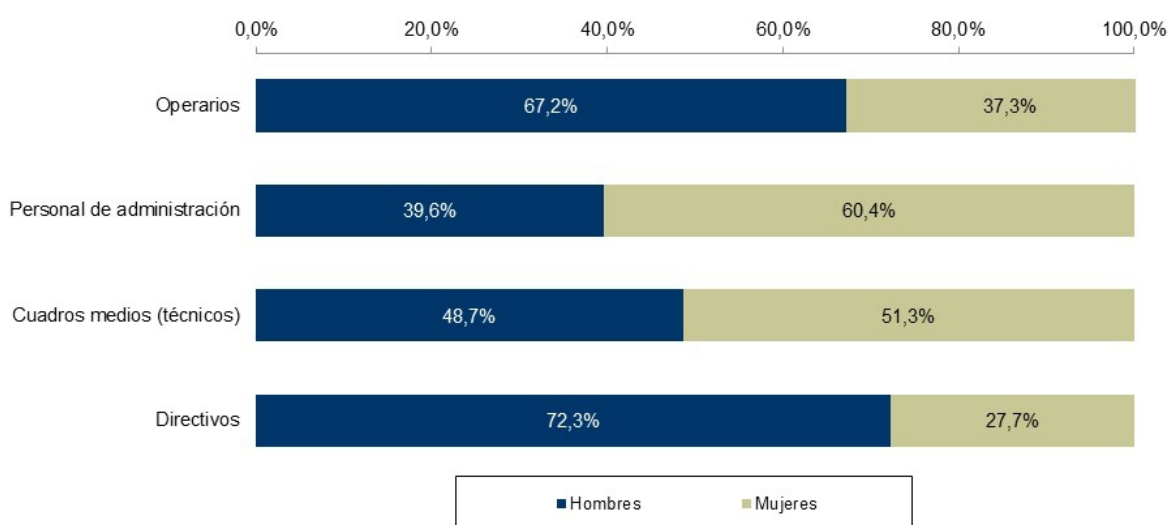
segundo puesto nacional. El menor porcentaje de mujeres está en las Sociedades Limitadas (45,1%), y a medio camino en las Sociedades Anónimas, con un 53,3% de mujeres. En el estudio del año 2008 en España las Sociedades Limitadas ocupan en primer lugar en cuanto a contratación de mujeres y las Sociedades Anónimas el tercer puesto, con un reducido 29,2%.

La participación de la mujer en las formas jurídicas de Economía Social de la Comunitat es especialmente significativa, cifra que dista más de seis puntos porcentuales del porcentaje observado en el mercado de trabajo español a nivel general durante el tercer trimestre de 2015. En el caso de las Sociedades Limitadas la situación es precisamente la inversa ya que la participación femenina registrada en dichas empresas se sitúa más de seis puntos por encima de las estadísticas oficiales publicadas para el conjunto del mercado laboral español.

Asimismo, la composición de la plantilla en función del sexo varía sensiblemente según la categoría profesional o puesto de trabajo, véase al respecto el gráfico 6. El personal de administración es en su mayoría del sexo femenino (60,4%) mientras los hombres poseen una representación mayoritaria entre el personal operario (67,2 %). Estas cifras denotan la existencia, aún hoy en día, de tareas o actividades altamente feminizadas o masculinizadas, según el sexo predominante en el desarrollo de las mismas.

Al observar la participación de los miembros de uno y otro sexo en los puestos directivos se pone de manifiesto la existencia de segregación vertical, es decir, el colectivo femenino posee una representación minoritaria en los puestos jerárquicos y de responsabilidad. Según las cifras obtenidas, las mujeres en las empresas de la Comunitat Valenciana ocupan tan sólo el 27,7% de los cargos de dirección, siendo este dato similar a las estadísticas manejadas por el INE en relación al conjunto del mercado laboral español, evidenciando el fenómeno del Techo de Cristal. Del estudio de Sajardo (Dir) (2009), se constataba que la media de las mujeres directivos en las empresas españolas del Área de Levante en 2008 era del 26,7% (casi cuatro puntos inferior a la media nacional situada en el 31,6%).

Gráfico 8. Proporción de hombres y mujeres en función de su categoría laboral en las EVSR.



Base: empresas que han señalado tener un Plan de Igualdad

Otros estudios revelan un mayor desequilibrio entre hombres y mujeres del detectado en el presente estudio. Las cifras ofrecidas por el Club de Excelencia en Sostenibilidad revelan una participación de las mujeres en los puestos directivos del 15 % en la mayoría de las empresas, llegando al 21 % en las empresas líderes⁷⁰.

Tabla 7. Proporción de mujeres en puestos directivos en las EVSR según características de las mismas.

MEDIA DE MUJERES EN PUESTOS DIRECTIVOS: 27,7%		
NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	28,2%
	De 10 a 50 trabajadores	25,7%
	Más de 50 trabajadores	27,6%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	29,3%
	Sociedad Anónima	7,2%
	Empresas de Economía social	55,6%
	Otras	0,0%
SECTOR	Agroalimentario	47,3%
	Industrial	2,5%
	Construcción	17,9%
	Comercio	23,7%
	Servicios	38,3%

Base: empresas que han señalado tener un plan de igualdad

Si se analiza más detenidamente la presencia de mujeres en los puestos directivos, vemos que el mayor porcentaje aparece en las empresas de menor tamaño (28,2%) superando por muy poco a la media global. Este resultado es plenamente concordante con el expuesto anteriormente indicando una mayor presencia femenina en las pequeñas empresas.

⁷⁰21 Ibisate, A & Rodríguez, M.A. (2007), Ibidem.

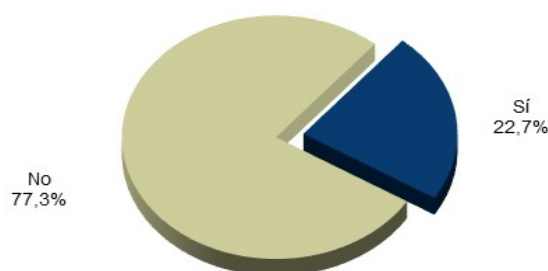
Al realizar un análisis en función de las diversas formas jurídicas empresariales no se encuentran datos homogéneos en relación a la igualdad de género. En el caso de las Sociedades Limitadas el porcentaje de mujeres en puestos de dirección alcanza el 29,3 % y en las empresas de Economía Social un 55,6%, lo que representa prácticamente el doble que a nivel nacional en 2008, donde este tipo de empresas se situaba en segundo lugar con un 28,1%. El menor porcentaje aparece en la categoría de Sociedades Anónimas con un 7,2 % de participación del colectivo femenino en cargos directivos, muy inferior al casi 20% de las empresas españolas en 2008.

Tal y como cabe esperar, dada la diferente participación laboral de los miembros de uno y otro sexo en los diferentes sectores de actividad, éstos presentan también cifras dispares en relación al porcentaje de mujeres que ocupan cargos directivos. Sin embargo, en este caso no coincide la mayor presencia femenina registrada en el sector servicios con una mayor proporción de mujeres directivas en el mismo. El sector con mayor participación femenina en los puestos jerárquicos es el sector agroalimentario, seguido a casi diez puntos de diferencia por el sector servicios, mientras el sector con menos representación de dicho colectivo es el sector industrial, con un escaso 2,5%.

2.7. CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: EVIDENCIA EMPÍRICA

Una situación similar a la relativa a los Planes de Igualdad se observa en el terreno de la conciliación de la vida familiar y laboral, a tenor del gráfico 8. La gran mayoría de las empresas (el 77,3 %) no dispone de medidas, exceptuando las establecidas legalmente, para facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral de sus empleados. Un 22,7 % contestó que sí había desarrollado acciones en este sentido, porcentaje inferior al constatado en el estudio de 2008, donde el 26,8% para las empresas españolas, y un 25,6% de las relativas al área de Levante realizaban medidas de conciliación.

Gráfico 9. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de medidas de conciliación de la vida familiar y laboral.



Base: Total de empresas

Conciliar en el ámbito empresarial consiste en poner en funcionamiento un grupo de acciones cuyo objetivo es el de desarrollar una sociedad más igualitaria y justa, tratando de resolver el conflicto entre trabajo y familia. En el ámbito empresarial es un modo de organizar el entorno laboral que facilita a hombres y mujeres la realización de sus actividades laborales y sus responsabilidades personales y familiares en igualdad de condiciones. El éxito de estos programas de acción radica en su universalización, es decir, en dirigir su aplicación tanto a trabajadoras como a trabajadores. Asociar la conciliación exclusivamente con las mujeres es erróneo, ya que reproduce y mantiene un sistema basado en la división sexual del trabajo que identifica a las mujeres con la esfera de lo doméstico y dificulta su empleabilidad en el espacio público.

La tabla siguiente muestra el perfil general de las empresas que afirman disponer de medidas de conciliación laboral y familiar. Al igual que en el perfil referido a los Planes de Igualdad, comentado anteriormente, las empresas con más de cincuenta trabajadores suponen la mayor proporción de organizaciones con medidas de conciliación (42,4%), a gran distancia de los niveles de las empresas de mediano y pequeño tamaño, que se sitúan alrededor del 22%.

Tabla 8. Incidencia de las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral en las Empresas de la Comunitat Valenciana por características de las mismas.

PERFIL DE EMPRESAS CON MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA FAMILIAR Y LABORAL		
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	22,4%
	De 10 a 50 trabajadores	22,6%
	Más de 50 trabajadores	42,1%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	21,9%
	Sociedad Anónima	28,6%
	Empresas de Economía social	28,9%
	Otras	1,5%
SECTOR	Agroalimentario	22,5%
	Industrial	22,6%
	Construcción	30,0%
	Comercio	24,2%
	Servicios	21,4%

Fuente: Total de las empresas.

Otra de las variables contempladas para determinar el perfil de las empresas con responsabilidad social es la forma jurídica. En este sentido se evidencia que los porcentajes son muy similares para las empresas de Economía Social y las Sociedades Anónimas, en torno al 28%, seguidas muy de cerca por las Sociedades Limitadas con un 21,9%. Por su parte a nivel de las empresas españolas en 2008 se situaba en primer lugar a las Sociedades anónimas, con un 36,2%, seguidas por las Sociedades Limitadas con un 26,2% y en último lugar el conjunto de las empresas y entidades de Economía Social (con un 23,3%).

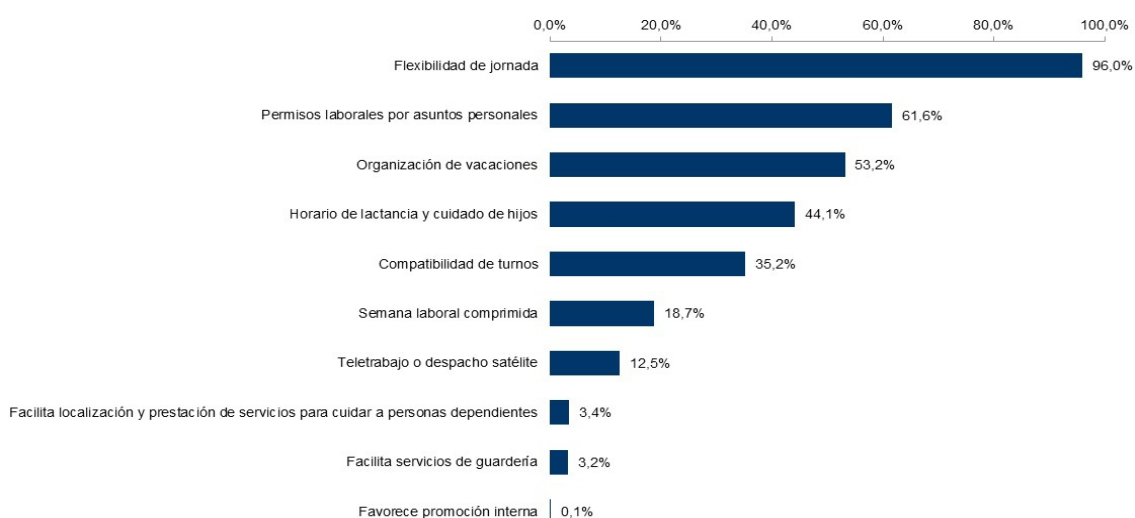
Ateniendo a la clasificación por sectores de actividad, no se hallan grandes diferencias en la Comunitat Valenciana, lo que es significativamente diferente a los datos del estudio del 2008 a nivel nacional. Así, las empresas del sector de la construcción destacan en cuanto a conciliación con un 30%, seguidas por el sector comercio con un 24,2%, agroalimentario e industrial en torno al 22% y por último pero cercano a los demás, el sector servicios con un 21,4%. De este modo a nivel nacional encontramos el siguiente orden ascendente en cuanto a la importancia de la conciliación: sector servicios, comercio, construcción, industria y sector agroalimentario.

Tras analizar el perfil general de las empresas que afirman disponer de medidas conciliatorias de la vida familiar y laboral, se va a estudiar cuáles son y en qué grado de incidencia se despliegan las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral en las empresas españolas.

Si bien es cierto que hay una serie de medidas establecidas por ley, también la Ley de Igualdad que establece tales preceptos, se queda corta al limitarse a reconocer el derecho a la conciliación pero no profundizar en las medidas para conseguir el equilibrio de corresponsabilidad necesario. El texto parece dejar abierto a que sea cada empresa, quien, en función de sus particularidades, implante medidas concretas para la mejora de la calidad de vida de sus recursos humanos.

Para disponer de información detallada, durante las entrevistas realizadas para este apartado, se les facilita en esta pregunta una serie de opciones no excluyentes. La multiplicidad de respuesta se hace del todo imprescindible para esta cuestión, con el fin de abarcar un amplio abanico de actuaciones en materia de conciliación en las empresas entrevistadas.

Gráfico 10. Incidencia de medidas de conciliación de la vida laboral y familiar en EVSR.



Base: Empresas que señalan disponer de medidas de conciliación de vida familiar y laboral.

Una vez recogidas las diferentes aportaciones que aparecen en el gráfico 10, de su lectura se infiere que existe una medida de gran aplicación en las empresas de la Comunitat Valenciana, como es la “Flexibilidad de la jornada laboral”, con un 96%. Muy por detrás se halla un bloque de tres medidas que concentran porcentajes superiores al 50%: los “Permisos laborales y por asuntos personales” con un 61,6%; seguida por “La organización de las vacaciones”, un 53,2% del total, y por debajo “El horario de lactancia y cuidado de hijos” con un 44,1%. Sin duda, se trata de cuatro medidas de aplicación habitual en las empresas, facilitadoras conciliación. A gran distancia en grado de aplicación, se encuentra la “Compatibilidad de turnos” (35,2%%).

A partir de estas medidas, tal y como se recoge en el gráfico, se observa una caída sustancial, desde un punto de vista cuantitativo, en los porcentajes de aplicación de las restantes opciones. Siendo, la “Semana laboral comprimida” (18,7%) y el “Teletrabajo o despacho satélite” (12,5%) las únicas en sobrepasar, de manera significativa la barrera del 10%. La posibilidad de desplazar, el puesto de trabajo del espacio de la empresa al espacio doméstico del trabajador, es considerado por muchos empleados como una de las medidas que más garantiza la conciliación laboral y doméstica por la flexibilidad de horarios y la organización personalizada en función de objetivos.

A las anteriores les siguen dos medidas específicas en materia prestación de servicios, por un lado “Facilitar servicios de guardería” (con un 3,2%%) y por otro lado “Facilitar la localización y prestación de servicios para cuidar a personas dependientes” (un 3,6%). Por último solo un reducido 0,1% de empresas aplica “Acuerdos personales en función de las necesidades de cada trabajador.”

A tenor de los resultados precedentes se evidencia que las mujeres de la Comunitat Valenciana, en mayor medida, continúan manteniendo la gestión de los afectos y el cuidado doméstico, suponiendo para ellas un *handicap* en el desarrollo efectivo de sus carreras profesionales, un elemento de absentismo y de abandono del mercado laboral y, para las empresas, la pérdida de valioso capital humano⁷¹.

2.8. LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN CONTINUA EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: ESTUDIO DE LOS RESULTADOS DE CAMPO

Se preguntó a las empresas sobre la participación de los trabajadores en programas de formación continua durante los últimos tres años, contestando un 47,4 % de ellas de forma afirmativa. La mayoría, un 52,6 % respondió que sus trabajadores no han accedido a actividades de formación en dicho período.

El porcentaje hallado es superior al constado en el estudio nacional para 2008, en cuyo contexto los programas de formación continua eran realizados por el 42,8% de las empresas españolas. Si se considera exclusivamente las empresas ubicadas en el Área de Levante, la incidencia de empresas con formación continua para sus empleados se eleva al 54,9%.

⁷¹ Resultados coincidentes con los obtenidos en el estudio de Ibisate & Rodríguez (2007).

Gráfico 11. Empresas de la Comunitat Valenciana cuyos trabajadores han participado en los últimos tres años en programas de formación continua.



Base: Total de empresas

Tal como se evidencia en la tabla 9, entre las empresas de tamaño grande (más de 50 trabajadores) y medio (de 10 a 50 trabajadores) se observa un mayor porcentaje de organizaciones que facilitan actividades de formación a sus empleados: un 89.0 % y un 66.2 % respectivamente. A tenor de estas cifras el tamaño de la empresa está correlacionado con las posibilidades de acceso y organización de acciones formativas para los empleados. De igual modo, cabe pensar que en una gran organización las exigencias de formación y preparación de la plantilla son mayores, por lo que los trabajadores se verán impelidos en mayor medida a reciclarse y recibir formación.

Atendiendo a la forma jurídica de la empresa son las empresas de Economía Social las que destacan en la organización de actividades de formativas. Un 61.8 % de estas entidades ha facilitado formación a sus empleados en los tres últimos años. En segundo lugar se sitúan las Sociedades Limitadas, con un 48% de estas empresas que tienen en sus plantillas trabajadores que han recibido formación en el período antes mencionado, seguidas muy de cerca por las Sociedades Anónimas con un 42%. Cómo se ha venido observando en apartados anteriores la importancia de las acciones acometidas por las empresas de Economía Social es mucho más importante en la Comunitat Valenciana que a nivel español al inicio de la crisis, donde ocupan el segundo lugar por debajo de las Sociedades Limitadas.

Tabla 9. Incidencia de la formación continua en las Empresas de la Comunitat Valenciana según características de las mismas.

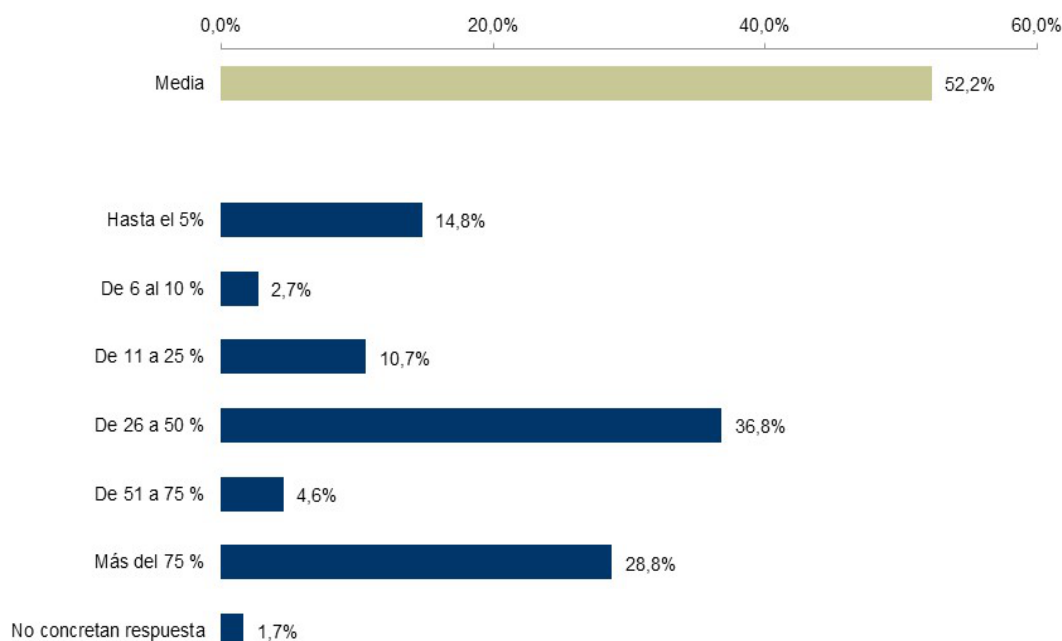
EMPRESAS QUE HAN PARTICIPADO EN FORMACIÓN CONTINUA		
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	45,3%
	De 10 a 50 trabajadores	66,2%
	Más de 50 trabajadores	89,0%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	48,0%
	Sociedad Anónima	42,0%
	Empresas de Economía social	61,8%
	Otras	6,2%
SECTOR	Agroalimentario	93,1%
	Industrial	60,3%
	Construcción	38,2%
	Comercio	43,1%
	Servicios	46,1%

Base: Total de empresas

El sector en el que participan un menor número de empresas en actividades formativas es el sector de la construcción, únicamente un 38,2 % del total. El sector agroalimentario presenta un elevadísimo porcentaje (93,1%), seguido por el sector industrial con un 60,3% de empresas que han participado en la formación continua. En los sectores comercio y servicios el porcentaje de empresas que se ha implicado en la formación de sus empleados se sitúa en torno al 43,1 % y 46,1% respectivamente. En base a estos resultados se puede concluir que las diferencias registradas entre los diferentes sectores podrían venir motivadas, en cierta medida, por las distintas necesidades formativas entre unos y otros, en función de la diferente utilización de maquinaria, tecnología, procesos productivos, técnicas comerciales, etc, debiendo considerar la importancia del sector agroalimentario para la Comunitat Valenciana, y de ahí su marcado resultado.

El porcentaje medio de trabajadores que ha acudido a las actividades de formación en los últimos tres años es del 52,2 %, aunque dicha proporción oscila entre las diferentes empresas. El 28,8 % de las empresas que habían desarrollado actividades de formación continua declaró que, en el último año, habían participado en ellas más del 75 % de la plantilla y un 36,8 % de dichas empresas especificó que había recibido formación un número de empleados que oscilaba entre una cuarta parte y la mitad del total del personal.

Gráfico 12. Proporción de trabajadores que ha acudido a los cursos de formación continua en el último ejercicio en las EVSR.



Base: Empresas que han accedido a Formación Continua

El resultado varía en función de que se analice el número de trabajadores que han participado en formación continua conjuntamente con otras variables. Así en las empresas más grandes (más de 50 trabajadores) se detecta el mayor porcentaje de participación de los trabajadores en actividades formativas superando la media (62,6 %), en contraposición a las de tamaño pequeño en las que se registra el porcentaje más bajo (51,3 %).

El acceso a la formación por parte de los trabajadores de las formas jurídicas de Economía Social y las Sociedades anónimas se sitúa en torno a la media, 51,8% y 53,3% respectivamente.

Por sectores, destacan los porcentajes que presentan el sector de la construcción con un 63,7% y el sector industrial con un 60,4 % de los trabajadores que han participado en actividades de formación. Sin embargo en el sector agroalimentario nos encontramos con un 46,1%, muy inferior al 80,5% que se observa a nivel nacional en 2008, y similar al sector comercio 47,9%. En el sector servicios se encuentra el valor más bajo, 36,9%. Evidenciándose, de este modo, una gran diferencia en el acceso a la formación dependiendo del sector analizado.

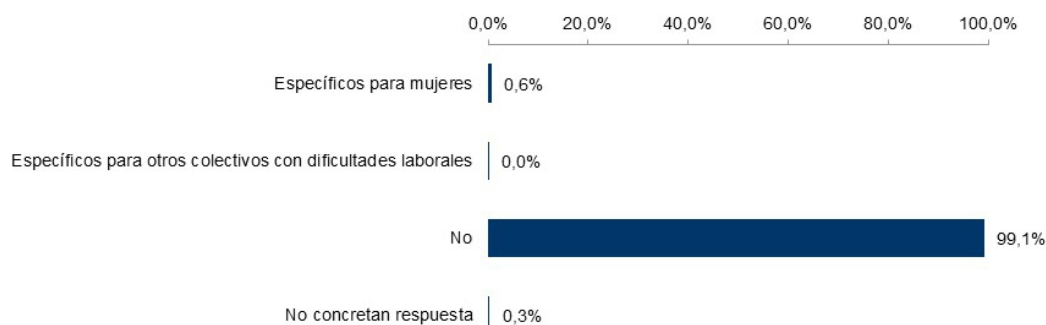
Tabla 10. Proporción de trabajadores que han acudido a cursos de Formación en las EVSR según características de las mismas.

MEDIA DE TRABAJADORES QUE HAN PARTICIPADO EN FORMACIÓN CONTINUA: 52,2%		
NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	51,3%
	De 10 a 50 trabajadores	57,6%
	Más de 50 trabajadores	62,6%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	---
	Sociedad Anónima	53,3%
	Empresas de Economía social	51,8%
	Otras	39,1%
SECTOR	Agroalimentario	46,1%
	Industrial	60,4%
	Construcción	63,7%
	Comercio	47,9%
	Servicios	36,9%

Base: Empresas que han participado en formación continua.

Las empresas que habían participado en programas formativos contestaron sobre las categorías o puestos de trabajo que recibían las actividades y cursos de formación. Un 53,4 % de las empresas indicó que se realizaban cursos orientados a los operarios, y un 54,2 % declaró que se organizaban actividades formativas específicas para el personal de administración. La proporción de empresas que respondió afirmativamente sobre el acceso a la formación de sus cuadros medios y de sus directivos fue menor con 36,8 % y 35,9 % respectivamente. La mayoría de valores detectados en la Comunitat Valenciana coinciden con la tendencia a nivel español al inicio de la crisis, a excepción de la formación para los directivos para los cuales el porcentaje es 15 puntos superior.

Gráfico 13. Grupos beneficiarios de los cursos de formación en las EVSR.

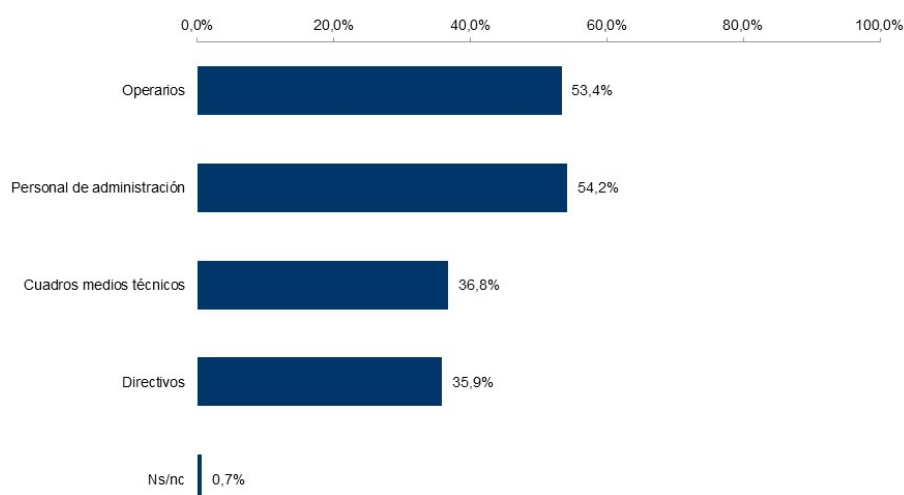


Base: Empresas que han participado en Formación Continua

En relación a los grupos beneficiarios de las actividades de formación cabe destacar que el número de empresas que orienta los cursos a determinados colectivos de

trabajadores en particular es muy reducido. El 0,9 % de las empresas que habían desarrollado actividades formativas afirmaron que se impartía formación orientada al colectivo de mujeres, mientras el 99,1 % de las mismas no dirigía los cursos formativos a ningún grupo de trabajadores en concreto. Destaca la ausencia de cursos específicos para colectivos con dificultades laborales.

Gráfico 14. Colectivos a los que están dirigidos los planes y cursos de formación en las EVSR.



Base: Empresas que han participado en formación continua

El Informe Forética 2008⁷² alerta sobre el déficit de desarrollo de la función de los recursos humanos, especialmente en las pequeñas y medianas empresas. Según dicho informe el 83,3% del total de las empresas españolas carecen actualmente de planes de carrera para sus empleados, destacando además el elevado porcentaje que no prevé desarrollarlos en el futuro, en concreto un 73,8% de las empresas. No obstante, es en las grandes empresas donde existe una mayor implantación de esta práctica, hasta en un 56 % de ellas. La ausencia de planes de carrera, apunta el documento, puede representar una seria amenaza para la competitividad del tejido empresarial español, y por ende de la Comunitat Valenciana.

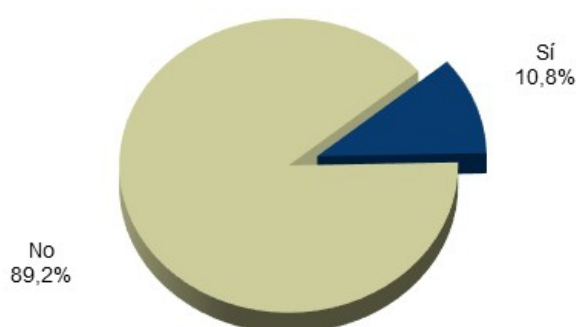
2.9. LA INSERCIÓN SOCIOLABORAL DE COLECTIVOS DESFAVORECIDOS EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: PRINCIPALES RESULTADOS

En el terreno de la inserción sociolaboral de colectivos con especiales dificultades de integración por el trabajo, se ha constatado que un 10,8 % de las empresas de la Comunitat Valenciana tiene en su plantilla personas pertenecientes a tales colectivos: inmigrantes, discapacitados, parados de larga duración, personas de etnias minoritarias, etc.

⁷² Silos, J. & Galiano, J.P. (dirs.) (2008): Informe Forética 2008, consultado en <https://mouriz.files.wordpress.com/2008/11/informe-foretica-2008.pdf>

El 89,2 % de las empresas declaró no tener contratados trabajadores de los colectivos mencionados, lo cual significa que mayoritariamente las empresas valencianas no cumplen este criterio indicador de responsabilidad social interna, frente al 10,8% de empresas que si lo hacen Este porcentaje es sustancialmente inferior al hallado para las empresas españolas en 2008, situado en el 18,8%, y a mayor distancia del relativo a las empresas situadas en el Área de Levante (22,6%).

Gráfico 15. Empresas de la Comunitat Valenciana que tienen incorporados trabajadores pertenecientes a colectivos laboralmente desfavorecidos.



Base: Total de empresas

Tabla 11. Incidencia de la integración sociolaboral de colectivos desfavorecidos en las EVSR por características de las mismas.

EMPRESAS QUE INCORPORAN COLECTIVOS LABORALMENTE DESFAVORECIDOS EN LA PLANTILLA		
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	8,9%
	De 10 a 50 trabajadores	23,8%
	Más de 50 trabajadores	62,8%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	11,0%
	Sociedad Anónima	11,3%
	Empresas de Economía social	7,0%
	Otras	4,7%
SECTOR	Agroalimentario	18,6%
	Industrial	17,6%
	Construcción	0,3%
	Comercio	8,6%
	Servicios	11,6%

Base: Total de empresas

Las cifras que aparecen en la tabla 11 ponen de relieve que las empresas de mayor

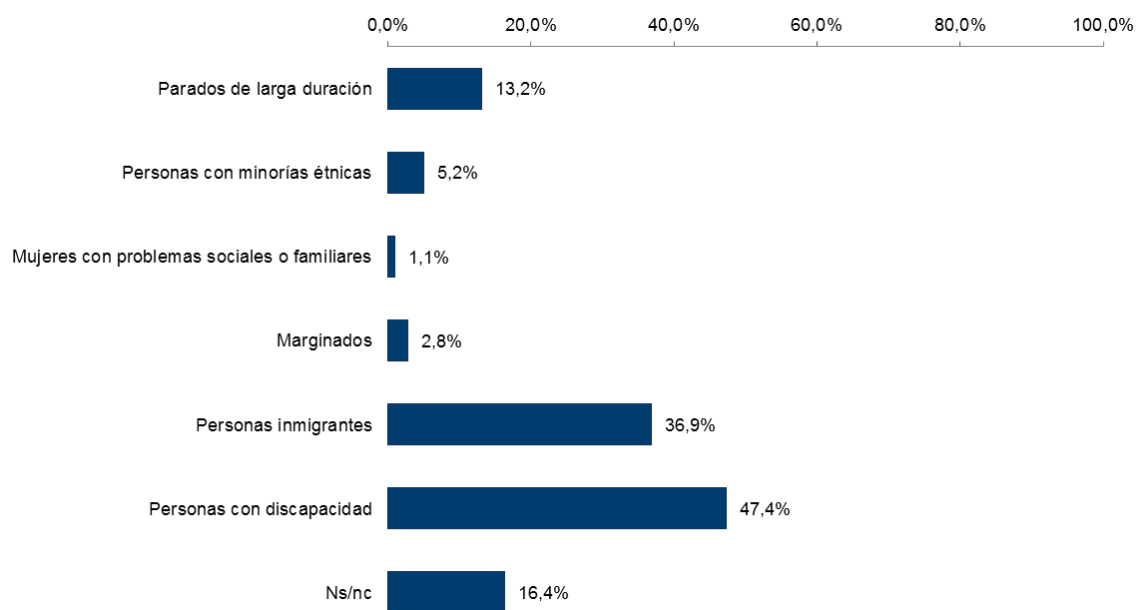
tamaño (con más de 50 trabajadores), son las que aparecen más implicadas en la integración laboral de colectivos desfavorecidos ya que un 62,8% de ellas posee en su plantilla personas pertenecientes a grupos de riesgo de exclusión socio-laboral. Tan sólo un 23,8 % de las empresas de pequeño tamaño tiene contratado personal con dichas características. Para las microempresas este nivel llega al 8,9%.

Las Sociedades Anónimas y las Sociedades limitadas presentan el mayor porcentaje de empresas con empleados pertenecientes a colectivos con dificultades socio-laborales, en torno al 11%. Frente a este dato, y en el extremo opuesto, tan solo un 7 % de las empresas de Economía Social poseen en su plantilla trabajadores con características específicas de riesgo de exclusión. En general estos datos están muy por debajo de la media española en 2008, donde destaca la implicación de las Sociedades Anónimas, con un nivel del 25,8%.

Al realizar un análisis sectorial, no se perciben grandes diferencias entre las empresas de uno y otro sector de actividad, a excepción del sector construcción que presenta un bajísimo 3%. El mayor porcentaje de empresas con empleados pertenecientes a colectivos laboralmente desfavorecidos aparece en el sector agroalimentario (18.6 %), seguidas del industrial, con un 17,6%, mientras que el porcentaje más bajo, sin tener en cuenta el sector de la construcción, aparece en el sector comercio (8.6 %), registrándose una diferencia de alrededor de diez puntos porcentuales entre ambas cifras.

A tenor del gráfico 16 se constata que el colectivo de trabajadores con discapacidad es el que más integran las empresas comprometidas con la inclusión laboral de colectivos desfavorecidos, con una incidencia del 47,4 %. A este colectivo le sigue el de los inmigrantes con un 36,9%. El grupo de parados de larga duración aparece representado en el 13,2 % de las empresas comprometidas con los colectivos laboralmente desfavorecidos. Con menor grado de frecuencia se integran en las plantillas de dichas empresas las personas pertenecientes a minorías étnicas, apareciendo en tan sólo el 5,2 % de las mismas. Los colectivos menos representados entre las plantillas de las empresas comprometidas con la integración socio-laboral de colectivos en riesgo de exclusión son los marginados y las mujeres con problemas sociales y familiares, que aparecen representados en el 2,8 % y el 1,1 % de dichas empresas respectivamente.

Gráfico 16. Tipología de los colectivos desfavorecidos integrados en las EVSR.



Base: empresas que tienen trabajadores de colectivos desfavorecidos.

En el estudio nacional realizado en el año 2008 hay dos datos que difieren de manera destacada de las tendencias observadas en la Comunitat Valenciana. De un lado el colectivo de trabajadores inmigrantes era el que más integraban las empresas comprometidas con la inclusión laboral en España con un 75,7 %. A este colectivo le sigue, a gran distancia, el de discapacitados con un 18,7 % de las citadas empresas.

Atendiendo al número medio de trabajadores pertenecientes a colectivos con dificultades de integración en el ámbito laboral, la distribución varía sensiblemente de unas a otras categorías. A pesar de tener escasa representación entre las empresas, el colectivo de personas inmigrantes es el que presenta el mayor número medio de personas por empresa (un total de 4), seguido del de marginados y personas de minorías étnicas que presentan una media de 3 trabajadores por empresa. En tercera posición se sitúa el colectivo de parados de larga duración con una media por empresa de 2 trabajadores. A continuación se sitúan las personas con discapacidad y las mujeres con problemas sociales o familiares con una representación media de 1 persona por empresa. De este modo se observa que distintos grupos con porcentajes cercanos de representación entre las empresas, como es el caso de las mujeres con problemas sociales o familiares y el colectivo de marginados no presentan una representación media por empresa homogénea.

En el estudio realizado por Sajardo & Serra (2008)⁷³ para la Comunitat Valenciana también se constata que el colectivo de trabajadores inmigrantes es el que más

⁷³ Sajardo, A. & Serra, I. (2008): *La Ciudadanía Corporativa en la Comunitat Valenciana*, ed. Tirant lo Blanch, Valencia.

integran las empresas valencianas, aunque las cifras difieren de las obtenidas en el presente estudio, pues tan sólo cerca de la mitad de las empresas socialmente responsables (comprometidas con la Ciudadanía Corporativa, en el estudio) de la Comunitat Valenciana, en concreto el 46,2% de las mismas afirmaban integrar este tipo de trabajadores. A este colectivo le seguía, a notable distancia, el de discapacitados en todas sus modalidades (físicos, psíquicos o sensoriales) existentes en el 21,8% de las citadas empresas, casi en idéntico porcentaje que el grupo de parados de larga duración, con un 20,6% de las empresas valencianas socialmente responsables. Con menor grado de frecuencia se integraban en las plantillas de las mismas los colectivos de minorías étnicas, con tan sólo el 8,9% de las mismas, y el de mujeres con problemas sociales y familiares en el 7,9% de las mismas. El grupo menos representado en las plantillas de las empresas socialmente comprometidas es el de marginados, insertado por sólo en el 2,5% de las citadas empresas.

Según el número medio de trabajadores pertenecientes a colectivos con especiales dificultades laborales, la distribución variaba ligeramente, dado que a pesar de que el colectivo de marginados era el menos representado en las Empresas comprometidas con la Ciudadanía Corporativa de la Comunitat Valenciana el número medio de estos trabajadores contratados por las empresas era de 6. Asimismo el grupo de trabajadores inmigrantes, que es el más representado en las empresas se situaba en segundo lugar con una media de 5 trabajadores por empresa. El resto de colectivos representados, es decir, minorías étnicas, parados de larga duración, mujeres con problemas sociales y familiares y discapacitados, se ubicaban en una media de 2 trabajadores por las empresas socialmente responsables.

3. LAS PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON SU ENTORNO SOCIAL

El conjunto de actividades que las empresas desarrollan con las entidades sociales de su entorno⁷⁴ engloban las denominadas responsabilidades relacionales. En concreto se trata, de un lado, de la filantropía empresarial, en cuyo contexto se integran las aportaciones o donaciones dinerarias o en especie, merced a las actividades de patrocinio o de mecenazgo; de otro lado, de la figura del voluntariado corporativo o empresarial, de notable extensión en el ámbito internacional, y que a nivel español ha sido introducida desde principios de siglo, experimentando un claro avance en los años previos a la crisis.

3.1. LA FILANTROPÍA SOCIAL EN EL MARCO DE LA RSE

A lo largo de la historia, las empresas privadas han apoyado, de múltiples formas, y por razones filantrópicas, a entidades sociales y a determinadas actividades de interés general, como la acción social, la cultura, las artes, la educación, el medio ambiente o la cooperación internacional⁷⁵.

La variedad de modalidades de manifestación del compromiso económico-financiero de las empresas con el ámbito social ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, pudiendo clasificarse en función de cuatro criterios fundamentales: la naturaleza de la donación o aportación⁷⁶, el grado de estabilidad de la misma, la existencia o no de contraprestación por la aportación, y el modo en que aquella se operativiza, es decir si la donación se realiza directamente o a través de entidad social intermedia o destinataria última de la aportación.

Tabla 12. Criterios de clasificación de las aportaciones sociales de las empresas.

<i>7 b</i>	<i>Estabilidad de la aportación</i>	<i>Naturaleza de la aportación</i>	<i>Modo de operativización</i>	<i>Existencia de contraprestación</i>
tipos	Puntuales	Financieras	Directas	Mecenazgo
	Estables	En especie	Indirectas (vía Tercer Sector)	Patrocinio

Fuente: Elaboración propia

⁷⁴ En el contexto de este estudio debe entenderse como entidades sociales, al conjunto de organizaciones que conforman el denominado Tercer Sector (Sector No Lucrativo), o el bloque de entidades no lucrativas de Economía Social. En términos jurídicos se trata de asociaciones, fundaciones, entidades singulares, ONGs, y otras entidades menores.

⁷⁵ La filantropía tradicional es considerada como una forma puntual de acción social, en un nivel incipiente, al contrario que las actividades filantrópicas realizadas en el seno de la de la responsabilidad social empresarial avanzada o estratégica, la cual se desarrolla a través de entidades creadas *ad hoc* por la propia empresa, como las fundaciones-empresa (Rodríguez Fernández, 2008: "Modelo *stakeholder* y responsabilidad social: un gobierno corporativo global", *M@n@gement*, 11, pp. 81-111).

⁷⁶ La diferencia entre el concepto de aportación o donación se establece en base al momento en que la misma se realiza. Se habla de aportación cuando la cantidad que se dona se efectúa en el momento de creación de la entidad social, mientras que se denomina donación cuando la cantidad que se aporta se hace efectiva o se materializa en cualquier momento posterior, es decir en cuando la entidad ya ha sido creada y está en funcionamiento.

En virtud de la naturaleza económica de la aportación empresarial cabe distinguir las *aportaciones dinerarias* (donaciones o legados), en cuyo ámbito se hallan las actividades de patrocinio, de las aportaciones en *especie*. Estas últimas se subdividen, a su vez, en aportaciones en forma de bienes materiales o en forma de trabajo voluntario. Por su relevancia para el presente trabajo, este último tipo de aportación en especie, que se denomina voluntariado corporativo, se analizará en un apartado posterior.

Atendiendo a la estabilidad o periodicidad en el tiempo de la aportación realizada por la empresa se distingue las *aportaciones puntuales* de las aportaciones *estables*. El grado de estabilidad de las aportaciones es un indicativo del grado de compromiso ciudadano de la empresa y generalmente constituye la base para el desarrollo de formas de mecenazgo más avanzadas, como la creación de una fundación de empresa, un convenio de colaboración con entidades del Tercer Sector⁷⁷.

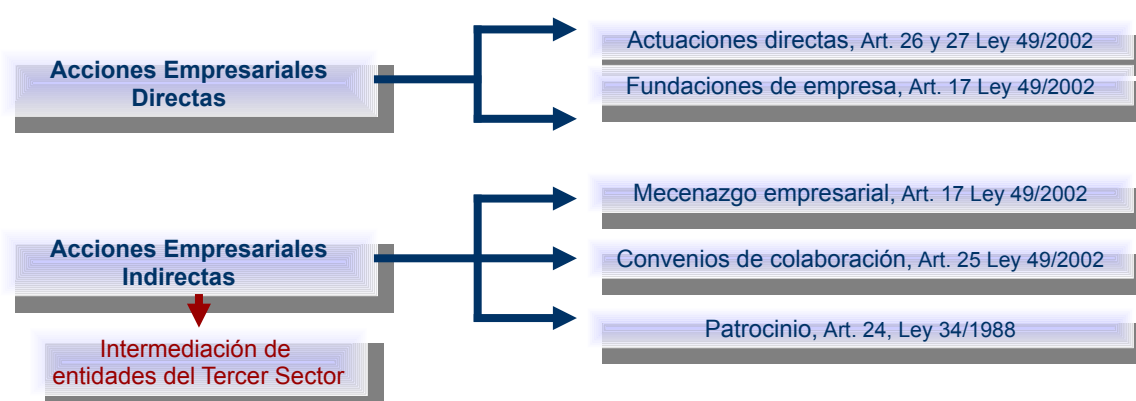
La existencia o no de contraprestación en forma de publicidad por parte del beneficiario de la aportación a cambio de dicha aportación permite distinguir a las actividades de *mecenazgo*, cuando no existe dicha contraprestación, del *patrocinio* donde tal contraprestación es condición *sine qua non*. Una situación intermedia entre ambos es el *convenio de colaboración*, contemplado en la Ley 49/2002 y desarrollado a través del Real Decreto 1270/2003⁷⁸, según el cual la entidad beneficiaria debe hacer explícito, en forma de reconocimiento visible, el acto benefactor de la empresa.

Por último si aparece una entidad con personalidad jurídica propia (como la asociación y la fundación), beneficiaria última de las aportaciones de la empresa, o son realizadas directamente por la empresa a los colectivos sociales necesitados, es el criterio que permite distinguir entre las *aportaciones al Tercer Sector o Sector No Lucrativo*, de las *acciones empresariales directas* de filantropía empresarial. Debe entenderse que una fundación-empresa, creada y controlada por la propia empresa, no constituye una entidad tercera en el sentido anterior sino una acción empresarial directa inserta en una estructura de RSE más avanzada, de desarrollo y sistematización.

⁷⁷ En el ámbito de este trabajo se van a identificar a las entidades del Tercer Sector como entidades sociales, ubicándolas dentro de la perspectiva amplia del Tercer Sector, conformada de un lado, por entidades que realizan funciones de socialización y política y de otro lado por entidades productoras de bienes y servicios. Asimismo, salvando todas las precisiones conceptuales se utilizan indistintamente las denominaciones de Tercer Sector, Sector No Lucrativo y Sector Voluntario.

⁷⁸ Ley 49/2002 de 23 de diciembre de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Su desarrollo reglamentario viene dado por el Real Decreto 1270/2003 de 10 de octubre por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Gráfico 17. Clasificación de las acciones de filantropía empresarial.



Fuente: Elaboración propia

La financiación procedente de las empresas puede tomar la forma de patrocinio o de mecenazgo empresarial. A través del *mecenazgo empresarial* se aporta apoyo financiero a una entidad social para el ejercicio de sus actividades con un carácter de interés general y sin contrapartida por parte de la entidad beneficiaria. Con el *patrocinio* la contribución financiera se realiza a cambio de obtener por parte de la entidad un beneficio directo consistente en el derecho a incluir publicidad de la propia marca, destacándola de cualquier otra.

