



**La Responsabilidad  
Social Empresarial:  
Un valor intangible y  
factor determinante de  
competitividad en las PYMES**

**Pere Ballester  
Martínez**

---

## RESUMEN

Desde hace algunos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se está convirtiendo en una herramienta de gestión empresarial en algunas organizaciones. La crisis económica de los últimos años, ha afectado su desarrollo principalmente en las empresas con menos recursos, como es el caso de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), privándoles de la posibilidad de ser más competitivas en una economía globalizada, en la que se requiere dar respuestas sostenibles a las inquietudes y necesidades de la sociedad actual. El objeto de este trabajo, es comparar y analizar a través de una investigación empírica, el grado de conocimiento y prácticas de responsabilidad social y sus efectos, en un número reducido de empresas grandes, medianas y pequeñas de diferentes sectores de actividad, ubicadas en la provincia de Valencia. El trabajo, se ha realizado a partir de un estudio de campo con un enfoque metodológico mixto, por medio de una encuesta y entrevistas semiestructuradas. Entre los resultados de la investigación, se destaca que se hace necesaria la decisiva actuación de las Administraciones Públicas para facilitar el establecimiento de estándares de obligaciones y su exigibilidad, para asegurar la implantación de la RSE con éxito en las empresas.

**Palabras clave:** *Responsabilidad Social Empresarial, Competitividad, Voluntariedad, Valor Intangible, Regulación.*

## ABSTRACT

For some years now, Corporate Social Responsibility (CSR) is becoming a tool of business management in some organizations. The economic crisis of recent years has affected its development primarily in companies with fewer resources, such as small and medium enterprises (SMEs), depriving them of the possibility of being more competitive in a globalized economy, where responding to needs and concerns of today's society with sustainable solutions is required. The purpose of this paper is to compare and analyze through empirical research, the degree of knowledge and practices of social responsibility and its effects in a small number of large, medium and small enterprises from different sectors, located in the Valencia. The work has been carried out from a field study with a mixed methodological approach, through a survey and semi-structured interviews. Among the research results, it is noted that the decisive action by the government is necessary to facilitate the establishment of standards and their enforcement obligations to ensure the implementation of CSR successful in business.

**Key words:** *Corporate Social Responsibility, Competitiveness, Voluntariness, Intangible Value, Regulation.*



---

# La Responsabilidad Social Empresarial: Un valor intangible y factor determinante de competitividad en las PYMES\*

*Pere Ballester Martínez*

*Facultat de Ciències Socials/ Universitat de València*

*Entregado el 10/06/2016. Aceptado el 25/07/2016*

## 1. REVISIÓN TEÓRICA

### 1.1. INTRODUCCIÓN

Hasta hace poco tiempo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha estado en auge y aumentando su reputación en determinados ámbitos, como foros empresariales, escuelas de negocios, administraciones públicas e instituciones privadas y también en foros políticos y sindicales, proyectándose la mayoría de políticas relacionadas con la responsabilidad social y marco normativo existentes, principalmente hacia las grandes empresas (López Cumbre, 2012) y multinacionales. Resulta llamativo, que estas políticas no se hayan hecho extensible desde sus inicios a las empresas medianas, pequeñas y micro (Pymes), siendo que este colectivo representa el 99,91% de nuestro tejido empresarial<sup>1</sup> en la Comunitat Valenciana, porcentaje algo superior que en el conjunto del territorio nacional.

Actualmente, y tras un largo periodo de etapa expansiva de la economía y crecimiento desmedido en algunos sectores, especialmente de la construcción (debido al *boom* inmobiliario), nos encontramos atravesando lo que parece ser una de las crisis financieras mundiales más implacable, en la que los poseedores del capital financiero han sustituido como vía preferente para aumentar el capital la especulación a la producción, a través de malas prácticas de dirección empre-

---

<sup>\*</sup> Este artículo tiene su origen en el Trabajo de Fin de Grado presentado para la obtención del título de *Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos* de la Universitat de València.

<sup>1</sup> Directorio Central de Empresas (DIRCE), febrero de 2016.

sarial, oportunismo o carencia de ética, causando burbujas financieras, crisis internacional, crecimiento del desempleo y subempleo (Sabater, 2014), y aumento de las desigualdades.

Como consecuencia de esta situación, el proceso de desarrollo de la RSE iniciado en muchas empresas con anterioridad a la crisis, al igual que los derechos sociales y laborales, se ha visto afectados negativamente, porque muchos gobiernos occidentales, olvidando la historia, han gestionado la crisis bajo un indudable predominio de enfoque neoliberal y viejas prácticas, y no han tenido en cuenta los análisis de los ciclos económicos ni la experiencia de años anteriores, confundiendo correlación con causalidad (Krugman, 2012).

En este contexto, y puesto que la crisis parece haber perjudicado con mayor transcendencia a las empresas pequeñas, medianas y micros, la RSE se podría configurar como una de las opciones más adecuadas para conseguir un efecto diferenciador para las Pymes, y ya no sólo como elemento de supervivencia, sino como modelo de crecimiento y un instrumento clave, para alcanzar los objetivos de la empresa permitiendo prescindir de la estrategia de costes (Porter, 2009).

De esta manera, con el propósito de impulsar a este colectivo tan importante, como son las Pymes para nuestro tejido productivo empresarial, la orientación a seguir, es la búsqueda de alternativas para la implantación de medidas de RSE.

Para conseguirlo, se hace necesario que las autoridades pongan en marcha políticas públicas de competitividad en las que se incluyan medidas incentivadas de RSE en las Pymes. Estas medidas permitirán a las Pymes tal como apunta Torrejón (2012) «vender sus productos a precios superiores, y hacer compatible la mejora de la competitividad con el aumento del nivel de vida de la población y la mejora de las condiciones de trabajo».

Por lo general, la gran mayoría de empresas incluyendo las Pymes, vienen realizando acciones que corresponden al concepto de responsabilidad social y que pueden ser susceptibles de fortalecerse, tales como, la promoción de tareas para la comunidad, la formación continua de los trabajadores, la inserción de personas discapacitadas en el mundo laboral, etc. No obstante, debido a la falta de conocimientos en la materia que muestran algunas empresas, muchas de ellas no identifican estas actividades como elementos de RSE

Dar notoriedad a estas acciones se podría presentar también, como una oportunidad de profundizar en algo que ya se está haciendo bien. Pero a la vez, las Ad-

ministraciones Públicas deben facilitar herramientas informativas, e incentivar las medidas de RSE que van más allá de la normativa. De lo contrario, se podría estar privando a las empresas, especialmente a las más pequeñas, de la posibilidad de ser más competitivas en una economía globalizada, en la que se requiere dar respuestas sostenibles a las inquietudes y necesidades de sus grupos de interés.

Cuando se habla de RSE, se supone como una evidencia que su implementación y puesta en marcha benefician tanto a las empresas como al conjunto de la sociedad, y en este sentido, las instituciones internacionales ya se han dado cuenta de esta circunstancia, y han ido acercándose a la RSE como un modelo a seguir de concepto de negocio global para todas las empresas. En concreto, en 2006 la Comisión Europea<sup>2</sup>, consciente de la importancia que la RSE tiene para el crecimiento del empleo y el desarrollo, ha tenido en cuenta a las Pymes haciendo especial referencia a este colectivo, en un llamamiento a las empresas insistiendo en la necesidad de aportar medidas de estímulo para la adaptación de la RSE en las organizaciones.

Sin embargo, nos surgen algunas cuestiones que vamos a considerar y tener en cuenta, y a las que en el transcurso de la investigación trataremos de dar respuesta, tales como; ¿disponen las empresas de información de la RSE procedente de las Administraciones Públicas?, ¿el carácter voluntario de la RSE es suficiente para que las empresas lo apliquen?, ¿qué impacto suponen las medidas de RSE para las empresas?, ¿el efecto es el mismo en las grandes empresas que en las Pymes?, ¿disponen de código ético?, ¿cuál es el grado de participación en el desarrollo de su comunidad?, ¿emplea acciones para minimizar el impacto de su actividad?, ¿facilita información de prácticas de RSE?, ¿las acciones de la RSE se perciben como un factor diferencial y de competitividad?