El convenio de colaboración se halla contemplado en el art. 25 de la Ley 49/2002, y el Real Decreto 1270/ 2003 que la desarrolla. Las condiciones legales que se exigen al citado convenio son las siguientes: debe de ser recogido por escrito, la entidad social debe cumplir los criterios del art. 16 de esa misma Ley, es decir, que sea una entidad beneficiaria de mecenazgo y se comprometa a difundir por cualquier medio la participación del colaborador, y que el colaborador entregue una ayuda económica para las actividades que realicen en cumplimiento de su objeto o finalidad específica. A diferencia del patrocinio publicitario, el convenio de colaboración no se halla sujeto al IVA.

El patrocinio publicitario se encuentra definido en el art. 24 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad: “*El contrato de patrocinio publicitario es aquel por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador. El contrato de patrocinio publicitario se rige por las normas del contrato de difusión publicitaria en cuanto le sean aplicables*”.

A nivel español han sido desarrollados numerosos estudios que analizan la composición de la estructura financiera de las entidades del Tercer Sector. Cabe destacar el estudio dirigido por García Delgado (2009)⁷⁹, según el cual, el 7,5% de los ingresos de las asociaciones y el 37,88% en el caso de las fundaciones procedía de las donaciones del sector privado (incluyendo las donaciones de particulares y empresas, y las actividades de patrocinio).

⁷⁹ García Delgado J.L. (2009): *Las cuentas de la Economía Social*, Fundación Once-Cepes. Ed. Civitas.

En el último informe de la Plataforma de ONGs de Acción Social⁸⁰, se muestra la evolución de los aportes financieros de las empresas españolas a las entidades del Tercer Sector Social entre 2010 y 2013, valorando de esta manera el impacto de la crisis. En el mismo puede observarse como son las empresas y las fundaciones no bancarias las que han incrementado el volumen de financiación al sector. Las primeras aportaron en 2013 alrededor de 370 millones, un 7% más que en 2010, y las segundas casi 500 millones, un 20,9% de crecimiento. En idéntico sentido se han comportado las donaciones durante el ejercicio 2013, en virtud de las cuales el Tercer Sector Social ingresó unos 937 millones, un crecimiento del 12,6% respecto del 2010, siendo las donaciones regulares las que más han crecido con un 19,4% frente al 9% de las puntuales, evidenciando así que en los años de crisis, al contrario de lo que podría esperarse, las empresas han profundizado sus actividades de filantropía con su las entidades sociales.

En el ámbito de la Comunitat Valenciana, el estudio elaborado por Sajardo & Serra (2007)⁸¹ estimaba la magnitud de los ingresos de las organizaciones voluntarias valencianas de los sectores de acción social, medio ambiente y cooperación al desarrollo procedente del sector privado empresarial en 14,4 millones de € los ingresos provenientes de mecenazgo y patrocinio, lo cual representaba el 2,1% del total de ingresos de estas organizaciones voluntarias (incluyendo en el cómputo el valor añadido bruto del voluntariado). Asimismo ascendía a 39,6 millones de € el montante de los ingresos que procedían del ítem 'otros ingresos' entre los que se encontraban las donaciones empresariales, y que equivalía al 5,9% del total de los ingresos de estas organizaciones, siempre considerando el valor del voluntariado en dicho cómputo.

En el desarrollo de esta parte de la presente investigación es de especial relevancia la comparativa con los datos extraídos del mencionado trabajo de Sajardo & Serra (2008)⁸² desarrollado para la Comunitat Valenciana, y dedicado al análisis de la RSE externa de las empresas valencianas. Los datos de este estudio servirán de contrapartida comparativa para el presente apartado por las similitudes metodológicas y de objeto de estudio. Asimismo se aportarán los resultados del estudio dirigido por Ibisate & Rodríguez (2007) elaborado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad⁸³, e igualmente se seguirán las comparaciones con el estudio nacional dirigido por Sajardo (2009), relativo a la RSE de las empresas españolas en 2008⁸⁴.

⁸⁰ Ruiz Villafranca, R. (2015): *El Tercer Sector de Acción Social en 2015. Impacto de la Crisis*, Plataforma de ONGs de Acción Social, consultado en <http://www.plataformaong.org/>

⁸¹ Sajardo, A. & Serra, I. (2007): *Valoración económica del trabajo voluntario en la Comunitat Valenciana*, ed. Tirant lo Blanch, Valencia.

⁸² Sajardo & Serra (2008), *Ibidem*.

⁸³ Ibisate & Rodríguez (2007), *Ibidem*.

⁸⁴ Sajardo, A. (Dir) (2009), *Ibidem*.

3.2. LAS PRÁCTICAS DE FILANTROPÍA EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: ANÁLISIS DE RESULTADOS GENERALES

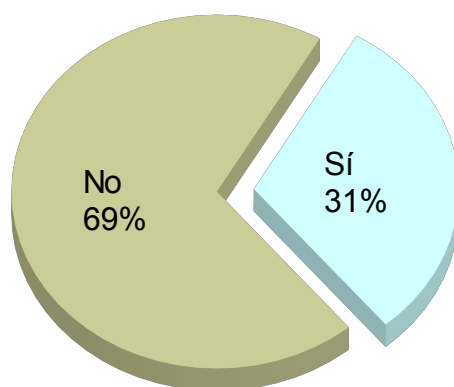
En el contexto de este estudio se ha considerado que una empresa es socialmente responsable en el ámbito relacional cuando en los tres últimos años ha llevado a cabo alguna de las siguientes acciones:

1. Financia o realiza alguna donación en especie para actividades sociales o humanitarias (ONGs, asociaciones o fundaciones).
2. Permite o incentiva que sus trabajadores colaboren con ONGs, asociaciones o fundaciones en horario laboral.

De esta manera, y a la inversa, aquella empresa que no cumpla al menos uno de los anteriores requisitos no será considerada empresa socialmente responsable con su entorno social.

En el ámbito de este trabajo se ha constatado, a tenor del gráfico siguiente, que el 30,6% de las empresas valencianas realizan actividades de filantropía frente al 69,4% que no. Este porcentaje es similar al constatado en el estudio del 2008, según el cual la incidencia de las actividades filantrópicas de las empresas españolas era de un 30,1%, siendo algo superior (un 32,7%) para aquellas ubicadas en el Área de Levante (que incluía además de las empresas de la Comunitat Valenciana, las de las provincias de Murcia y Albacete).

Gráfico 18. Empresas de la Comunitat Valenciana que desarrollan acciones de filantropía con entidades sociales.



Base: Total de empresas

Estas acciones son llevadas a cabo en mayor medida por empresas de más de 50 trabajadores, es decir empresas medianas y grandes, en concreto por el 45,6% de las mismas. En el segmento de las pequeñas empresas las acciones de filantropía superan al porcentaje conjunto de la Comunitat dado que las realizan un 34,9% de las mismas, mientras que las microempresas se sitúan alrededor de la media nacional, con un 30,0%.

Considerando la forma jurídica son las sociedades limitadas las que superan en alrededor de cuatro puntos a la media de la Comunitat en la realización de acciones filantrópicas, con un 34,4%. A gran distancia les siguen el resto de de empresas, las sociedades anónimas que desarrollan tales acciones en un 15,0% de los casos, y las empresas y entidades de Economía Social en un reducido 11,5% de las mismas. Este panorama es notablemente opuesto al evidenciado en el estudio nacional del 2008, donde junto a las sociedades anónimas, las formas jurídicas españolas de Economía Social eran líderes en la realización de actividades de filantropía con su entorno social, superando incluso la media del conjunto nacional, con porcentajes de incidencia del 36,0% y 32,3% respectivamente.

Tabla 13. Incidencia de las actividades filantrópicas en las empresas de la Comunitat Valenciana características de las mismas.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	30,0%
	De 10 a 50 trabajadores	34,9%
	Más de 50 trabajadores	45,6%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	34,3%
	Sociedad Anónima	15,0%
	Empresas de Economía social	11,5%
	Otras	6,2%
SECTOR	Agroalimentario	46,4%
	Industrial	5,4%
	Construcción	23,3%
	Comercio	36,8%
	Servicios	32,1%

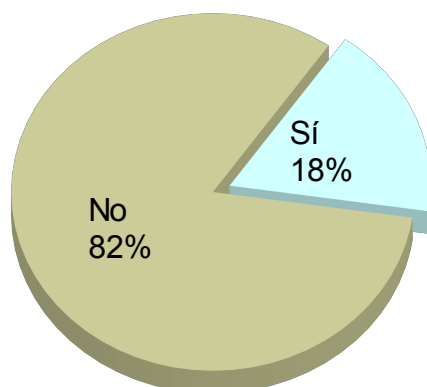
Fuente: Total de empresas.

Por sectores de actividad, y en coherencia con la estructura productiva de la Comunitat, es el sector agroalimentario el que presenta una mayor incidencia de prácticas filantrópicas, donde casi la mitad de sus empresas, un significativo 46,6%, las realizaban. Este resultado es simétrico al constatado a nivel nacional en 2008, aunque con once puntos porcentuales de diferencia negativa, pues sólo un 35,6% de empresas desarrollaban acciones de filantropía. A notable distancia les siguen los sectores del comercio, con un peso del 36,8%, y servicios con un 32,1%, y la construcción, sector especialmente significativo, si se relaciona con su peso a nivel nacional. Así, los años de crisis experimentados son de especial relevancia en el sector construcción, y, como era de esperar, la reducción del sector ha determinado un correlativo descenso en sus actividades filantrópicas de 35,0% a nivel nacional en 2008 a un 23,3% a nivel de la Comunitat en 2015. En el sector industrial la práctica de la filantropía es muy baja, realizada en el 5,4% de las empresas, con un más que notable efecto crisis, puesto que al inicio de la misma a nivel nacional el 29,9% de las empresas realizaban filantropía.

3.3. LAS APORTACIONES EN ESPECIE

El 17,6% de las empresas de la Comunitat Valenciana afirman realizar aportaciones o donaciones en especie, es decir, en productos o servicios a entidades sociales o de Economía Social, durante el último ejercicio económico, frente a un 82,4% que no. Tal porcentaje es superior al evidenciado por el conjunto de empresas españolas en 2008, donde sólo un 12,6% de las mismas realizaban tales aportaciones, e incluso superior al mostrado por las empresas ubicadas del Área de Levante, cuya incidencia se situaba en el 13,4%.

Gráfico 19. Empresas de la Comunitat Valenciana que realizan aportaciones en especie a entidades sociales.



Base: Total de Empresas

Atendiendo al número de trabajadores de las empresas donantes, existe una coincidencia con la tónica mostrada por los datos para el conjunto de las acciones de filantropía, dado que son las empresas medianas y grandes las que despliegan mayoritariamente este tipo de acciones filantrópicas, dado que es realizada por el 37,8% de las mismas. Este porcentaje es muy superior al 25,3% constatado por el mismo tipo de empresas a nivel español al inicio de la crisis. En el caso de las pequeñas empresas también se supera ampliamente el porcentaje global la Comunitat, dado que el 27,7% de las empresas realizan aportaciones en especie a entidades sociales, mientras que en el caso de las microempresas, su índice de incidencia filantrópica es menor que la incidencia general, ya que sólo el 16,4% de las mismas las efectúan. Ambos pesos son claramente superiores a los evidenciados en 2008 por las empresas españolas con un 18,7% y 11,7% respectivamente.

Por forma jurídica se constata, al igual que para la tónica general de la Comunitat, que son las sociedades limitadas aquellas que más realizan aportaciones en productos y servicios a entidades sociales, con un 19,9%, superior en dos puntos a la media de empresas de la Comunitat. Las formas jurídicas del Sector de Economía Social ostentan un segundo lugar en incidencia de aportaciones con un 11,3%, muy inferior al 22,5%

del 2008 para el conjunto de empresas españolas. A gran distancia se hallan de las grandes empresas y aquellas integradas en el ítem “Otras”, situadas en niveles inferiores al nacional con un 7,1% y un 6,2% respectivamente de empresas que realizan aportaciones en especie a entidades sociales.

Tabla 14. Incidencia de las aportaciones en especie de las empresas de la Comunitat Valenciana a entidades sociales por características de las mismas.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	16,4%
	De 10 a 50 trabajadores	27,7%
	Más de 50 trabajadores	37,8%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	19,6%
	Sociedad Anónima	7,1%
	Empresas de Economía social	11,3%
	Otras	6,2%
SECTOR	Agroalimentario	46,1%
	Industrial	4,8%
	Construcción	3,2%
	Comercio	14,1%
	Servicios	20,6%

Base: total de empresas

Las empresas del sector agroalimentario son las que superan ampliamente los niveles para el conjunto de la Comunitat, con un 46,6%, seguido a gran distancia del sector servicios, con un 20,6% y comercio, con un 14,1%. Son los sectores de industria y construcción los que presentan niveles de incidencia claramente menor en este tipo de acciones filantrópicas.

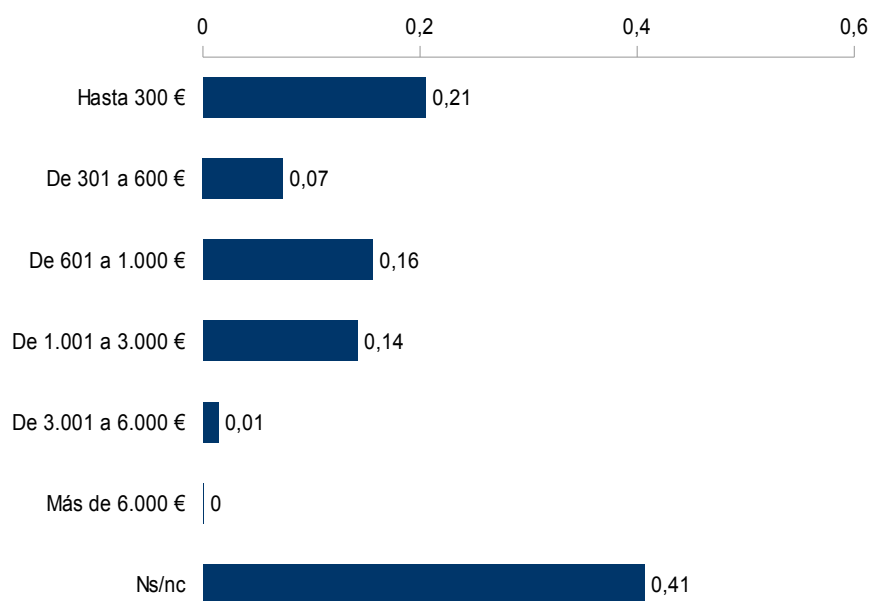
Interesante resulta la comparativa con el estudio de Sajardo & Serra (2008)⁸⁵, a tenor de lo cual se evidencia el descenso que han experimentado las donaciones en especie de las empresas valencianas a entidades sociales durante la crisis, puesto que en 2008 una cuarta parte de las mismas, en concreto el 24%, las realizan, frente al 17,6% actual⁸⁶. Asimismo en el citado estudio, y sin apreciarse significativas diferencias de comportamiento para este tipo de filantropía entre formas jurídicas empresariales, destacan ligeramente las empresas bajo la forma jurídica de sociedad limitada, claramente, dominante en el contexto del presente estudio. Se constata, igualmente, un mayor despliegue de esta práctica, en las empresas del sector agroindustrial, existiendo una relación positiva entre esta práctica filantrópica y el tamaño empresarial, siendo especialmente relevante en las empresas de mayor tamaño.

⁸⁵ Sajardo, A & Serra, I. (2008), Ibidem.

⁸⁶ Este resultado debe tomarse con precaución dado que los patrones temporales base son diferentes. Así, Debe mientras en el contexto del presente trabajo el periodo temporal para considerar si una empresa realizaba algún tipo de filantropía era el último año, en el estudio de Sajardo & Serra (2008), tal periodo abarcaba los tres últimos años.

Un 43,6% de las empresas de la Comunitat Valenciana que realizan aportaciones en especie a entidades sociales no supera los 1.000€, siendo el valor económico medio de las mismas de 1.167€. Un valor situado a gran distancia de la magnitud mostrada en el estudio nacional del 2008, donde tales aportaciones en empresas españolas alcanzaba un importe medio de 3.729€.

Gráfico 20. Valores económicos de las aportaciones en especie realizadas por las Empresas Valencianas Socialmente Responsables (EVSR) a entidades sociales.



Base. Total de empresas que realizan aportaciones en especie a entidades sociales.

El análisis por tamaño empresarial en función del número de trabajadores revela que son las empresas más grandes aquellas que ostentan un valor económico de aportaciones en especie ostensiblemente superior a la media de las empresas de la Comunitat, alcanzando la magnitud de 3.247€. En el resto de empresas, micro y pequeñas, las aportaciones medias rondan la media de las empresas de la Comunitat, con 1.067€ y 1.582€ respectivamente. Las magnitudes de aportación media son netamente inferiores a las registradas en el estudio del 2009, evidenciando claramente los efectos negativos que la crisis ha supuesto para este tipo de prácticas de RSE.

Por forma jurídica es de destacar la relevante implicación de las empresas y entidades de Economía Social, cuyo valor económico medio de las aportaciones en especie es de 3.733€, triplicando claramente la media de las empresas de la Comunitat. Les siguen las sociedades anónimas con medias de 1.947€ y las empresas bajo la forma jurídica de sociedad limitada, que aportan una media similar a la del conjunto de empresas de la Comunitat.

Por sectores de actividad es de destacar las aportaciones de las empresas del sector de la construcción con un importe medio de 1.500€, seguidas de las del sector industrial y del de servicios con importes medios respectivos de 1.289€ y 1.237€, todos y cada uno

de los cuales supera el importe medio de la Comunitat. El extremo opuesto lo detentan los sectores agroalimentario y el comercio, ninguno de los cuales alcanza la media de las empresas valencianas, con importes de 642€ y 145€ respectivamente.

Tabla 15. Valores medios de las aportaciones en especie a entidades sociales por características de las EVSR aportantes.

NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	1.057 €
	De 10 a 50 trabajadores	1.582 €
	Más de 50 trabajadores	3.247 €
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	1.094 €
	Sociedad Anónima	1.974 €
	Empresas de Economía social	3.733 €
	Otras	200 €
SECTOR	Agroalimentario	642 €
	Industrial	1.289 €
	Construcción	1.500 €
	Comercio	145 €
	Servicios	1.237 €

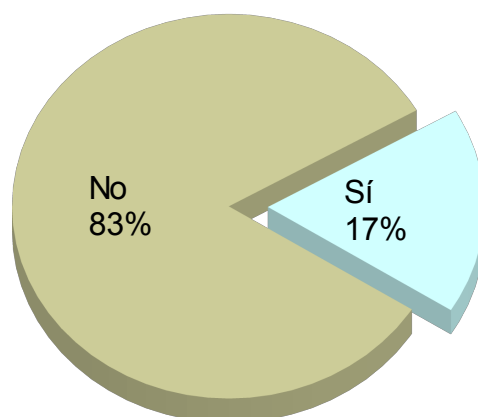
Base: Total de empresas que realizan aportaciones en especie.

En el caso de la Comunitat Valenciana, según el estudio de Sajardo & Serra (2008), la extensión de esta práctica filantrópica en especie presentaba parámetros cuantitativos ligeramente diferentes a los del presente estudio, más negativos en el contexto actual. Así, la mayoría, en concreto, el 54,3% (frente al 43,6% de este estudio) de las empresas que afirman realizar al menos una donación de este tipo, declaran montantes anuales inferiores a los 1.000€. La media del valor de la donación se sitúa en 1.520€ anuales por empresa, superior a los 1.167€ evidenciados en el contexto de este estudio. Este importe era creciente al aumentar el tamaño empresarial, de 1.130€ anuales en las microempresas, de 3.630 € en las pequeñas empresas, de 5.390 en las medianas, y superiores en las grandes empresas. A nivel cualitativo es relevante evidenciar que si bien los valores medios mayores de donaciones en especie por empresa se daban en aquellos contextos con tamaños empresariales mayores, es decir, entre las empresas con formas jurídicas de sociedad anónima, en el presente estudio, son las formas jurídicas de la Economía Social las que detentan un valor medio más alto.

3.4. LAS DONACIONES FINANCIERAS

A tenor del gráfico siguiente, el 17,3% de las empresas de la Comunitat Valenciana realizaron donaciones financieras a entidades sociales en el último ejercicio económico frente al 82,7% que no, es decir, la práctica de la filantropía financiera es similar a la realizada a través de donaciones en especie. El peso de esta práctica es inferior en tres puntos al evidenciado en 2008 para la totalidad de las empresas españolas, que se situaba en un 21,4%.

Gráfico 21. Empresas de la Comunitat Valenciana que realizan donaciones dinerarias a entidades sociales.



Base: Total de las empresas

Siguiendo la tónica general, son las empresas medianas y grandes entre las que mayor incidencia tiene este tipo de filantropía, dándose en el 23,2% de las mismas, seguidas, paradójicamente por las microempresas, donde el 17,7% de las mismas las realizan.

Son las pequeñas empresas con un 12,3% las que detentan una menor incidencia en estas prácticas. Los datos del 2008 para el conjunto nacional presentaban magnitudes superiores en todos los tipos de empresas, y a nivel decreciente en función de su tamaño, 33,1% en grandes empresas de mayor tamaño, 25,4% en pymes y un 20,7% en microempresas.

Por forma jurídica, y al igual que se daba para las aportaciones en especie, se observa la supremacía de las Sociedades Limitadas con un significativo 19,4%, superior en más de dos puntos a la media del total de empresas de la Comunitat. A estas les siguen las sociedades anónimas con una incidencia del 10,9%, significativamente menor a la media de la Comunitat.

A gran distancia se hallan las empresas integradas en el ítem "otras empresas", con un reducido peso del 6,2%, y la Economía Social con un exiguo 2,4%. En el estudio español del 2008, se evidencia un patrón de comportamiento similar partiendo de pesos similares por parte de las Sociedades Anónimas como de las Sociedades Limitadas.

El desglose de empresas por sectores de actividad económica revela que las donaciones financieras son superiores a la media en las empresas del sector comercio, con un 22,4%, construcción, con un 20,1% y servicios, con un 17,9%.

Frente a las donaciones en especie, donde el sector agroalimentario era especialmente significativo, en este tipo de donaciones tiene un peso muy reducido del 7,9%, y marginal para en el industrial con un 2,2%. El patrón nacional del estudio del 2008 revelaba la mayor incidencia de las empresas del sector construcción (27,2%), agroalimentario (26,6%) y de servicios (22,3%), respectivamente.

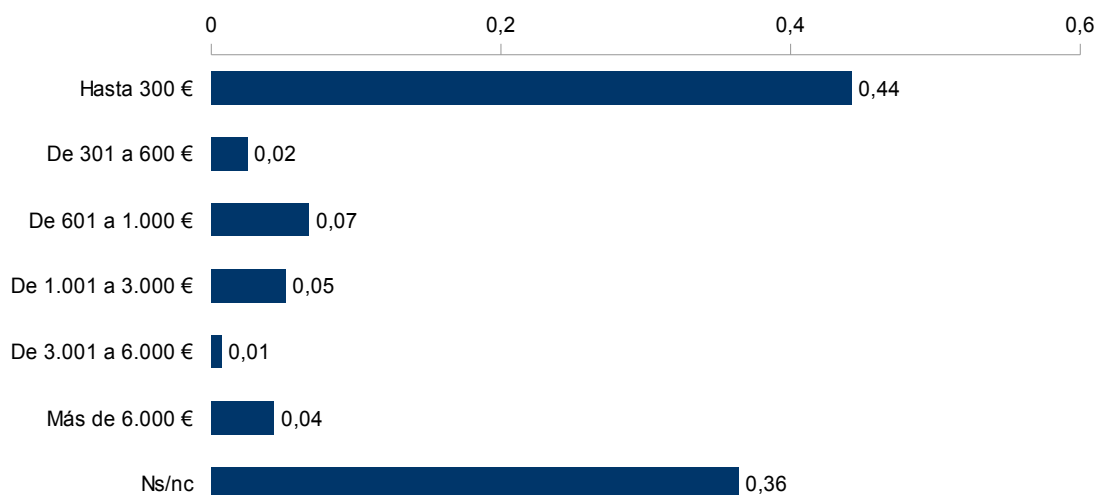
Tabla 16. Incidencia de las donaciones financieras de las empresas de la Comunitat Valenciana a entidades sociales por características de las mismas.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	17,7%
	De 10 a 50 trabajadores	12,3%
	Más de 50 trabajadores	23,2%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	19,4%
	Sociedad Anónima	10,9%
	Empresas de Economía social	2,4%
	Otras	6,2%
SECTOR	Agroalimentario	7,9%
	Industrial	2,2%
	Construcción	20,1%
	Comercio	22,4%
	Servicios	17,9%

Base: Total las empresas.

En cuanto al valor económico medio de las donaciones financieras realizadas por las empresas de la Comunitat Valenciana a entidades sociales éste alcanza una magnitud de 1.247€, cuantía ligeramente superior al nivel medio de las donaciones en especie, y a la media nacional del 2008, cuyo monto ascendía a 1.124€. Por lo general las cuantías aportadas por la mayoría de las empresas que las realizan, en concreto el 53,4%, es reducida, alcanzando los 1.000 €, mientras que sólo el 4,3% de las mismas superan los 6.000 €.

Gráfico 22. Cuantías medias de las donaciones financieras de las EVSR a entidades sociales.



Base: empresas que realizan aportaciones financieras.

Atendiendo al tamaño empresarial en función del número de empleados, de nuevo las empresas medianas y grandes, superan muy ampliamente el valor económico medio de estas donaciones alcanzando el monto de 3.980€, media inferior a los 7.250€ de media aportado por las empresas españolas en 2008. Las pymes sólo superan ligeramente el valor medio del conjunto de la Comunitat, situando tal aportación en 1.315€, mientras que la cuantía aportada por las microempresas se ubican en un nivel escasamente inferior al valor económico medio, con una aportaciones de 1.200€ por empresa.

Por formas jurídicas, se produce un hecho especialmente significativo, dado que la aportación media de las Sociedades Anónimas supera ostensiblemente la media del conjunto de empresas de la Comunitat con 8.522€. El resto de formas jurídicas sitúan sus aportaciones medias en niveles muy alejados de aquel, sin alcanzar siquiera la media de la Comunitat. Así, las sociedades limitadas realizan aportaciones financieras a entidades sociales por un promedio de 417€, las empresas integradas en el ítem “Otras” 200€, y por parte de las formas jurídicas de la Economía Social se aporta de media un exiguo importe de 60€. La aportación de las empresas a nivel nacional presentaba, con ligeras variaciones, un patrón similar.

Tabla 17. Cuantía media de las donaciones dinerarias por características de las EVSR aportantes.

NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	1.200 €
	De 10 a 50 trabajadores	1.315 €
	Más de 50 trabajadores	3.980 €
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	417 €
	Sociedad Anónima	8.522 €
	Empresas de Economía social	60 €
	Otras	200 €
SECTOR	Agroalimentario	140 €
	Industrial	5.068 €
	Construcción	200 €
	Comercio	535 €
	Servicios	1.494 €

Base: empresas que realiza aportaciones financieras.

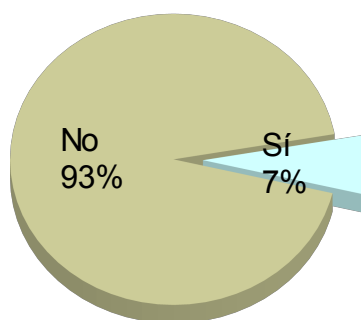
Por sectores destaca, en un extremo, el sector industrial que supera ampliamente la media del conjunto empresarial de la Comunitat, dado que las empresas del mismo realizan aportaciones dinerarias a entidades sociales por un valor medio estimado de 5.068€. En el estudio nacional al inicio de la crisis eran los sectores construcción y servicios los que realizaban aportaciones más elevadas y superiores a la media del conjunto. A nivel intermedio se ubica el sector de servicios con una aportación media de 1.494€, ligeramente superior a la media de la Comunitat. En el resto de sectores económicos las empresas realizan aportaciones por valores económicos medios muy inferiores a la media, tal es el caso de la construcción con 200€ de media y la agroindustria con 140€ aportados en términos financieros a las empresas de la Comunitat.

Respecto del estudio de Sajardo & Serra (2008) la situación de la Comunitat Valenciana presenta, atendiendo a la consideración previamente realizada, un patrón cuantitativamente inferior, frente al 47,3% de las empresas que realizaban aportaciones financieras previo a la crisis. Atendiendo a su cuantía, casi los dos tercios (el 63,3%) de las empresas que declaraban haber realizado donaciones financieras en el último ejercicio afirmaban que la cuantía donada había sido inferior a 1.000 € anuales, frente al 53,4% del presente estudio. Asimismo, el 79,8% de las empresas afirmaban que las cantidades donadas son inferiores a los 3.000 €, frente al 58,5% actual. El valor medio de la donación financiera por empresa era de 1.320€ anuales, ligeramente superior al constatado por el presente estudio (1.270€). Tal importe era superado por las empresas de mayor tamaño, y del sector de servicios, frente a la preeminencia del sector industrial del presente estudio.

3.5. LAS ACTIVIDADES DE PATROCINIO

Los patrocinios, o aportaciones económicas a entidades sociales bajo contraprestación en forma de publicidad e imagen, son la modalidad de filantropía empresarial de menor utilización por las empresas de la Comunitat Valenciana dado que, a tenor del gráfico siguiente, un reducido 6,5% de las mismas la utilizan, restando un 93,5% de empresas que no las realizan. Estas actividades han sufrido una ligera reducción si se comparan con los datos del 2008 para todo el territorio español, donde un 5,0% de las empresas españolas patrocinaban actividades de entidades sociales.

Gráfico 23. Empresas españolas que realizan patrocinios con entidades sociales.



Base: Todas las empresas

El estudio por tamaño empresarial revela que son las empresas medianas y grandes las que más realizan patrocinios, con una incidencia del 9,9% de las mismas, seguidas, con apenas un punto de diferencia, de las pequeñas empresas que ostentan un peso del 9,0%. En ambos casos la incidencia es superior al peso medio de las empresas de la Comunitat. Es en las microempresas donde se da un menor nivel de utilización, con un 6,3% de las mismas, eso si, circundando el peso medio del total de empresas de la Comunitat. La comparativa con los datos nacionales del 2008, revela una pauta de incidencia más graduada, siendo las medianas y grandes empresas las que

sobrepasaban ampliamente el porcentaje medio nacional (17,7%), seguidas con un margen de diez puntos de las pequeñas empresas (7,7%), y a gran distancia de las microempresas (4,4%), las cuales, y a diferencia del actual contexto valenciano se situaban más alejadas del peso para el total de empresas.

Por forma jurídica, y siguiendo el patrón expresado para el resto de modalidades de filantropía, destacan las Sociedades Limitadas con una incidencia de 7,6%, aunque sólo superior en un punto respecto del porcentaje para el total de empresas de la Comunitat. El resto de formas jurídicas realizan patrocinios con un significativo menor peso que el relativo al conjunto de la Comunitat, un 2,2% en el caso de las formas jurídicas de la Economía Social (más de 4 puntos menos), y un 1,4% entre las Sociedades anónimas (algo más de 5 puntos menos). Esta situación era diferente en el estudio nacional del 2008, en el cual las actividades de patrocinio de la Economía Social sobrepasaban ampliamente el peso nacional (15,1%), seguidas de las sociedades anónimas, que con un 6,5%, superaban en punto y medio el peso nacional, resultando inferior al mismo el nivel de incidencia entre las sociedades limitadas, con un 4,3%.

Tabla 18. Incidencia de los patrocinios de las empresas de la Comunitat Valenciana realizados con entidades sociales por características de las mismas.

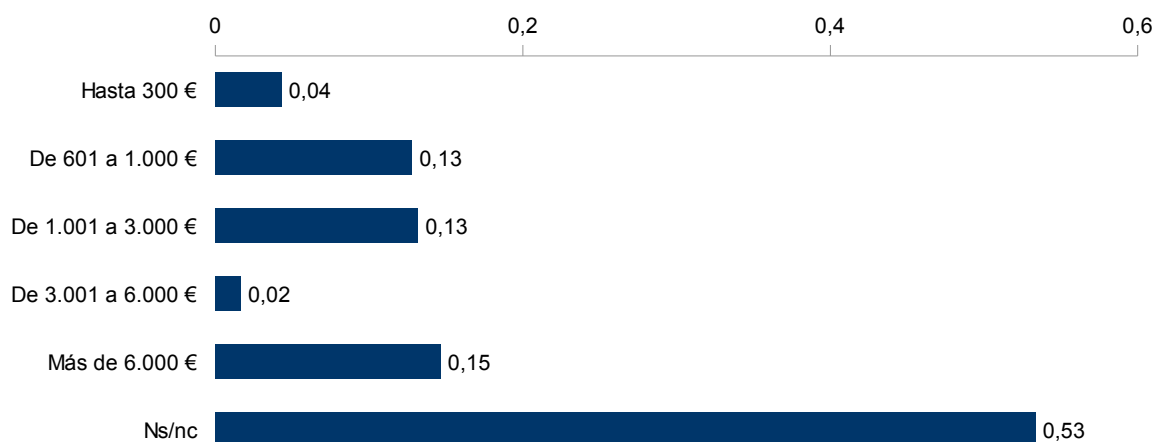
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	6,3%
	De 10 a 50 trabajadores	9,0%
	Más de 50 trabajadores	9,9%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	7,6%
	Sociedad Anónima	1,4%
	Empresas de Economía social	2,2%
	Otras	---
SECTOR	Agroalimentario	3,2%
	Industrial	1,1%
	Construcción	---
	Comercio	6,1%
	Servicios	8,3%

Base: Total de empresas.

Por sectores de actividad, y al igual que en el caso de las donaciones financieras, aunque con menores pesos, destacan los sectores de servicios con un 8,3% (casi dos puntos superior al peso del total de empresas de la Comunitat), y el comercio, que con un 6,1%, se sitúa en un nivel próximo a la incidencia media. Con pesos inferiores al medio de las empresas valencianas se hallan el sector agroalimentario (3,2%) e industrial (1,1%), resultando ser inexistente en el ámbito de la construcción.

Panorama marcadamente diferente era el evidenciado por el estudio del 2008 a nivel nacional, donde los sectores agroalimentario, construcción y el industrial, con porcentajes respectivos del 10,2%, 10,1% y 5,0% superaban el nivel nacional en la realización de patrocinios con entidades sociales. En el sector servicios y comercio se localizaban las empresas que establecían patrocinios con una incidencia inferior a la del conjunto empresarial español con pesos de 4,6% y 2,9%, respectivamente.

Gráfico 24. Valor económico de los patrocinios de las EVSR realizados con entidades sociales.



Base: empresas que realizan patrocinios.

En cuanto al valor económico medio de los patrocinios es de 4.166€, superior al valor medio del resto de acciones filantrópicas. En esta pregunta existe un considerable rango de desconocimiento por parte de las empresas, puesto que el ítem “Ns/Nc” es superior al 50%. Con esta salvedad y a tenor del resto de respuestas afirmativas, existe una graduada horquilla o rango de donación en la distribución de las empresas patrocinadoras, dado que casi un tercio de las mismas (30,3%) realizan patrocinios por cuantías económicas reducidas de hasta 3.000 €, y solo el 16,4% de entre 3.000€ hasta 6.000€.

En el estudio nacional del 2008 el valor económico medio de los patrocinios de las empresas españolas era marcadamente inferior al de las empresas valencianas del presente estudio, alcanzando la cifra de 2.436€. Los rangos de incidencia eran similares dado que casi un tercio de las mismas (31%) realizaban patrocinios por cuantías económicas muy reducidas, de hasta 1.000 €, mientras que el 22,5% de las empresas los firmaban por valores económicos medios que oscilaban entre los 1.001 y los 3.000€, y solo el 2,4% de las mismas patrocinaban a entidades sociales por más de 6.000 €.

Tabla 19. Valores económicos medios de los patrocinios realizados por las EVSR con entidades sociales por características de las mismas.

NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	3.983 €
	De 10 a 50 trabajadores	5.811 €
	Más de 50 trabajadores	1.679 €
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	4.134 €
	Sociedad Anónima	2.197 €
	Empresas de Economía social	--
	Otras	--
SECTOR	Agroalimentario	--
	Industrial	16.161 €
	Construcción	--
	Comercio	--
	Servicios	4.149 €

Base: empresas que realizan patrocinios.

Atendiendo al número de trabajadores son las pequeñas empresas las que realizan actividades de patrocinio por valores económicos superiores a la media del conjunto de empresas de la Comunitat, con 5.813€, seguidas de las microempresas con una aportación media de 3.983€, inferior a la media del conjunto valenciano. A gran distancia del promedio, se hallan las empresas medianas y grandes con un valor medio de patrocinio de 1.679€.

El panorama a nivel nacional al inicio de la crisis era claramente diferente, con magnitudes muy superiores en concepto de patrocinio. Así, eran las empresas de más de 50 trabajadores, es decir las grandes y las medianas empresas las que realizaban actividades de patrocinios por valores económicos muy superiores al de la media del conjunto empresarial español, con valores medios de 13.137 €. Entre las pequeñas empresas el valor económico de los patrocinios también era superior a la medida del conjunto empresarial español con 4.108 € de media, a gran distancia del valor para las grandes empresas. Y eran las microempresas las que patrocinan por valores económicos bastante más inferiores al mostrado por el conjunto nacional, con 1.547 €.

Por forma jurídica las Sociedades Limitadas vuelven a ser preeminentes, con importes medios donados que se sitúan alrededor de la media de las empresas de la Comunitat. Las Sociedades Anónimas fijan su importe de donación a un nivel inferior que el conjunto de empresas valencianas (alrededor de un 50% menor). Es de señalar la gran magnitud del importe donado por las empresas ubicadas en el sector industrial, prácticamente cuadruplicando la media del conjunto de empresas de la Comunitat, alcanzando la cifra de 16.161€.

Los datos nacionales del 2008 indicaban que eran las entidades de Economía Social y las Sociedades Anónimas las que realizaban patrocinios con entidades sociales por niveles semejantes y ambos superiores al conjunto de empresas españolas que los hacían, con valores medios respectivos de 5.955€ y 3.490€. Las sociedades limitadas y

el grupo de otras formas jurídicas realizaban patrocinios por valores económicos inferiores al nivel medio del conjunto empresarial español, con importes de 1.856€ y 2.000€ respectivamente. Atendiendo al sector de actividad destacaban las empresas del sector servicios con valores medios por patrocinio de 2.747€, del sector industrial con 2.647€, el sector construcción con valores medios de 2.431€, y el sector comercio con 1.427€ de valor medio por patrocinio. En el extremo opuesto se hallaban las empresas del sector agroalimentario cuyo valor económico medio patrocinado era muy inferior al conjunto empresarial español con 500€.

Tabla 20. Incidencia de los patrocinios de las empresas españolas realizados con entidades sociales por características de las mismas.

NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	3.983 €
	De 10 a 50 trabajadores	5.811 €
	Más de 50 trabajadores	1.679 €
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	4.134 €
	Sociedad Anónima	2.197 €
	Empresas de Economía social	--
	Otras	--
SECTOR	Agroalimentario	--
	Industrial	16.161 €
	Construcción	--
	Comercio	--
	Servicios	4.149 €

Base: empresas que realizan patrocinios.

La comparativa con el estudio de Sajardo & Serra (2008) evidencia el retroceso de las actividades de patrocinio de las empresas de la Comunitat Valenciana con el advenimiento de la crisis.

Así, en 2007 un número superior de empresas en relación a la situación actual, en concreto el 20,8%, habían patrocinado durante el último ejercicio actividades de entidades y proyectos sociales. Atendiendo a la forma jurídica, el patrocinio empresarial valenciano se daba en el contexto de la Economía Social, con un 40,8%, y en las Sociedades Limitadas con el 36,7% de las mismas.

Esta práctica filantrópica era especialmente relevante en los sectores de Construcción (64,8%) y Otros servicios (36,5%), apareciendo más extendida a medida que crecía el tamaño empresarial, siendo menor en las tamaño más reducido (34,1% para las microempresas, y 30,4% para las empresas con hasta 2 millones de € de facturación) y con más énfasis practicado por las empresas de mayor tamaño (39,7% en las empresas con 10 a 49 trabajadores y 36,4% en las empresas de 10 a 50 millones de € de facturación).

Las actividades filantrópicas del sector empresarial en el ámbito de la acción social

fueron estudiadas por Ibisate & Rodríguez (2007)⁸⁷, en cuyo contexto se realizó una tipología de acciones filantrópicas en grandes empresas en función de una doble categoría, empresas LI (empresas líderes) y empresas ME (mayoría de empresas). Así, el 97% de las empresas LI realizaban sistemáticamente acciones de carácter social, y el 3% que no lo hacían tenía planeado acometer el estudio y definición de una estrategia en tal sentido. En el ámbito de las empresas ME, el 80% habían emprendido tales acciones, un 11% lo tenía previsto y el restante 9% no lo hacían, ni lo tenían planeado.

Tabla 21. Formas de colaboración empresarial en acción social.

Tipología de acciones sociales	LI	ME
Aportación económica para la cofinanciación de proyectos	74 %	55 %
Aportación económica para la financiación de proyectos	80%	48%
Acciones de sensibilización	66%	44%
Integración laboral de discapacitados o con riesgo de exclusión social	57%	42%
Donación de equipos usados: equipos, máquinas y herramientas	54%	33%
Donación de materiales	43%	36%
Compras solidarias	34%	28%
Tiempo de empleados y directivos	51%	27%
Voluntariado	49%	20%
Cesión de activos (espacios físicos, publicitario, etc.)	37%	16%
Donación de equipos usados: ordenadores, impresoras y demás equipos ofimáticos	51%	33%
Donación de equipos usados: mobiliarios y enseres	14%	5%
Donación de productos terminados	14%	20%
Prestación de servicios gratuitos	14%	3%
Marketing con causa	14%	5%
Vacaciones solidarias	14%	2%
Otros 14% 19%	14%	19%

Fuente: Ibisate & Rodríguez (2007). Respuesta múltiple.

3.6. EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO: COMO PARTE DEL COMPROMISO RELACIONAL DE LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

El voluntariado corporativo (VC en adelante) se incardina dentro del conjunto de acciones de RSE en el que participan los empleados de las empresas, tanto los que están activos como los que ya se hallan en periodo de jubilación, con el objetivo de promover o contribuir al desarrollo social, medioambiental, la cooperación internacional, la educación, la cultura y cualquier otro ámbito de carácter filantrópico y con fuerte implicación social, que se considere relevante en el marco de la estrategia de la empresa socialmente responsable. El VC combina, por tanto, el concepto más tradicional del voluntariado social como estrategia de inversión social, la cual configura el marco de relación de la empresa con la sociedad. Los programas de VC incorporan,

⁸⁷ Ibisate, A & Rodríguez, M.A. (2007), *ibídem*.

además de valores comunes, un cambio cultural, de entorno, de perspectiva, que enriquece al profesional que lo realiza, que lo hace mejor, y ello, indudablemente, enriquece a la empresa. Ésta aporta inversión económica y social, mediante los programas de VC.

A través de un esfuerzo compartido, empleados-empresa responsable se moviliza parte de la plantilla de trabajadores en pro de objetivos de contenido social. Para el desarrollo de este tipo de acciones es necesaria una participación directa y activa de los trabajadores y un apoyo expreso de la empresa mediante recursos, organización y disponibilidad de tiempo de los empleados para su ejercicio como voluntarios.

El número de nombres aplicados a esta actividad es extenso y lleno de matices. Así se habla de *corporate volunteerism* o *employee volunteerism*, voluntariado empresarial o de los empleados. Dos son las definiciones más extendidas a nivel internacional. De un lado, en Europa, la proporcionada por Business in The Community (BITC)⁸⁸, que concibe el VC como “La movilización de las empresas, en tiempo, talento, energía y recursos de sus empleados para contribuir a la Comunitat. Esto incluye: compromiso a largo plazo, desarrollo de capacidades y tareas concretas, transferencias de capacidades, desafíos de trabajo en equipo, y apoyo de la compañía a los proyectos”. De otro lado, desde Estados Unidos, aparece la conceptualización del Boston College⁸⁹: “El VC es un programa de ayuda a la Comunitat, cuyas iniciativas son planeadas y ejecutadas por los trabajadores y apoyadas por la gerencia de la empresa”.

De acuerdo con la *Best Practice Guidelines*⁹⁰, el voluntariado empresarial es la práctica resultante del hecho que una compañía apoye la implicación del empleado en la Comunitat. La empresa de esta forma, promueve, anima y reconoce al voluntario empleado para que éste aporte su conocimiento y colaboración a la Comunitat.

El VC debe plantearse como parte de la estrategia de gestión empresarial responsable, que contribuye directamente a la Comunitat, y donde el empleado es el protagonista de los proyectos en que se materializa este compromiso social responsable. Pero es la empresa la que decide, organiza, planea, aporta recursos, comunica, supervisa y evalúa los proyectos de VC, en coordinación con una entidad social, buena concedora de las acciones sociales elegidas y de la manera más adecuada de llevarlas a cabo. Con importante profusión surge y se viene desarrollando la figura de la organización intermedia encargada de ejercer de punto de encuentro, canalización y desarrollo de los programas de VC (Todd, 2012)⁹¹. Este es el caso de la Red Voluntare⁹², Programa ENGAGE⁹³, Fundación Compromiso⁹⁴, Fundación CODESPA en el ámbito del VC para el desarrollo⁹⁵, o BITC.

⁸⁸ <http://www.bitc.org.uk/issues/community/employee-volunteering>

⁸⁹ <http://blogs.bcccc.net/>

⁹⁰ <http://www.volunteeringnz.org.nz/volunteerorganisations/bestpractice/>

⁹¹ Todd, J. (2012): “El Papel de los agents intermediaries”, en Fundación Codespa (2012a), *Voluntariado Corporativo para el Desarrollo*, págs.119-122.

⁹² <http://www.voluntare.org/>

⁹³ <http://www.engagetoolkit.bitc.org.uk/>

⁹⁴ <http://www.compromiso.org>

⁹⁵ <http://www.codespa.org/proyectos/voluntariado-corporativo-desarrollo.html>

La génesis del voluntariado corporativo se sitúa en Estados Unidos en los años setenta y principios de los ochenta, donde una cierta conciencia social interna y externa a la compañía fomentó que los empleados ejercieran de voluntarios como medio de gestión estratégica de la empresa. Sin embargo, no fue hasta principios de los noventa cuando se popularizó con la creación de consejos de voluntarios de empresa o la difusión de programas de voluntariado por parte de las compañías en las publicaciones como *Fortune 500*. Esta popularidad se debe al hecho de que los programas de voluntarios es una de las mejores maneras para que las empresas muestren su implicación con la sociedad en la que se encuentran.