Desde esta perspectiva se plantea este trabajo, con el objetivo fundamental, de mostrar el grado de conocimiento y aplicación que tienen las Pymes de la Responsabilidad Social Empresarial y sus efectos, y analizar el alcance de la misma en las empresas, en función de su tamaño. Con el trabajo realizado, pensamos que puede resultar de interés para este colectivo, y ayudar al mismo, a rediseñar su estrategia corporativa a partir de la implementación de medidas de RSE.

El trabajo llevado a cabo por el método empírico, trata de una investigación experimental combinada; documental y de campo, y se ha fundamentado a través de la búsqueda de distintas fuentes bibliográficas, y por medio de metodología

<sup>2</sup> COM(2006) 136 final. «Poner en práctica la Asociación para el Crecimiento y el Empleo: Hacer de Europa un polo de Excelencia de la Responsabilidad Social de las Empresas»

cuantitativa (cuestionario), cualitativa (entrevistas semiestructuradas) y materiales de elaboración propia.

Para la consecución de nuestro objetivo, el presente trabajo se ha estructurado en cinco partes. En la primera, abordamos la revisión teórica en torno a la RSE y legislación. En la segunda, se establece el marco metodológico, en el cual se muestra el trabajo empírico, criterios de valoración, diseño del estudio y perfil de las empresas participantes. El análisis de los resultados del estudio, queda recogido en la tercera parte, en la que se presentan divididos en seis grandes bloques en función de los ámbitos: General, Empresarial, Entorno, Transparencia, Medioambiental y Competitivo. Las principales conclusiones y propuestas se sintetizan en la cuarta parte, y finalmente, en la quinta y última parte, se señalan las limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación.

### **1.1.1.-Concepto, evolución y definición de la RSE**

La RSE ya no es un concepto nuevo, implica el compromiso que adquieren las organizaciones para actuar de manera ética y honesta, favoreciendo el entorno social donde se encuentran desarrollando su actividad ante la repercusión que sus funciones productivas y comerciales tienen en el mismo. Si bien es cierto, que la profunda implementación de las medidas de RSE en las empresas queda todavía lejana, esta tendencia está empezando a cambiar especialmente en las empresas grandes.

La RSE, está configurada hoy en día como la puesta en marcha de proyectos sociales a partir de una gestión estratégica y transversal a toda la organización, que, de manera voluntaria ponen en práctica las empresas con el compromiso de contribuir al desarrollo humano sostenible, el medio ambiente, la economía y la sociedad de su entorno que van más allá del cumplimiento legal.

La RSE, hay que diferenciarla de la filantropía (donaciones, obras de beneficencia) y de la inversión social, entendida ésta como la inversión voluntaria para la promoción del desarrollo de las condiciones de vida de la sociedad (no confundir con la inversión socialmente responsable, que hace referencia exclusivamente a la inversión aplicable a productos financieros).

Complementando lo señalado, la RSE, trata de que las organizaciones, desde la perspectiva de la sostenibilidad, adopten un modelo de gestión empresarial en el que incluyan la implantación voluntaria de prácticas que van más allá de las exigencias legales, y que representan los principios del buen gobierno empresarial.

La RSE implica hacer negocios de forma ética y sostenible, y se fundamenta en la interacción entre la empresa y la sociedad, atendiendo a unos principios por los que las organizaciones se comprometerán a actuar conforme a unos valores sociales elementales, y serán evaluadas por su contribución voluntaria en tres dimensiones combinadas:

1. La prosperidad económica
2. El bienestar social de la comunidad de su entorno
3. La calidad del medio ambiente

La RSE, ha dado lugar a varias acepciones sin que haya criterio que las unifique, y la definición varía en función de la institución que la utilice. La Unión Europea empezó a implicarse en materia de responsabilidad social en 2001 cuando propuso el concepto de RSE y las dimensiones, y su alcance.