El VC se tipifica atendiendo al origen de su iniciativa. Así, de un lado se halla, el VC de origen externo, cuando se genera merced a la solicitud de alguna entidad social, la cual a la par de solicitar ayuda de carácter financiera propone a la empresa la colaboración voluntaria de sus trabajadores. De otro lado, se encuentra el VC de origen interno cuando es la propia empresa y sus empleados su origen y catalizador, bien a través de la propia dirección de la empresa, bien de una fundación empresa, bien de unidades organizativas especializadas, bien de los propios departamentos de recursos humanos en el marco de estrategias de marketing interno, o bien a través de los propios trabajadores de la empresa.

Por otro lado, el VC puede tener un carácter profesional o general. En el primer caso los trabajadores realizan como voluntarios de entidades sociales las mismas tareas u ocupaciones que desempeñan en la empresa de donde proceden. Por su lado el VC general es aquel que realizan servicios de voluntarios no vinculados o relacionados con el trabajo desempeñado por los mismos en su propia empresa.

En toda estrategia de VC se hallan implicados y mutuamente interrelacionados una serie de agentes, como son, la propia empresa, los empleados de la misma, la entidad social objetivo del programa, y una organización facilitadora, cuando esta interviene. Cada uno de éstos obtiene una serie de sinergias directas o derivadas, que a la postre redundan positivamente en el conjunto de la sociedad o Comunitat en la que se ubican⁹⁶. Como en el resto de ámbitos de la empresa socialmente responsable, es necesario un proceso de diálogo entre las diferentes partes para revelar los beneficios obtenidos del mismo.

A. Beneficios para las empresas:

- Ayuda a que los empleados desarrollen competencias, capacidades y habilidades como el liderazgo, la iniciativa propia, la creatividad y el trabajo en equipos más sólidos, aspectos que difícilmente puede conseguirse con otras políticas, como las de formación⁹⁷.

⁹⁶ Sajardo, A. & Ribas, M.A (2014): "La inversión social de las empresas: el voluntariado corporativo en España", *Revista CIRIEC-España*, nº 80, pág.161-187.

⁹⁷ A tenor del estudio de Deloitte (2009) el 91% de los directivos de las empresas recogidas en el *Fortune 500* consideran que las capacidades y experiencia proporcionada por los voluntarios a una entidad social puede contribuir al desarrollo de sus habilidades para con el propio negocio. En el 56% de las mismas los

- Una más alta motivación, satisfacción, lealtad y competencia de los empleados, aumenta su productividad y permanencia en la empresa, reduce el absentismo y retiene el talento⁹⁸.
- Aumenta el grado de implicación y orgullo de pertenencia de los trabajadores con las políticas de proyección social de la empresa en la que trabajan. Favorece una cultura organizativa más participativa⁹⁹.
- Mejora el clima laboral dentro de la empresa, la comunicación interna, y reduce el peligro de problemas causados por el estrés, la competitividad o el *burn out* merced la generación de espacios de colaboración filantrópicos.
- Aumenta el atractivo de la empresa para sus empleados potenciales¹⁰⁰.
- Supone una mejora y una mayor exigencia del compromiso interno por la ética en la actuación de la empresa. Refuerza los valores internos de la empresa.
- Impacta positivamente en los recursos estratégicos de la empresa, como son la imagen pública de la compañía y su reputación institucional, o cultura interna, lo que puede contribuir a reforzar la fidelidad hacia la marca.
- Fomenta una visión integral y global de la empresa valiosa para analizar el todo y actuar en consecuencia a través de una información panorámica del capital humano, los departamentos y sus actitudes manifiestas y latentes.
- Aumenta el impacto en la sociedad de los proyectos que está implementando una empresa en materia de responsabilidad social.
- Facilita la atracción de nuevos inversores y clientes, a la par que se genera un aumento en la lealtad del consumidor.
- Contribuye de una manera general a la consecución de la visión-misión empresarial, y en suma al fortalecimiento del negocio empresarial.

B. Beneficios para los empleados voluntarios:

- Se logra una visión más general de la empresa más allá de las limitaciones de su puesto de trabajo. Mejora la actitud del empleado hacia la empresa¹⁰¹.

programas de VC son fomentados e incluidos como parte de las estrategias de desarrollo y adiestramiento de sus empleados (Deloitte (2009): *Volunteer IMPACT Survey 2009: Executive Summary*).

⁹⁸ En el estudio de Tuffrey (2003) se evidencia que la consideración del empleado sobre su empresa como mejor lugar para trabajar, ascendía del 57% al 63% tras su participación en programas de VC; su nivel de satisfacción con el trabajo desempeñado en la empresa pasaba de un 62% a un 67%; la concepción de su jefe o superiores aumentaba del 49% al 57%, derivándose una más alta implicación y retención (reducción del absentismo) entre los empleados participantes (Tuffrey, M.(2003): *Good Companies, Better Employees-How community involvement and good corporate citizenship can enhance employee morale, motivation, commitment and performance*, London, The Corporate Citizenship Company).

⁹⁹ En un estudio de la Universidad de Vanderbilt & Hewitt Associates realizado en el 2000, se evidencia que las compañías que desarrollaban programas de VC recibían un promedio de 1,9 veces más ofertas de nuevos empleos respecto de los que no los ofrecían (Tuffrey, 2003).

¹⁰⁰ Según el estudio de Deloitte (2009) alrededor del 62% de trabajadores de entre 18-26 años (denominados *Gen Yers*) preferirían trabajar en una empresa que les proporcionase oportunidad de aplicar sus capacidades y habilidades en entidades sociales. La posibilidad de desarrollo profesional forma parte de las razones principales que les inducirían a participar en programas de VC.

¹⁰¹ Según el estudio de Deloitte (2009) el 70% de los empleados más jóvenes de las empresas piensan que éstas deberían usar los programas de voluntariado como una herramienta de desarrollo personal, aunque afirman que solo el 28% de las empresas lo hacen. Alrededor del 55% de los citados empleados

- Generan y fortalecen el desarrollo integral de los empleados en diferentes competencias generales, muchas de ellas ocultas en las condiciones de trabajo habituales, que pueden ser transferibles a diversos puestos y ámbitos de la vida personal (control del estrés, resolución de problemas, gestión, comunicación, planificación...) ¹⁰²
- Permiten utilizar su iniciativa y creatividad en contextos laborales nuevos. Capacita a la persona para dar respuestas innovadoras, y a la postre facilita la consecución de su éxito profesional.
- Mejoran las relaciones interpersonales, estimulan la solidaridad, la empatía interdepartamental, la cohesión del grupo, y el trabajo en equipo, y por tanto, la satisfacción del empleado con el trabajo.
- Se obtiene un mayor sentido de Comunitat y de solidaridad social, dado que los empleados desarrollan un mayor respeto por la diversidad y por las situaciones de necesidad. Los empleados realizan una tarea, que surge de su interés, su iniciativa y su sensibilidad hacia los problemas sociales, y que se revela efectivamente útil.
- Dinamizan la vida laboral y personal de los empleados, siendo especialmente relevantes en el caso de los jubilados, que de esta forma siguen vinculados a su antigua empresa, y con el desarrollo de funciones de utilidad social.

C. Beneficios para las entidades sociales:

- Facilitan el acceso a servicios profesionales a bajo o nulo coste para resolver problemas cotidianos de gestión u organización.
- Fomentan la incorporación de nuevas habilidades, energías, enfoques, perspectivas y consideraciones conceptuales y estratégicas en torno a su actividad y su relación con las empresas.
- La afluencia de voluntarios y sus conocimientos, habilidades y experiencias contribuye a su fortalecimiento institucional, propiciador de una mayor eficacia y eficiencia en su funcionamiento.
- Se consigue una mayor difusión de las entidades sociales, de cómo funcionan, de las problemáticas en y con las que trabajan.
- Se abre una nueva fuente de voluntarios con distintas capacidades y habilidades, especialmente entre la franja poblacional, en principio, menos interesada en este tipo de actividades, y también de donaciones.
- Posibilita futuras colaboraciones, económicas (donaciones) o de cualquier otro tipo, a raíz de la participación en programas de voluntariado que se pueden resituar, reformular o especializar en el futuro.

se hallan satisfechos con las oportunidades que el voluntariado les ha proporcionado. Asimismo, el 51% cree que algún tipo de programa de VC es la mayor contribución que la empresa puede hacer a organizaciones sociales, muy por encima de lo considerado respecto de las donaciones monetarias o financieras (37%) y en especie (8%).

¹⁰² Alrededor del 75% de los jóvenes empleados que participan en programas de VC consideran que éstos les ayudan en el fortalecimiento de su capacidad de liderazgo, y el 75% que les permiten desarrollar habilidades que pueden ser usadas en su propio puesto de trabajo (Deloitte, 2009).

D. Beneficios para la sociedad:

- La vida comunitaria, social y asociativa se enriquece. Se incrementa la base local de voluntarios disponibles. Se involucran más personas, y la experiencia es difundida por los participantes en sus círculos sociales: trabajo, familia, amigos etc.
- Se contribuye a la satisfacción de necesidades sociales a bajo coste, por la posibilidad de acometer un mayor número de programas y acciones en pro de los colectivos sociales necesitados.
- Se reciben ayudas que permiten paliar déficits sociales de tipo económico, cultural, educativo, sanitario, entre otros, contribuyendo a la regeneración de zonas con especiales dificultades.
- Se fomenta la inversión social de las empresas en la Comunitat y en las entidades sociales. Las empresas se configuran como nuevas colaboradoras que refuerzan el sistema de bienestar.

La tabla siguiente resume las principales características del VC en España.

Tabla 22. Perfiles del VC en España, 2013.

<p>1. Programa Tipo de VC en España:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nivel de actuación: local, con objetivos sociales y de carácter general más que de aplicación de conocimientos y capacidades propias del negocio.• Colectivos beneficiarios: infancia y juventud y/o personas con discapacidad.• Diseño acciones: realizarse en grupo.• Origen: a propuestas de los empleados y a oferta de entidades del Tercer Sector.• Organización: parte de la actividad de los departamentos de RR.HH o de RSC.• El equipo: integrado por menos de cuatro personas• Presupuesto anual: alrededor de 10.000 - 30.000 euros.• Temporalidad: Más del 50% de las empresas llevan menos de 6 años realizando VC.• Beneficios para las empresas:<ul style="list-style-type: none">- Impacto social.- Impacto positivo dentro de la empresa (orgullo de pertenencia, mejora del clima y el fortalecimiento de la imagen de marca).- Reputación externa.• Dificultades:<ul style="list-style-type: none">- En la articulación del horario laboral y de VC.- Falta de implicación de los empleados.- Medición de resultados por falta cuantificación de objetivos.- Falta experiencia en su gestión.• Retos: formación general en voluntariado como la específica. Se confunde la formación con la sensibilización. No es frecuente la sistematización de este tipo de planes formativos ni la medición de sus resultados.
--

Fuente: Observatorio español de Voluntariado Corporativo¹⁰³

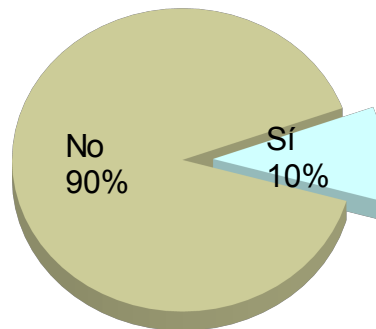
¹⁰³ Observatorio español de Voluntariado Corporativo. Documento consultado en <http://www.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-330.pdf>

3.7. EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

3.7.1. Sensibilidad empresarial respecto al voluntariado corporativo.

A tenor del presente estudio se constata que el 9,9% de las empresas de la Comunitat Valenciana permiten o incentivan que sus trabajadores colaboren con entidades sociales en horario laboral. Por lo tanto el nivel de sensibilidad de las empresas españolas respecto de esta figura es reducida en la medida en que el 90,1% de las mismas no se plantean su incentivo o fomento. No obstante frente al 4,5% de empresas españolas que fomentaban el VC en 2008, se trata de un peso significativo, que viene a duplicar el estímulo empresarial por el VC en la Comunitat Valenciana.

Gráfico 25. Empresas de la Comunitat Valenciana que fomentan o incentivan el voluntariado corporativo



Base: Total de empresas

Atendiendo al tamaño empresarial se da una marcada polarización, puesto que de un lado se ubican las microempresas donde la figura del VC se permite o fomenta en un 10,4%, (casi un punto más de la media) frente a las pequeñas empresas, donde el VC es fomentado por un reducido 3,7% de las mismas. A medio camino se sitúan las grandes empresas, que sin llegar a la media de del total de empresas el VC es permitido o estimulado por un 8,4% de ellas.

En el estudio nacional del 2008 eran las empresas medianas y grandes las que mayor sensibilidad poseían al respecto en cuanto que el 10,7% de éstas incentivaban o permitían que sus trabajadores presten servicios en entidades sociales durante el horario laboral. Entre las micro y pequeñas empresas los porcentajes de incidencia eran similares al mostrado por el conjunto empresarial nacional, con el 4,4%, en ambos casos, de las empresas que los realizan.

Por formas jurídicas destacan las Sociedades Anónimas, entre las cuales el 14,8% realizan actividades de fomento del VC. A estas les siguen las sociedades limitadas, con un estímulo idéntico al del conjunto de empresas de la Comunitat. Las empresas incluidas en el ítem "Otras" estimulan el VC en un 4,7%, mientras que las formas jurídicas de la Economía Social a penas se plantean el fomento de esta figura, dado que su incidencia apenas se sitúa en el 0,4%.

El estudio del 2008 revelaba un panorama diferente en las empresas españolas, dado que eran las empresas de Economía Social, seguidas de las sociedades limitadas las que superaban el conjunto nacional en términos de incentivo al VC con 5,0% y un 4,6% de las empresas que lo fomentaban. En el caso de las sociedades anónimas el nivel de incentivo era semejante al mostrado por el conjunto empresarial nacional, con un 4,2% de empresas, y contaba con una incidencia inferior en el caso de las empresas comprendidas en el ítem “Otras”, incentivándose en un 3,2% de las mismas.

En cuanto al análisis por sector de actividad el fomento del VC era marginal en el sector agroalimentario, siendo inexistente para las empresas españolas en el 2008. Las empresas valencianas de mayor fomento del VC se sitúan en el sector industrial, en un 20,7% de las mismas, seguidas a gran distancia de las del sector de comercio (11,2%) y de las constructoras (10,3%). Por debajo de la media de la Comunitat, además de las empresas agroalimentarias se sitúan las empresas del sector servicios entre las que se fomenta el VC por el 8,7% de las mismas.

El mayor fomento del VC en las empresas españolas en 2008 se daba entre las empresas de servicios y sector industrial, fomentándose por el 5,7% y el 4,7% de las mismas, respectivamente. Entre las empresas del sector del comercio y de la construcción el estímulo del voluntariado corporativo fue menor que para el conjunto nacional, con un 3,6% y 2,7% de empresas que lo hacían.

Tabla 23. Fomento del voluntariado corporativo en las empresas de la Comunitat Valenciana por características de las empresas.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	10,4%
	De 10 a 50 trabajadores	3,7%
	Más de 50 trabajadores	8,4%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	9,9%
	Sociedad Anónima	14,8%
	Empresas de Economía social	,4%
	Otras	4,7%
SECTOR	Agroalimentario	,5%
	Industrial	20,7%
	Construcción	10,3%
	Comercio	11,2%
	Servicios	8,7%

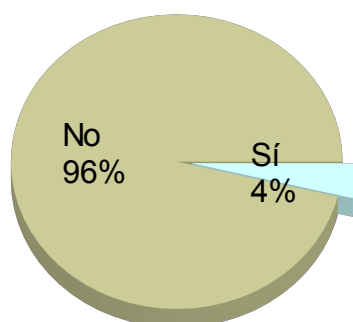
Base: Total de empresas.

3.7.2. Extensión del voluntariado corporativo entre las empresas de la Comunitat Valenciana.

Constatado el nivel de sensibilidad de las empresas de la Comunitat Valenciana respecto del VC, procede estudiar el nivel de extensión real del mismo.

A tenor de los datos del presente estudio, se constata que el 3,8% de las empresas valencianas cedieron algún trabajador para prestar servicios en entidades sociales durante alguno de los tres últimos ejercicios económicos. Se observa por tanto que el nivel real de extensión de esta figura es inferior a las manifestaciones de estímulo mostradas por parte de las empresas, y ello sobre la base de que ambos porcentajes son muy reducidos. No obstante este porcentaje supera al 2,2% que presentaban en 2008 las empresas españolas.

Gráfico 26. Empresas de la Comunitat Valenciana que han cedido trabajadores a entidades sociales sin contraprestación económica.



Base: Total de empresas.

Atendiendo al tamaño empresarial son las microempresas las que superan el nivel de incidencia media de esta figura, dado que el 4,1% de las mismas ha realizado programas de VC. A estas les siguen las empresas más grandes, donde la extensión del VC se sitúa en apenas un 2,6% de las mismas. Este patrón es opuesto al evidenciando por el estudio nacional del 2008, donde eran las medianas y grandes empresas las que superan el nivel de incidencia medio de esta figura, dado que el 5,9% de los mismos han tenido efectivamente entre sus trabajadores a este tipo de voluntarios. Entre las pequeñas y micro empresas el voluntariado corporativo era una figura menos empleada, aunque con niveles, en el caso de las pequeñas empresas, similares al representado por el conjunto nacional, con un 2,1% y un 1,9% respectivamente.

En el estudio por forma jurídica destacan las Sociedades Anónimas, dado que el 7,9% de las mismas realizan programas de VC, porcentaje que duplica a la media de las empresas de la Comunitat. A ellas les siguen las Sociedades Limitadas, que despliegan tales programas en un 3,6% del total. Esta figura no es significativa entre las empresas y entidades de Economía Social.

El contexto nacional del 2008 era marcadamente diferente dado que el 4,8% de las empresas españolas de Economía Social contaba con VC, seguidas de las empresas integradas en el ítem “Otras” con un 2,1%, las sociedades limitadas existente entre un 2,3% de las mismas, y por último las sociedades anónimas, donde el voluntariado corporativo estaba relativamente menos extendido, con solo el 0,6% los casos.

Por sectores de actividad, al igual que no se incentiva tampoco existe VC en el agroalimentario. No obstante este es especialmente significativo, por superar el nivel de incidencia del total de empresas de la Comunitat, en los sectores de la construcción e industrial, con pesos similares del 10,0%. Les sigue el sector del comercio, donde el 6,9% de empresas cuentan con programas de VC. En el extremo opuesto, amén del sector agroindustrial, se halla el sector de servicios, en el cual el 1,6% de las empresas cuentan con VC. Entre las empresas españolas del 2008 destacaban las del sector servicios con un 3,4% de empresas, del sector industrial con un 2,2% de las mismas, siendo muy marginal en el sector comercio donde solo un 1,3% de estas empresas habían contado con esta figura en alguno de los tres ejercicios anteriores.

Tabla 24. Extensión del voluntariado corporativo en la Comunitat Valenciana en función de las características de las empresas.

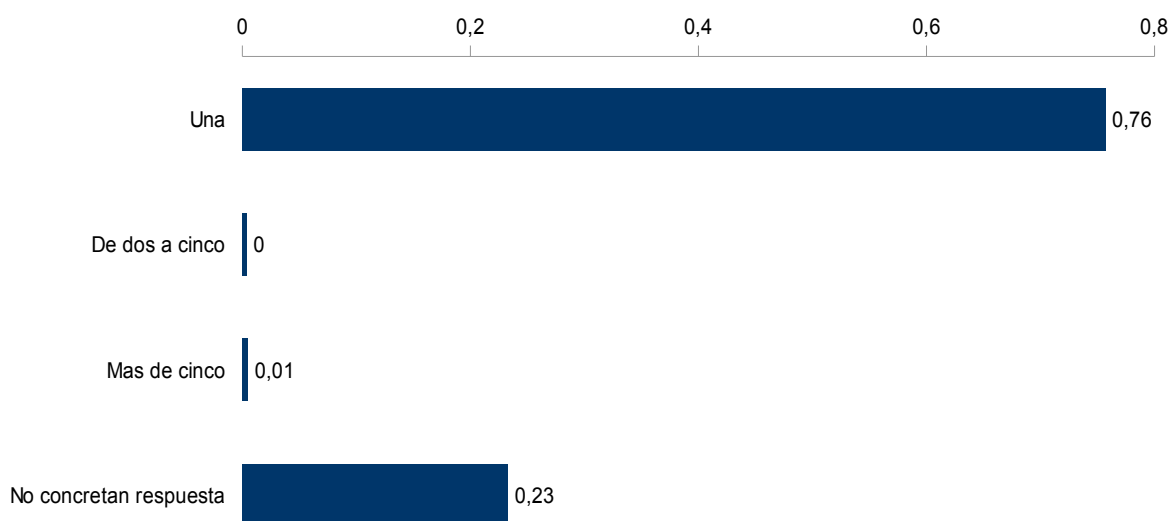
SEGÚN NÚMERO TRABAJADORES	DE	Hasta 10 trabajadores	4,1%
		De 10 a 50 trabajadores	---
		Más de 50 trabajadores	2,6%
FORMA JURÍDICA		Sociedad Limitada	3,6%
		Sociedad Anónima	7,9%
		Empresas de Economía social	---
		Otras	---
SECTOR		Agroalimentario	---
		Industrial	10,0%
		Construcción	10,0%
		Comercio	6,9%
		Servicios	1,6%

Base: Total de empresas que cuentan con voluntariado corporativo.

En cuanto al número medio de trabajadores voluntarios en entidades sociales por empresa se ha estimado una media de 1, en el 75,7% de las empresas que cuentan con VC. Frente a ello apenas un 0,4% de empresas ceden entre dos y cinco trabajadores como VC, y un 0,5% más de cinco.

La extensión del VC era cualitativamente superior entre las empresas españolas en 2008 dado que el 41,9% de estas empresas tenían entre 2 y 5 trabajadores que realizan actividades de voluntariado corporativo, y el 41,5% de aquellas sólo 1 trabajador. De manera significativa el 7,6% de las empresas españolas cedían más de 5 trabajadores para realizar actividades como voluntarios en entidades sociales durante el horario laboral.

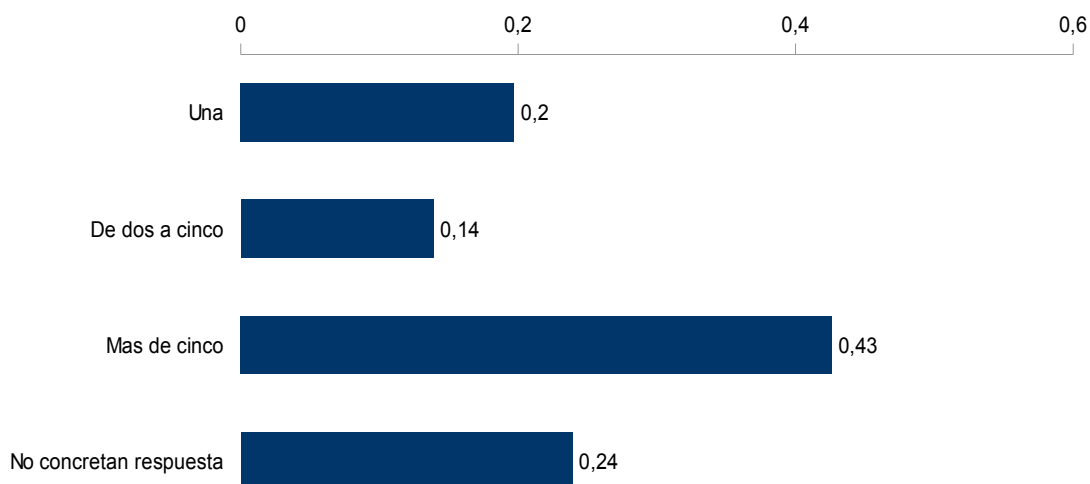
Gráfico 27. Intervalos de trabajadores cedidos por las EVSR para realizar acciones de voluntariado corporativo.



Base: Total de empresas que cuentan con voluntariado corporativo.

En relación al número medio de horas de prestación de servicios en entidades sociales por voluntario se estima una media semanal de 20 horas (12 horas entre las empresas españolas en 2008, lo que en términos mensuales supone un total medio de 90 horas. No obstante este hecho debe ponderarse por el hecho de que el 42,6% (60,6% para las empresas españolas en 2009) de las empresas valencianas que cuentan con VC éste ha realizado hasta 5 horas semanales, es decir 22,5 horas mensuales.

Gráfico 28. Número de horas semanales realizadas por el voluntariado corporativo en las EVSR.



Base: Total de empresas que cuentan con voluntariado corporativo.

Los resultados evidenciados en el contexto del presente estudio son superiores a los mostrados por Sajardo & Serra (2008) donde el 2,1% de las empresas desarrollaron acciones de voluntariado corporativo, llegando al 97,9% las empresas que no. Ello revela que si bien la crisis ha producido una merma en las actividades filantrópicas de las empresas de la Comunitat, ello se ha visto compensado con una mayor extensión de la figura del VC.

El intervalo más frecuente de trabajadores cedidos por empresa era en 2007 de entre 1 y 2 trabajadores, con una frecuencia del 73,8% de los casos, seguido a gran distancia del intervalo de entre 3 y 5 trabajadores cedidos por empresa, con el 22,6% de los casos. Sólo un 1,8% de las empresas cedía un volumen de trabajadores para realizar voluntariado corporativo comprendido en el rango de entre 6 y 10 trabajadores. El número de horas al mes que como media presta este voluntariado corporativo se centraba en dos intervalos: en primer lugar, el 44,9% de las empresas que disponen o fomentan el voluntariado corporativo afirman que estos trabajadores prestaban menos de 20 horas al mes, y en segundo lugar, el 34,7% de las mismas declaraban que sus trabajadores prestan servicios como voluntarios en un intervalo comprendido entre las 80 y las 100 mensuales.

4. EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON EL MEDIOAMBIENTE

Las conclusiones del Euro Barómetro Especial publicado en septiembre de 2014 sobre las actitudes de los ciudadanos europeos frente al medioambiente¹⁰⁴, revelan que, a pesar de la crisis económica, una gran mayoría de éstos siguen considerando el medio ambiente como un factor esencial de su modelo social y económico. La población europea es consciente de que el uso eficiente de los recursos y la protección del medioambiente son motores del crecimiento económico, puesto que alrededor de un 70% de la misma, considera que los factores sociales y medioambientales son igual de importantes que los de tipo económico, en cuanto a la evaluación del grado de desarrollo de una economía.

Asimismo, la Comisión Europea ha optado por el desarrollo y la promoción de una “economía de tipo circular”, basada en el reciclaje y en la conservación de materiales valiosos, el avance hacia procesos que eviten el despilfarro de recursos, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, y otros impactos ecológicos. Tales procesos requieren la creación de nuevos modelos de negocio, el eco-diseño, y las simbiosis industriales. El objetivo último de las autoridades europeas es que la adopción de una economía circular facilite el crecimiento y la creación de empleo.

Los aspectos ambientales del crecimiento han venido generando controversias y expectativas en el ámbito empresarial desde los años setenta a raíz del Informe del Club de Roma¹⁰⁵. Así, se han ido elaborando diversos enfoques y herramientas para evidenciar que las empresas pueden adoptar medidas favorables para la aplicación de la responsabilidad social ambiental, como los programas de *ecoeficiencia*, producción limpia, producción verde, diseño para el ambiente, o responsabilidad integral, entre otras. En la actualidad el mundo empresarial ha reconocido la responsabilidad en el respeto y mejora del medioambiente, no como mínima respuesta a los requerimientos exigidos por normas jurídicas e imposiciones gubernamentales, sino en base a una progresiva sensibilidad por el mismo. Las empresas socialmente responsables deben establecer sus propios mecanismos de mejora continua a través de la implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental (SGMA).

En este contexto puede hablarse de Responsabilidad social Empresarial Ambiental (RSEA en adelante) como aquella parte de la responsabilidad social empresarial que hace referencia a las relaciones de la empresa con el medioambiente en el que actúa. Esta responsabilidad va más allá de la mera iniciativa de reciclaje o de ahorro de energía. En su contexto se trata de comprender que el éxito empresarial no depende únicamente de factores monetarios, sino que el impacto de la actividad empresarial puede tener consecuencias sobre el medioambiente que a largo plazo pueden redundar en pérdidas de todo tipo para la misma, si su impacto es negativo y no respetuoso con aquel.

¹⁰⁴ European Commission (2014). *Attitudes of European Citizens towards the Environment*. Special Eurobarometer 416 / Wave EB81.3 – TNS Opinion & Social.

¹⁰⁵ Meadows, D. (Dir) (1972): *Los límites al crecimiento*, MIT-Club de Roma, Ed. Fondo de Cultura económica, actualizado en 1992 por el informe: *Más allá de los límites del crecimiento*, Ed. Círculo de Lectores. En 2004 apareció: *Los límites del crecimiento. 30 años después*. Ed. Galaxia Gutenberg. La última actualización viene dada por Meadows, D. & Randers, J. (2012): *Les limites à la croissance (dans un monde fini)*, Ed. Rue de l'Echiquier.

El objetivo de esta parte del presente estudio es analizar las prácticas responsables de las empresas de la Comunitat Valenciana con el medio ambiente. Ello se abordará a dos niveles, de un lado se estudiará la denominada ecología organizacional interna, que comprende las medidas medioambientales internas, y la inexistencia de barreras arquitectónicas. De otro lado se examinarán las medidas medioambientales externas relacionadas con el control de emisiones y vertidos contaminantes, el reciclado de residuos, la reutilización de materiales y el uso de energía limpia.

4.1. SOBRE LA EMPRESA RESPONSABLE CON EL MEDIOAMBIENTE

La RSEA integra el conjunto de mecanismos de desarrollo limpio aplicados por las empresas para minimizar su impacto en el medioambiente en que desarrollan sus actividades, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes de su entorno. Como principales beneficios de la RESA pueden relacionarse:

- Aumento del rendimiento económico y financiero.
- Reducción de los costes ambientales y, por tanto, de los costes generales de las empresas, en base a la gestión y la optimización adecuada de los recursos naturales, y la reducción en los consumos de energía, agua, materias primas, minimización de residuos, etc.
- Incremento de la calidad de los productos y de las condiciones favorables en el proceso de manufacturación.
- Estímulo a la innovación y la competitividad en la creación de nuevos outputs, servicios y procesos ambientalmente conscientes.
- Mejora de la imagen general de la empresa y de su credibilidad frente a clientes, consumidores, competidores, Administraciones y opinión pública.
- Permite un mejor acceso a mercados más exigentes y restringidos por razones ambientales, diferenciándose respecto de sus competidores.
- Favorece nuevas oportunidades y actividades empresariales, mejorando ambientalmente los productos propios, acudiendo a la producción o reutilización de otros, o accediendo al mercado y a líneas de crédito específicas.
- Posibilita la introducción de mejoras técnicas y de funcionamiento en la propia empresa, facilitando la actividad empresarial y el acceso a ciertos contratos (por ejemplo, contratos públicos, al ser creciente la introducción de exigencias ambientales en los pliegos de licitaciones); también reduce las enfermedades y accidentes laborales de la implantación de nuevas tecnologías ambientalmente menos agresivas.

En suma, la empresa comprometida con el medioambiente recibe beneficios directos e indirectos que, en general, optimizan su competitividad y su reconocimiento en la sociedad.

La aplicación de la RSEA en las empresas conduce al desarrollo de un nuevo concepto, el de *empresa ambientalmente responsable* como aquella que considera todos los impactos ecológicos que genera el ejercicio de su actividad e intenta minimizarlos.

Estas consideraciones, como prácticas integrales van más allá de las regulaciones gubernamentales. Globalmente, las empresas están considerando los beneficios que conlleva ser ambientalmente responsables, no sólo como compromiso con las futuras generaciones sino como mecanismo de generación de valor intrínseco y ventaja comparativa frente a empresas semejantes. Progresivamente aparecen más empresas que no sólo cumplen con las medidas legales existentes, sino que su propio convencimiento en mejorar sus actividades productivas, les impele a buscar alternativas tecnológicas donde el impacto ambiental sea incrementalmente reducido.

El desarrollo de la ciencia y la tecnología ha hecho que se diversifiquen las actividades económicas y las empresas, creando nuevas operaciones con mayor o menor impacto ambiental y es por ello que el estudio de la Responsabilidad Social Ambiental y la puesta en práctica de acciones correlativas ha pasado a ser crucialmente necesario.

De ello vienen haciendo eco algunos avanzados estudiosos de renombre internacional como el profesor Max-Neef, el cual señalara ya en los años ochenta que *“en la contabilidad macroeconómica no se incluyen los servicios ambientales prestados por la naturaleza, es decir, la absorción gratuita de contaminantes, su capacidad de proporcionar agua, energía, elementos y compuestos químicos, riqueza genética. Esas condiciones naturales de la producción permanecen invisibles para los economistas. Sólo si son destruidas, sólo al surgir una percepción social de que la economía ha entrado en colisión con la ecología, sólo entonces algún que otro economista empieza a musitar algo acerca de las "externalidades" y la atribución de "derechos de propiedad" sobre la naturaleza”*¹⁰⁶.

A finales de los setenta, especialmente a partir de la Conferencia de Estocolmo de 1972 y de la aceptación, por parte de la OCDE del principio *“el que contamina paga”*, comenzó a acuñarse a nivel internacional el concepto de tecnología empresarial limpia, como aquélla que al ser aplicada no produce efectos secundarios o transformaciones del equilibrio ambiental o de los sistemas naturales (ecosistemas). Desde entonces, todos los países industrializados han venido desarrollando una extensa normativa medioambiental para el control de las actividades industriales. La respuesta empresarial al desarrollo normativo ha sido la del esfuerzo de adaptación de las técnicas y medios productivos a la misma.

En el ámbito de las tecnologías limpias, lo más destacable es la reducción de los desechos biodegradables y la autosostenibilidad ambiental, lo que se traduce en la reposición del gasto ecológico causado por la actividad manufacturera. Las ventajas del uso de tecnologías limpias son el desarrollo sostenible, la administración limpia de recursos, y la autodestrucción y reciclaje de desechos.

Entre las medidas más destacadas aplicadas por un elevado número de empresas a nivel internacional, ha destacado la denominada Producción Más Limpia (P+L) que

¹⁰⁶ Max Neef, M. (1982): *La economía descalza: Señales desde el mundo invisible*. Ed. CEPUR-NORDAN. Recientemente el profesor Max Neef ha publicado: Max Neef, M. & Smith, P. (2014): *La economía desenmascarada: del poder y la codicia a la compasión y el bien común*, Ed. Icaria.

busca establecer la responsabilidad explícita de los sectores industriales con el medio ambiente y que, según la definición del Programa Ambiental de las Naciones Unidas es *“la aplicación continua de una estrategia medioambiental preventiva e integrada a los procesos productivos y los servicios tendentes a reducir los riesgos relevantes para los humanos y el medio ambiente pero buscando incrementar la eficiencia, competitividad y rentabilidad de las mismas*¹⁰⁷”.

Esta práctica se inició a partir de los mecanismos de Producción Limpia que durante las décadas de los años 70 y 80 las empresas aplicaban de manera correctiva, comúnmente conocidas como “método de final de tubo” y que consistía en darle un único tratamiento, y en la última etapa del proceso, a las sustancias o elementos contaminantes originados durante el mismo con el fin de reducir su posible impacto sobre el medio ambiente.

En una etapa posterior, y ya como P+L, se introdujeron principios de prevención y mejoramiento continuo en todas y a cada una de las etapas de los procesos, productos y servicios para evitar la generación de efectos nocivos sobre el medio ambiente. Entre sus beneficios, además de la ya mencionada protección del medio ambiente, destacan la reducción de los costes operativos de las empresas, la mejora del entorno físico y laboral en el que se ubican, y el crecimiento económico de las mismas. De esta manera, es cada vez más frecuente que los mercados exijan la implementación de buenas prácticas ambientales como elemento diferenciador de bienes y servicios.

La P+L se basa en el principio de prevención, de manera que la empresa debe preocuparse anticiparse a los procesos de sus operaciones diarias que afecten negativamente al medio ambiente, buscando el origen de las fallas y las posibles soluciones a través de la implementación de estrategias sostenibles, del uso de tecnologías más limpias y la aplicación de buenas prácticas empresariales. Este sistema debe ser adaptado por cada empresa, de manera que no existe una única metodología sino tantas como empresas interesadas en aplicarla debiendo ser diseñado, implementado, coordinado y evaluado por cada empresa específica de acorde con su actividad comercial, cultura corporativa, clima organizacional, procesos industriales, infraestructura física, capacidad tecnológica, estado financiero y capacidad de inversión.

La clave para el desarrollo de los proyectos individuales, sin embargo, puede encontrarse en la aplicación del denominado *ciclo PHVA* (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) como indicadores de gestión en el proceso. A pesar de la diversidad de aplicaciones, se puede encontrar una premisa básica en todo proyecto de P+L, y es el hecho de que la misma debe impactar en todos los procesos, productos o servicios empresariales.

Así, en materia de procesos, se tiende a la conservación y ahorro de materias primas, insumos, agua y energía, a la minimización o eliminación de la cantidad y toxicidad de

¹⁰⁷ Documento consultado en: <http://www.pnuma.org/>

emisiones, residuos o materiales tóxicos. En el ámbito de los productos, por su parte, se pretende la reducción de los impactos negativos a lo largo de todo el ciclo de vida de los mismos, desde su diseño hasta su implementación final. Por último respecto de los servicios, se busca la delineación y prestación de los mismos, considerando su dimensión ambiental. Así pues, y a pesar de que cada empresa planea sus propias acciones a seguir, sí se puede hablar de algunas prácticas ambientales comunes como son el uso de tecnología más limpia, el manejo de residuos y la optimización ambiental de los procesos productivos.

4.2. EMPRESA Y MEDIOAMBIENTE EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

Desde principios de la década de los setenta, y a raíz del informe del Club de Roma¹⁰⁸, la Comunitat científica internacional comenzó a ser consciente de los efectos nocivos que la actividad productiva humana tenía en el medioambiente. Sin embargo la primera reacción a nivel internacional se produjo en 1988 con la creación del Grupo Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC) y con la posterior aprobación de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático en 1992. En este contexto se planteó como objetivo claro la reducción de concentraciones de gases de efecto invernadero (GEI) en la atmósfera, tal y como sugería el primer informe de evaluación del Panel. En la actualidad es la Conferencia de las Partes (COP), órgano superior de la Convención, la que detenta las funciones de poner en marcha las estrategias nacionales para reducir las emisiones y cooperar para prepararse y adaptarse al cambio climático.

En 1997 se fijaron en Kioto metas concretas de reducción de emisión de gases para los países desarrollados, estableciéndose por primera vez un acuerdo vinculante de reducción de GEI¹⁰⁹. Finalmente, solo vinculó a 37 Estados, de los que 28 pertenecen a la Unión Europea, y que representan el 12% de las emisiones globales. Fuera se quedaron las principales potencias emisoras como China, al no estar dentro del grupo de países desarrollados, y EE UU, que no ratificó el protocolo. Kioto entró en vigor en 2005 y, tras diez años de aplicación, ha conseguido una reducción del 22% de las emisiones en los 37 países firmantes, muy por encima del 5% fijado como meta. Pero al no estar las principales potencias contaminantes, las emisiones globales han seguido creciendo.

El periodo de vigencia de dicho protocolo finalizaba en 2012 (con un segundo periodo de compromiso voluntario entre 2013 y 2020) y por tanto el foco en las conversaciones en los últimos años se ha centrado en generar un nuevo acuerdo global. El punto de partida de dicho acuerdo habría de estar basado en dos premisas, primera, el objetivo común de limitar el calentamiento climático a un aumento de 2 °C, y segunda, la necesidad de que todos los países, desarrollados y en vías de desarrollo, actúen colectivamente y tengan unos objetivos de emisión y reducción cuantificables.

¹⁰⁸ Meadows, D. (Dir) (1972), *Ibidem*.

¹⁰⁹ *Protocolo de Kioto sobre la convención marco de Naciones Unidas sobre el cambio climático* (1997). Documento consultado en: <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>

El IPCC afirma en su último informe¹¹⁰ que los efectos del cambio climático ya se están produciendo en todos los continentes y océanos, y que por tanto es necesario reducir las emisiones entre un 40 y un 70% a nivel mundial entre 2010 y 2050, y disminuirlas hasta un nivel nulo o negativo en 2100. Por otra parte, Estados Unidos y China, por primera vez en la historia anunciaban en noviembre del 2014 su compromiso de reducción de emisiones sumándose así a los acuerdos globales. En la COP 20 celebrada en Lima se consiguió que los gobiernos acordaran la presentación de planes para frenar las emisiones de GEI para el 31 de marzo del 2015.

Recientemente tuvo lugar la COP 21 en París, que como punto de partida ha apostó por la adopción de un acuerdo internacional, que sustituya a Kioto, y que sienta las bases de una transición hacia sociedades y economías resilientes y bajas en carbón, estableciendo un nuevo instrumento aplicable a partir de 2020. Junto a ello se propuso como objetivo que, a final de siglo, la temperatura global no llegue a superar los 2 grados. El tratado no impondrá metas individuales de reducción de CO₂, si no que se opta por que cada país voluntariamente presente compromisos de reducción de emisiones.

Otros de los grandes hitos propuestos por la COP21 han sido la des-inversión en combustibles fósiles, inversión en forestación y agro-negocios, en cuyo contexto la implicación del sector empresarial ha sido decisiva. Así un grupo de 40 países (entre ellos Alemania, Chile, Estados Unidos, Francia, México, Perú, Estados Unidos o Uruguay) reclamaron la rebaja de los 500.000 millones de dólares que los gobiernos destinan anualmente como subsidios a los combustibles fósiles. La retirada de tales apoyos reduciría las emisiones de gases de efecto invernadero en un 10 % para 2050, y liberaría recursos para invertir en ámbitos como la educación, la sanidad o las infraestructuras.

Respecto a la inversión en forestación Alemania, Noruega y el Reino Unido anunciaron que proveerán 5 mil millones de dólares entre el 2015 y el 2020 para reducir la deforestación, siempre que esto pueda demostrarse con reducción de emisiones que sean medibles, reportables y verificables. Por su lado, el sector empresarial, con empresas como Marks & Spencer y Unilever, se comprometieron a acabar con la pérdida del bosque natural hasta 2030. Ambas empresas, junto a otras 42 a nivel internacional que forman parte de la coalición *We Mean Business*, apostaron por reducir las emisiones netas en deforestación antes del 2020 dentro de sus cadenas agrícolas de producción de aceite de palma, soja, papel y productos cárnicos.

La agricultura fue un tema central en la COP 21, demostrando la creciente importancia de hacer más alimentos disponibles para una población mundial cada vez mayor, pero al mismo tiempo reducir la huella de gases de efecto invernadero en la agricultura. En este sentido las empresas también jugaron un papel muy relevante. Así, PepsiCo Olam y Kellogg Company presidieron un grupo de trabajo sobre Clima Inteligente en la

¹¹⁰ IPCC (2014): *Cambio climático: impactos, adaptación y vulnerabilidad*, documento consultado en: https://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/wg2/ar5_wgII_spm_es.pdf

Agricultura (CSA) con el objetivo de producir un 50% más de alimentos y fortalecer la resiliencia de las Comunidades agrícolas, mientras se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero en un 50% hasta 2030. Pese a todas las declaraciones y manifestaciones ha resultado francamente muy complicado establecer un acuerdo global sobre cambio climático, que al final vio la luz el pasado 12 de diciembre¹¹¹.

4.3. LA EMPRESA EN EL CONTEXTO DE LA SOSTENIBILIDAD

En septiembre de 2000, líderes de 189 países se dieron cita en la sede de las Naciones Unidas para firmar la Declaración del Milenio, un documento histórico por el que se comprometían a lograr antes de 2015 un conjunto de ocho objetivos cuantificables, Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)¹¹², entre los que se hallan la reducción de la pobreza extrema y el hambre a la mitad, la promoción de la igualdad de género o la reducción de la mortalidad infantil.

Tabla 25. Los objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

Objetivo 1	Erradicar la pobreza extrema y el hambre
Objetivo 2	Lograr la enseñanza primaria universal
Objetivo 3	Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de las mujeres
Objetivo 4	Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años
Objetivo 5	Mejorar la salud materna
Objetivo 6	Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades
Objetivo 7	Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
Objetivo 8	Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

Fuente: Elaboración propia.

Los ODM establecieron un hito relevante, dado que ofrecieron un discurso común para alcanzar el acuerdo global. Los ocho objetivos eran realistas, fáciles de comunicar y contaban, además, con un mecanismo claro para su cuantificación y seguimiento.

El progreso respecto a los ODM ha sido sustancial. A fecha de hoy, el mundo ha cumplido el primer objetivo, que consistía en reducir la tasa de pobreza extrema a la mitad para 2015. Sin embargo, el alcance de los logros ha sido desigual. Actualmente, el interés se centra en construir un mundo sostenible en el que se valoren de igual manera la sostenibilidad del medio ambiente, la inclusión social y el desarrollo económico.

¹¹¹ ONU- COP21 (2015): *Convención marco sobre cambio climático*. Documento consultado en: <http://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/spa/l09s.pdf>

¹¹² Documento consultado en: http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf

El Fondo ODM (SDG-F) contribuyó directa e indirectamente al logro de los ODM con un enfoque inclusivo e integral. Este enfoque, inspirado por la Declaración del Milenio y su énfasis en considerar el desarrollo como un derecho, centró su atención de manera específica en los grupos tradicionalmente marginados, como las minorías étnicas, los pueblos indígenas y las mujeres.

Por lo que respecta a este apartado es de especial interés el ODM 7, el cual no puede ser analizado fuera del contexto general de los ODM como una estrategia de desarrollo integrada con prioridades específicas. El desarrollo sostenible se basa en el reconocimiento del papel jugado por el medio ambiente y los recursos naturales en la provisión de la base ambiental y material, la energía y los ecosistemas de los que dependen los procesos económicos¹¹³.

Una de las principales prioridades es la sostenibilidad del desarrollo, no sólo en un sentido ambiental, sino también a lo largo del tiempo. Asimismo, la sostenibilidad ambiental está asociada con la construcción de alianzas globales, considerando que, en el mundo de hoy, todos los países están interconectados y son interdependientes. La escala global de la presión sobre el medio ambiente, evidenciada por problemas tales como el calentamiento global y el agotamiento de la capa de ozono, subraya el hecho de que los países se están volviendo cada vez más interdependientes y vulnerables.

La Conferencia Rio+20 (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible)¹¹⁴, celebrada en Río de Janeiro en Junio de 2012, comenzó un proceso para fomentar la adopción de un nuevo cuerpo de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que permitan continuar con el impulso generado por los ODM dentro de un marco global de desarrollo para más allá de 2015.

Para crear una nueva agenda de desarrollo que tuviese como eje central a las personas se procedió a realizar una consulta global. De esta manera, organizaciones de la sociedad civil, ciudadanos de a pie, científicos, académicos y representantes del sector privado de todo el mundo fueron protagonistas del proceso de elaboración del nuevo programa.

En julio de 2014, el Grupo de Trabajo Abierto de la Asamblea General (GTA) propuso [un documento con 17 objetivos](#) para su aprobación por la Asamblea General de septiembre de 2015. Este documento fija las pautas para una futura negociación de los nuevos ODS y la agenda global de desarrollo para el periodo 2015-2030.

¹¹³ CEPAL (2000): *Acceso a la información, participación y justicia en temas ambientales en América Latina y el Caribe*. Documento consultado en:

<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/51389/Accessoalainformacion.pdf>

¹¹⁴ Documento consultado en <http://www.nu.org.bo/objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods/>

Tabla 26. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivo 1	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
Objetivo 2	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible
Objetivo 3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
Objetivo 4	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
Objetivo 5	Lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y niñas
Objetivo 6	Garantizar la disponibilidad de agua y su ordenación sostenible y el saneamiento para todos
Objetivo 7	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
Objetivo 8	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
Objetivo 9	Construir infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
Objetivo 10	Reducir la desigualdad en y entre los países
Objetivo 11	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
Objetivo 12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
Objetivo 13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
Objetivo 14	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
Objetivo 15	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica
Objetivo 16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
Objetivo 17	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Fuente: elaboración propia.

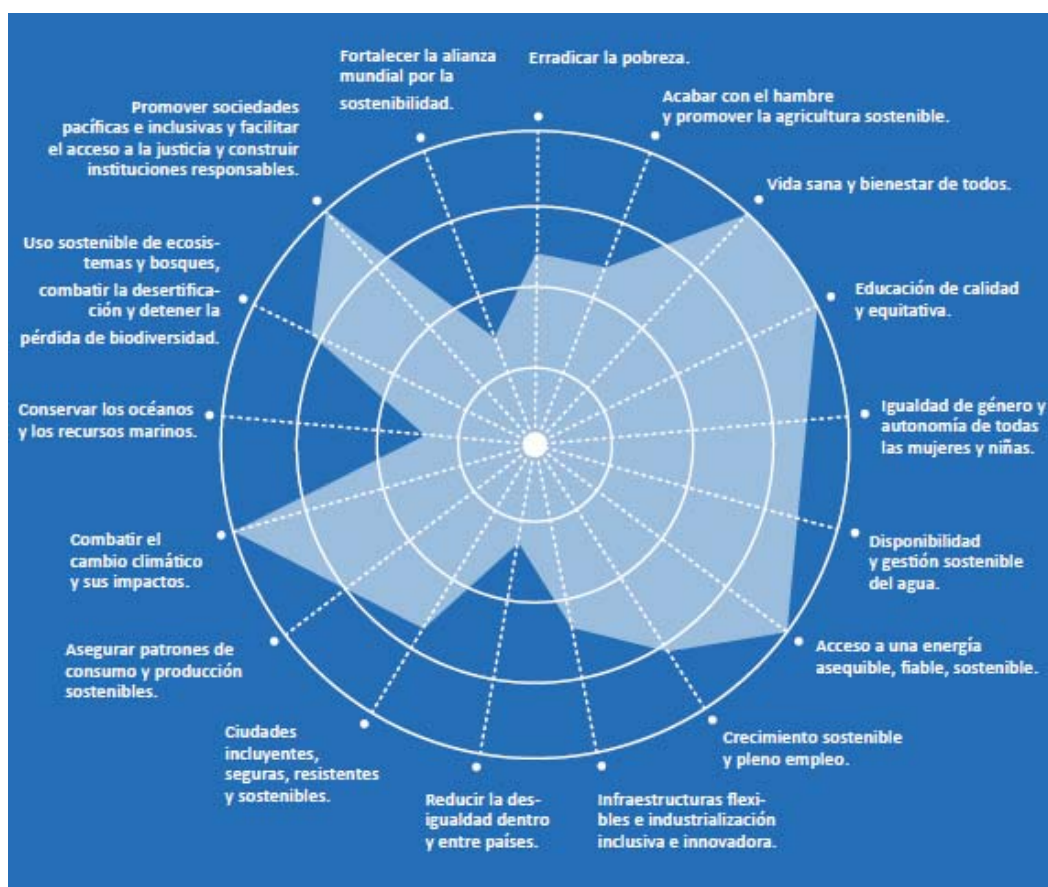
Un análisis previo a la adopción oficial de los ODS realizado por Forética (2015)¹¹⁵ muestra que una gran parte de los objetivos están ya presente y, en otros casos, en los objetivos a corto plazo de las compañías punteras en materia de sostenibilidad.

Forética ha analizado la información corporativa de las 24 compañías líderes de sector del índice *Dow Jones Sustainability* a 30 de noviembre de 2014. Los resultados se muestran en el gráfico 28 donde se puede observar una alta participación del sector privado.

Los objetivos menos desarrollados son los que demandan una mayor promoción por parte de los poderes públicos, como la reducción de la desigualdad entre países, la conservación de los océanos y los recursos marinos y el fortalecimiento de la alianza mundial por la sostenibilidad.

¹¹⁵ Forética (2015): *Informe Forética sobre el estado de la RSE en España*. Documento consultado en: http://foretica.org/informe_foretica_2015.pdf

Gráfico 29. Grado de participación en ODS de empresas líderes en sostenibilidad.



Fuente: Informe Forética 2015.

Sobre la base del precedente marco contextual, se analizará a continuación el compromiso de las empresas de la Comunitat Valenciana con el medioambiente, tanto a nivel externo e interno.

Con el objeto de discriminar aquellas empresas que realizan prácticas responsables con el medioambiente se ha procedido a efectuar una discriminación de las mismas en base a una pregunta filtro conformada por dos ítems:

1. Dispone su empresa de medidas de calidad y control medioambiental (ruidos, control de residuos tóxicos, energía limpia...)
2. Cuenta su empresa con medidas de adecuación ambiental al entorno laboral (no existencia de barreras arquitectónicas...)

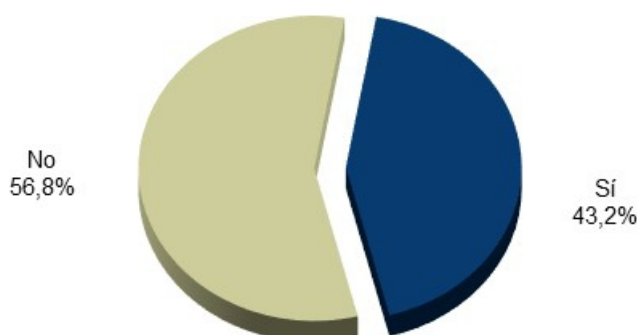
De esta manera se considerará que una empresa es responsable desde el punto de vista medioambiental cuando cumpla uno de los anteriores aspectos.

Asimismo, y al igual que en las partes anteriores de este estudio, los resultados obtenidos son comparados con aquellos evidenciados por el trabajo de Sajardo, A. (2009) (Dir), para el conjunto de las empresas españolas.

4.4. PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES INTERNAS EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: LA ECOLOGÍA ORGANIZACIONAL INTERNA

En primer lugar se consideran los resultados del trabajo de campo relativos a las medidas de calidad ambiental implementadas por las empresas valencianas, evidenciándose que un 43,2% de las mismas declaran disponer de tales medidas en términos adicionales a las solicitadas estrictamente por ley, frente al 56,8% de aquéllas que se ciñen exclusivamente a las requeridas legalmente. Estos resultados eran ligeramente superiores por parte de la media de las empresas españolas al inicio de la crisis donde el 44,1% disponía de tales medidas. Si se considera exclusivamente el área de Levante (Comunitat Valenciana, Murcia y Albacete), este porcentaje llegaba al 47,6%.

Gráfico 30. Porcentaje de empresas de la Comunitat Valenciana con medidas de calidad medioambiental.



Base: Total de empresas.

Por número de trabajadores, se detecta una relación directamente proporcional entre mayor número de trabajadores y mayor sensibilización medioambiental, de manera que las empresas con más de 50 trabajadores presentan el mayor porcentaje de empresas con medidas de calidad ambiental (79,0%), le sigue las en cumplimiento de hasta 50 (57,2%) y finalmente, las pequeñas de hasta diez trabajadores (41,5%). Esta tendencia es coincidente con la evidenciada a nivel de las empresas españolas en 2008.

El ítem "Otras" formas societarias son las que presentan mayor sensibilización medioambiental en un 73,9% de los casos, a ellas les sigue las formas jurídicas de Economía Social con un peso del 56,6%, las Sociedades Limitadas con un 42,8% y las Sociedades Anónimas en última posición con un 36,2%.

Por sectores de actividad destaca el industrial (88%). Son los sectores de comercio con un 41,1% y los servicios con 43,3%, tan extendidos en nuestro país, quienes declaran un porcentaje más bajo de concienciación con el medio ambiente, entorno a la media de empresas valencianas. Al contrario de lo que se desprende del estudio a nivel español, el sector agroalimentario se encuentra muy alejado de la media de la Comunitat con un 32,8% y en último lugar se halla el sector de la construcción (12,8%).

Tabla 27. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de medidas internas de calidad medioambiental.

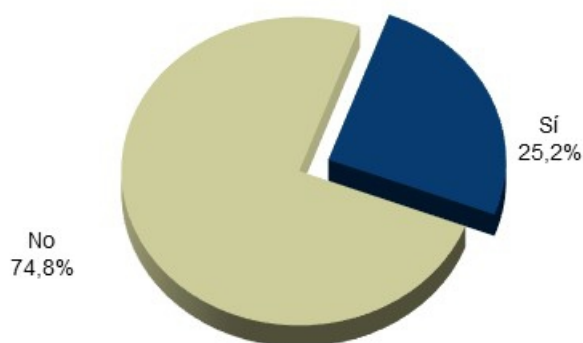
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	41,5%
	De 10 a 50 trabajadores	57,2%
	Más de 50 trabajadores	79,0%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	42,8%
	Sociedad Anónima	36,2%
	Empresas de Economía social	56,6%
	Otras	73,9%
SECTOR	Agroalimentario	32,8%
	Industrial	88,0%
	Construcción	12,8%
	Comercio	41,1%
	Servicios	43,3%

Base: Total de empresas.

Dentro de las medidas medioambientales internas, el análisis empírico ha realizado una especial incidencia en el tema de la eliminación de las barreras arquitectónicas, punto éste de especial incidencia dentro de las responsabilidades social interna, dado que además de formar parte de la calidad medioambiental, mejora las relaciones laborales de aquéllos colectivos de empleados que tengan o puedan tener algún tipo de minusválida, demostrando el interés de la empresa por adaptarse a posibles contingencias futuras que puedan resultar negativas para sus empleados.

El análisis muestra que el 25,2% de las empresas de la Comunitat Valenciana trabajan en la eliminación de barreras arquitectónicas en sus lugares de trabajo, mientras que una mayoría del 74,8% no lo hacen. Por tanto, el trabajo a realizar por las empresas en este punto es todavía elevado dado el pequeño porcentaje de empresas sensibilizadas con el tema. El porcentaje era más elevado en el estudio nacional al inicio de la crisis, en el cual un 37,3% de empresas no tenían barreras arquitectónicas, y superior incluso si se consideran sólo las empresas del área de Levante (40,6%).

Gráfico 31. Empresas de la Comunitat Valenciana que eliminan las barreras arquitectónicas.



Base: Total de empresas.

Por número de trabajadores, son de nuevo las grandes empresas con más de 50 trabajadores las que encabezan el ranking de empresas más sensibilizadas (63%), seguidas de las medianas entre 10 y 50 trabajadores (29,9%) y finalmente, aunque con porcentajes similares, las pequeñas (24,3%), demostrando una relación directamente proporcional entre número de trabajadores de la empresa y sensibilización con la eliminación de las barreras arquitectónicas.

Por forma jurídica, destacan las Sociedades Limitadas con un 27,5% de empresas sensibilizadas con este tema, seguidas muy de cerca por las Sociedades Anónimas (20,9%) y en último lugar las empresas de la Economía Social (4,6%), lo que contrasta con los datos nacionales pre-crisis donde destacan las empresas de la Economía Social (47,6%).

Por sector de actividad se encuentran en primer lugar las empresas del sector agroalimentario (48,1%), seguido a cierta distancia por los servicios (30,2%), en tercer lugar se encuentra el sector del comercio (16,8%), seguido del sector de la construcción (12,4%) y finalmente el industrial (7,6%).

Tabla 28. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de medidas de adecuación al entorno laboral.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	24,3%
	De 10 a 50 trabajadores	29,9%
	Más de 50 trabajadores	63,0%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	27,5%
	Sociedad Anónima	20,9%
	Empresas de Economía social	4,6%
	Otras	4,7%
SECTOR	Agroalimentario	48,1%
	Industrial	7,6%
	Construcción	12,4%
	Comercio	16,8%
	Servicios	30,2%

Base: Total de empresas.

4.5. PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EXTERNAS EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Para el análisis del compromiso medioambiental externo de las empresas de la Comunitat Valenciana se han tenido en cuenta varias áreas:

1. Reciclado de residuos.
2. Control de emisiones atmosféricas o vertidos.
3. Uso de energía limpia o renovable.
4. Reutilización de envases o embalajes.

4.5.1. Reciclado de residuos.

Las empresas valencianas reconocen, en su mayoría, un 72,8%, su responsabilidad con el medio ambiente en el que se desenvuelven al fomentar el reciclado de los residuos que producen con su actividad, frente a un porcentaje del 27,2% de empresas que no realizan este tipo de actividades es menor. Tal evidencia era constatada para las empresas españolas en 2008, aunque con un peso inferior, dado que un 65,9% reciclaban residuos (65,6% para las empresas españolas situadas en el área de Levante).

Gráfico 32. Empresas de la Comunitat Valenciana que reciclan residuos.



Base: Total de empresas.

Se observa, de nuevo, el mismo parámetro que en los casos anteriores dado que las empresas con más trabajadores de 50 trabajadores son las que mayor sensibilización tienen (88%), seguidas muy de cerca de las medianas (77,5%) y finalmente por las pequeñas (72,2%). Tendencia muy similar a la media de las empresas españolas al inicio de la crisis.

Por forma societaria, las empresas más concienciadas con el tema son las Sociedades Anónimas (69%), seguidas muy de cerca por las empresas de la Economía Social (67,3%). El tercer lugar corresponde a las Sociedades Limitadas (66%), y finalmente el resto de formas jurídicas contempladas en la legislación española (47,9%).

Por sector de actividad, destaca el agroalimentario (92,7%), seguido muy de cerca por el industrial (90,2%) y servicios (72,3%). Finalmente, se encuentra el sector comercio (69,4%) y el de la construcción (60,9%).

Tabla 29. Incidencia del reciclado de residuos en las empresas de la Comunitat Valenciana por características de las mismas.

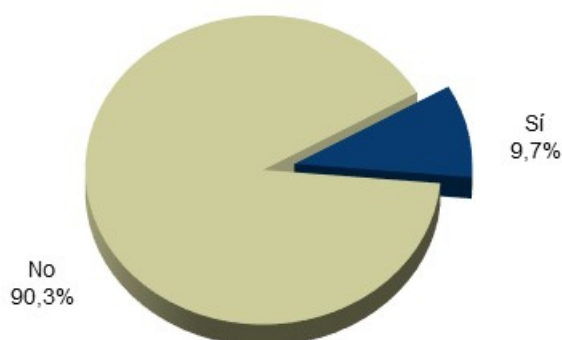
SEGÚN	NÚMERO	DE		
TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores			72,2%
	De 10 a 50 trabajadores			77,5%
	Más de 50 trabajadores			88,0%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada			72,8%
	Sociedad Anónima			63,5%
	Empresas de Economía social			92,7%
	Otras			76,9%
SECTOR	Agroalimentario			93,6%
	Industrial			90,2%
	Construcción			60,9%
	Comercio			69,4%
	Servicios			72,3%

Base: Total de empresas.

4.5.2. Control de emisiones atmosféricas o vertidos.

En relación al tema de control de las emisiones atmosféricas, cabe destacar que únicamente un porcentaje muy bajo de las empresas de la Comunitat Valenciana (9,7%) declara realizar algún tipo de control sobre ellas. Se trata de un porcentaje inferior en 6 puntos a la media española del 2008, y casi 10 de la media de las empresas situadas en el área de Levante. Destacar el importante que el trabajo que resta a las empresas de la Comunitat Valenciana para adaptarse a los protocolos internacionales es todavía considerable.

Gráfico 33. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de control de emisiones atmosféricas o vertidos.



Base: Total de empresas.

Por número de trabajadores son, de nuevo, las grandes empresas de más de 50 trabajadores las que presentan mayor sensibilización hacia el control de emisiones atmosféricas o vertidos (40,3%), seguidas por las empresas medianas (17,8%), y bastante más alejadas las empresas de hasta 10 trabajadores (8,7%). Se trata de una tendencia similar a la mostrada por las empresas españolas al inicio de la crisis, aunque con porcentajes inferiores para cada categoría.

Atendiendo a la forma jurídica de las empresas, los datos desprenden una mayor concienciación por parte de las empresas de la Economía Social (16,1%). El segundo puesto corresponde a las Sociedades Anónimas (14,7%) y el tercero a las Sociedades Limitadas, las que con un 8,8%, se sitúan en un nivel inferior a la media de la Comunitat. De la comparación con los datos extraídos sobre las empresas españolas en el 2008 se observa que una importante representación el resto de formas empresariales contempladas en la legislación mercantil española (17,9%) frente a la ausencia total en el presente estudio. Por sector de actividad, son las empresas del sector industrial las que presentan una mayor puntuación en el estudio (33,2%), seguidas por las empresas del sector agroalimentario (31,6%), a la inversa de lo que ocurría en el territorio nacional en 2008. Bastante más lejos se encuentran las empresas del sector construcción (11,9%), y servicios (7,9%), ocupando el último puesto el sector comercio, con un escaso 1,1%.

Tabla 30. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de control de emisiones atmosféricas o vertidos.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	8,6%
	De 10 a 50 trabajadores	17,8%
	Más de 50 trabajadores	40,3%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	8,8%
	Sociedad Anónima	14,7%
	Empresas de Economía social	16,1%
	Otras	---
SECTOR	Agroalimentario	31,6%
	Industrial	33,2%
	Construcción	11,9%
	Comercio	1,1%
	Servicios	7,9%

Base: Total de empresas.

4.5.3. Uso de energía limpia o renovable.

Respecto del uso de energía limpia se constata un bajo porcentaje de empresas en la Comunitat Valenciana que declaran utilizar energías limpias o renovables en sus actividades productivas, en concreto un 11,7%. Este peso es bastante inferior al 19,7% evidenciado por las empresas a nivel nacional en 2008, y al de aquellas ubicadas en el área de Levante (19,5%).

Gráfico 34. Empresas que utilizan energía limpia o renovable en la Comunitat Valenciana



Base: Total de empresas.

De nuevo son las empresas con mayor número de trabajadores las que presente un mayor índice de utilización de energías limpias o renovables (40,3%), de igual forma les siguen las empresas con hasta 50 trabajadores (20,6%), y finalmente, las pequeñas empresas con hasta 10 trabajadores (10,4%) donde el porcentaje de utilización de este tipo de energías es realmente reducido.

Por forma jurídica, los resultados son semejantes a los obtenidos en los ámbitos ya estudiados anteriormente, destacando en primer lugar las Sociedades Anónimas (25,3%). Las empresas de la Economía Social (15,6%) ocupan el segundo lugar, y en tercer lugar se hallan las Sociedades Limitadas (10,4%). Como en el caso anterior no se halla representación por parte del resto de formas societarias en la Comunitat Valenciana, las cuales a nivel nacional en 2008 tenían una incidencia del 19,3%, siendo el segundo lugar en el ranking español. Los sectores de actividad con mayor índice de utilización de energías limpias o renovables son los de la industria (33,2%), y el agroalimentario (31,6%), este último con una incidencia muy superior al escaso 3% español en 2008. En nuestra Comunitat se hallan en los últimos puestos los sectores construcción (11,9%), servicios (7,9%), y finalmente con una representación muy reducida el sector del comercio (1,1%).

Tabla 31. Empresas de la Comunitat Valenciana que usan energías limpias o renovables.

SEGÚN TRABAJADORES	NÚMERO DE	Hasta 10 trabajadores	10,1%
		De 10 a 50 trabajadores	26,2%
		Más de 50 trabajadores	40,3%
FORMA JURÍDICA		Sociedad Limitada	10,4%
		Sociedad Anónima	20,6%
		Empresas de Economía social	15,6%
		Otras	---
SECTOR		Agroalimentario	31,3%
		Industrial	20,3%
		Construcción	12,2%
		Comercio	22,4%
		Servicios	6,8%

Base: Total de empresas.

4.5.4. Reutilización de materiales (envases, embalajes etc.).

A tenor del presente estudio se constata que alrededor de la mitad de las empresas valencianas (48,4%) manifiesta reutilizar materiales, porcentaje manifiestamente inferior al 60,7% hallado para las empresas españolas en 2008. En el área de Levante este nivel se situaba en el 50,6%.

Gráfico 35. Reutilización de materiales (envases, embalajes etc.).



Base: Total de empresas.

Por número de trabajadores, son de nuevo las empresas con más de 50 trabajadores las que presentan mayor grado de reutilización de materiales (70,2%), seguidas de las empresas que emplean entre 10 y 50 trabajadores (54,4%) y finalmente de las empresas con hasta 10 trabajadores (47,6%).

Atendiendo a la forma jurídica de las sociedades, se puede concluir que son las Sociedades Anónimas (52%) las que más reutilizan los materiales, seguidas por las Sociedades Limitadas (49,3%). Las empresas de la Economía Social reutilizan materiales en un 33,8% de los casos, mientras que las formas empresariales contempladas en el ítem "Otras" lo hacen con un peso del 23,1%.

El sector de actividad económica que más reutiliza sus envases y embalajes es el industrial (79,5%), seguido muy de cerca por el comercio (62,4%), a continuación se halla el sector agroalimentario (55%). El sector servicios con un 42,3%, el sector de la construcción con 37,1%, detentan unos pesos inferiores en la reutilización de materiales respecto a la media de empresas de la Comunitat.

Tabla 32. Empresas de la Comunitat Valenciana que reutilizan materiales.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	DE	Porcentaje
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	47,6%
	De 10 a 50 trabajadores	54,4%
	Más de 50 trabajadores	70,2%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	49,3%
	Sociedad Anónima	52,0%
	Empresas de Economía social	33,8%
	Otras	23,1%
SECTOR	Agroalimentario	55,0%
	Industrial	79,5%
	Construcción	37,1%
	Comercio	62,4%
	Servicios	42,3%

Base: Total de empresas.

Como conclusión, destacar que de las cuatro medidas medioambientales analizadas en el presente estudio, las empresas de la Comunitat Valenciana presentan una mayor sensibilización hacia el tema de reciclado de residuos y de reutilización de materiales. A una distancia considerable se hallan los temas relacionados con las nuevas tecnologías de energía limpia o renovable, y por último se da el control de las emisiones atmosféricas o vertidos. E. resultado de este último aspecto contrasta con los datos que fueron evidenciados a nivel nacional al inicio de la crisis, donde el control de las emisiones y vertidos tenía mucha más importancia para las empresas españolas, en consonancia con los compromisos adquiridos por nuestro país en el protocolo de Kyoto, y revisados recientemente por la COP 21. Resulta por tanto deseable que las empresas de nuestra Comunitat realicen un mayor desarrollo en todos y cada uno de las áreas ambientales analizadas.

Resulta sin embargo complicado establecer un patrón homogéneo respecto de la utilización de las medidas medioambientales analizadas por sectores de actividad. Si se observa una especial consideración y sensibilización en el sector agroalimentario especialmente en los casos de contaminación, debido, probablemente a que este ámbito afecta más directamente a su propio output. Por tipos de empresas se encuentra una relación directamente proporcional entre el tamaño de la empresa (número de trabajadores) y la mayor aplicación de estas medidas, destacando a su vez, que tanto las empresas con forma jurídica de Sociedad Anónima y las que conforman la Economía Social son las que se encuentran más sensibilizadas con el medioambiente. Todas estas tendencias fueron observadas en el estudio de Sajardo (Dir) (2009) relativo a las empresas españolas en 2008, al inicio de la crisis.

A nivel orientativo los resultados hallados para la Comunitat Valenciana se pueden relacionar negativamente con los obtenidos del estudio publicado por el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa en colaboración con Sustentia¹¹⁶ que evaluó la calidad de la información sobre aspectos de RSE proporcionada en la documentación y en las memorias públicas y accesibles de las empresas del IBEX-35. El estudio tomó como base de empresas a aquéllas que conformaban el índice IBEX-35 a 31 de diciembre de 2012. Las conclusiones de este estudio en el ámbito fueron las siguientes:

1. El 89% de las empresas han asumido compromisos voluntarios en materia medioambiental, comprometiéndose con el respeto a la normativa internacional y las leyes nacionales asegurando su cumplimiento.
2. El 94% dispone de una política medioambiental
3. El 66% se compromete la organización con el principio de prevención y contempla medidas preventivas para evitar o mitigar los impactos negativos que pudieran producirse debido a la materialización de un riesgo, derivado de sus actividades y decisiones
4. Sólo un 17% se compromete la organización con la aplicación del principio de precaución, que obliga a tomar medidas que reduzcan la posibilidad de sufrir

¹¹⁶ Documento consultado en:

http://www.observatoriorsc.org/Informe_memoriasRSC_ibex_2012_final_completo.pdf

una catástrofe ecológica, a pesar de que se ignore la probabilidad precisa de que ésta ocurra.

5. Un 54% conoce y declara de manera expresa cuáles son sus principales riesgos en materia Medioambiental.
6. Un reducido 34% cuenta con objetivos claros identificados sobre sus principales retos en materia ambiental y presenta información sobre avances.
7. Un 20% proporciona información sobre los impactos ambientales significativos de sus principales productos y servicios 7 20%
8. Un 23% suministra información sobre episodios de multas asociados a incumplimientos de los convenios/tratados/declaraciones de aplicación internacional, normativas locales, regionales, subnacionales y nacionales asociadas a los temas ambientales.
9. El 49% provee suministra información sobre requisitos exigidos a los proveedores en relación a los aspectos medioambientales.

Como comparativa internacional cabe destacar las conclusiones del informe The Carbon DiscloSure Project 2009¹¹⁷ sobre el control de emisiones contaminantes, los riesgos y oportunidades que plantea el cambio climático y las estrategias de las compañías para gestionar este nuevo escenario. Las conclusiones básicas del mismo son que el cambio climático es ya una de las mayores preocupaciones de las grandes empresas mundiales: el 83% de las principales compañías comunican sus emisiones contaminantes –once puntos más que el año pasado–, y el 51% de ellas especifican objetivos de reducción de emisiones para los próximos ejercicios.

Las grandes empresas constatan su disponibilidad para compartir información con inversores y el resto de grupos de interés sobre sus políticas medioambientales y sobre los riesgos y las oportunidades que genera la lucha contra el calentamiento global. Según el informe, el 83% de las principales compañías comunica de manera transparente su nivel de emisiones, tanto las realizadas directamente (denominadas en el informe Scope 1) como las contabilizadas por la compra de energía (Scope 2). Además, cinco de cada diez compañías que facilitan esta información afirma que es o va a ser verificada por compañías externas. El estudio también revela que un 51% de las firmas preguntadas especifican sus objetivos de reducción de emisiones contaminantes. En el caso de las empresas españolas encuestadas, dos de cada tres proporcionan esta información.

El informe Carbon DiscloSure Project también incluye un ranking, el ‘Carbon DiscloSure Leadership Index’, el CDLI en sus siglas en inglés, que mide el grado de transparencia de las empresas del Global 500 a la hora de proporcionar información sobre su gestión del carbono. El ranking destaca las compañías con una mayor puntuación en cada uno de los sectores, y en el grupo de Utilities figura Unión Fenosa. Otras empresas españolas como Repsol, Gas Natural e Iberdrola también han obtenido buenas puntuaciones en el índice. El informe destaca que las empresas europeas son las más concienciadas frente al problema del cambio climático, una preocupación que se está trasladando de manera creciente a los consumidores del continente.

¹¹⁷ Documento consultado en: <https://www.cdp.net/CDPResults/CDP-SP500-leaders-report-2014.pdf>

Finalmente en el Estudio Multisectorial sobre el Estado de la Responsabilidad Corporativa de la Gran Empresa en España 2013¹¹⁸, realizado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad, se evidencia un aumento en un 15% el porcentaje de empresas que definen estrategias de reducción y compensación de los gases de efecto invernadero.

5.5.5. Certificaciones medioambientales.

A nivel internacional entre los principales sistemas de gestión ambiental para las empresas se halla el estándar internacional ISO 14.000, que, a su vez, incorpora la norma 14.001:2004 (que define requisitos y guía de uso), la 14.004:2004 (que recoge principios, sistemas, y técnicas de apoyo), la 14.006:2011 (incorporación del ecodiseño), y la 14.064:2006 (relativa a gases efecto invernadero)¹¹⁹.

En su informe anual de *The ISO Survey of Management System Standard Certifications* para 2014¹²⁰, esta organización informa de un incremento mundial medio del 7% en la emisión de certificados según la norma 14.001, si bien algunas regiones han tenido un crecimiento superior a un 40%. Por el contrario, España, con 13.869 certificados en 2014, ha sufrido una reducción del 16,7%, respecto de 2013.

En el ámbito europeo existe el Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría (EMAS). Se trata de un SGMA promovido por la Unión Europea en los años noventa, y desarrollado como una herramienta de uso voluntario, para que las empresas con una visión proactiva hacia la minimización de impactos medioambientales pudieran disponer de un sistema que permitiera mejorar el desempeño ecológico y financiero, a la par que informar, de forma estructurada, a las partes interesadas y a la sociedad en general, de los avances en materia medioambiental.

La implantación de EMAS está abierta a las empresas de la Unión y a las de los países en vías de adhesión, y del área económica común, sino también a empresas de cualquier país del mundo. En 2014 había registrados 10.434 centros de trabajo, correspondientes a 3.449 empresas, de las cuales sólo un 19% son empresas de tamaño mediano y pequeño. España es el tercer país europeo en cuanto a número de empresas registradas por millón de habitantes (22,86%), sólo superado por Austria y Chipre.

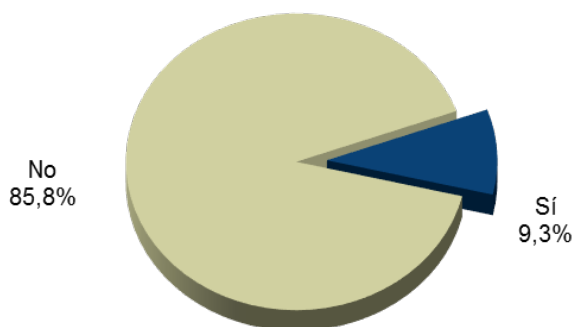
A nivel de la Comunitat Valenciana las certificaciones ambientales son débilmente tenidas en consideración puesto que únicamente un 9,3% del total de empresas reconoce disponer de este tipo de certificaciones, porcentaje inferior al 11,2% de las empresas españolas que afirmaban tenerlas en 2008. A nivel de empresas del área de Levante, este porcentaje se situaba en el 12,3%.

¹¹⁸ Documento consultado en: http://www.clubsostenibilidad.org/f_publicaciones/multi13.pdf

¹¹⁹ Familia de normas, concretadas a definición del SMGA, han aprobado una nueva versión en 2015.

¹²⁰ Documento consultado en: <http://www.iso.org/iso/home/standards/certification/iso-survey.htm?certificate=ISO%2014001&countrycode=ES#standardpick>

Gráfico 36. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de certificaciones medioambientales.



Base: Total de empresas.

Atendiendo al número de empleados, se puede establecer una relación directamente proporcional entre los mismos y la posesión de certificaciones medioambientales dado que son las empresas con más de 50 trabajadores las que poseen más certificaciones (52,3%).

La proporción se reduce bastante al considerar de las empresas que tienen entre 10 y 50 empleados (22,5%), y finalmente, llega a unas cifras muy reducidas entre de empresas con hasta 10 empleados (7,5%).

Según su forma jurídica son las empresas de la Economía Social (19,1%) las que presentan un mayor número de certificaciones, seguidas, y ya más alejadas, las Sociedades Anónimas (9,8%), y por último se sitúan las Sociedades Limitadas (8,7%).

Tabla 33. Empresas que disponen de certificaciones medioambientales en la Comunitat Valenciana.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	7,5%
	De 10 a 50 trabajadores	22,5%
	Más de 50 trabajadores	52,3%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	8,7%
	Sociedad Anónima	9,8%
	Empresas de Economía social	19,1%
	Otras	
SECTOR	Agroalimentario	20,3%
	Industrial	23,3%
	Construcción	2,8%
	Comercio	5,1%
	Servicios	9,1%

Base: Total de empresas.

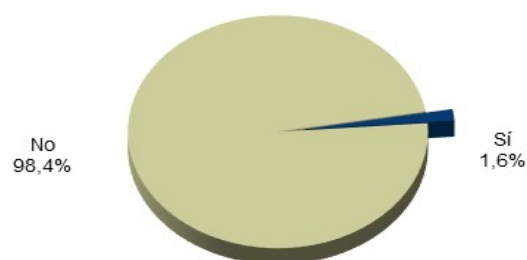
En un estudio del 2009 realizado por Milieu Ltd/Risk and Policy Analysis Ltd¹²¹, bajo encargo de la Comisión Europea se analizan los costes y beneficios del registro de una empresa al EMAS, además de los incentivos y barreras que los potenciales participantes puedan encontrar.

Entre los participantes en el Registro EMAS, un 53% ya disponía de certificación en ISO 14.001 antes de disponer de aquél, mientras que un 86% conjugaban dicha norma con EMAS en su SGMA. Los costes de implantación son más elevados en empresas grandes, aunque los beneficios identificados sugieren que debe existir un retorno a dicha inversión. Sin embargo, se dan opiniones que consideran que existe cierto desconocimiento de EMAS entre muchas empresas y partes interesadas, lo cual la hace menos atractiva en términos de retorno de la inversión, en comparación con ISO 14.001, que es menos costosa de implementar.

5.5.6. Cumplimiento de protocolos internacionales.

Tal y como se podía constatar del estudio realizado a nivel nacional al incio de la crisis un porcentaje muy reducido de empresas españolas, un 2,6%, cumplían protocolos internacionales del tipo GRI, Global Impact etc.. A nivel del área de Levante este peso se situaba en el 4,0% de empresas. En una línea similar se hallan las empresas de la Comunitat Valenciana en 2015, aunque en términos más reducidos, dado que tan solo un 1,6%, declaran seguir algún tipo de protocolo internacional sobre medioambiente.

Gráfico 37. Empresas valencianas que cumplen con protocolos medioambientales internacionales.



Base: Total de empresas.

Atendiendo al número de trabajadores y considerando la escasa relevancia que esta cuestión suscitada en el caso español y de la Comunitat Valenciana cabe destacar que son, una vez más, las empresas con más de 50 trabajadores las que mayor cumplimiento realizan de los protocolos internacionales (7,5%), seguidas de las empresas entre 10 y 50 empleados (3%) y en último lugar y con un porcentaje muy reducido las empresas con menos de 10 empleados (1,4%).

Según la forma jurídica adoptada por las empresas, se hallan en primer lugar las

¹²¹ Milieu Ltd/Risk and Policy Analysis Ltd (2009): *Study on the Costs and Benefits of EMAS to Registered Organisations*. Study Contract No. 07.0307/2008/517800/ETU/G.2., October, 2009.

Sociedades Limitadas (1,8%), seguidas de las Sociedades Anónimas (1,1%). En las empresas de la Economía Social, con un 0,2%, es donde el cumplimiento de protocolos internacionales sobre medioambiente es prácticamente nulo.

Por sectores de actividad económica sigue siendo el sector agroalimentario (9,3%) el más concienciado con el cumplimiento de protocolos medioambientales internacionales si bien el nivel de cumplimiento es todavía reducido. Le sigue el sector industrial (3,3%), mientras que el resto de sectores presentan grados de cumplimiento muy reducido: servicios (1,6%), y comercio (0,1%), teniendo en cuenta que no hay representación del sector de la construcción.

Tabla 34. Empresas de la Comunitat Valenciana que cumplen con protocolos medioambientales internacionales.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	1,4%
	De 10 a 50 trabajadores	3,0%
	Más de 50 trabajadores	7,5%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	1,8%
	Sociedad Anónima	1,1%
	Empresas de Economía social	0,2%
	Otras	---
SECTOR	Agroalimentario	9,3%
	Industrial	3,3%
	Construcción	---
	Comercio	0,1%
	Servicios	1,6%

Base: Total de empresas.

Como conclusiones conjuntas a los temas de las certificaciones medioambientales y el cumplimiento de los protocolos marco internacional se puede observar un grado de retraso de la Comunitat Valenciana, superior al detectado en España al inicio de la crisis, respecto de la asunción de los segundos así como un escaso interés por obtener los primeros. Estas conclusiones llaman la atención al compararlas con los grados de cumplimiento de las medidas de calidad medioambiental estudiadas anteriormente.

Realizando un mayor desglose de ambos grupos de medidas, se puede deducir una relación directamente proporcional entre el número de empleados de una empresa y su nivel de cumplimiento de protocolos medioambientales internacionales, así como respecto de la elaboración de certificaciones medioambientales. La forma jurídica de empresa valenciana con mayor sensibilidad para ambos temas es la de Sociedad Anónima. El sector económico que mejor asume ambos requerimientos es el sector agroalimentario.

Para concluir resulta interesante la comparativa internacional realizada por en el estudio de Baughn & Bodie (2009)¹²², a tenor del cual España se encuentra por debajo de la media en la escala de la gestión medioambiental realizada por el estudio pero por encima de la misma según la valoración del ISO.

Tabla 35. Distribución de la gestión medioambiental por países.

País	Número de encuestados para la escala de gestión medioambiental	Puntuaciones: Escala de gestión medioambiental	ISO 14001
Austria	90	4,50	2,13
Bélgica	38	4,65	1,06
Bulgaria	131	2,80	,30
Croacia	110	3,17	1,14
República Checa	101	4,02	3,76
Dinamarca	25	5,27	4,28
Finlandia	63	5,42	7,78
Francia	86	4,70	1,46
Alemania	65	5,35	1,86
Grecia	73	3,52	,45
Hungría	80	4,15	4,68
Irlanda	40	4,62	,75
Italia	96	3,47	2,05
Letonia	194	3,45	,93
Lituania	90	4,20	2,01
Países Bajos	131	5,05	2,47
Noruega	110	5,10	2,11
Polonia	101	3,12	1,06
Portugal	25	3,55	1,33
Rumanía	55	3,40	,66
Eslovaquia	86	4,12	1,06
Eslovenia	78	4,32	5,63
España	65	3,95	5,54
Suecia	73	5,72	9,94
Suiza	80	5,07	5,28
Turquía	40	3,25	,30
Reino Unido	194	4,80	1,88

Encuestados totales = 2.894 media = 4,00 media = 2,39

Fuente: Baughn, C.C y Bodie, N.L (2009)

¹²² Baughn, C.C. & Bodie, N.L. (2009) "Influencias socio-políticas y económicas en la responsabilidad medioambiental corporativa en Europa", Revista de Responsabilidad Social de la Empresa.

5. LAS PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La crisis económica, iniciada en 2008, y su correlato en el terreno financiero y del empleo, ha evidenciado que los códigos de Buen Gobierno de las empresas han resultado ser poco eficientes como garantía del control democrático de las decisiones de sus gestores, y como salvaguarda de los intereses de los accionistas, y de los colectivos sociales más amplios. A pesar de la evidencia de que la laxitud de las normas de buen gobierno, y los fallos de supervisión y control, determinantes de acciones irresponsables, se hallan en el origen de las crisis, la rectificación de errores aún es insuficiente y marcadamente tardía, y en la actualidad el gobierno de las sociedades de capital sigue siendo un serio problema, por sus persistentes efectos de inestabilidad y desajuste en el conjunto de la economía.

No obstante, es cierto que los criterios de supervisión y control en las empresas han sido reforzados en la última década. Así, en 2004 tuvo lugar la revisión de los “Principios de la OCDE para el Gobierno de las Sociedades, 1999”¹²³, a raíz de numerosos escándalos de falsificación de cuentas anuales e informes de gestión de numerosas grandes empresas de Estados Unidos. En 2009 este mismo organismo internacional publicó un trabajo sobre Gobierno Corporativo y crisis financiera¹²⁴, en cuyo contexto se recogía la necesidad de implementar cambios en los principios sobre Buen Gobierno de las sociedades¹²⁵. Asimismo es de valorar muy positivamente la decisión adoptada por la OCDE en 2014 de encargar al grupo de Trabajo sobre Gobierno Corporativo (*Steering Group on Corporate Governance*) la elaboración de un plan de revisión de los Principios, cuyas propuestas fueron sometidas a consulta pública en 2014.

En el marco de la Unión Europea se han desarrollado normativas que han contribuido a mejorar en algunos aspectos las prácticas de gobierno de las empresas cotizadas. En este contexto deben citarse las recomendaciones de la Comisión (3177/2009/CE), sobre el sistema de remuneración de los consejeros de las empresas que cotizan en bolsa, y la 3159/2009/CE, sobre las políticas de retribución en el sector de los servicios financieros. La creación de la Junta Europea de Riesgos Sistémicos (JERS) y el Sistema Europeo de Supervisores Financieros (SESF) han contribuido también a consolidar los mecanismos de supervisión y vigilancia.

A nivel español la Orden del Ministerio de Economía y Competitividad ECC/461/2013, de 20 de marzo¹²⁶ introduce una mayor racionalidad en los contenidos y la estructura del informe anual de Gobierno Corporativo, fortaleciendo las exigencias de

¹²³ Documento consultado en: http://www.ecgi.org/codes/documents/principles_sp.pdf; La revisión de estos principios en 2004 ha sido consultada en base al documento:

www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/37191543.pdf

¹²⁴ Documento consultado en: www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/43056196.pdf

¹²⁵ En idéntico sentido se expresa Kirpatrick (2009), quien considera que la crisis había planteado la necesidad de volver a examinar la suficiencia de los principios de buen gobierno, especialmente en áreas clave, como son las entidades financieras, haberse evidenciado la falta de transparencia y la ineficiencia en el establecimiento de la cadena de responsabilidades en las empresas (Kirpatrick, 2009: *The Corporate Governance lessons from the financial Crisis*, Financial Market, Trends, OCDE).

¹²⁶ Documento consultado en:

http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/cegc_estmodif_20131014.pdf

transparencia de las políticas de remuneraciones de las sociedades cotizadas. Junto a ella está el proyecto de ley que modifica la Ley de sociedades de capital¹²⁷ en el que se incorporan algunas de las propuestas de la *Comisión de Expertos en materia de Gobierno Corporativo*¹²⁸, que refuerzan los mecanismos de transparencia a dos niveles: de un lado, en los informes de remuneraciones, los cuales deben indicar la política de remuneraciones que deberá ser aprobada por la Junta General de Accionistas cuya decisión será vinculante para los órganos de decisión de la empresa; de otro sobre las medidas que las empresas deben adoptar para incluir en su Consejo de Administración a un número mayor de mujeres, con el objetivo de alcanzar una presencia equilibrada de ambos sexos.

No obstante, y sobre la base de este periplo regulador se halla una limitación de partida consistente en la visión en exceso limitada sobre el gobierno de las empresas que se ha impuesto de manera creciente en los discursos y en las decisiones normativas de las instituciones públicas. Se trata de una perspectiva centrada en los accionistas (expectativas de beneficios) y en el mercado (su funcionamiento) como principales, y a veces, únicas perspectivas en las decisiones de gestión. Así las cosas, el avance hacia una solución de los problemas pasa por la mejora de la eficiencia del control de los accionistas sobre el consejo de administración y sobre sus decisiones, así como por el avance de los procesos de fiscalización de los gestores, es decir, el control por parte de las juntas de accionistas de la política de remuneraciones y otros aspectos similares.

Frente a la mencionada perspectiva, se sitúa una visión del gobierno de la empresa más realista y compleja, que considera vital las relaciones y los intereses más amplios a los que deben atender las empresas. Se trata de uno de los enfoques más retadores, por su alcance, en el concepto de RSE. Este enfoque, que ha sido avalado por un amplio consenso teórico e institucional, se basa en las aproximaciones más pluralistas a la idea de empresa y a la concepción de su gobierno, siguiendo la teoría de los *stakeholders* o partes interesadas. Una concepción más holística de la idea de la empresa y de su gestión, la cual considera que junto a los derechos de los accionistas (*shareholders*), el conjunto de las partes interesadas (*stakeholders*) deben ser receptores de derechos, puesto que detentan intereses en la empresa que pueden reclamar legítimamente, debiendo por tanto ser considerados en los procesos de gestión¹²⁹.

Esta perspectiva más completa en el análisis de la empresa y su gobierno fue ya recogida en los mencionados “Principios para el Buen gobierno de las Sociedades” adoptados por la OCDE en 1999, en los que se establece que los consejos de administración deben asegurar que la empresa cumple la ley y “*tienen cuenta los intereses de los distintos grupos de intereses sociales, incluidos los intereses de los empleados, los acreedores, los clientes, los proveedores y las comunidades locales*”¹³⁰.

¹²⁷ Publicado en el Boletín Oficial de las Cortes Generales el 20 de mayo de 2014.

¹²⁸ Comisión creada por acuerdo del Consejo de Ministros el 10 de mayo de 2013.

¹²⁹ Freeman, E. (1999): *Divergent Shareholder Theory*, *Accademy of Management Review*, vol. 24.2 pp. 233-236.