La Comisión Europea (Libro Verde, 2001), define la RSE como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores». También es definida en un sentido más amplio como «un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio». Posteriormente, la Comisión Europea presentó en 2011, un nuevo concepto definiendo la RSE como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad».

Por su parte, la Asociación española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)<sup>3</sup>, define la RSE como «conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, nacionales e internacionales con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la existencia, actividad y operación de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos».

La aplicación de medidas de responsabilidad social que tiene lugar en algunas organizaciones, son implementadas *voluntariamente* por ellas, pero su desarrollo parece ser que no ha tenido en cuenta algunas variables, como la actividad de la empresa y el entorno donde la desarrolla, y con una limitación decisiva como es el tamaño, ya que las directrices que se aplican en la implementación de medidas

---

<sup>3</sup> AECA. Es la única institución profesional española emisora de Principios y Normas de Contabilidad generalmente aceptados y de pronunciamientos y estudios sobre buenas prácticas en gestión empresarial.

de RSE, son las mismas y no existe diferenciación entre una empresa grande o multinacional, y una mediana o pequeña empresa (Salido, 2012).

El término de responsabilidad social es muy extenso y abarca toda una serie de iniciativas empresariales. Sin embargo, la ausencia de una definición específica en nuestro ordenamiento jurídico, tal como dice Sánchez-Urán y Grau (2013), sugiere de alguna manera la posibilidad de especificar determinadas variables esenciales de la misma, y unificar el concepto de RSE.

## **1.2.-PILARES Y ELEMENTOS DE LA RSE**

La responsabilidad social desde la perspectiva de las empresas contempla, como ya hemos mencionado, tres premisas fundamentales: la prosperidad económica, el bienestar social de la comunidad de su entorno y la calidad del medio ambiente, y se fundamenta en una serie de pilares y elementos, que afectan de manera directa a la empresa, como son: sus grupos de interés, la ética y cultura empresarial, la responsabilidad y la transparencia.

### **1.2.1.-Grupos de Interés *Stakeholders*: Dimensión Externa y Dimensión Interna**

Freeman, (1991), define a los *stakeholders* o Grupos de Interés, como «aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización»

El diálogo de la organización con sus grupos de interés, es un factor de vital importancia para la empresa porque permite conocer sus expectativas y, en función de las mismas, establecer la estrategia corporativa (Alfaro, 2007). En tal sentido, conviene considerar que la RSE se ve influenciada por los intereses y las demandas de los grupos de interés, y supone un compromiso a largo plazo con cada uno de ellos en sus dos dimensiones: la dimensión interna de la empresa (propietarios, accionistas y empleados), y la dimensión externa (clientes, proveedores, sociedad, instituciones).

Con el paso del tiempo, las empresas se han dado cuenta de que tienen que adaptarse a la nueva situación, y han de impulsar la puesta en escena de una serie de códigos de comportamiento y recomendaciones relacionados con la responsabilidad social teniendo en cuenta las necesidades actuales de sus grupos de interés.

Adoptar medidas de RSE supone que, ya no basta con tener un producto competitivo, sino que además existen toda una serie de factores que hay que considerar, y que supone que la principal función de las empresas, ya no se trata sólo de la consecución del objetivo económico, sino también, social y medioambiental para conseguir la confianza de los mercados y alcanzar un efecto positivo: que el progreso de la organización se vea reflejado tanto en sus grupos de interés como en la sociedad en general. En este sentido, Felberg (2012), cita que el éxito empresarial se debe medir más por la contribución al bien común, que por los beneficios financieros. Este autor, destaca que las empresas con mejores balances económico-sociales y de carácter ético, deberían disfrutar de incentivos legales que les permitieran llevar sus productos al mercado de una manera más competitiva. De esta manera, les permitirían cubrir sus mayores costes, y ofrecer por lo tanto, sus productos y servicios con atributos éticos y responsables a precios inferiores, que otras empresas con productos y servicios no éticos. Por lo tanto, a las empresas que trabajan el bien común habría que premiarlas.