¹³⁰ Documento consultado en: http://www.ecgi.org/codes/documents/principles_sp.pdf

En el ámbito nacional el Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas por Acuerdo del Consejo de la CNMV de 18 de febrero de 2015 se ha hecho eco de los principios de la OCDE sobre las relaciones con las distintas partes interesadas. Así en la recomendación número 12 se indica que *“el consejo de administración desempeñe sus funciones con unidad de propósito e independencia de criterio, dispense el mismo trato a todos los accionistas que se hallen en la misma posición y se guíe por el interés social, entendido como la consecución de un negocio rentable y sostenible a largo plazo, que promueva su continuidad y la maximización del valor económico de la empresa. Y que en la búsqueda del interés social, además del respeto de las leyes y reglamentos y de un comportamiento basado en la buena fe, la ética y el respeto a los usos y a las buenas prácticas comúnmente aceptadas, procure conciliar el propio interés social con, según corresponda, los legítimos intereses de sus empleados, sus proveedores, sus clientes y los de los restantes grupos de interés que puedan verse afectados, así como el impacto de las actividades de la compañía en la Comunitat en su conjunto y en el medioambiente”*¹³¹.

En este contexto se inserta esta parte del presente estudio, cuyo objetivo es el estudio de las prácticas de Buen Gobierno en las empresas de la Comunitat Valenciana.

5.1. SOBRE EL GOBIERNO CORPORATIVO EN EL CONTEXTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Como gobierno de la empresa debe entenderse al conjunto de mecanismos a través de los cuales los propietarios de recursos que participan en la empresa protegen las rentas y el valor de dichos recursos. Siguiendo el mencionado documento de la OCDE (1999)¹³², el término *Gobierno Corporativo* hace referencia al sistema a través del cual los negocios son dirigidos y controlados. En su contexto se integra la especificación sobre la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes participantes en la empresa, como son el consejo, la dirección, los accionistas y otros grupos de poder. Junto a ello se recoge la definición de las reglas y procedimientos para la toma de decisiones en los temas corporativos, proporcionando la estructura a través de la cual los objetivos de la organización son fijados, así como los medios para alcanzar los mismos, y controlar el resultado o la rentabilidad de la empresa.

La problemática del estudio de la empresa y su gobierno puede abordarse desde dos perspectivas, una perspectiva financiera y una perspectiva estratégica, atendiendo a qué parte de la organización sea protegida por el propio sistema de gobierno¹³³. En la perspectiva financiera, el problema de gobierno y sus instrumentos se circunscriben a la relación entre los inversores que proporcionan recursos financieros, y los directivos que, con sus decisiones, influyen en los retornos esperados a cambio de la inversión realizada. En cambio, la perspectiva estratégica amplía las relaciones a todos los propietarios de

¹³¹ Documento consultado en:

http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf

¹³² Principios de Gobierno Cooperativo de la OCDE (1999), Ibidem.

¹³³ Salas, V. (1999): *El gobierno de la empresa*. Document d’Economia Industrial, 11, Barcelona.

recursos, es decir a diferentes grupos de interés, que realizan algún tipo de inversión en la organización y arriesgan las rentas que les corresponden por ello.

En el ámbito de Estados Unidos gran parte de las decisiones de los altos dirigentes empresariales a favor de la responsabilidad social de sus empresas parecen consistir en actuaciones instrumentales al servicio final del valor accionarial. Con ese objetivo, se busca mejorar la imagen comercial y fortalecer la reputación de la compañía, la acumulación de activos intangibles, la diferenciación, la motivación del personal, o la reducción de conflictos con el entorno.

En el ámbito europeo se ha venido apostando por un concepto más avanzado de RSE, a través de la introducción de una serie de premisas: incrementar el compromiso en una perspectiva que vislumbre la responsabilidad social como parte integral de los valores y la cultura de la organización, intentando crear riqueza de modo equilibrado para todas las partes interesadas; inclinarse por una dirección y gestión de la compañía que perciba mejor la importancia de la intervención efectiva de los *stakeholders* relevantes en las decisiones; orientarse hacia una visión "multi-agencia" entre las diversas partes interesadas y los directivos; y adoptar una perspectiva institucional-normativa¹³⁴.

En este contexto un Buen Gobierno corporativo en las compañías debe incorporar unos principios generales que atienden a que la organización de la entidad incorpore una política de responsabilidad social; que se proceda a la identificación y al establecimiento del mapa de las diferentes partes interesadas; que la organización, dirección y gestión sean participativas; la transparencia y rendición de cuentas; al compromiso ético, respeto hacia la diversidad e igualdad de oportunidades, y a la adopción de códigos formales de responsabilidad social¹³⁵.

Desde una visión vinculada al *management*, algunos de los principios generales más relevantes respecto de un Buen Gobierno se incluirían¹³⁶:

- *Incorporación de la responsabilidad social corporativa en la organización.* Ello ha de hacerse en su misión, valores, visión estratégica, gobierno de la empresa, políticas de gestión, criterios de remuneración y sistemas o procedimientos operativos, involucrando a los grupos de interés relevantes y consiguiendo el compromiso de los administradores y altos ejecutivos.
- *Identificación objetiva de las partes interesadas.* Distinción entre partícipes primarios, contractuales o directos y complementarios, contextuales o

¹³⁴ Rodríguez Fernández J.M. (2007): "Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría", *Ekonomiaz*, 65, 13-49.

¹³⁵ King Committee on Corporate Governance, 2002 y 2009, documentos consultados en:

http://www.ecgi.org/codes/documents/executive_summary.pdf

<https://www.ru.ac.za/media/rhodesuniversity/content/erm/documents/xx.%20King%203%20-%20King%20Report.pdf>

¹³⁶ Rodríguez Fernández J.M. (2007), *Ibidem*, y Rodríguez Fernández J.M (2008): "Modelo *stakeholder* y responsabilidad social: un gobierno corporativo global", *M@n@gement*, 11, 81-111.

indirectos, todos ellos con derechos, pero también con responsabilidades. Los primeros efectúan inversiones específicas en la empresa. Los segundos son fundamentalmente aquellos que experimentan efectos externos positivos o negativos, sin una previa inversión voluntaria directa, más algunos otros derivados de razonamientos éticos.

- *Responsabilidad fundamental de los administradores y altos ejecutivos.* Creación de valor a largo plazo y de modo sostenible para las partes interesadas.
- *Obligaciones fiduciarias de los directivos.* Asignación a los administradores y gerentes de una obligación fiduciaria para atender, gestionar prudentemente e intentar buscar el consenso entre las demandas de los diferentes partícipes, en ocasiones potencialmente contrapuestas.
- *Organización, dirección y gestión participativas.* Utilización de mecanismos que faciliten de manera continua e institucionalizada la participación y el diálogo efectivo con los *stakeholder* (al menos los más relevantes).
- *Negociación justa.* Asignación de la riqueza creada mediante un proceso de negociación con ausencia de fuerza, fraude o manipulación y en el cual los partícipes deben ser tratados de acuerdo con sus respectivas contribuciones, costes y riesgos, no necesariamente iguales.
- *Equilibrio en la distribución.* Cada *stakeholder* debe obtener al menos el reembolso de las inversiones específicas realizadas para generar la riqueza o excedente empresarial.
- *Interiorización de externalidades.* Esfuerzo por evitar o, llegado el caso, computar y resarcir los efectos externos negativos sobre terceras partes.
- *Transparencia y rendición de cuentas.* Acceso periódico de los partícipes a la información relevante, con garantía de fiabilidad y en el momento oportuno, sobre la base de la transparencia y la verificación externa e independiente.

El estudio de Lacker & Tayan (2004)¹³⁷ ponía de manifiesto que son cuatro los factores que están llevando a los consejos y a la Alta Dirección a mostrar un mayor interés por la supervisión, gestión y medición de los asuntos no financieros, como la competencia global, el aumento de influencia de los clientes, la mayor conciencia que el mundo empresarial adopta acerca de los riesgos reputacionales asociados a sus negocios, y la acelerada innovación en el desarrollo de nuevos productos. Otras conclusiones del informe evidencian que, a pesar del incremento de la supervisión de asuntos no financieros, las empresas seguían sin saber cómo realizar de manera adecuada tal proceso, siendo sus habilidades muy mediocres en la gestión y administración de dichos asuntos. Aunque existía la conciencia de que los asuntos no financieros deberían recibir una mayor atención, se consideraba que la percepción de que las herramientas y procedimientos disponibles a tal efecto carecían de la precisión, el rigor y la sofisticación necesaria.

¹³⁷ Lacker, D. & Tayan, B. (2004): *The Duties and Liabilities of the Board of Directors*, Deloitte & Economist Intelligence Unit.

Como principales obstáculos importantes a la hora de medir los signos no financieros del negocio, se señalan la escasez de herramientas para supervisar, gestionar, analizar y medir dichos aspectos y el escepticismo acerca de que los aspectos no financieros estén directamente relacionados con lo esencial para el devenir exitoso de las compañías. El escepticismo, en suma, en lo que se refiere al vínculo entre RSE y creación de valor para el negocio. Si se pretenden resolver problemas más graves del gobierno de las sociedades, como los que afectan a la inclusión en los consejos de administración de las sociedades de mujeres, con el objetivo de alcanzar una presencia equilibrada con la de los hombres en los puestos de mayor responsabilidad de las empresas, o los relacionados con las actuales políticas de remuneraciones, debe apostarse por ir más allá de simples procedimientos administrativos basados en cumplimentar las distintas casillas contempladas en los actuales Códigos de Buen Gobierno¹³⁸.

En las empresas donde el control y seguimiento de los asuntos no financieros se realiza de forma sobresaliente, se aprecia la creencia de que dichos aspectos contribuyen favorablemente a fortalecer la cuenta de resultados y además se observa un mayor grado de conocimiento y valoración de la RSE por parte del Consejo de Administración y la Alta Dirección. Se trata, en definitiva, de empresas en las que se suelen combinar prácticas avanzadas de gestión con el convencimiento de que, verdaderamente, las buenas prácticas sociales y ambientales constituyen un buen indicador acerca de la calidad en la gestión y gobierno de un determinado valor de renta variable.

Los códigos y recomendaciones sobre Gobierno Corporativo más recientes incluyen explícitamente la materia de RSE, haciendo referencia a la responsabilidad de los administradores de velar para que las compañías mantengan relaciones de cooperación con diferentes grupos de interés. Aunque el modo de expresar estas cuestiones varía de un código a otro, puede decirse que las cuestiones relacionadas con la RSE han entrado definitivamente en la agenda de los Consejos de Administración. Así, la actual revisión del Código Unificado Español, hecho público por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) en febrero del 2015, establece en su recomendación número 6 que las sociedades cotizadas deben elaborar una serie de informes, ya sea de forma preceptiva o voluntaria, y que los publiquen en su página web con antelación suficiente a la celebración de la junta general ordinaria, aunque su difusión no sea obligatoria. Entre estos informes se indica el informe sobre la política de responsabilidad social corporativa¹³⁹.

De igual forma lo recomiendan algunas de las organizaciones internacionales más importantes en la materia como la *Corporate Governance Network*¹⁴⁰, a través de sus

¹³⁸ UGT (2014): *Cultura, políticas y prácticas de RSE en las empresas del IBEX 35*, documento consultado en:

<http://www.observatoriorse.org.es/Estudios%20e%20Informes/Estudio%202014.pdf>

¹³⁹ Documento consultado en:

http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf

¹⁴⁰ Documento consultado en: <http://www.icgn.org>

Corporate Governance Principles¹⁴¹, cuando hacen referencia a la importancia de las relaciones con los *stakeholders*, indicando que los códigos y recomendaciones de Gobierno Corporativo deben referirse al diálogo, información y comunicación con los grupos de interés, y a la importancia de los grupos de interés para el gobierno y el crecimiento sostenible de la compañía.

En un estudio del 2007, Heidrick & Struggles situaban las prácticas de las compañías españolas en materia de Gobierno Corporativo entre las peores y menos avanzadas de Europa¹⁴². Se afirmaba, que entre las compañías españolas había un cierto grado de “inercia o indiferencia”.

En la misma línea, otro estudio, publicado por *AccountAbility* (2007), ponía de manifiesto que España aparecía en una posición muy retrasada respecto a los países líderes en la dimensión denominada *Business Action*¹⁴³, que mide la sofisticación de las prácticas de las compañías en cuestiones como el Gobierno Corporativo y otras cuestiones relacionadas con la responsabilidad corporativa. Así mismo, el sindicato Comisiones Obreras (2007)¹⁴⁴ en el análisis del nivel de aplicación de las recomendaciones del Código Unificado, concluye que sus recomendaciones no han sido del todo bien recibidas por las compañías españolas cotizadas.

En el informe 2014 de Heidrick & Struggles¹⁴⁵ sobre las políticas de Buen Gobierno en Europa, se evidencia que los estándares y regulaciones “están dormidas” y no han servido para resolver algunos de los problemas fundamentales que existen en el gobierno de las sociedades. En la práctica, se afirma en el informe, que el Gobierno Corporativo se ha convertido en un simple ejercicio administrativo de cumplimentar distintos epígrafes de un cuestionario.

En este sentido se considera que para impulsar un gobierno de las compañías que sea verdaderamente dinámico y poder hacer frente con éxito a los desafíos a los que se enfrentan las empresas, es imprescindible el diálogo “conversaciones adultas” entre la dirección de la empresa y los *stakeholders*.

No obstante se van dando avances. Así, el Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC) de las compañías del Ibex-35 publicado por la CNMV correspondiente al ejercicio 2013¹⁴⁶, resume las principales conclusiones que se derivan de la revisión de

¹⁴¹ Documento consultado en:

http://www.governanceinstitute.com.au/media/635743/final_submission_asxgc_guidelines_3rd_ed.pdf

¹⁴² Heidrick & Struggles (2007): *Corporate Governance in Europe: Raising the bar*, Business Strategy.

¹⁴³ Entre otros indicadores, las cuestiones contempladas en *Business Action* se refieren al comportamiento ético percibido de las compañías y a cuestiones como el desempeño de los consejos de administración.

¹⁴⁴ CC.OO. (2007): Análisis del nivel de aceptación de las recomendaciones del Código Unificado.

¹⁴⁵ Heidrick & Struggles (2014): *Towards Dynamic Governance*, European Governance Corporate Report, document consultado en: <http://www.heidrick.com/~media/Publications%20and%20Reports/European-Corporate-Governance-Report-2014-Towards-Dynamic-Governance.pdf>

¹⁴⁶ Documento consultado en:

los informes de las compañías que componían el índice al cierre del ejercicio, así como incorpora una descripción de las incidencias detectadas en la revisión de los informes y en el grado de cumplimiento de las definiciones vinculantes y de las recomendaciones establecidas en el Código Unificado de Buen Gobierno. El informe señala que, en general, se observa una mejoría en las prácticas de Gobierno Corporativo de las empresas del Ibex-35, ya que las empresas analizadas declararon seguir el 93,7% (91,6% en 2012) del Código Unificado y, adicionalmente, de forma parcial otro 3,3% (4,1% en 2012) de las recomendaciones que les son aplicables. Por tanto a nivel agregado, no seguían, ni siquiera de forma parcial, sólo el 3% de las recomendaciones (4,3% en 2012). Todas las sociedades del Ibex seguían más del 75% del Código Unificado, y 26 compañías (74,3% del total) superaron el 90%. En 9 sociedades el grado de seguimiento declarado es del 100%. El 65,7% de las compañías del Ibex declararon cumplir un porcentaje de recomendaciones superior al del ejercicio anterior.

De ello se hace eco el estudio de KPMG¹⁴⁷ que pone de manifiesto que en España si bien el interés de los Consejos hacia cuestiones relacionadas con la RSE no resulta tan notorio como ocurre en otros países similares, se dan síntomas inequívocos de estar incorporando algunas recomendaciones sobre Buen Gobierno, como la implantación de códigos de conducta y reglamentos de comportamiento, la ampliación del espectro de grupos de interés relevantes o la evaluación de la función de la empresa como una organización de amplio impacto social. Respecto a las relaciones de las empresas con los grupos de interés, el estudio muestra que los Consejos de Administración juegan aún un papel secundario, dado que es el Comité de Dirección el órgano encargado de articular esas relaciones.

5.2. EL BUEN GOBIERNO EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tras el contexto precedente, a continuación se van a identificar las prácticas de las Empresas de la Comunitat Valenciana socialmente responsables desde la perspectiva del Buen Gobierno. Tal y como se ha venido realizando en las partes precedentes de esta investigación, se efectuará una comparativa con los datos evidenciados para las empresas españolas a este nivel al inicio de la crisis¹⁴⁸.

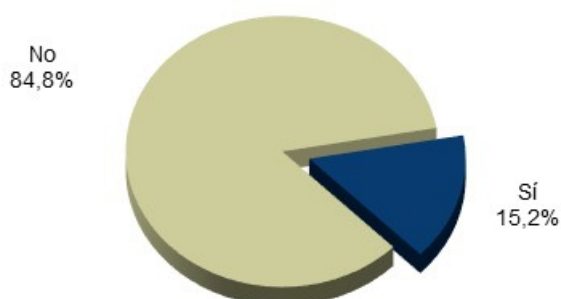
De acuerdo con el gráfico siguiente el 84,8% de las empresas de la Comunitat Valenciana manifiesta no tener redactado ni definido ningún Código de Conducta Ética o de Buen Gobierno. Sólo el 15,2% de las empresas valencianas señalan que disponen y siguen alguno de aquellos. Este dato es muy superior al 6,2% de empresas que se manifiestan positivamente en el territorio nacional en 2008, y del 4,4% relativo a las empresas situadas en el área de Levante. La superior incidencia actual de las prácticas de Buen Gobierno en las empresas de la Comunitat, evidencia que la crisis económica ha demostrado la necesidad de elaborar Códigos Éticos, que sirvan de acicate para el desarrollo de prácticas transparentes y éticas por parte del sector empresarial valenciano.

http://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/IAGC_IBEX35_2013.pdf

¹⁴⁷ KPMG (2015): *El nuevo Gobierno Corporativo*. Documento consultado en: <https://www.kpmg.com/ES/es/Gobierno-Corporativo/Documents/El-nuevo-gobierno-corporativo-2015>.

¹⁴⁸ Sajardo (2009) (Dir.), *Ibidem*.

Gráfico 38. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de código de Buen Gobierno.



Base: Total de empresas.

Discriminando las cifras anteriores por grupos de empresas atendiendo al número de trabajadores, la tabla 36 muestra que el segmento de empresas con más de 50 trabajadores destaca por disponer de Código de Buen Gobierno en un porcentaje del 28,7%. Frente a ellas se sitúan las empresas que cuentan con menos de 10 trabajadores, cuya incidencia se sitúa en el 15,4%, el porcentaje desciende al 10,8% en las empresas de 10 a 50 trabajadores.

Del análisis por forma jurídica se evidencia que son las Sociedades Anónimas las que disponen de un Código de Buen Gobierno en un porcentaje más elevado, un 20%, junto con un 15,7% en las Sociedades Limitadas, superando ambas la media para conjunto de empresas valencianas. Por su parte las empresas y entidades que se integran en la Economía Social disponen de Código de Buen Gobierno con una incidencia del 0,5%, y las empresas recogidas en el ítem "Otras" con el 1,5%, situadas ambas por debajo de la media de la Comunitat.

La tabla siguiente presenta el porcentaje de empresas que disponen de Código de Buen Gobierno atendiendo al sector en el que se ubica su actividad principal.

Así puede apreciarse que por encima de la media y con el mayor porcentaje de empresas que disponen de código de Buen Gobierno se encuentra el sector de la construcción con un peso del 21,5%, y en segundo lugar el sector servicios con un 16,3%. Muy cerca se sitúa el sector industrial con un porcentaje del 15,1%, nivel en torno a la media. El resto de sectores considerados se sitúan por debajo de la media, así en el sector comercio la incidencia es de un 10% (superior a la media de las empresas españolas al inicio de la crisis), y en el agroalimentario del 3,4%.

Tabla 36. Empresas de la Comunitat Valenciana que cuentan con un Código de Buen Gobierno.

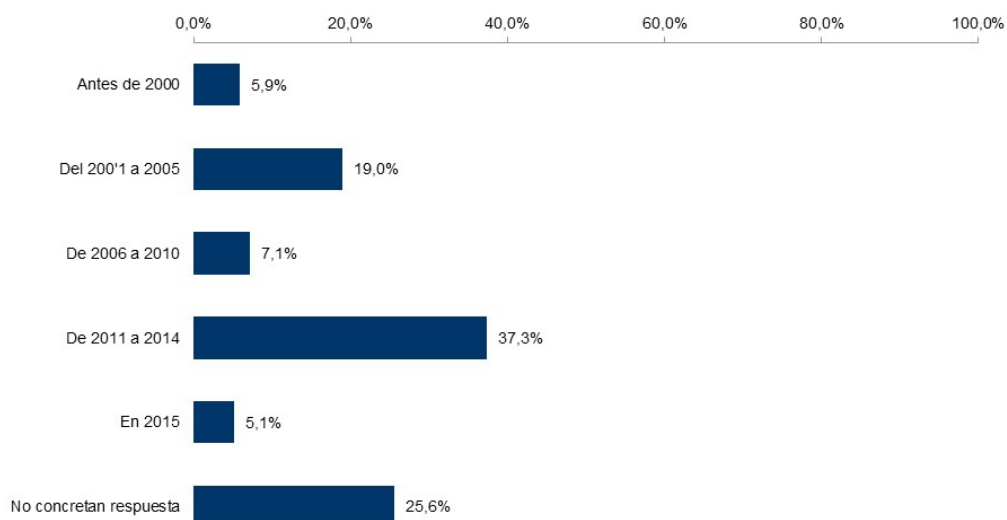
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	15,4%
	De 10 a 50 trabajadores	10,8%
	Más de 50 trabajadores	28,7%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	15,7%
	Sociedad Anónima	20,0%
	Empresas de Economía social	0,5%
	Otras	1,5%
SECTOR	Agroalimentario	3,4%
	Industrial	15,1%
	Construcción	21,5%
	Comercio	10,0%
	Servicios	16,3%

Base: Total de empresas.

El gráfico siguiente presenta los años en los que las empresas de la Comunitat Valenciana implantaron algún tipo de Código Ético o de Buen Gobierno. Así, puede observarse que con anterioridad al año 2000 se implantaron un 5,9% de los Códigos de Buen Gobierno. Destaca el periodo comprendido entre 2011 y 2014 en el que se adoptaron un 37,3% de los códigos seguidos por las empresas de la Comunitat.

En segundo lugar, con un porcentaje de implantación del 19% se encuentra el intervalo de tiempo que va de 2001 a 2005. Se observa un descenso importante en el periodo 2006-2010 con un 7,1%, y en 2015 el porcentaje de implantación se sitúa en el 5,1%. En el caso de las empresas españolas en 2008, los periodos de mayor generación de Códigos de Buen Gobierno fueron los años comprendidos entre 2001 y 2005 con una incidencia del 44,1% y el 2006-2008 donde aquella se sitúa en el 24,1%. En el año 2009, ya iniciada la crisis se implantaron sólo el 3,1% de los códigos existentes en las empresas españolas (Sajardo Dir, 2009).

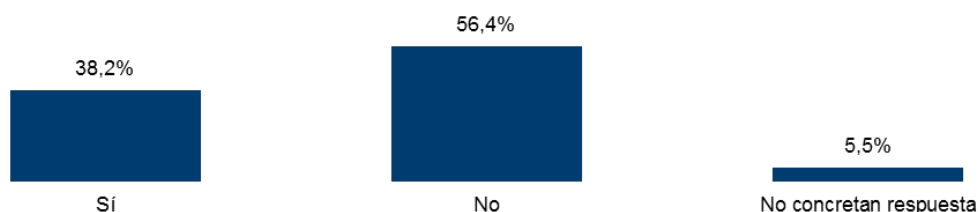
Gráfico 39. Año implantación del Código de Buen Gobierno.



Base: Empresas que disponen de un Código de Buen Gobierno.

Por lo que respecta a si la empresa tiene, o no, establecido algún mecanismo de control o auditoria del Código de Buen Gobierno, el gráfico 40 muestra que el 38,2% de las empresas, con un Código de Conducta Ética o de Buen Gobierno, han adoptado algún mecanismo de control o de auditoria del mismo, mientras que el 56,4% de ellas no han establecido ningún mecanismo de control. Dichos resultados son opuestos a los observados en las empresas españolas en 2008, donde más del 50% (58,0%) de las empresas manifiesta verificar convenientemente su Código de Buen Gobierno. Los años de crisis han afectado negativamente a este nivel en las empresas de la Comunitat Valenciana.

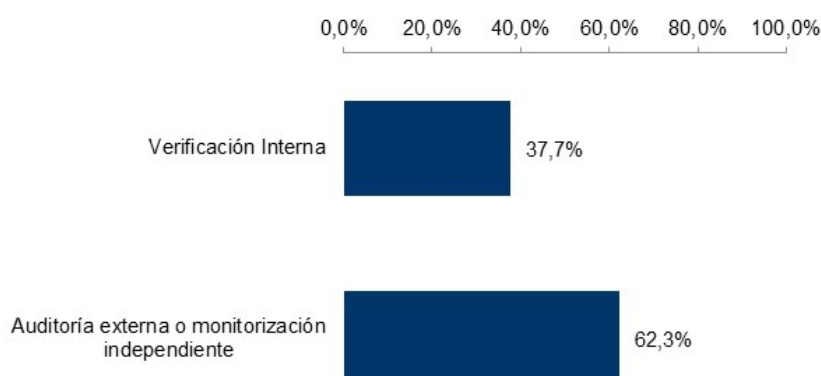
Gráfico 40. Empresas de la Comunitat Valenciana que verifican su Código Ético o de Gobierno.



Base: Empresas que disponen de un Código de Buen Gobierno.

En cuanto al mecanismo de verificación del código utilizado por las empresas de la Comunitat Valenciana, que cuentan con un Código Ético o de Buen Gobierno, el gráfico 41 indica que el 62,3% de las empresas opta por la verificación de su código a través de una auditoria externa o monitorización independiente, frente al 37,7% que señalan que realiza una verificación a nivel interno. Como ocurre con el apartado anterior a nivel nacional los resultados se presentan a la inversa, dado que la mayoría de empresas españolas había optado por la verificación interna en 2008.

Gráfico 41. Mecanismo de verificación del Código Ético o de Buen Gobierno.



Base: Empresas que disponen de Código de Gobierno y realizan su verificación.

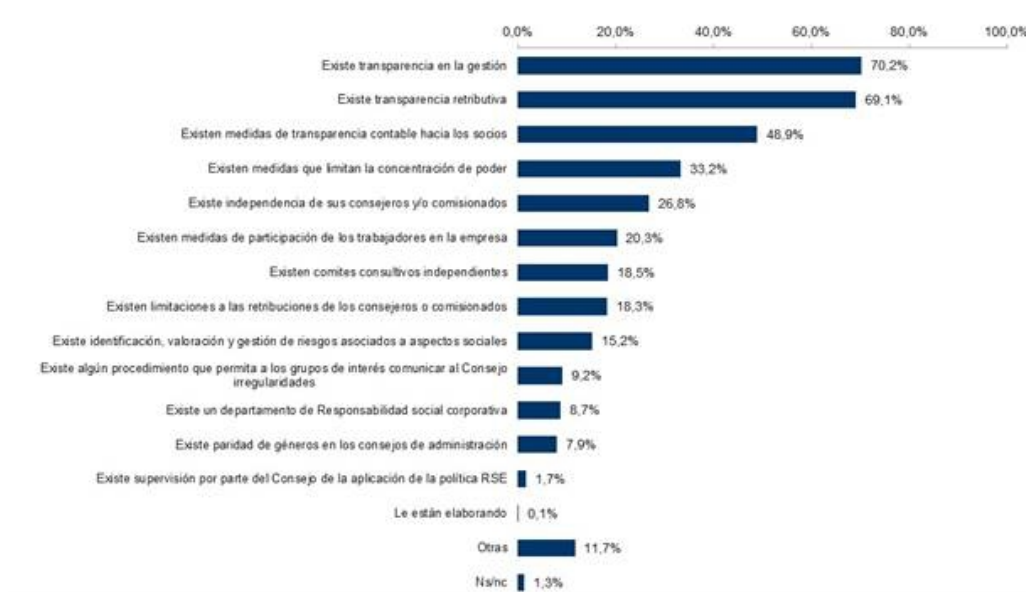
Respecto a las medidas de Buen Gobierno adoptadas por las empresas valencianas, el gráfico siguiente muestra los pesos de las diferentes actuaciones implementadas. Se trata de una cuestión con respuesta múltiple, por lo que cada empresa puede, simultáneamente, aplicar diferentes medidas de Buen Gobierno

Hay que señalar que destacan con mayor incidencia, las medidas que tienen que ver con la mejora de la transparencia en la gestión, con un 70,2%. En cuanto a aspectos relacionados directamente con el órgano de gobierno, se constata que la existencia de comités consultivos independientes se adopta en un 18,5%. Se especifica, en un porcentaje del 26,8%, que existe independencia de los consejeros o comisionados. Así mismo, se subraya que existen medidas que limitan la concentración de poder en un 33,2%.

Por otro lado, las medidas que inciden en la transparencia retributiva se alcanzan un peso del 69,1%. Las medidas que afectan a la transparencia contable hacia los socios se sitúan en el 48,9%. La existencia de limitaciones a las retribuciones de los consejeros o comisionados se sitúa en un nivel del 18,3%. Por lo que toca sobre la existencia de medidas de participación de los trabajadores en la empresa, se reconoce con una incidencia del 20,3%. En cuanto a la paridad de género en los Consejos de Administración se reconoce su implementación en un 7,9%, frente al nivel evidenciado en el informe español para 2008 del 33,9%, dato este tremendamente ilustrativo del retroceso femenino durante los años de crisis.

Con un porcentaje del 9,2% (un 48,7% para las empresas españolas al inicio de la crisis) se evidencia que existe algún procedimiento que permite a los grupos de interés comunicar al Consejo irregularidades. En cuanto a la existencia de un departamento de RSE únicamente se reconoce en un porcentaje del 8,7% de empresas, frente al 15,6% nacional a inicios de la crisis. La existencia de supervisión por parte del Consejo de la aplicación de la política de RSE se da en un 1,7%, respecto del 21,7% de España en 2008. Por otro lado, se constata en un porcentaje del 15,2%, en relación al 33,4% español en 2008, que existen medidas que permiten la identificación, valoración y gestión de riesgos asociados a aspectos sociales.

Gráfico 42. Medidas de Buen Gobierno implementadas por las empresas de la Comunitat Valenciana.



Base: Empresas que disponen de un Código Ético o de Buen Gobierno

Los resultados hallados permiten aportar evidencia empírica a la literatura académica que ha abordado el análisis de las prácticas de RSE en el ámbito de la pyme (mayoritarias en el ámbito de la Comunitat Valenciana), en cuyo contexto se evidencia que estas empresas presentan limitaciones en la incorporación de prácticas de RSE en su gestión y en la divulgación de información sobre la misma. Los gestores de las pymes encuentran dificultades en la incorporación de prácticas socialmente responsables debido a una falta de conocimiento de las metodologías de gestión e información a los grupos de interés (Murillo y Lozano, 2006¹⁴⁹; Lepoutre y Heene, 2006¹⁵⁰; Lawrence *et al*, 2006¹⁵¹). Otros estudios apuntan que las pymes no consideran la adopción de prácticas de RSE como un potencial ventaja competitiva, por lo que no se contempla una prioridad en la organización (Spence *et al*, 2000)¹⁵².

El estudio realizado por Moneva y Hernández, (2008)¹⁵³ en torno a la responsabilidad social corporativa e información de sostenibilidad en la pyme, indica que las pequeñas

¹⁴⁹ Murillo D. y Lozano J. (2006): "SMEs and CSR: An Approach to CSR in their Own Words", *Journal of Business Ethics*, 67, 227-240.

¹⁵⁰ Lepoutre J. y Heene A. (2006): "Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: a Critical Review", *Journal of Business Ethics*, 67, 257-273. .

¹⁵¹ Lawrence S.; Collins E.; Pavlovich K. y Arunachalam M. [2006]: "Sustainability Practices of SMEs: the Case of NZ", *Business Strategy and the Environment*, 15, 242-257.

¹⁵² Spence L.J.; Jeurissen R. y Rutherford (2000): "Small Business and the Environment in the UK and the Netherlands: Toward Stakeholder Cooperation", *Business Ethics Quarterly*, 10, 945-965.

¹⁵³ Moneva, J.M. y Hernández, J.C. (2008): "Responsabilidad Social Corporativa e Información de Sostenibilidad en la PYME", *Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa*, vol 1, nº 2, 23-41.

y medianas empresas utilizan fundamentalmente como canales de comunicación las encuestas y reclamaciones de clientes, así como las sugerencias y reuniones con trabajadores. Sin embargo se informa menos sobre criterios de acción con los grupos de interés y sobre su contribución al éxito de la empresa. La divulgación de información sobre aspectos de sostenibilidad es baja y se reduce todavía más respecto al análisis del desempeño con respecto a los objetivos planeados el periodo anterior. Asimismo se observa que los indicadores de menor grado de cumplimiento son los relacionados con la adhesión a compromisos de sostenibilidad, y a sistemas de gestión y auditoría.

6. EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON SUS GRUPOS DE INTERÉS

A lo largo de las páginas que conforman esta parte del presente estudio se analizan las pautas de responsabilidad social de las empresas de la Comunitat Valenciana con sus grupos de interés (*Stakeholders*), es decir, se va a valorar en qué medida la empresa valenciana produce, invierte y atiende a sus demandantes ética y responsablemente. En este contexto, tres son los aspectos considerados.

En primer lugar se abordará el análisis de los procesos de control sobre las actividades de sus proveedores o suministradores, en términos de respeto de la jornada y horarios laborales, derechos humanos, condiciones contractuales, legislación local vigente, calidad de los productos y factores suministrados, respeto al medioambiente, no utilización del trabajo infantil, reinversión de beneficios a nivel local, o de prácticas de comercio justo.

En segundo término se estudia, el compromiso o responsabilidad de las empresas de la Comunitat Valenciana respecto de los consumidores, que se basa en el establecimiento de medidas informativas y de atención a los mismos, tanto respecto del producto o servicio suministrado, como sobre los procedimientos y cauces adecuados para la resolución de conflictos.

Y por último dentro de esta parte se analiza la Inversión Socialmente Responsable, como aquella que combina los objetivos de rentabilidad financiera de los inversores con sus preocupaciones sociales, éticas y medioambientales.

6.1. LOS GRUPOS DE INTERÉS EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL

En el actual siglo XXI no queda atisbo de duda sobre la influencia de las empresas en la práctica totalidad de las esferas económicas y sociales de nuestras sociedades¹⁵⁴. Sin embargo se ha venido cuestionando su naturaleza exclusivamente maximizadora, apareciendo una concepción de los negocios en la que el mero beneficio pecuniario ya no es suficiente, si no que sus influencias sociales (y políticas) son relevantes, y tendencialmente crecientes. De ello han dado fe las lecciones de la última crisis económica, por ejemplo, y la historia moderna de nuestras economías¹⁵⁵.

La empresa es cada vez más un ente complejo que extiende sus acciones e interactúa con un amplio grupo de colectivos, estableciéndose entre ellos un intercambio recíproco a múltiples niveles, que se torna indisoluble, si se pretenden alcanzar unos resultados equilibrantes para ambas partes. La conexión entre la sociedad y la empresa es así absoluta y se establece en ambas direcciones. Así, las empresas aportan recursos para que las sociedades crezcan y mejoren, al tiempo que la sociedad (en la que se incluye el Estado) proporcionan, a su vez, factores, a las primeras para que éstas crezcan y desempeñen su cometido.

¹⁵⁴ Acemoglu, A. Robinson, J. (2012): *Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza. Por qué fracasan los países*. Ed. Deusto. Barcelona

¹⁵⁵ Piketty, T. (2014). *Ibidem*.

De ello es plenamente consciente el concepto actual de RSE, basado en integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones morales y sociales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores (*stakeholders*). El desarrollo de la actual sociedad moderna exige a las empresas tener en cuenta las consecuencias sociales de sus acciones, incorporando una actitud más positiva en la consideración de las necesidades, valores e intereses sociales, al tiempo que les obliga a un mayor control de las externalidades y los costes sociales derivados de su actividad económica. Se habla en este sentido de las relaciones externas de la empresa, es decir, de la responsabilidad que la misma presenta como integrante de la sociedad en la que desarrolla sus actividades.

En términos generales, los grupos de interés que la empresa debe tener en consideración en el ejercicio de sus acciones son los clientes y consumidores, el personal de la empresa, los proveedores, contratistas y subcontratados, los socios del negocio, los accionistas y propietarios, la competencia, el entorno económico y financiero, el entorno social, el entorno medioambiental, las fuerzas sociales, los sindicatos y asociaciones ciudadanas, las Administraciones Públicas, las Comunitates locales y los medios de comunicación social, entre otros, todos y cada uno de ellos se ven afectados por, e influyen en, las actividades de las empresas.

Por otra parte, y tras el proceso de globalización económica en el que se hallan inmersas las economías actualmente, las empresas son cada vez más grandes y poderosas por lo que se debe poner especial atención a su relación con los ciudadanos a fin de prevenir posibles prácticas abusivas en función de su tamaño. Es por ello que surgen varios conceptos que denotan la importante interrelación entre ambos agentes, como el de *empresa ciudadana* como aquella con una arraigada y asumida conciencia de su influencia social.

Si la empresa sabe colaborar adecuadamente con sus grupos de interés, ello le permitirá reducir tanto sus costes de impacto social como mejorar sus propios procesos de calidad. A una mayor relación y más continuada, sigue necesariamente una reducción de costes y un aumento de eficiencia. La relación con los proveedores, clientes y con los socios comerciales en general, ha de darse en términos de armonía. Las empresas deben asumir sus responsabilidades para con estos socios dado que las mismas favorecen o entorpecen el resultado final ante el consumidor, sobre todo en aquellas relaciones mercantiles en las que el proveedor depende única y exclusivamente del consumidor final.

La concepción de las relaciones de la empresa con los *stakeholders* presenta dos dimensiones:

Una dimensión normativa, que se centra en analizar los intereses para distinguir los que son legítimos de los que no lo son, dado que a los únicos a los que la empresa debe dar respuesta son los primeros. Otra dimensión descriptiva, a partir de la cual se realiza una descripción de todos los grupos de interés relacionados con la empresa así como de las interrelaciones entre ellos. Esta será la abordada en el contexto del presente estudio.

Entre las cuestiones que deberían plantearse las empresas en relación a los diferentes grupos de *stakeholders* cabe señalar¹⁵⁶:

1. Para los empleados

- ¿Se tiene en consideración a los empleados y a los interesados directos en el debate de aquellos temas que les pueden implicar y que se debaten en las áreas jerárquicas de la empresa?
- ¿Posee normas escritas que prohíben y prevén medidas disciplinarias contra prácticas discriminatorias entre los empleados?
- ¿Mantiene acciones destinadas al desarrollo del personal?
- ¿Va más allá de las obligaciones legales y procura alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector?
- ¿Desarrolla campañas periódicas de concienciación, ofrece acceso a informaciones relevantes y realiza encuestas sobre el clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que requieran atención?
- ¿Ofrece y estimula oportunidades de trabajo voluntario a sus empleados en proyectos sociales de su Comunidad que apoya o desarrolla?

2. Sobre clientes y/o consumidores

- ¿Posee responsable de atención al cliente?
- ¿Tiene sistemas internos de respuesta rápida y acción cuando suceden daños con los clientes o consumidores?
- ¿Gestiona las reclamaciones y las sugerencias realizadas por los usuarios y les da respuesta?
- ¿Posee algún mecanismo para conocer el grado de satisfacción de sus clientes?
- ¿Mantiene relaciones con las asociaciones de consumidores de su entorno?
- ¿Tiene una política de innovación que dé respuesta a las demandas de sus clientes?

Las directrices de las Naciones Unidas para protección del consumidor, se basan en ocho principios que legitiman internacionalmente los intereses de los consumidores¹⁵⁷ como son:

- 1) El derecho al acceso a bienes y servicios básicos
- 2) El derecho a la seguridad.
- 3) El derecho a la salud.
- 4) El derecho a la información.

¹⁵⁶ Fundación Étnor: *Guía de Responsabilidad Social de la Empresa*, documento consultado en: <http://www.observatorio-rse.org.es/Publicaciones/Guia%20RSE%20-%20%20Fundacion%20ETNOR.pdf>

¹⁵⁷ ONU (2003): *Directrices de las Naciones Unidas para protección del consumidor*, documento consultado en: http://www.consumersinternacional.org/media/33875/consumption_sp.pdf

- 5) El derecho a elegir.
- 6) El derecho a ser escuchados y a reclamar.
- 7) El derecho a la educación como consumidor.
- 8) El derecho a la sostenibilidad.

Las empresas deberían ayudar a implementar los principios de producción y consumo sostenible, según lo establecido por tratados nacionales e internacionales. El derecho del consumidor a una producción y un consumo sostenibles están especificados, entre otros, en la [Declaración](#) de Río¹⁵⁸, en el Informe Brundtland¹⁵⁹ y a través de una amplia normativa por la Unión Europea.

3. Respeto de los proveedores

- ¿Discute su postura con los proveedores y tiene en cuenta sus puntos de vista y expectativas?
- ¿Posee normas transparentes que contemplan criterios y exigencias relativos al cumplimiento de la legislación laboral, profesional y fiscal de sus proveedores?
- ¿Mantiene relaciones estables y duraderas con proveedores y utiliza criterios de negociación que permitan su crecimiento futuro?
- ¿Incluye criterios de Responsabilidad Social en los contratos firmados con sus proveedores?
- ¿Comparte la información relevante sobre la marcha de sus negocios con sus proveedores?

Así, el control de la cadena de proveedores es un elemento clave en toda política de RSE. El control de la misma puede variar en intensidad en función del sector y el tamaño de la empresa, pero existen unos requisitos mínimos que toda empresa debe cumplir como es el de la verificación del respeto a la legalidad de cada país en las diferentes transacciones comerciales, la no violación de los derechos básicos y humanos, el cumplimiento de las normas de la OIT o los derechos de la infancia, entre otros.

La importancia de los proveedores es realmente relevante por el efecto acordeón que el cumplimiento de las normativas RSE puede implicar en las relaciones comerciales. Así, si las grandes empresas exigen a sus proveedores (empresas más pequeñas o pymes) mecanismos de fomento de RSE dado que los mismos se aplican en su propia empresa, éstos proveedores más pequeños que en un principio no se encontraban sensibilizados con la situación pueden aplicar medidas RSE en todos sus sectores de actividad, debido a su interés por mantener relaciones comerciales fluidas con las otras empresas pioneras en el campo. Y así sucesivamente se puede dar un efecto dominó, favorecedor de la expansión de los principios de RSE.

¹⁵⁸ ONU (1992): Declaración de Río, documento consultado en <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/CM 2012/11109.pd>

¹⁵⁹ ONU (1987): *Nuestro futuro común*, Brundtland Report, documento consultado en: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427>

Otra dimensión de las relaciones entre empresa y proveedores es el factor ético que se halla en el trasfondo mismo de toda RSE. En base a ella ya no se trata únicamente de elegir a los proveedores en función de factores meramente económicos sino de otro tipo como respeto al medio ambiente, a sus trabajadores o al medio en el que se encuentra.

Las dimensiones consideradas suponen un cambio de perspectiva en las relaciones empresa-proveedores. Así, a corto plazo, cuanto mayor presión se realice en la relación, mayor posibilidad de beneficio existirá, pero una relación de este tipo no puede sobrevivir en el tiempo. Lo interesante no es el beneficio del corto plazo si no la cooperación, que en una perspectiva temporal más dilatada puede mejorar el producto final como consecuencia de las mejores relaciones existentes entre proveedores y empresa. Esta mejora del producto final acaba incidiendo sobre el consumidor último que por las prácticas de la RSE ve mejorada la calidad del producto adquirido.

4. Con la sociedad

- ¿Incentiva la participación de todos los involucrados con los negocios de la empresa y practica una gestión de transparencia de estrategias y resultados?
- ¿Apoya proyectos en la Comunidad que buscan mejorar la oferta laboral de profesionales cualificados provenientes de grupos usualmente discriminados en el mercado laboral?
- ¿Realiza estudios de impacto medioambiental y actividades de control y seguimiento de manera periódica?
- ¿Participa de forma sistemática en asociaciones empresariales en la discusión de problemas comunes y en la búsqueda de soluciones y en comités o consejos locales o regionales para dialogar sobre las relaciones de la empresa con su entorno más cercano?
- ¿Incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planteamiento estratégico corporativo?
- ¿Participa activamente contribuyendo con recursos humanos y/o financieros en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter social que partan de las Administraciones Públicas o de las Entidades No Lucrativas?

6.2. LA IMPORTANCIA DEL CONSUMIDOR Y DEL CONSUMO RESPONSABLE

Los consumidores se encuentran en el último eslabón de la cadena de valor de las empresas sea cual sea el producto, y son ellos los que determinan y afianzan tendencias, gustos y preferencias y otros atributos vinculados al objeto de consumo, como la reputación, los valores y consideraciones éticas, sociales y ambientales.

En los últimos años se ha hecho patente el concepto del *consumidor consciente*, como aquél que se interesa por la información relacionada con los objetos de consumo tanto por conceptos básicos como utilidad, calidad, precio, satisfacción de necesidades específicas, garantías, a elementos menos visibles, como la valoración de otros usuarios,

su riesgo en la salud del producto, los procesos de producción, las materias primas, las condiciones de trabajo en la producción o el impacto ambiental.

Un elemento claramente diferencial del mencionado consumidor consciente frente a conceptos de consumidor de generaciones anteriores es la disponibilidad y organización de la información, además de que posee la capacidad de influir a otros usuarios a través de opiniones, críticas y denuncias a través de internet y redes sociales. Por lo tanto, el consumidor ha pasado a ser una entidad más poderosa.

Esta cantidad de información a disposición del consumidor es muy superior a la que puede retener y gestionar, lo que puede afectar a su credibilidad a partir de la cual se forma una opinión, en este contexto, las empresas deben encontrar canales y mensajes adecuados para comunicarse con sus grupos de interés, de manera sencilla y verosímil.

En el último informe de Forética¹⁶⁰ se estudia el grado de conocimiento de los consumidores respecto del fenómeno de la RSE, observando el grado de afinidad o empatía con el mismo, con el objeto de estimar hasta qué punto puede ser un factor decisivo de diferenciación en el consumo.

En dicho estudio se valora la notoriedad y nitidez de la población respecto al concepto de la RSE. Por un lado, la notoriedad mide el grado de penetración del concepto en la población general. La nitidez, por su parte, trata de observar la claridad con que este concepto se ha ido asentando en la mente del ciudadano, en relación con el concepto de Responsabilidad Social generalmente aceptado, de un lado, y con el conocimiento espontáneo de la RSE, por otro.

El grado de penetración de la RSE en el ciudadano ha experimentado un ligero aumento en los últimos años. Tales datos deben ser contrastados con el concepto de nitidez, para tratar de observar el grado de precisión con el que el ciudadano entiende el término. En este sentido, se evidencia una ligera pérdida de nitidez al producirse una transición entre aquella población que se encuentra segura de conocer el término y aquella que simplemente lo intuye.

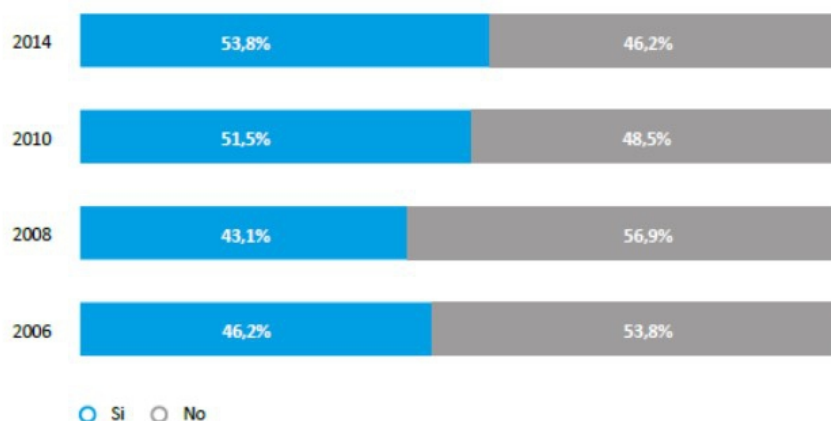
En el citado informe, por primera vez, los atributos de RSE superan a los de mercado a la hora de valorar a una empresa, destacando la preocupación por los empleados. Los otros aspectos de RSE importantes son el comportamiento ético y el impacto en el medio ambiente.

Desde el punto de vista de mercado, la calidad de los productos o servicios, la atención al cliente y los resultados económicos son los principales atributos. El consumidor consciente considera que las actitudes no conscientes por parte de la empresa van en detrimento de su reputación, sin embargo la conducta responsable fideliza al consumidor con una marca.

¹⁶⁰ Forética (2015). Ibidem.

Los usuarios cuestionan la información corporativa de las empresas sobre RSE, por tanto, se observa la necesidad de contar con validadores de esta información, expertos que aporten credibilidad a esta información, que además pueden favorecer el consumo responsable.

Gráfico 43. Conocimiento espontáneo de la RSE.



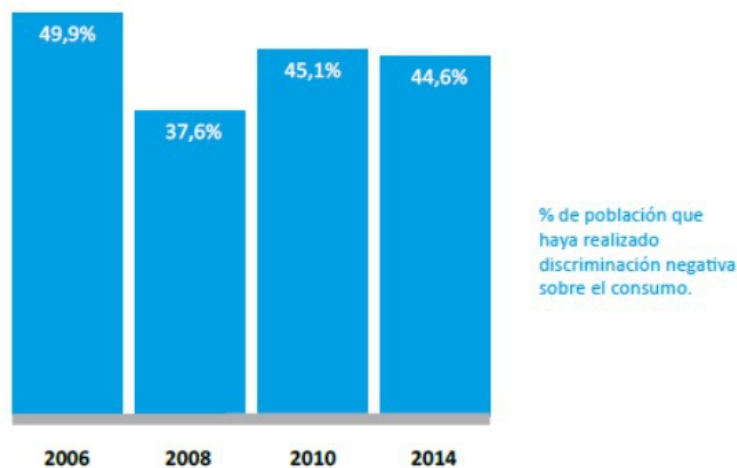
Fuente: Informe Forética 2015.

El *consumo responsable* es un concepto que tiene en cuenta criterios ambientales, éticos y sociales para elegir y consumir productos. El consumidor responsable puede tener en cuenta aspectos de RSE para seleccionar sus productos. El consumidor, sea este una administración pública, una empresa, o un individuo es el agente más importante en la promoción de la RSE, si es consciente del impacto que pueden tener sus hábitos de consumo.

Un consumidor responsable busca que sus decisiones de compra tengan el menor impacto negativo posible, a la par del mayor impacto positivo posible en el medioambiente y en la sociedad, por lo que integra en su decisión de consumo, tanto consideraciones referentes al producto, como a la empresa que lo produce.

Por tanto, uno de los grandes retos para el futuro de la RSE es la consolidación del consumidor responsable. Si bien este tipo de consumidor existe y va integrando de manera creciente elementos de RSE en sus decisiones de compra y hábitos de consumo, todavía está lejos de insertarse como tal en la población en general.

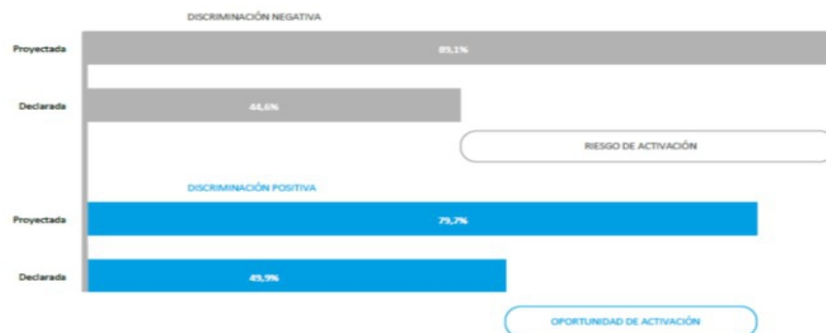
Gráfico 44. Discriminación negativa en el consumo por RSE.



Fuente: Informe de Forética 2015.

A tenor del mencionado informe de Forética, un 44% de los ciudadanos en España declara haber dejado de consumir productos o servicios por consideraciones éticas, sociales o ambientales en 2014, tendencia que se mantiene desde el 2010.

Gráfico 45. Activación positiva y negativa en el consumo.

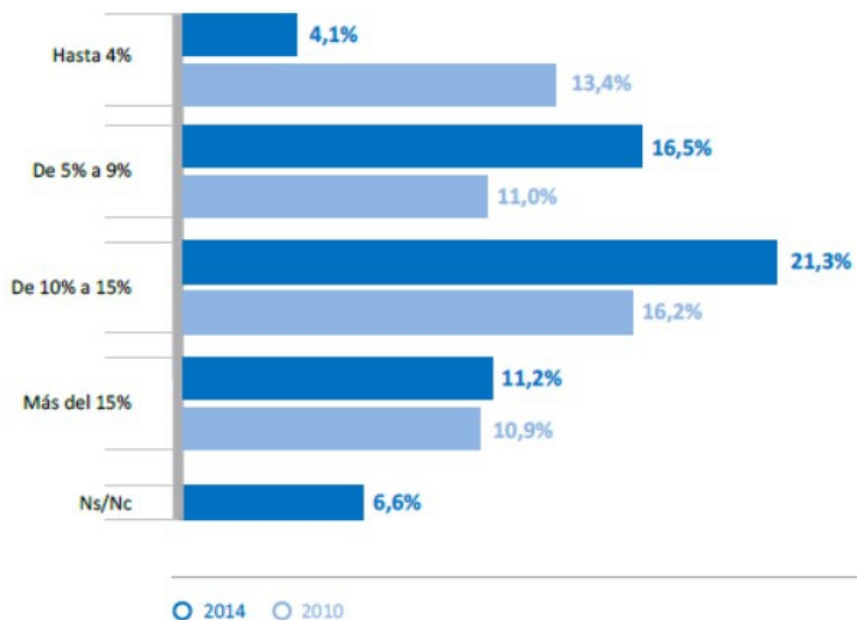


Fuente: Informe de Forética 2015.

Según se puede observar en la gráfica pprecedente la discriminación positiva supera ligeramente a la negativa. El 49,9% de los consumidores consultados afirma haber comprado alguna vez o con frecuencia, algún producto por el buen comportamiento de la empresa productora, frente al rechazo que un 44,6% afirma haber realizado alguna vez.

Por tanto, el consumo responsable puede servir como incentivo para las empresas hacia una gestión responsable.

Gráfico 46. Evolución de la prima dispuesta a pagar al efectuar la discriminación positiva en el consumo.



Fuente: Informe de Forética 2015.

Se observa como un claro incremento de la población dispuesta a pagar más por un producto responsable. Los tramos centrales, es decir, incrementos entre el 5% y 15% del precio experimentan un repunte significativo. Lo que demuestra que una diferenciación basada en RSE y sostenibilidad puede incrementar potencialmente el valor de marca y expandir los márgenes comerciales

En este contexto es de interés el estudio de Deloitte (2011)¹⁶¹ en cuyo contexto se analiza cómo cambiarán las acciones y actitudes de los consumidores, sus demandas, necesidades y valores en los próximos años, a partir de datos económicos y demográficos. En este estudio se evidencia que los factores de sostenibilidad se convertirán en uno de los ejes principales del consumo a medio plazo.

La información relativa a la RSE es en ocasiones técnica y compleja, lo que requiere en muchos casos un alto nivel educativo, a tenor del mencionado informe de Forética, aquellos que han cursado estudios superiores, tienen una aceptación muy por encima de la media, casi un 50% más¹⁶².

Una de las dudas que surge al consumidor responsable, y a la sociedad en general, es acerca de la efectividad que tienen los comportamientos individuales (modificaciones en

¹⁶¹ Deloitte (2011): *Consumer 2020, Reading the signs*, documento consultado en http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/consumer_2020.pdf

¹⁶² Forética (2015). Ibidem.

nuestras costumbres y estilos de vida) en el cambio global. Por ello, se torna necesario llevar a cabo acciones educativas puede fomentar la transformación de nuestras concepciones, percepciones y hábitos, y un impulso a la participación social hacia la consecución de una economía más sostenible y eficiente con su entorno.

La situación económica de la población española, en general, afectada por la crisis dificulta el acceso al consumo consciente. El poder adquisitivo familiar se ha reducido y con ello determinados comportamientos que implican un sacrificio económico. La incipiente recuperación de algunas variables macroeconómicas en el último periodo y el aumento del grado de implicación de los consumidores con la sostenibilidad demuestran que ambos aspectos se hallan relacionados.

6.3. EL RETO DE LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Se entiende por Inversión Socialmente Responsable (ISR en adelante) como aquella que combina los objetivos de rentabilidad financiera de los inversores con sus preocupaciones sociales, éticas y medioambientales. Su origen debe situarse en la década de los cincuenta en Estados Unidos, aunque es en los años noventa cuando se produjo una rápida expansión internacional del fenómeno, a través de diferentes denominaciones, tales como Inversión ética (en Reino Unido), Inversión sostenible o Inversión *Triple-bottom line* o de triple resultado (en la mayor parte de Europa) o Eco-inversión (en Japón).

Con independencia de cómo sea llamada, la ISR se caracteriza por cuatro aspectos mutuamente interconectados¹⁶³:

- 1) Un componente de *inversión*, dado que los activos financieros deben invertirse siguiendo unos criterios sociales y medioambientales.
- 2) Una variable de *compromiso*, al utilizar el accionariado para implicar a la dirección de las empresas en el diálogo y la comunicación directos que lleven a promover el cambio social positivo.
- 3) Una premisa de *transparencia* en recopilar, publicar y evaluar los datos sobre los efectos de las empresas en nuestra vida cotidiana.
- 4) La voluntad de *colaboración*, en el sentido de cooperación entre el gobierno y las empresas en proyectos sociales y medioambientales. Se trata de que el gobierno utilice medios distintos de las leyes y normativas para influir en que las empresas emprendan el cambio social positivo.

La ISR persigue la incorporación de consideraciones sociales y éticas en el proceso de toma de decisiones de inversión en las empresas a través de la aplicación de filtros sociales o medioambientales. Los filtros pueden ser negativos, como por ejemplo aquellos que conducen a no invertir en fabricantes de armas nucleares. También pueden ser del tipo positivo como por ejemplo propiciar inversión en empresas con un programa de inserción social. El último tipo de filtro sería el de la valorización o de “premiar al mejor”,

¹⁶³ Lyndenbergh, S.D. (2000), “La inversión socialmente responsable: pasado, presente y futuro”, ponencia en el Foro sobre Economía y Responsabilidad Social, Zaragoza.

generando, por ejemplo, inversiones en aquellas empresas con mayor excelencia en el resultado medioambiental. Las variables que influyen a la hora de determinar los diferentes filtros suelen ser de tipo cualitativo, como son aquellas relacionadas con las relaciones con los trabajadores, el grado de implicación con la Comunidad, la calidad del producto y el servicio al cliente o la diversidad interna de la empresa.

El compromiso de la ISR implica una comunicación directa entre las empresas y sus *stakeholders* para provocar cambios sociales positivos. Este es el caso, por ejemplo, de la denominada *Interfaith Center on Corporate Responsibility*¹⁶⁴, que aglutina a diferentes grupos sociales y religiosos, y que presenta anualmente acuerdos sociales con las Juntas de Accionistas de algunas de las empresas más relevantes en Estados Unidos. Acuerdos que redundan en medidas tan variadas como la inclusión de más mujeres en los consejos de administración, la publicación de informes medioambientales y sociales anuales, o la ISR.

La ISR y el compromiso que ella implica no pueden ser efectivos si no existen datos sobre las prácticas de las empresas. La transparencia de la información es quizá el punto más relevante para la difusión de la RSE entre las empresas, constituyendo el punto de partida para la generación de ISR. La publicación de información sobre las prácticas de RSE ha venido progresivamente generándose de la mano de emblemáticas iniciativas a nivel mundial que fomentan la transparencia. Entre ellas es de destacar a:

- CSR Europe¹⁶⁵ (anterior Business Network for Social Cohesion). Iniciativa respaldada por la Comisión Europea, y que ya en el año 2000 exigió una mayor información corporativa al mundo empresarial, al tiempo que publicó el perfil social de 46 grandes firmas europeas.
- La iniciativa de Información Global (GRI)¹⁶⁶, que se viene promoviendo desde Estados Unidos para desarrollar un estándar internacional aceptado para la presentación de datos sociales y medioambientales por parte de las empresas.
- En idéntico sentido a nivel europeo se halla *The International Organization for Standardization (ISO)*¹⁶⁷.
- El Grupo Internacional para la Investigación de la Inversión Sostenible o Grupo SIRI, que es una coalición internacional de organizaciones para la investigación de la Inversión social de Canadá, Reino Unido, Francia, Holanda, Italia, Suecia, Alemania y Suiza. Cada miembro mantiene un archivo detallado de los datos sociales y medioambientales de las empresas que cotizan en bolsa en su país.

El auge de la ISR se ha plasmado en los llamados índices de sostenibilidad en los que las empresas deben acreditar determinadas prácticas en el ámbito de la RSE. A finales de los años noventa y principios del siglo XXI, fueron lanzados los índices relativos al *Dow Jones*, *Dow Jones Sustainability Group Index* y al *FSTE*, *FTSE4GOOD* que sirvieron

¹⁶⁴ Su sitio web puede consultarse en: <http://www.iccr.org/>

¹⁶⁵ Su sitio web puede consultarse en: <http://www.csreurope.org/>

¹⁶⁶ Su sitio web puede consultarse en: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

¹⁶⁷ Su sitio web puede consultarse en: <http://www.iso.org/iso/home.html>

para acercar el término de la ISR criterio en los Consejos de Administración de las grandes empresas. Figurar en dichos índices se convirtió en un asunto clave en la reputación de las grandes empresas. En España, sólo las empresas con mayor capitalización bursátil y una mayor internacionalización fueron sensibles a estos índices.

En la actualidad la ISR tiene una vital importancia debido a los rápidos cambios que ha sufrido la economía mundial en los últimos años. De un lado una permanente revolución tecnológica que implica que las empresas pueden fabricar internacionalmente, comercializar globalmente, comprar y vender filiales en todo el mundo y operar a escala internacional, de manera que el impacto de sus acciones va más allá del espacio físico en el que se realiza su actividad económica básica. De otro lado, el problema de la superpoblación a nivel mundial que, además de provocar problemas en el mercado laboral (incluida explotación de los trabajadores), afecta al frágil equilibrio entre crecimiento y medioambiente. En este contexto las prácticas empresariales poco éticas encuentran un nutrido caldo de cultivo.

Frente a ello es de vital importancia la generación de mecanismos que permitan valorar las contribuciones globales de las empresas en virtud de sus efectos positivos y negativos sobre la sociedad. Adicionalmente se requiere el establecimiento de un marco de trabajo y un lenguaje con el que discutir y valorar dichos efectos, y un proceso de toma de decisiones que permita discernir si las empresas están moviendo la economía global en la dirección correcta o no. La ISR puede servir de gran ayuda a la sociedad en la “tarea de medir la contribución de las empresas en nuestras vidas”¹⁶⁸.

En este contexto se insertan los denominados factores ASG (Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo), como variables relevantes en las decisiones de inversión empresarial. La consideración tanto de los riesgos como de los impactos positivos de las prácticas empresariales, a través de los factores ASG contribuye a un mejor proceso de toma de decisión y manejo de la inversión, al mismo tiempo que propicia mejores resultados para la sociedad.

Como aspectos ambientales se consideran aquellos relacionados con el cambio climático, la escasez de agua o la deforestación que generan grandes exigencias sobre los sistemas naturales, lo que a su vez tiene implicaciones sobre el desempeño financiero de las compañías, y más sistémicamente, sobre la economía en general. Entre los aspectos sociales se integran las relaciones laborales, la gestión de la salud y la seguridad, que también suelen ser importantes desde el punto de vista financiero. Por último los aspectos sobre gobierno corporativo, se refieren a potenciales irregularidades en la contabilidad y acciones de corrupción.

Entre las estrategias que los inversionistas sostenibles y responsables pueden utilizar para incorporar las consideraciones ASG en la administración de las inversiones cabe relacionar:

¹⁶⁸ Lyndenberg, S.D (2000). Ibidem.

- Selección o Filtrado las inversiones con base en criterios ASG.
- Integración de los factores ASG de manera sistemática en el análisis financiero tradicional.
- Inversión temática en Sostenibilidad, como la energía limpia o la tecnología verde.
- Inversión de Impacto, normalmente hechas en mercados privados.
- Propiedad activa de los accionistas en las empresas, con el objetivo de mejorar su gestión del riesgo ASG y su desempeño.

La evolución más reciente de la Inversión Socialmente Responsable, que está teniendo acogida en los mercados de capitales globales, se viene conociendo como Inversión Responsable y Sostenible (IRS). Se trata de un enfoque muy dinámico y de evolución rápida que viene creciendo notablemente desde la última década.

La IRS es puesta en práctica por una gran variedad de administradores de activos, fondos de pensiones y fondos mutuos (incluidas algunas de las más grandes del mundo), quienes reconocen la necesidad de abordar y mitigar el impacto y los riesgos ASG que puedan amenazar la viabilidad de la empresa, y potencialmente, la salud de la economía en su conjunto. Muchas de estas instituciones están colaborando para desarrollar y compartir sus conocimientos y experiencia en la integración de los factores ASG.

Iniciativas como los Principios de Inversión Responsable (PRI) de las Naciones Unidas (que cuentan con más 1.200 firmantes)¹⁶⁹ están promoviendo y facilitando dicha colaboración con la meta de desarrollar las capacidades de IRS en la industria de inversiones en toda su extensión.

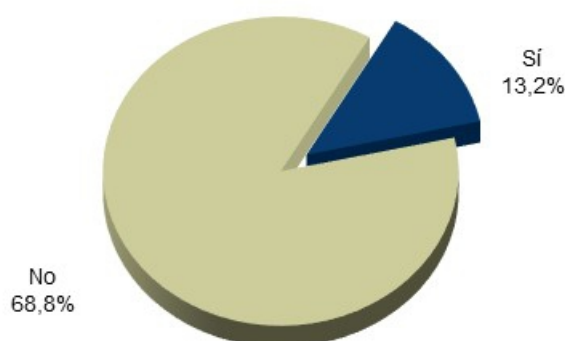
6.4. EL CONTROL SOBRE LA CADENA DE PROVEEDORES-SUMINISTRADORES EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA: ANÁLISIS DE RESULTADOS

El control de las empresas de la Comunitat Valenciana sobre su cadena de proveedores y suministradores es una medida de RSE que tiene escasa presencia, dado que el porcentaje de aquellas que reconoce haber llevado a cabo algún tipo de mecanismos de control es del 13,2%, frente al 68,8% de empresas que no desarrollan ningún mecanismo de este tipo. Se trata de un porcentaje manifiestamente inferior al 31% de empresas españolas que al inicio de la crisis realizaban este tipo de controles, y muy alejado de los datos constatados para las grandes empresas españolas, dado que el 53% de las mismas reconocen que no efectuarán ninguna compra a proveedores que no cumplan con los mínimos criterios exigidos de responsabilidad social¹⁷⁰.

¹⁶⁹ Sustainalytics (2014): *Inversión Responsable y Sostenible: Visión General, Prácticas Actuales y Tendencias. 2014*, documento consultado en: https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/AcercaBVC/Responsabilidad_Social/Nuestra_Estrategia?com.tibco.ps.pagesvc.action

¹⁷⁰ Club de Excelencia en Sostenibilidad (2013): *Estudio multisectorial sobre el estado de la Responsabilidad Social Corporativa en la Gran Empresa en España, 2013*. Documento consultado en:

Gráfico 47. Empresas de la Comunitat Valenciana que últimos tres años han llevado a cabo en su empresa mecanismos de control en la cadena de proveedores y suministradores.



Base: Total de empresas.

Por número de trabajadores, son las empresas con más de 50 trabajadores las que mayor control realizan de sus proveedores, un 60,9, seguidas de cerca por las empresas de entre 10 y 50 empleados (27,7%), y finalmente las microempresas con un peso del 11,3%. Es una tendencia similar a la media española de 2008, pero con cantidades muy inferiores en los dos últimos casos.

Atendiendo a la forma jurídica de las empresas, aquéllas que realizan un mayor control son las Sociedades Anónimas (14,1%), le siguen en importancia en la Comunitat Valenciana las Sociedades Limitadas (9,9%), y por último las empresas de Economía Social con un 8,8%, ambas formas jurídicas con peso inferior a la media de la Comunitat. Respecto de los datos de las empresas españolas al inicio de la crisis todas las formas jurídicas ostentaban unos pesos superiores en el control de sus proveedores y suministradores.

Según el sector económico en el que realizan su actividad destaca el sector industrial como aquél en el que se produce un mayor control de sus proveedores, un 28,1%, el segundo puesto le corresponde al sector agroalimentario (18,5%), seguido por los sectores comercio y servicios (12,4% y 12,5% respectivamente). Más alejado se encuentra el sector de la construcción con un 5,3%.

Tabla 37. Incidencia en el control de la cadena de proveedores/suministradores por las EVSR.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	11,3%
	De 10 a 50 trabajadores	27,7%
	Más de 50 trabajadores	60,9%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	14,1%
	Sociedad Anónima	9,9%
	Empresas de Economía social	8,8%
	Otras	4,7%
SECTOR	Agroalimentario	18,5%
	Industrial	28,1%
	Construcción	5,3%
	Comercio	12,4%
	Servicios	12,5%

Base: Total de empresas.

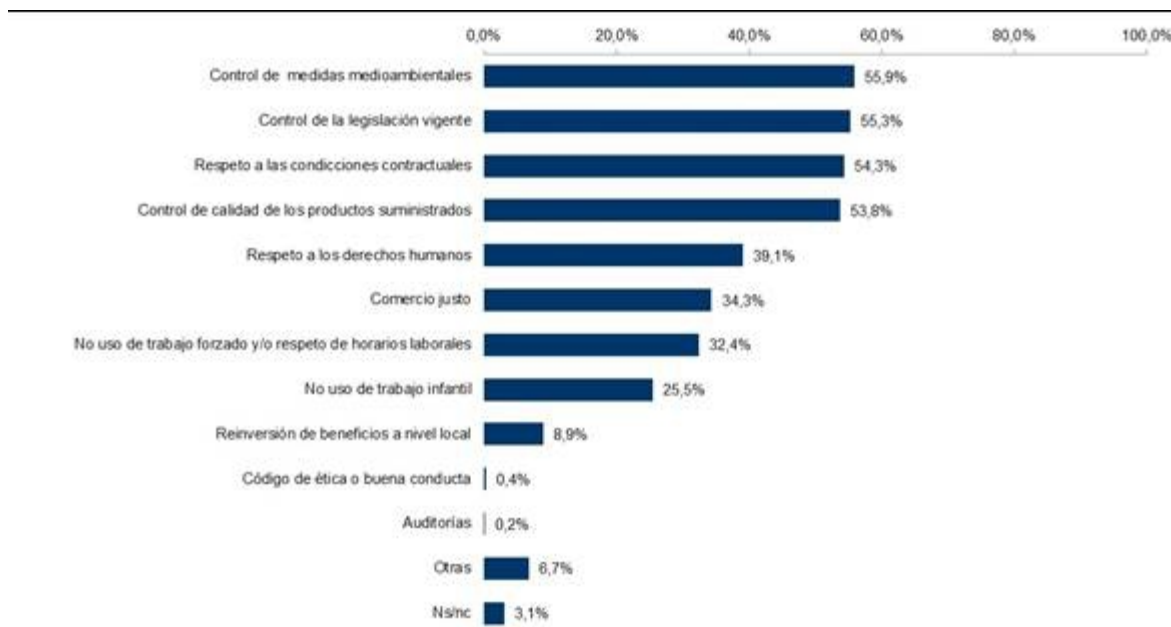
Analizando el tipo de medidas de control sobre los proveedores implementadas por las empresas valencianas, destacan por su incidencia las relativas al respeto por el medioambiente (55,9%), el cumplimiento de la legislación vigente, en un 55,3%, el respeto a las condiciones contractuales (54,3%), y el control de calidad de los productos suministrados (53,8%). Véase al respecto el gráfico 48.

A gran distancia se encuentra el respeto a los derechos humanos, realizado en el 39,1% de las empresas de la Comunitat, y la práctica del comercio justo en un 34,3% de las mismas.

Son medidas también implementadas por las empresas valencianas el control del trabajo forzado, en un 32,4%, y la no utilización de trabajo infantil (25,5%). Por su débil incidencia respecto del resto de medidas, se encuentran en una posición preeminente entre los factores a controlar en la relación con sus proveedores y suministradores.

El resto de factores considerados en el estudio son de menor incidencia entre las empresas de la Comunitat Valenciana solo se puede destacar la reinversión de beneficios a nivel local (8,9%).

Gráfico 48. Tipos de medidas de control a sus proveedores y suministradores implementadas por las EVSR.



Base: empresas valencianas que señalan realizar controles a sus proveedores.

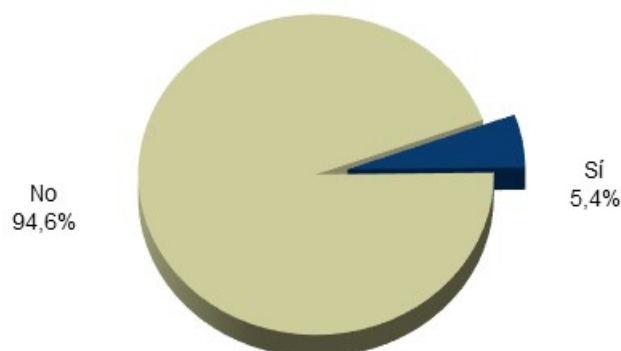
Como conclusión de este apartado cabría señalar que es el respeto a los derechos humanos en todas sus variantes (la eliminación del uso del trabajo infantil y de los trabajos forzados, el respeto a los horarios laborales y a los derechos humanos en general) la principal medida de control no económica sobre la cadena de proveedores y/o suministradores de las empresas de la Comunitat Valenciana. Por supuesto existen otras medidas de control más típicas como son el control de la calidad de los productos, el del cumplimiento contractual, y el de la legislación vigente, que son también importantes pero se ciñen más estrictamente al ámbito económico.

6.5. LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE EN LA COMUNITAT VALENCIANA: PRINCIPALES RESULTADOS

El concepto de Inversión socialmente responsable es un fenómeno incipiente para las empresas de la Comunitat Valenciana, dado que sólo un 5,4% de las mismas las realiza. Esta práctica era incipiente y novedosa en nuestro país a inicios de la crisis como quedó constatado por su baja incidencia entre las empresas españolas, dándose en un reducido 11,2% de las mismas. Ambos porcentajes resultan muy alejados del 34% de grandes empresas españolas que realizaban ISR en 2013¹⁷¹.

¹⁷¹ Club de Excelencia en Sostenibilidad (2013). Ibidem.

Gráfico 49. Empresas valencianas que han realizado Inversiones Socialmente Responsables.



Base: Total de empresas.

Atendiendo al número de trabajadores son, de nuevo, las empresas con más de 50 trabajadores las que más inversiones socialmente responsables realizan (19%), seguidas con bastante diferencia por las empresas que cuentan entre 10 y 50 empleados (8%) y con un pequeño porcentaje entre las empresas con hasta 10 trabajadores (4,9%).

Analizando al sector de actividad económica, son las empresas del sector agroalimentario (8,5%) y servicios (6,1%) las que mayor tendencia tienen a realizar ISR. Por su parte, las empresas que realizan menos inversiones socialmente responsables son las del sector del comercio (5,5%), el sector industrial (2,5%) y el de construcción (1%).

Según la forma jurídica de la empresa, son las empresas de la Economía Social las que mayor número de ISR realizan (14,4%), seguidas a bastante distancia de las Sociedades Limitadas (5,3%), y aquellas formas jurídicas integradas en el ítem "otras", con un peso del 4,7%. En último lugar se hallan las Sociedades Anónimas, con un escasísima realización de tales inversiones, un 1,8%, de las mismas.

Tabla 38. Incidencia de las Inversiones Socialmente Responsables por características de las empresas.

SEGÚN TRABAJADORES	NÚMERO DE	Hasta 10 trabajadores	4,9%
		De 10 a 50 trabajadores	8,0%
		Más de 50 trabajadores	19,0%
FORMA JURÍDICA		Sociedad Limitada	5,3%
		Sociedad Anónima	1,8%
		Empresas de Economía social	14,4%
		Otras	4,7%
SECTOR		Agroalimentario	8,5%
		Industrial	2,5%
		Construcción	1,0%
		Comercio	5,5%
		Servicios	6,1%

Base: Total de empresas.

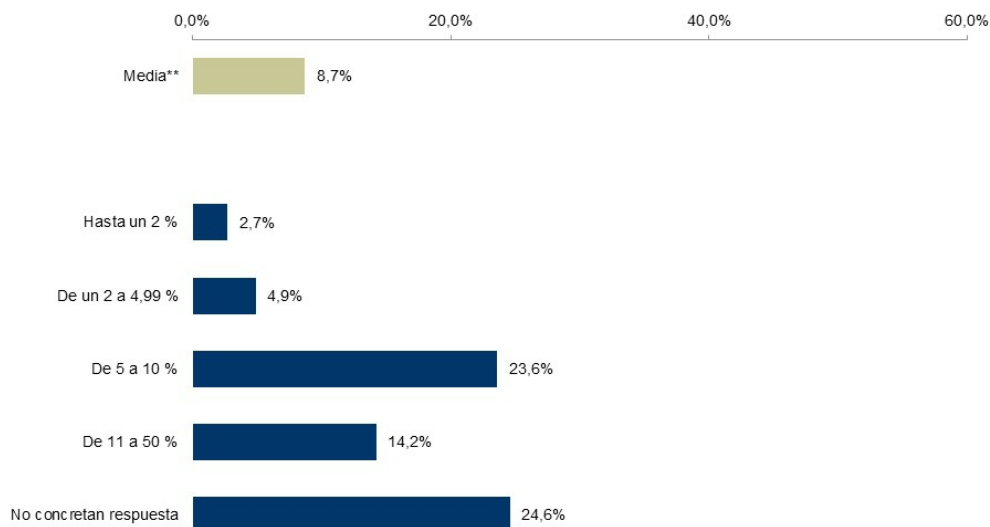
A pesar de que, como ya se ha analizado en los puntos anteriores, la ISR es todavía un fenómeno relativamente nuevo en la Comunitat Valenciana, en el presente estudio se ha intentado analizar el impacto de la misma sobre la estructura inversora de las empresas.

En este sentido el porcentaje medio de presupuesto destinado a inversiones socialmente responsables en las empresas de la Comunitat asciende al 8,7%. Este dato se halla en consonancia con el limitado peso del 9,2% que se observó entre las empresas españolas al inicio de la crisis.

Este dato puede analizarse desde una serie de parámetros comparativos. Así puede decirse que el 23,6% de las empresas valencianas realizan Inversiones socialmente responsables por una cantidad que oscila entre el 5% y el 10% de su presupuesto de inversiones. Frente a ello existe un 24,6% empresas que no concretan el porcentaje de su presupuesto de inversiones que realizan en forma de ISR.

Frente a ello, el 14,2% de empresas que destinan entre del 11% y el 50% de su presupuesto de inversiones en ISR. Un 4,9% de empresas realizan Inversiones socialmente responsables por un equivalente entre el 2% y el 5% de su presupuesto anual de inversiones. En el último lugar se encuentran aquellas empresas valencianas que únicamente invierten en ISR hasta un 2% de su partida inversora, en un 2,7% de aquellas.

Gráfico 50. Porcentaje del presupuesto anual de la empresa destinado a Inversiones Socialmente Responsables.



Base: empresas que realizan Inversiones Socialmente Responsables.

Del mencionado 8,7% del total de inversiones que las empresas realizan en Inversiones socialmente responsables se puede realizar un análisis más exhaustivo atendiendo al número de empleados, la forma jurídica, y el sector económico de las empresas como muestra la siguiente.

Así, son las empresas que emplean a más de 50 trabajadores las que más tendencia presentan a realizar este tipo de inversiones (9,5%), seguidas de las empresas con menos de 10 empleados (8,9 %) y finalmente, las que tienen de 10 a 50 trabajadores (5,9%).

Atendiendo a la forma jurídica de las empresas son las Sociedades Anónimas las que presentan mayor tendencia a realizar este tipo de inversiones (13,9%), seguidas por las formas jurídicas de la Economía social (10%) y finalmente las Sociedades Limitadas entre las que se da una incidencia del 8,3%.

Por sectores de actividad, solo tienen representación en cuanto ISR en la Comunitat Valenciana el sector servicios (9,4%), el sector agroalimentario (3%) y finalmente el industrial (2,7%).

Tabla 39. Incidencia de las Inversiones Socialmente Responsables en las EVSR por características de las mismas.

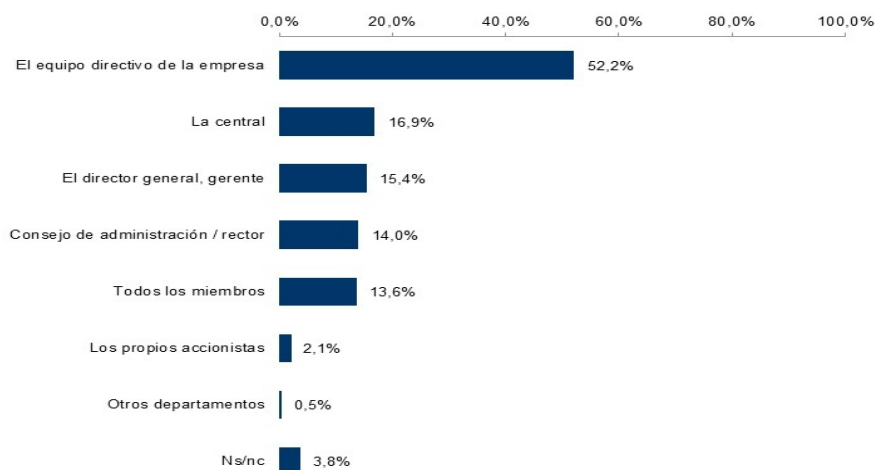
% DE INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES: 8,7%		
NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	8,9
	De 10 a 50 trabajadores	5,9
	Más de 50 trabajadores	9,5
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	8,3
	Sociedad Anónima	13,9
	Empresas de Economía social	10,0
	Otras	---
SECTOR	Agroalimentario	3,0
	Industrial	2,7
	Construcción	---
	Comercio	0,0
	Servicios	9,4

Base: empresas que citan un porcentaje de inversiones socialmente responsables.

En cuanto a los responsables de la toma de decisiones para realizar este tipo de inversiones, parece ser que en la mayor parte de los casos las toman el equipo directivo de la empresa (52,2%), seguidamente, y a una distancia importante, toman este tipo de decisiones la central (16,9%), el director general o el gerente (15,4%), el Consejo de administración (14%) y para el 13,6% de las empresas valencianas, todos sus miembros. Los accionistas y el resto de departamentos no poseen mucho poder de decisión a la hora de seleccionar el tipo de inversión, con un 2,1% y un 0,5% respectivamente.

En este contexto, el fomento de ISR en las empresas de la Comunitat Valenciana pasaría por la educación sobre la misma y su pertinencia a los directivos de la empresa y a los órganos con poder de decisión en la propia empresa, dado que según el presente estudio en un 52,2% de los casos son éstos quienes toman las decisiones de inversión y, por lo tanto, quienes deberían poseer mayor información sobre la existencia de las ISR para poder implementarlas en sus empresas.

Gráfico 51. Órgano de toma de decisiones de inversión en las Inversiones Socialmente Responsables de las EVSR.



Base: empresas que realizan inversiones socialmente responsables.

Interesante es el análisis del colectivo decisorio de la ISR en el seno de las empresas atendiendo a su tamaño. Así, en aquellas de hasta 10 trabajadores el principal órgano de toma de decisiones de inversión es el equipo directivo de la empresa (55,7%), seguido de la central (19,7%), el consejo de administración (16,3%) y por último el director general o el gerente (11,8%).

Para las empresas que cuentan entre 10 y 50 trabajadores, en primer lugar es el director o el gerente, en un 37,1% de las empresas, quien decide la opción inversora en ISR. A éstos le sigue en orden de importancia el equipo directivo, en un 20,3% de las mismas, y finalmente los propios accionistas en el 14,8% de las empresas.

En las empresas con más de 50 empleados, es el equipo directivo de la empresa el que toma fundamentalmente las decisiones en ISR en un 63,6% de los casos, seguido a bastante distancia por el director o gerente, con una incidencia del 28,4%. El resto de los colectivos potencialmente decisorios presentan pesos inferiores al 10%, como es el caso de los propios accionistas en un 9,3%; otros departamentos en idéntica proporción, y finalmente, el Consejo de Administración o rector sólo decide en el 7,4% de las empresas.

Tabla 40. Órgano decisorio de la ISR según número de trabajadores.

	SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA		
	Hasta 10 trabajadores (n=16/7)	De 10 a 50 trabajadores (n=2/10)	Más de 50 trabajadores (n=1/16)
El equipo directivo de la empresa	55,7%	20,3%	63,6%
La central	19,7%	---	7,4%
El director general, gerente	11,8%	37,1%	28,4%
Consejo de administración / rector	16,3%	---	7,4%
Todos los miembros	16,3%	---	---
Los propios accionistas	---	14,8%	9,3%
Otros departamentos	---	---	9,3%
Ns/nc	---	31,4%	6,1%

Base: empresas de que realizan inversiones socialmente responsables.

Varios especialistas entre los que destacan el Triodos Bank, el SAM Asset Management y el grupo de Estudios e Investigación en Economía de GEIES-CEU San Pablo, coinciden con la existencia de un círculo vicioso en España que obstaculiza el desarrollo de la inversión socialmente responsable en nuestro país, a saber, la falta de conocimiento de la misma y su papel en el marco de la RSE.

Eurosif¹⁷² atribuye este retraso a la menor tradición de invertir en acciones y a la falta de demanda por parte del público, de los sindicatos y de la Administración. Este fenómeno se une a la confusión sobre el concepto de inversión socialmente responsable en España y a la ausencia de un marco regulador sobre la misma.

6.6. LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR EN LAS EMPRESAS VALENCIANAS: DATOS EMPÍRICOS

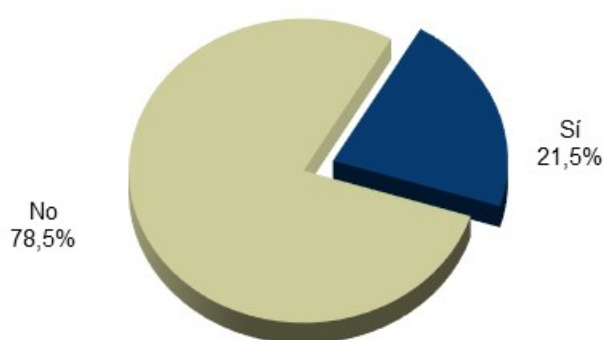
En el ámbito de las medidas de información al consumidor es donde las empresas de la Comunitat Valenciana se hallan más comprometidas. Así, un 21,5% de empresas despliega tales medidas con una antigüedad mínima de tres años. Aunque se trata de un peso superior al evidenciado respecto de las medidas de control de proveedores que eran solo implementadas en el 13,2% de las empresas, o de la ISR en un 5,4%, su incidencia es bastante reducida, restando por lo tanto un amplio trabajo de concienciación para elevar tales niveles entre el mundo empresarial valenciano.

¹⁷² Sitio web: <http://www.eurosif.org/>

La comparativa con nivel del 37% de empresas españolas que disponían de información al consumidor al inicio de la crisis, es marcadamente negativa (más de 16 puntos de diferencia), y aún más si se consideran las empresas situadas en el área de Levante, entre las cuales el 44,2% realizaban tales medidas informativas. Resulta evidente que los años de crisis han hecho especial mella en las relaciones entre empresa-consumidor, a pesar el auge del *prosumer* o consumidor consciente.

Ambos datos se hallan muy alejados de aquellos relativos a las grandes empresas españolas en 2013 donde el 63% de las mismas realizaba acciones de concienciación sobre el uso responsable y sostenible de sus productos¹⁷³

Gráfico 52. Empresas que disponen de medidas de responsabilidad social hacia el consumidor con una antigüedad mínima de tres años.



Base: Total de empresas.

Según el número de trabajadores son las empresas con más de 50 empleados las que presentan mayor nivel de medidas de responsabilidad social hacia el consumidor, un 38,1%, seguidas por las empresas de menor tamaño (21,5%) y finalmente, aunque a poca distancia, se hallan las empresas de entre 10 y 50 trabajadores, donde el 18,7% de las mismas disponía de tales medidas.

Atendiendo a la forma jurídica de las empresas destacan las formas jurídicas de la Economía Social, dado que el 28,4% disponen de medidas de información al consumidor, convirtiéndose así en un ejemplo de modelo de empresa más sensibilizada hacia sus consumidores. A ellas les siguen las Sociedades Limitadas (21,3%), y ocupando el último puesto las Sociedades Anónimas (19,4%).

Por sector de actividad económica, destacan las empresas del sector agroalimentario (23,9%), seguidas por las del sector servicios (22,4%) y el sector del comercio (21,4%). En niveles inferiores a la media de la Comunitat se hallan los sectores de la construcción (19,4%), e industrial (16,1%).

¹⁷³ Club de Excelencia en Sostenibilidad (2013, ibídem).

Tabla 41. Empresas de la Comunitat Valenciana que disponen de medidas de responsabilidad social hacia el consumidor por características de las mismas.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	21,5%
	De 10 a 50 trabajadores	18,7%
	Más de 50 trabajadores	38,1%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	21,3%
	Sociedad Anónima	19,4%
	Empresas de Economía social	28,4%
	Otras	24,6%
SECTOR	Agroalimentario	23,9%
	Industrial	16,1%
	Construcción	19,4%
	Comercio	21,4%
	Servicios	22,4%

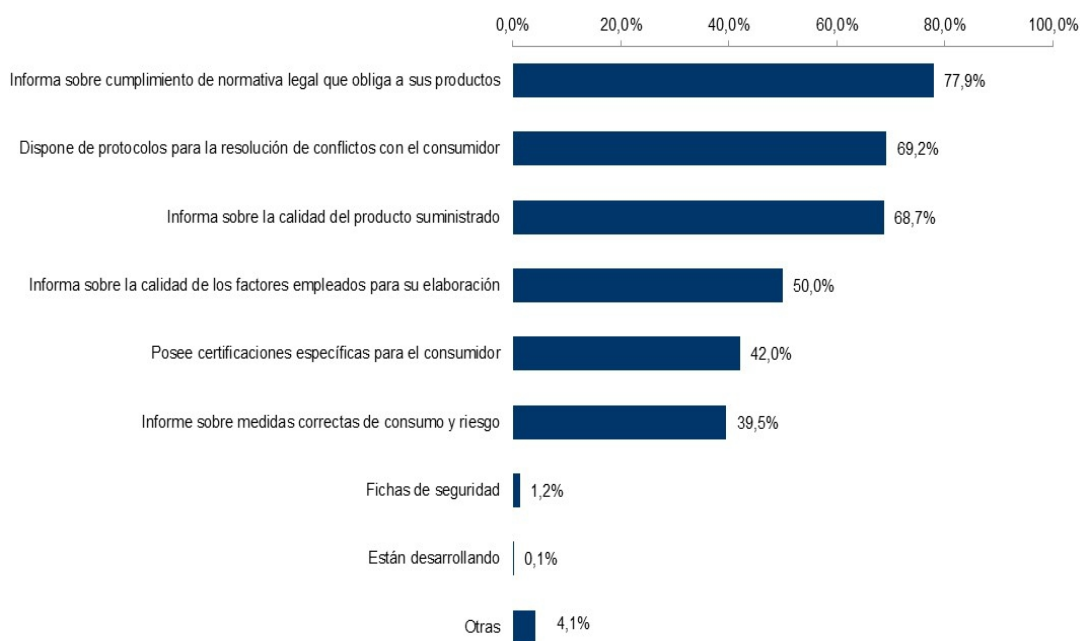
Base: Total de empresas.

Procede a continuación el estudio de las medias de información al consumidor desarrolladas por las empresas de la Comunitat Valenciana, identificando aquellas que cuentan con una mayor extensión o desarrollo.

Así, en primer término destacan aquellas relativas a la información sobre el cumplimiento de la normativa legal que obliga a sus productos, en el 77,7% de empresas; la existencia de protocolos para la resolución de conflictos con el consumidor, en un 69,2%, y la información de la calidad del producto suministrado al consumidor, en un 68,7% de empresas. En un segundo bloque se hallan las actividades de información sobre la calidad de los factores empleados para su elaboración, que se dan en el 50% de empresas. Las certificaciones sobre el consumidor aparecen en el 42% de las mismas. Un 39,5% de empresas valencianas dispone de informes sobre medidas correctas de consumo y riesgo, y finalmente con un porcentaje muy bajo, solo el 1,2% de empresas de la Comunitat dispone de fichas de seguridad en el consumo de sus outputs.

En conclusión destacar que las empresas valencianas principalmente dispensan al consumidor información sobre la calidad de los productos ofrecidos así como sobre el uso correcto de los mismos. Sin embargo realizan un reducido énfasis sobre aquellas medidas informativas vinculadas a protocolos de resolución de incidencias, encuestas de satisfacción o de servicio postventa (ésta última con nula representación).

Gráfico 53. Medidas de información al consumidor.



Base: empresas que dicen reconocen poseer medidas de información al consumidor.

7. LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNITAT VALENCIANA

El mundo empresarial actual manifiesta la necesidad de contar con modelos gerenciales que le permitan no sólo ser más eficiente, sino enmarcarse en un desarrollo e interés por la construcción de una conciencia social, buscando una sociedad más justa y solidaria.

La crisis económica de los últimos años ha obligado a la empresa a revisar y tomar conciencia de la importancia de mantener comportamientos éticos para fortalecer la gestión de su propia identidad desde los valores, a partir de los cuales gestionar su imagen y reputación corporativa de forma transparente y confiable. En este contexto, la comunicación, la información y las relaciones responsables con sus grupos de interés se convierten en los ejes sobre los que se estructura la Responsabilidad Social Empresarial.

Con las actividades informativas la empresa comunica de forma explícita, a través de la exposición de sus acciones y prácticas, y también de manera implícita su discurso o reflexión consciente sobre su propia visión de la RSE¹⁷⁴. La empresa comunica tanto cuando realiza acciones como cuando no hace nada, por tanto, resulta fundamental la concienciación de la importancia de la comunicación como parte integrante de la estrategia RSE. Ambos conceptos, comunicación y RSE, están relacionados y se retroalimentan, sin comunicación no hay RSE, a la par que la comunicación debe ser responsable.

Factores como la globalización, la conciencia por un mundo sostenible, la importancia del medio ambiente, el interés por el desarrollo de un capital humano integral en las empresas y la preocupación por una sociedad más justa y equitativa, están llevando a que las empresas se den cuenta de que ya no pueden seguir trabajando sólo por un rendimiento económico, ya que sus actividades afectan directamente al medio ambiente, al entorno que lo rodea y a todas las personas con las que se contacta. Los límites de la empresa se amplían así cada vez más, y se hacen incrementalmente visibles para sus *stakeholders*.

Por tales motivos la comunicación sobre las prácticas de RSE de la empresa se torna fundamental. La manera en que la empresa se comunica (medios, formatos, públicos) va a determinar su cultura, su imagen y su reputación corporativa, dado que todo lo que la empresa hace y comunica genera un vínculo con su entorno.

7.1. COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La teoría tradicional sobre gestión empresarial, entiende que la realización de informes y rendición de cuentas de las empresas debe verse como *“el final de un proceso en el cual se juzga o evalúa el resultado de acciones previamente realizadas”*, Este proceso se instrumenta mediante el ejercicio de control y reporting por parte de aquellos que tienen poder sobre la empresa, y que son básicamente los accionistas¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Orjuela, S. (2011). “La comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial”. *Correspondencias & Análisis*, nº.1, pp. 137-156.

¹⁷⁵ Orjuela (2011). *Ibidem*.

En el seno del actual enfoque sobre RSE, centrado en los *stakeholders*, el concepto de responsabilidad amplía sus ámbitos y sus grupos de interés, de este modo se entiende que cada individuo que se sienta o pueda verse afectado por las acciones de la empresa, puede demandar la responsabilidad de la misma. En este nuevo enfoque, la rendición de cuentas se convierte en un proceso dinámico, en el cual los *stakeholders* pueden participar en todos los niveles de toma de decisiones de la empresa y pueden exigir responsabilidad. Por tanto el reto para la empresa se presenta en la de la rendición de cuentas a públicos diferentes, con intereses y perfiles diversos.

La intensa participación de los *stakeholders* en los medios relacionados con Internet, y muy especialmente en las redes sociales, ha sido el factor más importante en las últimas crisis empresariales que han puesto en evidencia las malas estrategias empresariales (y de RSE), lo que ha afectado de forma muy importante a la reputación de algunas empresas como Mitsubishi, Parmalat, Nike, Shell, Toyota, etc. Las TIC suponen un desafío importante para la comunicación de la RSE¹⁷⁶.

Frente a la comunicación comercial, destinada básicamente a transmitir los valores intangibles de las marcas, la comunicación de las prácticas de RSE de por parte de las empresas cuenta con modelos y herramientas específicas. Las más adecuadas para la difusión de la RSE a los *stakeholders* son los informes sociales, informes temáticos e informes anuales¹⁷⁷. Como instrumentos de comunicación más representativos cabe destacar:

1. La *Memoria Anual*, también denominada Memoria de Sostenibilidad. Se trata de una memoria explicativa con apoyos gráficos y fotográficos, considerada una pieza de comunicación que concilia el rigor en la información con un diseño atractivo¹⁷⁸, e implica hacer mucho más visible los esfuerzos de una empresa respecto a cuestiones sociales y medioambientales¹⁷⁹.
2. El Balance Social. Se trata de una técnica que cuantifica con precisión, y basa su credibilidad en un mayor número de indicadores, a través de un estilo esquemático, puesto que sus orígenes están relacionados con el ámbito de la auditoría. Se considera un formato ideal para afrontar las necesidades comunicativas de los públicos internos y de algunos públicos externos más exigentes.
3. La página web corporativa.

¹⁷⁶ Orozco, J. A. & Ferré, C. (2013). "La comunicación estratégica de la responsabilidad social corporativa" *Razón y palabra*, nº83, pp. 706-726.

¹⁷⁷ Illia, L. et al. (2010): "La comunicación de la RSE entre las 250 principales empresas europeas", *Cuadernos de Información*, nº 27, pp.85-96.

¹⁷⁸ Azuero, D. (2009): *La comunicación de la RSE. 7 iniciativas de éxito*. Documento consultado en: <http://www.sumarse.org.pa/site/wp-content/uploads/2014/07/Comunicacion-de-la-RSE-foretica.pdf>

¹⁷⁹ Lizcano.J.L. (2006): "Buen gobierno y responsabilidad social corporativa", *Partida Doble*, nº 182, pp.20-35.

Las herramientas de gestión de la RSE además de ser un instrumento para la rendición de cuentas, son especialmente útiles para valorar el desempeño de la empresa en aspectos clave. Junto a ello, son herramientas valiosas para la gestión y gobierno de las prácticas de RSE de las empresas, que ofrecen información significativa sobre los procesos de toma de decisiones, al permitir que los asuntos relevantes en RSE no sólo sean reportados, sino también gestionados.

Las herramientas y los estándares de gestión de la RSE han ido evolucionando a lo largo de los años. En este marco los estándares y guías más relevantes del momento son:

1. Las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales son recomendaciones dirigidas a empresas multinacionales, que incluyen conceptos generales, principios y políticas sobre responsabilidad social empresarial. Las Directrices surgen como un compromiso derivado de la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, adoptada por los países miembros de la OCDE el 21 de junio de 1976. Tuvieron su última revisión en el 2011¹⁸⁰.

Los apartados que contemplan Las citadas líneas directrices son:

- Principios Generales
- Divulgación de Información
- Derechos Humanos
- Empleo y Relaciones Laborales
- Medio Ambiente
- Lucha contra la corrupción, las peticiones de soborno y otras formas de extorsión
- Intereses de los Consumidores
- Ciencia y Tecnología
- Competencia
- Tributación Fiscal

Se trata en general de un documento bastante ágil, básico e introductorio para la gestión y comunicación de la RSE.

2. La Iniciativa del Reporte Global, en inglés *Global Reporting Initiative* (GRI)¹⁸¹. 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”, cuya primera versión surgió en el 2000, la segunda en el 2002, la tercera en el 2006, y la cuarta recientemente. Debe indicarse que la GRI se ha convertido en un estándar para la elaboración de memorias o reportes de RSE.

¹⁸⁰ OCDE (2011): Líneas de la OCDE para empresas multinacionales. Documento consultado en: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>

¹⁸¹ Sitio web: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

La Guía G3 para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del *Global Reporting Initiative*, presta especial atención a los progresos, objetivos y al enfoque de gestión y de gobierno en RSE. También, y para asegurar que la información reportada sobre RSE responde a los objetivos establecidos, se centra en los principios de elaboración del informe, como la determinación de la relevancia, la materialidad de los contenidos y la participación de los grupos de interés.

Su nueva versión (G4) es calificada por esta organización como “la mejor en términos de enfoque, claridad y simplicidad y proveerá un mayor apoyo a pequeños negocios y a quienes reportan por primera vez”. GRI recomienda comenzar a trabajar en la transición en el próximo ciclo de informes hacer el cambio completo en aquellos publicados después de diciembre de 2015.

3. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (*U.N. Global Compact*)¹⁸². Se trata de una recomendación, por parte de Naciones Unidas, a las empresas de todo el mundo para que de forma voluntaria alineen sus operaciones y estrategias con 10 principios universalmente aceptados en áreas de enfoque como son los derechos humanos y laborales, la protección ambiental y la anti-corrupción, y que además tomen acción en apoyo a los objetivos de la ONU incluyendo los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Consta de los diez principios siguientes:

- Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- Principio 2: No ser cómplices de abuso de los derechos humanos.
- Principio 3: Apoyar los principios de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio 4: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- Principio 5: Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- Principio 6: Eliminar la discriminación en materia empleo y ocupación.
- Principio 7: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medio ambientales.
- Principio 8: Promover mayor responsabilidad medioambiental.
- Principio 9: Alentar el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas del medio ambiente.
- Principio 10: Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

En la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas de Nueva York de 2013, frente a más de un millar de directores generales de empresas y organizaciones de todo el mundo, el secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, apuntó las bases de nueva arquitectura para ampliar la acción corporativa en vías de alcanzar los objetivos post-2015 de Naciones Unidas.

4. La ISO 26000 (Responsabilidad Social) es una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la

¹⁸² Sitio web: <https://www.unglobalcompact.org/>

Estandarización (ISO)¹⁸³. Para su elaboración se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT). Tras cinco años de labores finalmente se publicó en noviembre de 2010.

La ISO 26000 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. Esta norma contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es utilizada como una norma de certificación.

5. La SA 8000 La SA8000 es una certificación voluntaria que fue creada por la organización estadounidense Responsabilidad Social Internacional (*Social Accountability International - SAI*), con el propósito de promover mejores condiciones laborales entre las empresas¹⁸⁴. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, o los derechos de los trabajadores.

La certificación SA8000 establece condiciones mínimas para alcanzar un ambiente de trabajo seguro y saludable, la libertad de asociación y negociación colectiva; y una estrategia empresarial para tratar los aspectos sociales relacionados con el trabajo. Además, contiene reglas respecto a la duración de la jornada laboral, los salarios, la lucha a la discriminación y al trabajo infantil o forzado. Las empresas pueden solicitar la certificación SA8000 a través de una de las agencias de certificación aprobadas por la SAI.

Algunas de las más grandes empresas agrícolas exportadoras de banana, piña, tabaco, vino, frutas enlatadas y café procesado, cuentan con la certificación SA8000.

6. El sistema de Gestión Ética y Responsabilidad Social (SGE 21) es una herramienta de gestión desarrollada por Forética para cualquier tipo de organización que desee integrar de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en sus operaciones empresariales y en sus interacciones con los grupos de interés¹⁸⁵.

La norma de SGE 21 surge como resultado del trabajo de un nutrido grupo de directivos y líderes de opinión que, en el seno del X Congreso de Calidad y Medioambiente celebrado en 1999 en Barcelona. La idea que aglutinaba este grupo de trabajo era solucionar la manera en que se podía poner en valor una cultura de empresa basada en la responsabilidad de todos sus miembros frente al conjunto de la sociedad.

La citada norma parte de modelos consolidados como los de calidad y medio ambiente, a los que enriquece a través de una visión *multistakeholder*. De esta manera sistematiza las relaciones con nueve grupos de gestión, para los que establece unos criterios que son desarrollados por un Código de Conducta y supervisados por un Comité de Ética.

¹⁸³ Sitio web: <http://www.iso.org/iso/home.html>

¹⁸⁴ Sitio web: <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>

¹⁸⁵ Sitio web: <http://www.foretica.org>

La SGE 21 permite a las organizaciones establecer un sistema de gestión ético y socialmente responsable. Puede ser aplicado a toda la organización, o sólo a alguna área específica de negocio, dando cumplimiento a cada uno de los puntos que aborda la norma. El sistema de gestión ético y socialmente responsable debería considerarse como parte del sistema de gestión integral de la empresa y, como tal compatible e integrable con los sistemas de calidad, medio ambiente, PRL o innovación, entre otros¹⁸⁶.

La citada norma fue publicada por primera vez en el año 2000, y es la norma pionera en materia de RSE en España que permite una certificación independiente. Hasta ahora, más de 100 organizaciones de una gran variedad de sectores (construcción, consultoría, limpieza, seguridad, entre otros), desde las pymes hasta empresas multinacionales, han implantado el sistema SGE 21 en España.

La elaboración de Memorias de Sostenibilidad y de informes de gestión, así como la puesta en marcha de acciones de reporting y/o accountability, no son las únicas opciones para comunicar los avances que una empresa realiza en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Esto no significa que la adhesión a iniciativas como el *Global Reporting Initiative* (GRI) o el Global Compact de las Naciones Unidas no supongan importantes manifestaciones de un diálogo transparente con los *stakeholders*, pero no debería de ser la única vía estratégica para comunicar la RSE, teniendo en cuenta la gran diversidad de medios de comunicación que tienen las empresas a su alcance¹⁸⁷.

En este marco, las empresas que comunican adecuadamente sus acciones, alcanzan un mayor grado de confianza en sus públicos y grupos de interés, con lo que consecuentemente atrae mayores inversiones y mejora el bienestar y la calidad de vida de su entorno. Por tanto, las empresas socialmente responsables son premiadas con una reputación más favorable que se manifiesta en la lealtad de los clientes, el sentimiento de pertenencia y orgullo de los empleados, la confianza de los mercados financieros y de la misma administración pública¹⁸⁸.

A continuación van a ser analizadas las actividades de comunicación de las prácticas de RSE por parte de las empresas de la Comunitat Valenciana. En este sentido dos aspectos se tornan de especial relevancia: la realización de Informes Sociales, y el desarrollo de Informes de Sostenibilidad. Sobre ambos aspectos se estudia el nivel incidencia ente las empresas de la Comunitat, y se valoran las modalidades de control o certificación de los mismos. Junto a ello, se estudia del tipo y grado de seguimiento de criterios internacionales de RSE por parte de las empresas de la Comunitat.

¹⁸⁶ Forética (2000): Norma SGE21. Documento consultado en: http://sge21.foretica.org/wp-content/uploads/2011/11/SGE-21_2000_ES-DEF.pdf

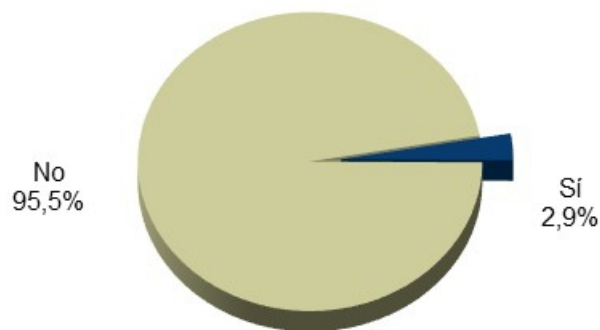
¹⁸⁷ Orozco.& Ferré (2013). Ibidem.

¹⁸⁸ Briceño, S., Mejías, I., & Moreno, F. (2010). "La Comunicación Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)". *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, nº 5.

7.2. LA REALIZACIÓN DE INFORMES SOCIALES

La realización de informes sociales es práctica sólo del 2,9% de las empresas de la Comunitat Valenciana. De esta manera, el 95,5% de las empresas de la Comunitat no han realizado informes sociales en los últimos tres años. Se trata de una tónica similar a la experimentada por media de empresas españolas según el estudio realizado al inicio de la crisis¹⁸⁹.

Gráfico 54. Empresas de la Comunitat Valenciana que han realizado informes sociales en los últimos 3 años.



Base: Total empresas.

Si se efectúa una discriminación por grupos de empresas, atendiendo al número de trabajadores, la tabla 42 muestra que el segmento de empresas con más de 50 trabajadores se distingue por encontrarse por encima de la incidencia media en la realización de informes sociales en los últimos tres años con un porcentaje del 6,4%. Entre las empresas con hasta 10 trabajadores el porcentaje disminuye por debajo de la media y se sitúa en el 3%.

Por lo que respecta a la forma jurídica de las empresas se observa que las Sociedades Limitadas han realizado informes sociales en los últimos tres años en un porcentaje del 3,1%, en torno a la media de la Comunitat. Se trata de un dato muy similar al de las Sociedades Anónimas (2,8%), mientras que las empresas de Economía Social presentan un poco representativo 0,2%, muy inferior al 12,7% de empresas españolas que realizan informes sociales en 2008.

Si se atiende al sector de actividad en el que se encuentran adscritas las empresas, se observa que el sector comercio destaca y se sitúa por encima de la incidencia media de empresa de la Comunitat en la realización de informes sociales en los últimos tres años con un porcentaje del 10,7%. El resto de sectores se encuentra a gran distancia, como el industrial (3,8%), los servicios (1,2%) y el agroalimentario (0,8%).

¹⁸⁹ Sajardo, A. (Dir) (2009). Ibidem.

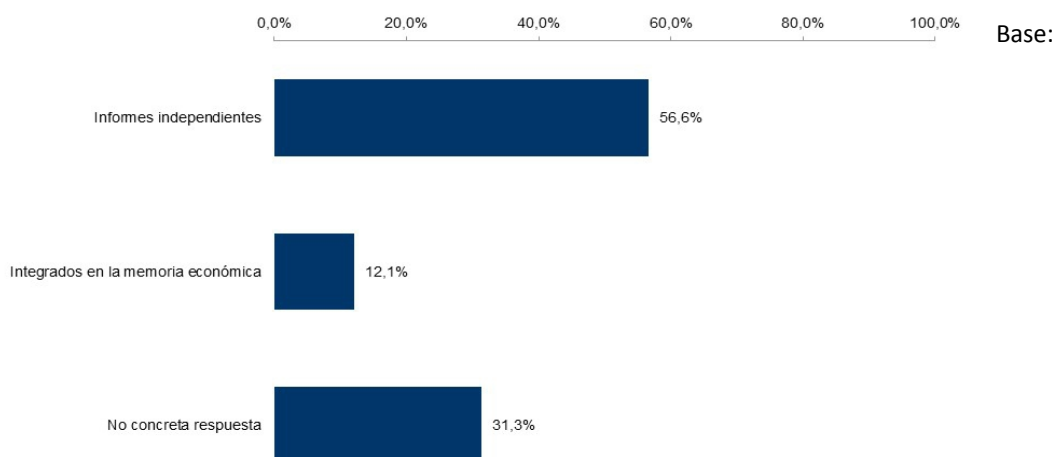
Tabla 42. Empresas de la Comunitat Valenciana que han realizado Informes Sociales.

SEGÚN TRAJADORES	NÚMERO DE	Hasta 10 trabajadores	3,0%
		De 10 a 50 trabajadores	---
	Más de 50 trabajadores	6,4%	
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	3,1%	
	Sociedad Anónima	2,8%	
	Empresas de Economía social	0,2%	
	Otras	---	
SECTOR	Agroalimentario	0,8%	
	Industrial	3,8%	
	Construcción	---	
	Comercio	10,7%	

Base: Total empresas

En cuanto a los informes sociales que realizan las empresas valencianas, el gráfico 55 muestra que estos son informes se realizan de forma independiente al resto de informes que realiza la empresa en un porcentaje del 56,6%, mientras que en un 12,1%, se trata de informes integrados en la memoria económica que realiza la empresa, y un elevado 31,3% no concreta la respuesta. En el caso de las empresa españolas más grandes en 2013, en el 37% de los casos se trata de reportes independientes, y el 26% lo integra dentro de la memoria anual¹⁹⁰.

Gráfico 55. Tipos de Informes Sociales realizados por las empresas de la Comunitat Valenciana.

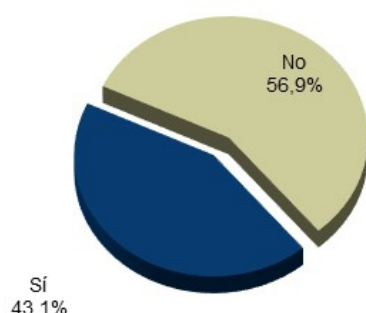


Empresas que realizan informes sociales.

Por otro lado, en lo que respecta a si la empresa tiene, o no, establecido algún mecanismo de control o auditoria de los Informes Sociales que realiza, según el gráfico 56 se observa que el 43,1% de las empresas que realiza informes sociales, han implantado algún mecanismo de control o de auditoria del mismo, mientras que el 56,9% de ellas no han establecido ningún mecanismo de control de los informes realizados.

¹⁹⁰ Club de Excelencia en Sostenibilidad (2013). Ibidem.

Grafico 56. Realización de control o auditoria de los informes sociales.

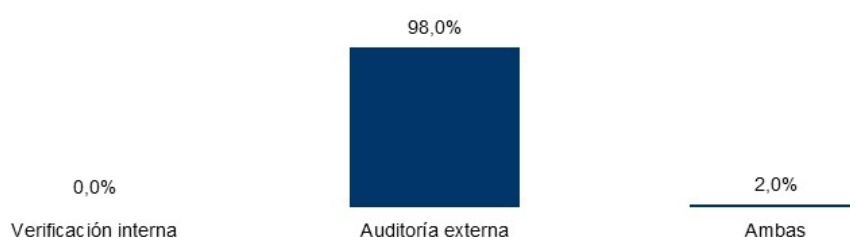


Base: empresas que realizan informes sociales.

En cuanto a los mecanismos de control o auditoria implementado por las empresas de la Comunitat Valenciana que realizan informes sociales, el gráfico 57, indica que casi la totalidad de las empresas (98%) se inclinan por la verificación mediante auditoría externa, y el 2% restante realiza tanto verificación externa como interna. Ninguna empresa valenciana manifiesta utilizar la verificación interna como único método de control.

Estos datos contrastan con los resultados recogidos al inicio de la crisis por las empresas españolas, donde las verificaciones internas y externas se realizan en porcentajes similares en torno al 50%.

Grafico 57. Mecanismo de control o auditoria de los Informes Sociales.

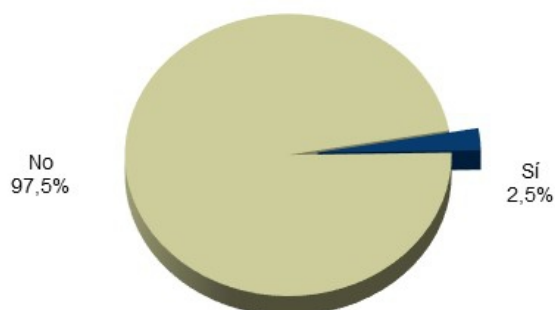


Base: Empresas que realizan control de sus Informes Sociales.

7.3. LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

En cuanto a la elaboración de Memorias de Sostenibilidad por las empresas valencianas, el gráfico 58 pone de relieve que el 97,5% de las empresas valencianas no han realizado informes de sostenibilidad en los últimos tres años. Se trata de un dato similar al 96,3% de empresas españolas que tampoco los realizan al inicio de la crisis. Así, sólo el 2,5% de las mismas afirma que han realizado Memorias de Sostenibilidad en los últimos tres años.

Gráfico 58. Empresas valencianas que realizan Memorias de Sostenibilidad.



Base: Total de empresas.

Diferenciando por grupos de empresas, atendiendo al número de trabajadores, la tabla 43 muestra que el segmento de empresas con más de 50 trabajadores se distingue por encontrarse por encima de la media en la realización de Memorias de Sostenibilidad en los últimos tres años con un porcentaje del 8,6%. Las empresas que cuentan entre 10 y 50 trabajadores el porcentaje de realización de Memorias de Sostenibilidad en los últimos tres años se sitúa en 4,7%, mientras en las empresas con hasta 10 trabajadores el porcentaje disminuye por debajo de la media y se sitúa en el 2,5%.

Por lo que respecta a la forma jurídica de las empresas, las Sociedades Anónimas han realizado Memorias Sostenibilidad en los últimos tres años en un porcentaje del 4,3%, superior a la incidencia media de las empresas de la Comunitat, seguidas por las Sociedades Limitadas (2,5%). Sin embargo llama la atención la ausencia de datos de las empresas de Economía Social, que eran las más representativas a nivel nacional en 2008, donde el 13,9% de las mismas los realizaba.

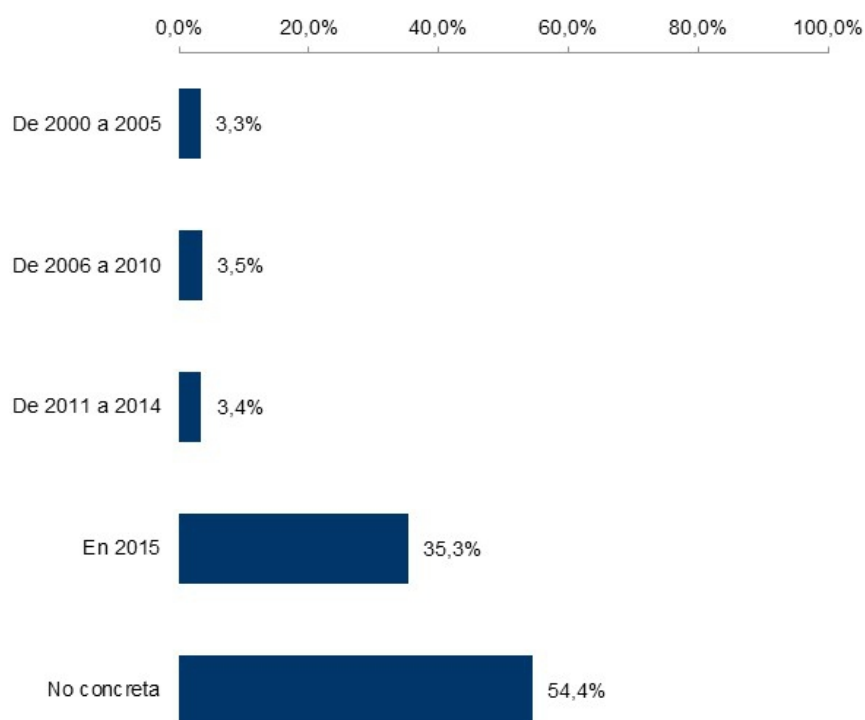
Si se atiende al sector de actividad en el que se encuentran adscritas las empresas, se observa que el sector de la construcción destaca con un porcentaje del 10%, y se sitúa por encima de la media en la realización de Memorias de Sostenibilidad en los últimos tres años, seguido por el sector industrial con un porcentaje del 6,3% y comercio con 5,4%. Muy por detrás se halla el sector servicios (0,4%).

Tabla 43. Empresas valencianas que elaboran Memorias de Sostenibilidad.

SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	2,2%
	De 10 a 50 trabajadores	4,7%
	Más de 50 trabajadores	8,6%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	2,5%
	Sociedad Anónima	4,3%
	Empresas de Economía social	---
	Otras	---
SECTOR	Agroalimentario	---
	Industrial	6,3%
	Construcción	10,0%
	Comercio	5,4%
	Servicios	0,4%

Base: Total empresas.

Grafico 59. Año de implantación de las Memorias de Sostenibilidad.



Base: Empresas que elaboran Memorias de Sostenibilidad.

El gráfico 59 muestra los años en los que las empresas valencianas implantaron informes de sostenibilidad. En este sentido puede observarse que en el periodo de 2001 a 2005 se alcanza un porcentaje del 3,3%; similar al periodo 2006 a 2010 con 3,5%, entre el 2011 y 2015, un 3,4%. Destaca la importante implantación que se observa en el año 2015 en el que un 35,3% de las empresas de la Comunitat manifiestan haber implantado Memorias de Sostenibilidad en su organización.

Por otro lado, en lo que respecta a si la empresa tiene o no establecido algún mecanismo de control o auditoria de los informes de sostenibilidad que realiza, según el gráfico 60 se observa que el 55,2% de las empresas, que elaboran Memorias de Sostenibilidad, han implantado algún mecanismo de control o de auditoria del mismo, mientras que el 44,8% no han establecido ningún mecanismo de control de tales informes.

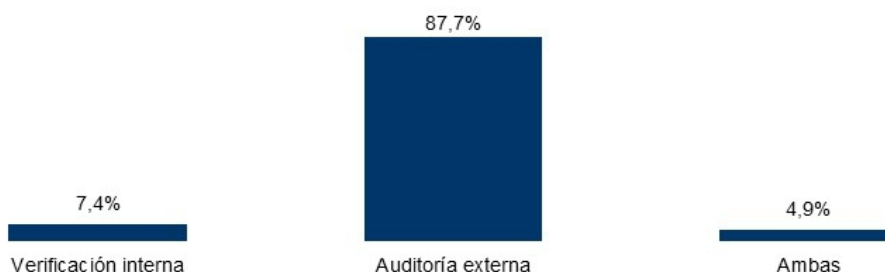
Gráfico 60. Mecanismo de control o auditoria de las Memorias de Sostenibilidad.



Base: Empresas que elaboran Memorias de Sostenibilidad.

Por lo que respecta a los mecanismos de control o auditoria implementado por las empresas de la Comunitat Valenciana que elaboran Memorias de Sostenibilidad, el gráfico 61 indica que el 87,7% realiza un control mediante auditoría externa. Tan solo el 7,4% realiza procesos de verificación interna y el 4,0% efectúa ambos tipos de control. Estos datos contrastan con los revelados por el estudio a nivel nacional realizado en el año 2008 en el cual el 44,8% de las empresas españolas manifestaba realizar una verificación interna, frente al 54,9% que se inclinaban por adoptar mecanismos de auditoria externa de sus Memorias de Sostenibilidad.

Gráfico 61. Mecanismo de control o auditoria de las Memorias de Sostenibilidad.



Base: Empresas que elaboran Memorias de sostenibilidad y aplican mecanismo de control.

7.4. SEGUIMIENTO DE CRITERIOS INTERNACIONALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Existen multitud de iniciativas de carácter muy diverso en el ámbito de la *accountability*, lo que genera que las empresas encuentre una gran dificultad para valorar o seleccionar iniciativas relevantes para su organización. Las iniciativas existentes pueden ser clasificadas en los siguientes grupos¹⁹¹:

1. Códigos de conducta, con enfoques generales de conducta para empresas o marcos de RSE, como por ejemplo: Libro verde de la CE sobre RSE, Global Compact de Naciones Unidas, Amnesty Internationals Human Rights Guidelines for Companies, Ethical Trading Initiative Base Code, Global Sullivan Principles, OECD Guidelines For Multinacional Enterprises.
2. Sistemas de gestión y certificación, que proponen procedimientos y procesos que integran ámbitos de RSE en la gestión de las organizaciones como: SIGMA Project, SA8000 (Social Accountability), SGE-21, Eco-Management and Audit Scheme, EFQM, EQUIS, ISO 9000, ISO 26000, SA8000.
3. Índices de valoración, que a partir de diversa información realizan una valoración sobre las actividades de las empresas en el ámbito de la RSE, entre los mismos: Dow Jones Sustainability Group Indexes, FTSE4Good Selection Criteria, Advanced Sustainable Performance Indices (ASPI from Vigeo), European Sustainable and Responsible, Investment Forum (Eurosif).
4. Marcos de *accountability* y reporting, que presentan guías y directrices concretas para la elaboración de memorias de sostenibilidad, entre otros: Global Reporting Initiative Guidelines, Accountability 1000 Series, HEPS Sustainability Reporting Framework, AISHE Audit Instrument for Sustainability.
5. Iniciativas de producto, que centran los temas de *accountability* en el producto y no en la organización. Se centran en la transparencia del proceso productivo del producto, con independencia de qué empresas hayan participado en el mismo, entre las que se encuentran: Global Ecolabelling Network, Fair Trade Labelling Organization International, EC Flower, Energy Star, Clean Clothes Campaign.

A tenor del Informe de 2013 para la Gran Empresa en España, el 82% de las empresas cuentan con directrices sobre comunicación responsable, y el 61% de las mismas publican triple cuenta de resultados consolidada¹⁹². El análisis del seguimiento de algún criterio internacional de RSE en España del año 2008, indicaba que el 94% de las empresas españolas no seguían ningún criterio internacional de RSE. Mientras que el (4,9%) manifestaban que siguen algún criterio internacional de RSE¹⁹³.

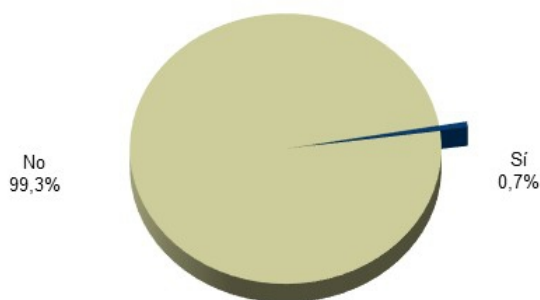
¹⁹¹ Vilanova, M.; Lozano, J. M. y Dinarés, M. (2006), *Accountability. Comunicación y Reporting en el ámbito de la RSE*, Madrid, Ed. Forética,

¹⁹² Club de Excelencia en Sostenibilidad (2013). Ibidem

¹⁹³ Sajardo (Dir) (2009). Ibidem.

En la Comunitat Valenciana el 99,3% de las empresas no sigue ningún criterio internacional de RSE y tan solo un 0,7% de las mismas declara seguir alguno de estos criterios.

Gráfico 62. Empresas de la Comunitat Valenciana que siguen algún criterio internacional de RSE.



Base: Total de empresas

Discriminado las cifras y distinguiendo entre grupos de empresas en función del número de trabajadores, de la tabla 43 se observa que destacan las empresas de más de 50 trabajadores por encontrarse por encima de la media de la Comunitat en el seguimiento de algún criterio internacional de RSE, con un peso del 5,5%. Con una representación muy baja se hallan las empresas que cuentan entre 10 y 50 trabajadores, con un peso del 0,9%, alrededor del 0,6% relativo a las empresas con hasta 10 trabajadores.

En cuanto a la forma jurídica de las empresas, en la citada tabla se aprecia que las Sociedades Anónimas se encuentran por encima de la media en el seguimiento de criterios internacionales de RSE alcanzando un peso del 2,5%. Las Sociedades Limitadas con un escaso 0,5%, se hallan muy alejadas, destacando el hecho de que entre las empresas de la Economía Social no se da ningún tipo de representación.

Si se atiende al sector de actividad en el que se encuentran adscritas las empresas, se distingue que el sector industrial destaca con un porcentaje del 3,9%, y se sitúa por encima de la media de empresas valencianas en el seguimiento de algún criterio internacional de RSE. A continuación se halla el sector agroalimentario con un 2,1%, y finalmente el sector servicios con un 0,5%. El resto de sectores no tienen representación.

Tabla 44. Empresas de la Comunitat Valenciana que siguen algún criterio internacional de RSE.

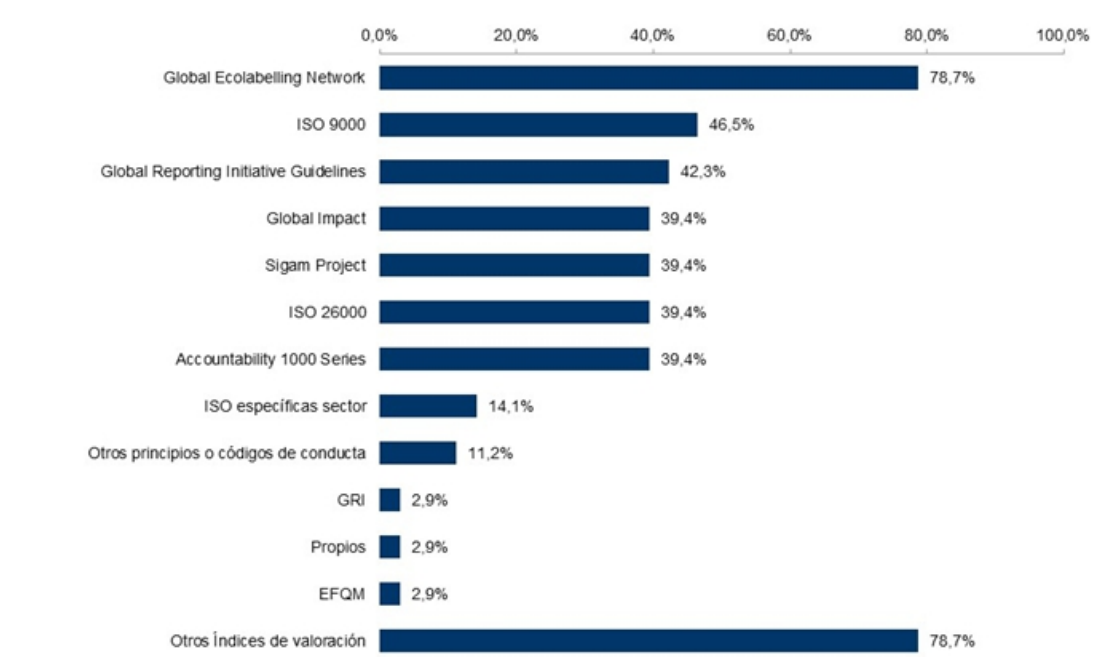
SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES	Hasta 10 trabajadores	0,6%
	De 10 a 50 trabajadores	0,9%
	Más de 50 trabajadores	5,5%
FORMA JURÍDICA	Sociedad Limitada	0,5%
	Sociedad Anónima	2,5%
	Empresas de Economía social	---
	Otras	---
SECTOR	Agroalimentario	2,1%
	Industrial	3,9%
	Construcción	---
	Comercio	---
	Servicios	0,5%

Base: Total de empresas.

Respecto a los criterios internacionales de RSE seguidos por las empresas valencianas, el gráfico 63 muestra los porcentajes de diferentes criterios seguidos. Se trata de una cuestión con respuesta múltiple, por lo que cada empresa puede, simultáneamente, seguir varios criterios internacionales de RSE.

Hay que señalar que destacan con mayores porcentajes de seguimiento los criterios de Global Ecolabeling Network con un elevado 78,7%, seguidos por aquellos que tienen que ver con las normas ISO y otros sistemas de gestión o certificación. Se observa que las empresas señalan el cumplimiento del criterio ISO 9000 en un porcentaje del 46,5%. Asimismo, la norma ISO 26000 ha sido adoptada por un 39,4%, y las normas ISO específicas de cada sector son seguidas en un porcentaje del 14,1%. Destacan también los criterios del Global Compact, Sigam Project y Accountability 100 Series, los tres con un 39,4%, sin embargo se evidencia que las guías GRI y los criterios EFQM que se siguen en niveles muy bajos, con un igual peso del 2,9%.

Gráfico 63. Criterio internacional de RSE seguido por las empresas de la Comunitat Valenciana.



Base: Empresas que siguen algún criterio internacional de RSE.

8. CONCLUSIONES

PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA EN EL ÁMBITO LABORAL

1. Tan sólo un 9,2 % de las empresas de la Comunitat Valenciana tiene implantado un Plan de Igualdad que garantice la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la estructura organizativa de la empresa, cuatro puntos inferior al constatado en el estudio de 2008 para las empresas españolas.

Dado que la elaboración de planes de igualdad es perceptiva para las empresas de mayor tamaño, se da una relación positiva entre mayor tamaño empresarial y superior incidencia de Planes de Igualdad. No obstante es significativa su existencia en las pequeñas empresas (de 10 a 50 trabajadores) con un 21,9% y entre las microempresas (un 7,8%). Por formas jurídicas destaca la Economía Social, sector institucional de especial sensibilidad en el ámbito de la igualdad, donde el 16,5% de empresas elaboran planes de igualdad. Les siguen las Sociedades Anónimas (14,6%) y las Sociedades Limitadas (8,1%). Es el agroalimentario el que presenta el mayor número de las empresas que manifiestan tener planes de igualdad (21,3%), seguidas del sector industrial, con un 19,9%, y el de comercio, donde el 18,4% de empresas elabora Planes de Igualdad.

2. Se constata una elevada voluntariedad entre las empresas de la Comunitat respecto a la elaboración de Planes de Igualdad, puesto que un 84,2% afirma disponer de uno sin ser parte de los requisitos obligatorios impuestos por ley. De ello se puede afirmar que esta herramienta se halla prácticamente integrada en las estructuras de gestión de las empresas. En las micro empresas la incidencia en la voluntariedad es superior que en el resto de tamaños empresariales con un 85,9%. Solo el 11,2% de las empresas con planes de igualdad afirma disponer de mecanismos de control, y de éstas el 10,7% lo hace de manera interna, Sólo un reducido 0,5% se acude a consultorías externas para evaluar sus programas de actuación en al ámbito de la igualdad.

3. En las plantillas de las empresas de la Comunitat Valenciana que dicen tener un Plan de igualdad, se observa un peso del colectivo masculino del 50,8% de los empleados, frente al 49,2% del de las mujeres. Este porcentaje era superior en 7,5 puntos al de las empresas españolas al inicio de la crisis, evidenciando la incidencia superior de la misma en el colectivo femenino. El menor porcentaje de mujeres aparece en el sector agroalimentario (39,3%), mientras el área de actividad en la que el colectivo femenino posee una mayor representación es el sector servicios con una proporción de mujeres en la plantilla que llega al 52,3 %. La mayor proporción de mujeres se detecta en las empresas más grandes (de más de 50 empleados), con un 54,1%, y la menor representación femenina aparece en las empresas de entre 10 a 50 trabajadores, donde aquellas representan un 48,8 %. La participación de la mujer es especialmente significativa en la Economía Social (71,2% del total de empleos), seguidas de las Sociedades Anónimas, con un 53,3% de mujeres.

4. Según categoría ocupacional el personal de administración de las empresas de la Comunitat Valenciana es en su mayoría del sexo femenino (60,4%) mientras los hombres poseen una representación mayoritaria entre el personal operario (67,2 %), acordes con la tradicional división del trabajo en función del género. Las mujeres ocupan tan solo el 27,7 % de los cargos de dirección, siendo este dato similar a las estadísticas manejadas por el INE en relación al conjunto del mercado laboral español, y constatándose el fenómeno del Techo de Cristal. Entre las microempresas la presencia de mujeres en cargos directivos es mayor (28,2%). El colectivo de directivas es superior en las formas de Economía Social (55,6%), seguidas de las Sociedades Limitadas con el 29,3% de las mismas.

Conclusiones flash:

En el ámbito de la igualdad menos de un diez por ciento de empresas de la Comunitat Valenciana elabora Planes de Igualdad. Su incidencia es especialmente significativa entre las pymes, para las formas jurídicas de la Economía Social, y en el ámbito del sector agroalimentario. El nivel de voluntariedad en la elaboración de Planes de Igualdad es muy elevado, pudiéndose afirmar que se trata de una herramienta prácticamente integrada en las estructuras de gestión de las empresas de la Comunitat. El nivel del colectivo masculino es superior al femenino entre aquellas empresas que cuentan con un Plan de Igualdad, no obstante la presencia de mujeres es notablemente inferior al nivel de las empresas españolas al inicio de la crisis, evidenciándose la feminización de los efectos negativos de la misma. Es especialmente evidente el número de mujeres en las empresas más grandes, del sector servicios y de la Economía Social. No obstante se constata un notable Techo de Cristal para las mujeres de la Comunitat, que es menor en las microempresas, y de nuevo en la Economía Social.

5. Un 22,7% de las empresas de la Comunitat Valenciana dispone de medidas para facilitar la conciliación entre la vida familiar y el ámbito laboral de sus empleados, exceptuando las establecidas legalmente, nivel inferior en cuatro puntos al evidenciado para las empresas españolas en 2008.

6. Las empresas con más de cincuenta trabajadores son las que cuentan mayoritariamente con medidas de conciliación (42,4%), a gran distancia de las empresas de mediano y pequeño tamaño, que se sitúan alrededor del 22%. Por forma jurídica, los porcentajes son muy similares para las empresas de Economía Social y las Sociedades Anónimas, en torno al 28%, seguidas muy de cerca por las Sociedades Limitadas con un 21,9%. Atendiendo al sector de actividad destaca la construcción con un 30%, seguidas por el sector comercio, con un 24,2%, el agroalimentario e industrial en torno al 22% y por último el sector servicios con un 21,4%.

7. Entre las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral destacan “La flexibilidad de la jornada laboral”, con un 96%. Le sigue “Permisos laborales y por asuntos personales” con un 61,6%; “La organización de la vacaciones”, un 53,2%, y “El horario de lactancia y cuidado de hijos” con un 44,1%. La “Compatibilidad de turnos”

posee una incidencia del 35,2%. La “Semana laboral comprimida” tiene una incidencia del 18,7%, y el “Teletrabajo o despacho satélite” un 12,5%. Le siguen dos medidas específicas en materia prestación de servicios, por un lado “Facilitar servicios de guardería” (con un 3,2%) y por otro lado “Facilitar la localización y prestación de servicios para cuidar a personas dependientes” (un 3,6%). Por último, solo un reducido 0,1% de empresas aplica “Acuerdos personales en función de las necesidades de cada trabajador.”

Conclusiones flash:

Menos de la cuarta parte de las empresas de la Comunitat Valenciana despliegan medidas de conciliación entre la vida familiar y laboral. Son las empresas con más de cincuenta trabajadores las que cuentan con mayores medidas de conciliación de la vida familiar y laboral. Ello es especialmente evidente entre las formas jurídicas de Economía Social y las Sociedades Anónimas, en el sector de la construcción, comercio y agroalimentario. La medida de conciliación más extendida es la “Flexibilidad de la jornada laboral”, seguida a gran distancia de las de “Permisos laborales y por asuntos personales”, “Organización de las vacaciones”, y “Horario de lactancia y cuidado de hijos”. La medida de marginal incidencia es la relativa a los “Acuerdos personales en función de las necesidades del trabajador”.

8. Un 47,7% de las empresas de la Comunitat Valenciana afirma que sus trabajadores han accedido a actividades de formación, nivel superior en 5 puntos respecto al realizado por las empresas españolas al inicio de la crisis.

9. El tamaño de la empresa está correlacionado con las posibilidades de acceso y organización de acciones formativas para los empleados, puesto que en el 88,0% de las empresas de más de 50 trabajadores realizan actividades formativas, y un 66,2% en el seno de las pymes. Por formas jurídicas destacan las empresas de Economía Social, donde el 61,8 % de las mismas ha facilitado acciones formativas para sus empleados. Les siguen las Sociedades Limitadas con un 48 %, y las Sociedades Anónimas con un 42%.

Atendiendo al sector de actividad el agroalimentario presenta un elevadísimo porcentaje (93,1%), seguido por el sector industrial con un 60,3% de empresas que han participado en la formación continua. En los sectores comercio y servicios el porcentaje de empresas que se ha implicado en la formación de sus empleados se sitúa en torno al 43,1 % y 46,1% respectivamente.

10. El porcentaje medio de trabajadores que ha acudido a las actividades de formación en las empresas de la Comunitat Valenciana en los últimos tres años es del 52,2, aunque dicha proporción oscila entre las diferentes empresas.

El 28,8 % de las empresas que habían desarrollado actividades de formación continua declaró que, en el último año, habían participado en ellas más del 75 % de la plantilla, y un 36,8 % de dichas empresas especificó que había recibido formación un número de empleados que oscilaba entre una cuarta parte y la mitad del total del personal. En las

empresas más grandes (más de 50 trabajadores) se detecta el mayor porcentaje de participación de los trabajadores en actividades formativas superando notablemente la media (62,6 %).

Por formas jurídicas, la Economía Social y las Sociedades anónimas se sitúan en torno a la media, con 51,8% y 53,3% respectivamente. Por sectores de actividad destacan el sector de la construcción con un 63,7% y el sector industrial con un 60,4 % de los trabajadores que han participado en actividades de formación.

11. Los principales colectivos beneficiarios de las actividades formativas son en un 53,4% orientados a los operarios; en 54,2% se organizan para el personal de administración. La proporción de empresas que respondió afirmativamente sobre el acceso a la formación de sus cuadros medios y de sus directivos fue menor con 36,8 % y 35,9 % respectivamente. Asimismo el 0,9 % de las empresas que habían desarrollado actividades formativas afirmaron que se impartía formación orientada al colectivo de mujeres, mientras el 99,1 % de las mismas no dirigía los cursos formativos a ningún grupo de trabajadores en concreto.

Conclusiones flash:

Casi la mitad de empresas de la Comunitat Valenciana han desarrollado actividades formativas para sus trabajadores. La realización de estas actividades se halla correlacionada, de nuevo, con el tamaño de la empresa, siendo las formas jurídicas de la Economía Social y las Sociedades Anónimas, aunque en menor nivel, las que más la realizan. Por sectores de actividad destaca el agroalimentario de manera sobresaliente, seguido del industrial, comercio y servicios, en sentido decreciente. Más de la mitad de los trabajadores de las empresas valencianas han acudido a programas de formación continua, destacando de nuevo los trabajadores de la Economía Social, y de los sectores de la construcción e industrial. Como colectivos beneficiarios se hallan mayoritariamente los operarios, y el personal de administración, y en menor medida los cuadros medios y directivos. Un escasísimo porcentaje de las actividades formativas se dirigía específicamente al colectivo de mujeres.

11. Un 10,8 % de las empresas de la Comunitat Valenciana tiene en su plantilla personas pertenecientes a colectivos desfavorecidos, vulnerables y de difícil empleabilidad. Se trata de un nivel inferior al mostrado por las empresas españolas en el 2008, que estaba situado en el 18,8%, haciendo evidente las consecuencias de la crisis económica en tales colectivos.

El tamaño de la empresa vuelve a ser relevante dado que aquel nivel se eleva al 62.8% en las empresas de más de 50 trabajadores. Para las empresas de entre 10 y 50 trabajadores este porcentaje se sitúa en el 22,8 y para las microempresas en un 8,9%. Las Sociedades Anónimas y las Sociedades limitadas presentan el mayor porcentaje de empresas con empleados pertenecientes a colectivos con dificultades socio-laborales, en torno al 11%, mientras que en el extremo opuesto, se hallan las formas jurídicas de Economía Social, donde tan solo un 7,0% de las empresas cuentan con trabajadores

desfavorecidos en sus plantillas. Por sectores de actividad destacan el agroalimentario y el industrial con pesos respectivos del 18,6% y 17,6%.

12. El tipo de colectivo desfavorecido de mayor incidencia en las empresas de la Comunitat Valenciana es el de discapacitados con una incidencia del 47,4 %, seguidos por el de los inmigrantes con un 36,9%, parados de larga duración con el 13,2 %. Son los colectivos marginados y mujeres con problemas sociales y familiares, los que aparecen con una incidencia respectiva del 2,8 % y el 1,1 % en las empresas valencianas comprometidas. No obstante, y a pesar de su inferior representación sobre el resto de colectivos integrados laboralmente, son los trabajadores inmigrantes los que en número medio son mayoritarios en las empresas valencianas (un total de 4), seguido del de marginados y personas con minorías étnicas (con 3 trabajadores por empresa). A continuación se halla el colectivo de parados de larga duración con una media por empresa de 2 trabajadores, y los discapacitados con 1 trabajador de media.

Conclusiones flash:

Algo más de un diez por ciento de empresas de la Comunitat Valenciana tienen en su plantilla trabajadores con especiales dificultades de empleo. El tamaño presenta una relación directa con la inclusión de tales trabajadores en las empresas de la Comunitat. Por formas jurídicas destacan las Sociedades Anónimas y las Sociedades Limitadas, y muy por debajo la Economía Social. Son los sectores agroalimentario e industrial en los que la presencia de colectivos laboralmente desfavorecidos es mayor. Son los trabajadores discapacitados e inmigrantes los más integrados en las empresas valencianas, estando estos últimos en un mayor número medio en las empresas donde se integran.

PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON SU ENTORNO SOCIAL

13. El 30,6% de las empresas valencianas realizan actividades de filantropía, similar al nivel de las empresas españolas en 2008, año de inicio de la crisis.

Estas acciones son llevadas a cabo en mayor medida por empresas de más de 50 trabajadores (45,6%), un 34,9% por el segmento de las pequeñas empresas, mientras que las microempresas, con un 30,0%, se sitúan alrededor del peso medio de la Comunitat. Por formas jurídicas son las sociedades limitadas las que superan en alrededor de cuatro puntos a la media de la Comunitat en la realización de acciones filantrópicas, con un 34,4%. A gran distancia les siguen el resto de empresas, las Sociedades Anónimas que desarrollan tales acciones en un 15,0% de los casos, y las empresas y entidades de Economía Social, con un reducido 11,5%. Este panorama es notablemente opuesto al evidenciado en el estudio nacional del 2008, donde junto a las Sociedades Anónimas, las formas jurídicas españolas de Economía Social eran líderes en la realización de actividades de filantropía con su entorno social.

Es el sector agroalimentario el que presenta una mayor incidencia de prácticas filantrópicas, donde casi la mitad de sus empresas, un significativo 46,6% las realizan. A notable distancia les siguen los sectores del comercio, con un peso del 36,8%, los servicios con un 32,1%, y la construcción con un 23,3%. La comparación de los pesos de estos dos sectores con los relativos a las empresas españolas al inicio de la crisis revela los efectos negativos de la crisis con descensos de más de 10 puntos en el primer sector y más de 20 en el segundo. El sector industrial es el que menor actividad filantrópica realiza, con un 5,4% de las empresas.

13. El 17,6% de las empresas de la Comunitat Valenciana realizan aportaciones o donaciones en especie, es decir, en productos o servicios a entidades sociales o de Economía Social. Estos datos son notablemente inferiores a los evidenciados para las empresas de la Comunitat Valenciana pre-crisis, donde el 24% de las mismas realizaban tales actividades filantrópicas.

Atendiendo al número de trabajadores de las empresas donantes, existe una coincidencia con la tónica mostrada por los datos para el conjunto de las acciones de filantropía, dado que son las empresas medianas y grandes las que despliegan mayoritariamente este tipo de acciones filantrópicas, realizándose por el 37,8% de las mismas. En las pequeñas empresas también se supera ampliamente el porcentaje global la Comunitat con un 27,7%. Son las microempresas las que detentan un menor nivel de actividades filantrópicas en especie, con un 16,4%.

Por forma jurídica se sigue la tónica general de la Comunitat, siendo las Sociedades Limitadas aquellas que más realizan aportaciones en productos y servicios a entidades sociales, con un 19,9%, seguidas por las formas jurídicas del Sector de Economía Social con una incidencia de aportaciones de un 11,3%. Las empresas de los sectores agroalimentario son las que superan ampliamente los niveles de las aportaciones en especie para el conjunto de la Comunitat, con un 46,6%, seguido a gran distancia del sector servicios, con un 20,6% y el comercio, con un 14,1%. De nuevo la incidencia resulta menor en los sectores de construcción e industrial.

14. El valor económico de las aportaciones en especie es reducido puesto que para un 43,6% de las empresas este no supera los 1.000€, siendo el valor económico medio de las mismas de 1.167€, a distancia de los datos para la Comunitat pre-crisis donde este valor medio alcanzaba los 1.520€, y a gran distancia de los 3.729€ de tales aportaciones a nivel nacional en 2008. Por forma jurídica es de destacar la relevante implicación de las empresas y entidades de Economía Social, cuyo valor económico medio de lo aportado en especie es de 3.733€, triplicando claramente la media de las empresas de la Comunitat. Por sectores de actividad es de destacar las aportaciones de las empresas del sector de la construcción con un importe medio de 1.500€, seguidas de las del sector industrial y del de servicios con importes medios respectivos de 1.289€ y 1.237€. En el sector agroalimentario tales aportaciones alcanzan la reducida cantidad media de 642€.

15. El 17,3% de las empresas de la Comunitat Valenciana efectúan donaciones financieras a entidades sociales. Este porcentaje es notablemente inferior al evidenciado para las empresas de la Comunitat Valenciana pre-crisis, donde el 47% de las empresas realizaban tal tipo de filantropía.

Siguiendo la tónica general, son las empresas medianas y grandes entre las que mayor incidencia tiene este tipo de filantropía, la cual se da en el 23,2% de las mismas, seguidas, paradójicamente por las microempresas, donde el 17,7% de las mismas realizan donaciones dinerarias a entidades sociales. Por forma jurídica, y al igual que se daba para las aportaciones en especie, se observa la supremacía de las Sociedades Limitadas con un significativo 19,4%, superior en más de dos puntos a la media del total de empresas de la Comunitat, seguidas de las Sociedades Anónimas con una incidencia del 10,9%, destacando negativamente las formas jurídicas de la Economía Social, dentro de las cuales un reducido 2,4% de empresas realiza tales actividades de filantropía. El desglose de empresas por sectores de actividad económica revela que las donaciones financieras son superiores a la media en las empresas del sector comercio con un 22,4%, construcción con un 20,1% y servicios con un 17,9%, frente a los pesos mínimos del sector agroalimentario (7,9%), e industrial (2,2%).

16. El valor económico medio de las donaciones financieras de las empresas de la Comunitat Valenciana a entidades sociales asciende a 1.247€. Este importe es ligeramente inferior a los 1.320€ declarados por las empresas Valencianas al inicio de la crisis.

No obstante el 53,4% de las empresas valencianas que realizan actualmente donaciones financieras lo hacen por importes de hasta 1.000€. Sólo un el 4,3% de las mismas superan los 6.000€. De nuevo el tamaño empresarial es directamente proporcional al tamaño de la donación, dado que las empresas medianas y grandes, superan muy ampliamente el valor económico medio de estas donaciones alcanzando el monto de 3.980€. El resto de empresas realiza tales donaciones por valores que rondan la media de la Comunitat. Por formas jurídicas las Sociedades Anónimas superan ostensiblemente la media del conjunto de empresas de la Comunitat con 8.522€. Por sectores es relevante el sector industrial que supera ampliamente la media del conjunto empresarial de la Comunitat con aportaciones medias estimadas de 5.068€.

17. Un reducido 6,5% de empresas de la Comunitat Valenciana realiza actividades de patrocinio con entidades sociales. Este porcentaje era ostensiblemente inferior al constatado en 2008 donde el 20,8% de las empresas valencianas habían patrocinado durante el último ejercicio actividades de entidades y proyectos sociales.

Por tamaño empresarial son las empresas medianas y grandes las que más realizan patrocinios, con una incidencia del 9,9% de las mismas, seguidas, con apenas un punto de diferencia, de las pequeñas empresas que ostentan un peso del 9,0%. Es en las microempresas donde se da un menor nivel de utilización, con un 6,3% de las mismas, peso en todo caso situado alrededor de la media de la Comunitat. Por forma jurídica, y

siguiendo el patrón expresado para el resto de modalidades de filantropía, destacan las Sociedades Limitadas con una incidencia de 7,6%. El resto de formas jurídicas realizan patrocinios con un significativo menor peso que el relativo al conjunto de la Comunitat, un 2,2% en el caso de las formas jurídicas de la Economía Social, y un 1,4% entre las Sociedades Anónimas.

Atendiendo al sector de actividad, y al igual que en el caso de las donaciones financieras, aunque con menores pesos, destacan los sectores de servicios con un 8,3%, y el comercio con un 6,1% de empresas. En el sector agroalimentario la incidencia es del 3,2, y en el industrial de un 1,1%, tornando inexistente en la construcción.

18. El valor económico medio de los patrocinios en las empresas de la Comunitat alcanza los 4.166€, superior al valor medio del resto de acciones filantrópicas. No obstante el 30,3% de las empresas realizan patrocinios por cuantías económicas reducidas de hasta 3.000 €, y solo el 16,4% de entre 3.000€ hasta 6.000€.

Son las pequeñas empresas las que realizan actividades de patrocinio por valores económicos superiores a la media del conjunto de empresas de la Comunitat, con 5.813€, seguidas de las microempresas con una aportación media de 3.983€. Por forma jurídica las Sociedades Limitadas vuelven a ser preeminentes, con importes medios donados que se sitúan alrededor de la media. El sector industrial destaca sobremanera por el valor patrocinado con importes medios 16.161€.

Conclusiones flash:

Las actividades filantrópicas de las empresas de la Comunitat Valenciana con mayor incidencia son aquellas realizadas en términos donaciones dinerarias y en productos y servicios. La realización de patrocinios tiene una incidencia bastante inferior. Existe una correlación directa entre el tamaño empresarial y las actividades filantrópicas. Las formas jurídicas más activas en este contexto son las Sociedades Limitadas. Por sectores de actividad destaca respecto de las aportaciones en especie el sector de la agroindustria, en las donaciones financieras el sector comercio, y en los patrocinios es especialmente relevante el sector industrial. El valor económico medio de las aportaciones dinerarias y en especie es reducido, en torno a los 1.200€, para los patrocinios este importe es casi cuadruplicado. Todas y cada una de las modalidades de filantropía han experimentado una reducción respecto de los niveles pre-crisis, lo cual es especialmente evidente en el ámbito de los patrocinios, y para el sector de la construcción e industrial.

19. Sólo el 9,9% de las empresas de la Comunitat Valenciana son sensibles al Voluntariado Corporativo, permitiendo o incentivando que sus trabajadores colaboren con entidades sociales en horario laboral.

Es en las microempresas donde la figura del VC se permite o fomenta en un 10,4%, seguidas de las grandes empresas con un 8,4%, situándose a gran distancia las

pequeñas empresas, donde el VC es fomentado por un reducido 3,7% de las mismas. Por formas jurídicas destacan las Sociedades Anónimas con un 14,8%, y las Sociedades Limitadas con un 9,9% en la realización de actividades de fomento del VC. Por sectores de actividad destaca el sector industrial (20,7%), seguido de los sectores de comercio (11,2%) y de la construcción (10,3%).

20. La extensión real del VC en las empresas de la Comunitat Valenciana es marcadamente inferior, puesto que el 3,8% de las empresas valencianas cedieron algún trabajador para prestar servicios en entidades sociales durante alguno de los tres últimos ejercicios económicos. No obstante este porcentaje supera al 2,1% que presentaban las empresas de la Comunitat Valenciana antes de la crisis.

Atendiendo al tamaño de la empresa son las microempresas las que superan el nivel de incidencia media de esta figura, puesto que 4,1% ha realizado programas de VC, seguidas de las empresas más grandes, donde la extensión del VC se sitúa en un 2,6%. Por forma jurídica destacan las Sociedades Anónimas, dado que el 7,9% de las mismas realizan programas de VC, a las que les siguen las Sociedades Limitadas, que despliegan tales programas en un 3,6%. Esta figura no es significativa entre las empresas y entidades de Economía Social. Por sectores de actividad son significativos el de construcción e industrial, con pesos similares del 10,0%, el comercio, donde 6,9% de empresas cuentan con programas de VC, siendo muy marginal en el sector servicios, con una incidencia del 1,6%.

El número medio de trabajadores voluntarios cedidos en entidades sociales por empresa se ha estimado en una media de 1, para el 75,7% de las empresas que cuentan con VC. El número medio de horas de servicios prestados en entidades sociales por voluntario se estima en una media semanal de 20 horas, alrededor de 90 horas mensuales.

Conclusiones flash:

La reducción de las actividades filantrópicas a lo largo de la crisis se ha visto compensada con el aumento de los programas de Voluntariado Corporativo en las empresas de la Comunitat Valenciana. No obstante es una figura de muy incipiente extensión real, dándose casi en el 4% de las empresas, a pesar de que las mismas cuentan con una sensibilidad casi tres veces superior. El número medio de trabajadores cedidos es reducido, en torno a 1, para la mayoría de las empresas que realizan programas de VC. Las horas semanales prestadas en entidades sociales por voluntario alcanza una media de 20. Es entre las microempresas donde la incidencia de esta figura es superior, y por parte de los sectores industriales y de la construcción. Entre las empresas de Economía Social la figura del VC no se halla introducida.

PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON EL MEDIOAMBIENTE

21. El 43,2 % de las empresas de la Comunitat Valenciana dispone de medidas de calidad ambiental más allá de las legalmente establecidas. Se trata de un porcentaje ligeramente más bajo al hallado para el total de empresas españolas al inicio de la crisis.

Por número de trabajadores, se constata una relación directamente proporcional entre mayor número de trabajadores y mayor sensibilización con la calidad medioambiental, de manera que las empresas con más de 50 trabajadores presentan el mayor porcentaje de empresas con medidas de calidad ambiental (79,0%), le sigue las en cumplimiento en aquellas de hasta 50 trabajadores (57,2%) y finalmente, las microempresas (41,5%). Esta tendencia es coincidente con la evidenciada a nivel nacional.

Son “Otras formas societarias” las que presentan mayor calidad medioambiental en un 73,9% de los casos, a ellas les sigue las formas jurídicas de Economía Social con un peso del 56,6%, las Sociedades Limitadas con un 42,8% y las Sociedades Anónimas, en última posición, con un 36,2%. Por sectores de actividad destaca el industrial (88%). Los sectores de comercio, con un 41,1%, y los servicios, con 43,3%, son los que declaran un porcentaje más bajo de concienciación con el medio ambiente, entorno a la media de la Comunitat. La agroindustria sector especialmente significativo en nuestra Comunitat es el de menor sensibilización ambiental interna con un 32,8%.

22. Sólo el 25,2% de las empresas de la Comunitat han implementado medidas para la eliminación de barreras arquitectónicas en sus lugares de trabajo, constituyendo éste uno de los principales aspectos objeto de mejora. Igualmente los pesos nacionales eran superiores en 2008, con un nivel del 37,3%. Por número de trabajadores, son de nuevo las grandes empresas con más de 50 trabajadores las que encabezan el ranking de empresas más sensibilizadas en este sentido (un 63%). Por forma jurídica, destacan las Sociedades Limitadas con un 27,5% de empresas sensibilizadas con este tema. Las sociedades Anónimas con peso del 20,9% se sitúan bajo la media, destacando muy negativamente las formas jurídicas valencianas de Economía Social, que ostentan un exiguo 4,6%. Por sectores de actividad destacan las empresas del sector agroalimentario (48,1%), seguido a cierta distancia por los servicios (30,2%), en tercer lugar se encuentra el sector del comercio (16,8%).

23. Las empresas valencianas reconocen en su mayoría (72,8%) su responsabilidad con el medio ambiente en el que se desenvuelven al reciclar los residuos generados por su actividad. Se observa, de nuevo, el mismo parámetro que en el caso de las medidas internas siendo las empresas con más trabajadores de 50 trabajadores las que mayor sensibilización tienen (88%), seguidas muy de cerca de las pymes (77,5%) y finalmente por las microempresas (72,2%). Por forma societaria, las empresas más concienciadas con el tema son las Sociedades Anónimas (69%) seguidas muy de cerca por las

empresas de la Economía Social (67,3%), el tercer lugar corresponde a las Sociedades Limitadas donde el 66% de las mismas reciclan residuos. Por sector de actividad, es relevante el agroalimentario (92,7%), seguido muy de cerca por el industrial (90,2%) y servicios (72,3%), finalmente, se encuentra el sector comercio (69,4%) y el de la construcción (60,9%).

24. Sólo el 9,7% de las empresas de la Comunitat Valenciana realizan algún tipo de medidas de control de emisiones atmosféricas o vertidos, un porcentaje alejado en más de seis puntos del de las empresas españolas al inicio de la crisis. Por lo tanto la articulación de medidas de control de emisiones y vertidos es uno de los aspectos más relevantes.

Por número de trabajadores son, de nuevo, las grandes empresas de más de 50 trabajadores las que presentan mayor sensibilización hacia el control de emisiones atmosféricas o vertidos (40,3%), seguidas por las pymes (17,8%) y bastante más alejadas las empresas de hasta 10 trabajadores (8,7%). Atendiendo a la forma jurídica son de nuevo las empresas de la Economía Social (16,1%), las de mayor sensibilización, seguidas de las Sociedades Anónimas (un 14,7%), y de las Sociedades Limitadas con un 8,8%, peso inferior a la media de las empresas de la Comunitat. Por sector de actividad, son las empresas del sector industrial las que presentan una mayor puntuación en el estudio (33,2%), seguidas por las empresas del sector agroalimentario (31,6%).

25. Un 11,7% de las empresas de la Comunitat Valenciana utilizan energías limpias o renovables en sus actividades productivas. Peso de nuevo inferior al 19,7% de las empresas españolas al inicio de la crisis. De nuevo son las empresas con mayor número de trabajadores las que presente un mayor índice de utilización de energías limpias o renovables (40,3%), de igual forma les siguen las empresas con hasta 50 trabajadores (20,6%) y finalmente, las microempresas con hasta 10 trabajadores, donde el 10,4% usa energías renovables o limpias. Por forma jurídica, los resultados son semejantes a los obtenidos para los parámetros anteriores, destacando en primer lugar las Sociedades Anónimas (25,3%). Las empresas de la Economía Social (15,6%) ocupan el segundo lugar y en tercer lugar encontramos las Sociedades Limitadas (10,4%). Los sectores de actividad con mayor índice de utilización de energías limpias o renovables son los de la industria (33,2%) y el agroalimentario (31,6%).

26. La reutilización de materiales es la medida medioambiental externa más practicada por las empresas de la Comunitat Valenciana, puesto que el 48,4% de las mismas lo realizan. Sin embargo, de nuevo nuestra Comunitat se halla en este sentido, inferiormente posicionada respecto de las empresas españolas al inicio de la crisis, de las cuales el 60,7% reutilizaban materiales.

Por número de trabajadores, son de nuevo las empresas con más de 50 trabajadores los que presentan mayor grado de reutilización de materiales (70,2%), frente al 47,6% de las microempresas. Atendiendo a la forma jurídica de las sociedades son las Sociedades Anónimas (52%) las que más reutilizan los materiales, seguidas por las Sociedades Limitadas (49,3%). Las empresas de la Economía Social reutilizan materiales

en un 33,8% de los casos, notablemente inferior a la media de empresas valencianas. Por sectores de actividad aquel que más reutiliza materiales es el industrial (79,5%), seguido de cerca por el comercio (62,4%), el sector agroalimentario (55%), y por último los sectores de servicios (42,3%) y de la construcción (37,1%), cuyos pesos son inferiores a la media de las empresas de la Comunitat.

27. Únicamente un 9,3% del total de empresas reconoce disponer de certificaciones medioambientales, porcentaje inferior al 11,2% de las empresas españolas que afirmaban tenerlas al inicio de la crisis. Atendiendo al número de empleados, se puede establecer una relación directamente proporcional entre los mismos y la posesión de certificaciones medioambientales dado que son más las empresas con más de 50 trabajadores las que poseen dichas certificaciones (52,3%). La proporción se reduce bastante al hablar de las empresas que tienen entre 10 y 50 empleados (22,5%) y finalmente, llega a unas cifras ínfimas al hablar de empresas con hasta 10 empleados (7,5%). Según su forma jurídica son las empresas de la Economía Social (19,1%) las que presentan un mayor número de certificaciones, seguidas y a gran distancia de las Sociedades Anónimas (9,8%) y por último, las Sociedades Limitadas (8,7%).

28. Un exiguo 1,6% de empresas de la Comunitat Valenciana declara cumplir protocolos internacionales sobre medioambiente. Atendiendo al número de trabajadores y considerando la escasa relevancia en nuestras empresas cabe destacar que son, una vez más, las empresas con más de 50 trabajadores las que mayor cumplimiento realizan de los protocolos internacionales (7,5%), seguidas de las empresas entre 10 y 50 empleados (3%) y en último lugar y con un porcentaje inferior a la media de empresas de la Comunitat, en aquellas con menos de 10 empleados (1,4%). Según la forma jurídica adoptada por las empresas, se halla en primer lugar las Sociedades Limitadas (1,8%), seguidas de las Sociedades Anónimas (1,1%). Por sectores de actividad económica sigue siendo el sector agroalimentario (9,3%) el más concienciado con el cumplimiento de protocolos medioambientales internacionales si bien el nivel de cumplimiento es todavía reducido. Le sigue el sector industrial en un 3,3% de empresas.

Conclusiones flash:

Son las medidas de calidad medioambiental interna, junto con las medidas externas de reciclado de residuos, y de reutilización de materiales, donde las empresas de la Comunitat Valenciana tienen un mayor nivel de sensibilización, dándose en más del 40% de las mismas en el primer caso, casi del 50% en el segundo, y en algo más del 70% de empresas en el tercero. A una distancia considerable se hallan los temas relacionados con el uso de energía limpia o renovable, la eliminación de barreras arquitectónicas y por último el control de las emisiones atmosféricas o vertidos. Es el sector agroalimentario el que se halla más sensibilizado. Por tipos de empresas se encuentra una relación directamente proporcional entre el tamaño de la empresa por número de trabajadores y la mayor aplicación de estas medidas, destacando a su vez, que tanto las empresas con forma jurídica de Sociedad Anónima como las que conforman la Economía Social son las más sensibilizadas y comprometidas con el tema

medioambiental. Un porcentaje reducido de empresas valencianas declara disponer de certificaciones ambientales, lo cual es directamente proporcional al tamaño de la empresa, y entre las formas jurídicas de Economía Social. El seguimiento de protocolos internacionales de medioambiente es muy marginal entre las empresas de la Comunitat, dándose con mayor incidencia en las empresas de mayor tamaño, entre las Sociedades Limitadas y en el sector agroalimentario.

BUEN GOBIERNO EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

29. El 15,2% de las empresas de la Comunitat Valenciana dispone de Código de Conducta Ética o de Buen Gobierno, dato muy superior al 6,2% relativo a las empresas españolas en 2008. Esta incidencia superior en las empresas de la Comunitat evidencia que la crisis económica ha demostrado la necesidad de prácticas transparentes y éticas por parte del sector empresarial valenciano, sirviendo de acicate para la elaboración de Códigos de Buen Gobierno.

Atendiendo al tamaño de la empresa, aquellas con más de 50 trabajadores destaca por disponer de Código de Buen Gobierno, puesto que un porcentaje del 28,7% lo tiene. Son seguidas por las microempresas, donde el 15,4% cuentan con tal código, mientras que el porcentaje desciende al 10,8% en las empresas de 10 a 50 trabajadores. Por formas jurídicas las Sociedades Anónimas disponen de un Código de Buen Gobierno en un porcentaje más elevado (20%), así como un 15,7% de las Sociedades Limitadas, resultando prácticamente inexistente en las formas de Economía Social. Atendiendo al sector de actividad destaca el sector de la construcción con un peso del 21,5%, y el sector servicios con un 16,3%. Muy cerca se sitúa el sector industrial con un porcentaje del 15,1%.

30. Durante el periodo 2011-2014 se implantaron el 37,3% de los códigos seguidos por las empresas de la Comunitat. El 19% durante el periodo 2001-2005. A lo largo del 2015 elaboraron códigos de Buen Gobierno el 5,1% de empresas valencianas.

31. Sólo el 38,2% de las empresas de la Comunitat Valenciana, que disponen de Código de Buen Gobierno han adoptado algún mecanismo de control o de auditoria del mismo. Este peso es inferior al mostrado por las empresas españolas en 2008, donde el 58,0% de los códigos eran controlados o auditados. El mecanismo de verificación del Código de Buen Gobierno utilizado por las empresas de la Comunitat Valenciana, que cuentan con él, es en el 62,3% la auditoria externa o monitorización independiente, frente al 37,7% que realiza una verificación a nivel interno.

32. Entre las medidas de Buen Gobierno adoptadas por las empresas valencianas destacan aquellas que tienen que ver con la mejora de la transparencia en la gestión con un 70,2%, y la transparencia retributiva con un peso del 69,1%. La transparencia contable hacia los socios es referida por el 48,9% de empresas. Un 33,2% indican que existen medidas que limitan la concentración de poder; un 26,8% refiere la existencia de independencia de sus Consejeros o Comisionados, un 20,3% señala medidas de

participación de los trabajadores en la empresa, y el 18,3% de las empresas de la Comunitat confirma la existencia de limitaciones a las retribuciones de los Consejeros o Comisionados. La paridad de género en los Consejos de Administración se reconoce sólo en el 7,9% de las empresas, inferior al 33,9% declarado por las empresas españolas en 2008.

33. Sólo un 9,2% de empresas de la Comunitat Valenciana indica que existe algún procedimiento que permite a los grupos de interés comunicar al Consejo irregularidades, existiendo un departamento de RSE únicamente en el 8,7% de las empresas de la Comunitat. La supervisión por parte del Consejo de la aplicación de la política de RSE se realiza en un 1,7% de las mismas.

Conclusiones flash:

La implantación de Códigos Éticos o de Buen Gobierno es reducida en las empresas de la Comunitat Valenciana, existiendo en poco menos de la sexta parte de las empresas, aunque en franca mejora respecto del nivel expresado para las empresas españolas al inicio de la crisis. Es entre las grandes empresas, y también en las microempresas, aunque en menor medida, las que operan bajo la forma jurídica de Sociedades Anónimas, y en los sectores de construcción, servicios e industrial, donde se halla más extendida esta práctica. La mayor parte de los códigos han sido creados en el periodo 2011-2014, siendo auditados o controlados por más de la tercera parte de las empresas, mayoritariamente a través de mecanismos internos. Entre las medidas incluidas en los códigos destaca aquellas relacionadas con la transparencia (en la gestión, retributiva y contable), y en menor grado aquellas medidas que limitan la concentración de poder, la independencia de Consejeros o Comisionados, y las que promueven la participación en la empresa. Aproximadamente en una de cada diez empresas de la Comunitat existe algún procedimiento que permite a los grupos de interés comunicar al Consejo irregularidades, y en menor medida existe un Departamento de RSE en el seno de las mismas.

PRÁCTICAS RESPONSABLES DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA CON SUS GRUPOS DE INTERÉS

34. Sólo el 13,2% de las empresas de la Comunitat Valenciana establecen medidas de control sobre su cadena de proveedores y/o suministradores, porcentaje manifiestamente inferior al 31% de empresas españolas que al inicio de la crisis realizaban este tipo de controles.

Por número de trabajadores son las empresas con más de 50 trabajadores las que realizan un mayor de sus proveedores, un 60,9%, seguidas de cerca por las empresas de entre 10 y 50 empleados (27,7%) y finalmente las microempresas con un peso del 11,3%. Según la forma jurídica, en primer lugar se hallan las Sociedades Anónimas (14,1%), le siguen en orden de importancia las Sociedades Limitadas (9,9%), y por

último las empresas de Economía Social con un 8,8%. Atendiendo al sector económico destaca el sector industrial, donde el 28,1% de sus empresas controlaban los procesos de sus proveedores, y el sector agroalimentario con un peso del 18,5%. En los sectores de comercio y servicios la incidencia es menor que la media de las empresas de la Comunitat, con índices del 12,4% y 12,5% respectivamente. El sector con menor nivel de controles a proveedores es el de la construcción, dado que sólo un reducido 5,3% de sus empresas los realizan.

35. El principal mecanismo de control a proveedores y suministradores implementado por las empresas de la Comunitat Valenciana es el del control de las medidas medioambientales (55,9%), seguido por el control de la legislación vigente (55,3%), el respeto de las condiciones contractuales (54,3%), y de calidad de los productos suministrados (53,8%).

A gran distancia se encuentra el respeto a los derechos humanos, un 39,1%; la práctica del comercio justo en un 34,3%; el control del trabajo forzado, en un 32,4%, y la utilización de trabajo infantil (25,5%). Sólo un 8,9% de empresas valencianas realiza reinversión de beneficios a nivel local.

Conclusiones flash:

Sólo trece de cada cien empresas de la Comunitat Valenciana realizan algún tipo de control sobre su cadena de proveedores y/o suministradores. Entre las principales medidas de control no económicas desarrolladas destacan el respeto a los derechos humanos en todas sus variantes (la eliminación del uso del trabajo infantil y de los trabajos forzados, el control de los horarios laborales, y el respeto los derechos humanos en general). Como medidas de control de carácter económico son especialmente relevantes el control de la calidad de los productos, y el cumplimiento contractual y de la legislación vigente.

36. Sólo el 8,7% del total de las inversiones realizadas por las empresas de la Comunitat Valenciana son Inversiones Socialmente Responsables. Nivel inferior al 11,2% de empresas que la realizaban a comienzos de la crisis.

Atendiendo al número de trabajadores son, de nuevo, las empresas con más de 50 trabajadores las que más inversiones socialmente responsables realizan (19%), seguidas de aquellas que tienen entre 10 y 50 empleados (8%), y por último y en menor medida de las microempresas (4,9%). Por sectores de actividad destacan el agroalimentario (8,5%) y los servicios (6,1%). Frente a ellas se halla el sector del comercio (5,5%), el sector industrial (2,5%) y la construcción (1%). La forma jurídica que más ISR realiza son las empresas y entidades de Economía Social (14,4%), seguidas a bastante distancia de las Sociedades Limitadas (5,3%). En las Sociedades Anónimas tales inversiones son escasísimas, dándose en un 1,8% de las mismas.

37. El porcentaje medio de presupuesto destinado por las empresas de la Comunitat Valenciana a inversiones socialmente responsables asciende al 8,7% del total.

Atendiendo a escalas de distribución, el 23,6% de las empresas valencianas realizan Inversiones socialmente responsables por una cantidad que oscila entre el 5% y el 10% de su presupuesto de inversiones; el 14,2% de empresas entre del 11% y el 50% del mismo; y un 4,9% por un equivalente entre el 2% y el 5% de su presupuesto anual de inversiones.

38. Analizando exclusivamente las empresas de la Comunitat Valenciana que realizan ISR, se concluye que es una práctica más extendida en las empresas de 50 trabajadores (9,5%), seguidas de las microempresas (8,9%), y de las que tienen de 10 a 50 trabajadores (5,9%). Por forma jurídica destacan las Sociedades Anónimas (13,9%), las formas de la Economía social (10%) y finalmente las Sociedades Limitadas con un (8,3%). Los sectores económicos en que más abunda son el de servicios (9,25), el agroalimentario (3%) y el industrial (2,7%).

39. Es el equipo directivo de la empresa, en un 52,2%, el que decide la realización de la ISR; la central, en un 16,9%, el director general o el gerente en un 15,4%, el Consejo de administración (14%) y para el 13,6% de las empresas valencianas, todos sus miembros. Los accionistas y el resto de departamentos en un 2,1% y 0,5% respectivamente.

En las empresas de hasta 10 trabajadores el principal órgano de toma de decisiones de ISR es el equipo directivo de la empresa (55,7%), seguido de la central (19,7%), el consejo de administración (16,3%) y el director general o el gerente (11,8%). Para las empresas de entre 10 y 50 trabajadores, es el director o el gerente quien decide, en un 37,1%; el equipo directivo, en un 20,3%, y los propios accionistas en el 14,8% de las empresas. En las empresas con más de 50 empleados, es el equipo directivo en un 63,6% de los casos; el director o gerente, en el 28,4%, los propios accionistas en un 9,3%, y el consejo de administración o rector en el 7,4% de las mismas.

Conclusiones flash:

Algo menos de una décima parte de las empresas de la Comunitat Valenciana realizan Inversión Socialmente Responsable (ISR). Ello es especialmente evidente en las empresas de mayor tamaño, en los sectores agroalimentario y de los servicios, y entre las empresas de Economía Social. El porcentaje medio de su presupuesto destinado a inversiones socialmente responsables en las empresas de la Comunitat es inferior al 10%. Es el equipo directivo el que mayoritariamente toma la decisión por la ISR.

40. Las medidas de información al consumidor son las prácticas de RSE de mayor peso tienen entre las empresas de la Comunitat Valenciana, estando presentes en el 21,5% de las mismas. No obstante se trata de un peso relativamente inferior al evidenciado para las empresas españolas en 2008, donde el 37% de las mismas disponían de tales medidas.

41. Según el número de trabajadores son las empresas con más de 50 empleados las que presentan mayor nivel de medidas de responsabilidad social hacia el consumidor, un 38,1%, seguidas por las empresas de menor tamaño (21,5%) y finalmente de las empresas de entre 10 y 50 trabajadores (18,7%). Por forma jurídica destacan las formas

Economía Social (28,4%), las Sociedades Limitadas (21,3%), y por último las Sociedades Anónimas (19,4%). Son relevantes el sector agroalimentario (23,9%), los servicios (22,4%) y el sector comercio (21,4%).

42. Entre las medidas de información al consumidor desplegadas por las empresas de la Comunitat Valenciana se indican aquellas relativas a la información sobre el cumplimiento de la normativa legal que obliga a sus productos (77,7%); la existencia de protocolos para la resolución de conflictos con el consumidor (69,2%); la información de la calidad del producto suministrado al consumidor (68,7%) de empresas. Las actividades de información sobre la calidad de los factores empleados para su elaboración, que se dan en el 50% de empresas y las certificaciones sobre el consumidor (42%). Un 39,5% de empresas valencianas dispone de informes sobre medidas correctas de consumo y riesgo, y sólo el 1,2% de empresas de la Comunitat dispone de fichas de seguridad en el consumo de sus outputs.

Conclusiones flash:

Las medidas de información al consumidor son las prácticas más desarrolladas por las empresas de la Comunitat Valenciana, estando dispuestas en algo más de la quinta parte de las empresas. Se trata de prácticas de mayor extensión entre las grandes empresas, las formas jurídicas de la Economía Social y en el sector agroalimentario y de servicios. Las prácticas más implementadas son aquellas que informan al consumidor sobre el cumplimiento de la normativa legal de productos, los protocolos para la resolución de conflictos, la información sobre la calidad del output. En menor medida se encuentran las medidas informativas sobre calidad de los factores empleados en la elaboración de los productos, y la existencia de certificaciones sobre consumo.

COMUNICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RSE DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

43. Solo el 2,9% de las empresas de la Comunitat Valenciana han elaborado Informes Sociales en los últimos tres años. Tónica similar a la expresada por las empresas españolas al inicio de la crisis.

Se trata de una práctica especialmente desarrollada por las empresas de más de 50 trabajadores, en un 6,9% de los casos, seguidas por las microempresas, entre las que el nivel de incidencia se sitúa en el 3,0%. Según forma jurídica las Sociedades Limitadas realizan tales informes en un 3,1% de los casos (en torno a la media de la Comunitat), un 2,8% de las Sociedades Anónimas (2,8%), y un muy marginal 0,2% de empresas de Economía Social (dato muy inferior al 12,7% de empresas españolas que realizan Informes Sociales en 2008). Por sectores de actividad destaca muy relevantemente el sector comercio, donde el 10,7% de empresas realizan Informes Sociales. El resto de sectores se encuentra a gran distancia: el industrial (3,8%), los servicios (1,2%) y el agroalimentario (0,8%).

44. En un 55,6% de los casos se trata de Informes Sociales independientes, es decir, no integrados en la memoria económica de la empresa.

45. El 43,1% de las empresas de la Comunitat que realiza Informes Sociales, ha implantado algún mecanismo de control o de auditoria del mismo. En cuanto a los mecanismos de control, en el 98% de las empresas la verificación se realiza mediante auditoría externa, y el 2% restante aquella es tanto externa como interna. Ninguna empresa manifiesta utilizar la verificación interna como único método de control.

Conclusiones flash

Aproximadamente tres de cada cien empresas de la Comunitat Valenciana han elaborado Informes Sociales en los últimos tres años. Una práctica especialmente seguida por las empresas de mayor tamaño y a continuación por las microempresas. Las formas jurídicas donde predomina esta práctica son las Sociedades Limitadas, siendo más aplicada en el sector del comercio y a gran distancia en el industrial. Se trata de informes mayoritariamente de carácter independiente, es decir, no integrados en la memoria económica de las empresas, y son verificados básicamente a través de auditoría externa.

46. Sólo el 2,5% de las empresas de la Comunitat Valenciana han elaborado Memorias de Sostenibilidad en los últimos tres años. Dato muy similar al evidenciado por las empresas españolas al inicio de la crisis.

El segmento de empresas con más de 50 trabajadores se distingue por encontrarse por encima de la media de la Comunitat en la realización de Memorias de Sostenibilidad con una incidencia del 8,6%, al que siguen las empresas de entre 10 y 50 trabajadores, con un peso del 4,7%, y las empresas con hasta 10 trabajadores, en el 2,5% de las mismas. Las Sociedades Anónimas destacan, dado que el 4,3% de las mismas realizan Memorias de Sostenibilidad, les siguen las Sociedades Limitadas, entre las que se da una incidencia del 2,5%. Por sector de actividad destacar el de la construcción, donde el 10% de empresas elabora Memorias de Sostenibilidad, el sector industrial con un 6,3% de empresas, y el comercio, en un 5,4%.

47. Desde el año 2000 las empresas de la Comunitat han venido elaborando Memorias de Sostenibilidad a un ritmo quinquenal del 3,5%. No obstante destaca sobremanera este año 2015, dado que un 35,3% de empresas valencianas manifiestan haber implantado Memorias de Sostenibilidad.

48. El 55,2% de las empresas de la Comunitat que elaboran Memorias de Sostenibilidad han implantado algún mecanismo de control o de auditoria de las mismas. Se trata en el 87,7% control mediante auditoría externa. Tan solo el 7,4% de las empresas realiza procesos de verificación interna, y el 4,0% efectúa ambos tipos de control.

Conclusiones flash:

Menos de tres de cada cien empresas de la Comunitat Valenciana han elaborado Memorias de Sostenibilidad en los últimos tres años. Ello es especialmente significativo entre las Sociedades Anónimas, y en los sectores de la construcción e industrial. Su ritmo de implantación ha sido lento desde el año 2000, alrededor del 3%, aunque este porcentaje se ha multiplicado por diez a lo largo de este 2015. Mayoritariamente las Memorias de Sostenibilidad son verificadas de manera externa por las empresas de la Comunitat.

49. Sólo el 0,7% de empresas de la Comunitat Valenciana sigue criterios internacionales de RSE.

Destacan como en los casos anteriores las destacan las empresas de más de 50 trabajadores con un peso del 5,5%, muy superior a la media de empresas de la Comunitat. El resto de tamaños de empresas presenta una incidencia muy baja, alrededor de la media en el seguimiento de criterios internacionales de RSE. Por forma jurídica de nuevo destacan las Sociedades Anónimas, entre las que se alcanza una incidencia del 2,5%. Las Sociedades Limitadas con un escaso 0,5%, se hallan muy alejadas, destacando el hecho de que entre las empresas de la Economía Social no se da ningún tipo de representación. Atendiendo al sector de actividad se distingue el sector industrial destaca con un peso del 3,9%, a continuación se halla el sector agroalimentario con un 2,1%, y finalmente el sector servicios con un 0,5%. El resto de sectores no tienen representación.

50. Entre los criterios internacionales de RSE seguidos por las empresas de la Comunitat Valenciana destaca el Global Ecolabeling Network con un elevado 78,7%, seguido por aquellos que tienen que ver con las normas ISO, como el criterio ISO 9000 en un porcentaje del 46,5%, la norma ISO 26000 adoptada por un 39,4% de empresas, y las normas ISO específicas de cada sector son seguidas en un porcentaje del 14,1%. Los criterios del Global Compact, Sigam Project y Accountability 100 series, cuentan con un peso del 39,4% cada uno. Las guías GRI y los criterios EFQM que se siguen en niveles muy bajos, con un igual peso del 2,9%.

Conclusiones flash:

El seguimiento de criterios internacionales de RSE es absolutamente marginal entre las empresas de la Comunitat Valenciana. Su existencia es más marcada entre las empresas de mayor tamaño, la forma jurídica de Sociedad Anónima, y en los sectores industrial y agroalimentario. Los principales criterios seguidos son el Global Ecolabeling Network muy destacadamente, las normas ISO (ISO 9000, ISO 26000 e ISO específicas) y los criterios del Global Compact, Sigam Project y Accountability 100 Series. Las pautas del GRI y EFQM son muy débilmente seguidas por las empresas de la Comunitat Valenciana.

9. EPÍLOGO

Concluye de esta manera el presente estudio que ha sido elaborado con la finalidad de realizar un diagnóstico completo y minucioso sobre las prácticas de Responsabilidad Social que realizan las empresas de la Comunitat Valenciana. Se han estudiado así las prácticas responsables de las empresas valencianas en su ámbito laboral, el compromiso con el medioambiente, con sus *stakeholders*, con su entorno social, sus prácticas de Buen Gobierno, y se han valorado las actividades de comunicación y reporte de la RSE. Los resultados y conclusiones evidenciadas muestran un nivel de desarrollo de las prácticas de RSE reducido, cuando no incipiente, entre las empresas de la Comunitat. El excesivo peso otorgado a las prácticas voluntarias y a los procesos de autorregulación por parte de las empresas, así como el carácter no vinculante de los códigos y normas internacionales vendrían a justificar esta realidad, una realidad con aún deficientes compromisos empresariales, a veces poco visibles en un entorno de irresponsabilidad general, altamente permisiva y normalizada. El único camino posible para que los sistemas de supervisión y control de las actividades económicas sean eficaces, pasa por la articulación de medidas legislativas y normas obligatorias, tanto en sentido coactivo como positivo, tal y como vienen defendiendo organismos internacionales como la OCDE desde 2003. Los resultados y conclusiones de este estudio conforman un pilar sólido a través del cual pueden ser edificadas medidas públicas de fomento de la RSE en nuestra Comunitat, en la articulación de otra manera de hacer empresa, y por ende de economía y de sociedad, más competitiva, productiva, sostenible e integradora.