### **1.2.2.-Ética y Cultura Empresarial**

La RSE supone el compromiso que las empresas adquieren en relación a las cuestiones de ética empresarial o ética en los negocios (Iborra et al., 2006). A través de la confluencia entre la ética y la RSE, hace que se adopten los valores generando una cultura empresarial. La RSE se fundamenta en un proceso de razonamiento ético, porque la ética empresarial, va mucho más allá del cumplimiento estricto de las normas. En cierto modo, la ética es indirectamente normativa, como sugieren Cortina y Martínez (1996), pues tal como apuntan desde sus orígenes los filósofos de la antigua Grecia, consideran la ética como un tipo de saber normativo con la intención de orientar las acciones de los seres humanos.

La ética está presente en los Códigos de Conducta de las empresas. Representan los principios y valores éticos y de responsabilidad y profesionalidad de la empresa, con la función de garantizar la confianza de la sociedad.

Por otra parte, el componente ético no es un concepto global, sino que puede incluir los valores y normas de conducta que la organización pone en marcha, convirtiéndose así en un elemento fundamental en la RSE, y como la única vía posible para poder garantizar que la actuación de la empresa en el presente, ayude a mejorar su posicionamiento en un futuro (Duclós y Ortiz, 2001).

La cultura empresarial siempre ha estado presente en las empresas, y se caracteriza por su organización y evolución establecida teniendo en cuenta el entorno donde desarrollan su actividad. Como forma de pensar y actuar, y de comportamiento esperado de las personas, la cultura empresarial tiene que ser una referencia común, para que sirva de orientación que facilite el compromiso con la organización, además de establecer los fines últimos de la empresa, que ayudarán a conseguir los objetivos de la misión y la visión.

En la actualidad, con la irrupción de la globalización, el mundo ha cambiado y por tanto, la forma de hacer negocios también. Como apunta López Cumbre (2012), las empresas tienen que afrontar nuevos retos como la necesidad de competir no solamente en el precio, sino también en innovación y calidad, y por la necesidad de potenciar valores como la ética y la transparencia en los negocios. Esto supone gestionar un cambio en la forma de entender el negocio con una visión global de la empresa, y eso implica una transformación a nivel de valores y comportamiento tanto interno como externo, para que la RSE contribuya efectivamente, en la creación de valor intangible para la organización.

### **1.2.3.-Responsabilidad**

La RSE parece configurarse como una cierta lógica en el que los consumidores valoran cada vez más el compromiso empresarial con la responsabilidad social, entre otras cosas (López Cumbre, 2012), porque cada vez va teniendo más sentido la alusión a una nueva «ciudadanía corporativa» con la que se están identificando los consumidores, cuestionando los métodos empresariales. Y un elemento fundamental de responsabilidad en la RSE, es la legitimidad social de los empresarios que, además de perseguir el beneficio de su inversión, contemple al bienestar social.

En algunas empresas, suele ser habitual que dediquen su estrategia de comunicación comercial, a la concreción de sus compromisos de políticas de responsabilidad social: lucha contra la pobreza, el analfabetismo o el hambre en el mundo. Pero surge la duda de que si realmente la intención única del empresario fuese dedicar parte de sus beneficios a estos u otros fines sociales y no con el propósito mercantil, realmente no se entiende qué interés tiene para él, la comunicación pública de estos compromisos (Álvarez Rubio, 2012).

En tal sentido, mientras se mantenga la voluntariedad en la implementación de medidas de RSE en las empresas sin ningún tipo de exigibilidad, comporta,

que se podrán prescindir de ellas en cualquier momento (y en esta ocasión probablemente sin publicidad) y de esta manera ocultarse ante la sociedad; porque, ¿acaso las empresas responden de esa responsabilidad voluntaria?, y para intentar evitar engaños, ¿se hace necesario la creación de obligatoriedad de la RSE en las empresas?

Con todo, hay que considerar la importancia que tiene la RSE para la sociedad, y por tanto, la responsabilidad de su aplicación debe de ser del Estado, y no debería de recaer exclusivamente en las empresas, porque éstas, deben de ocuparse de las funciones que propiamente les corresponden y, asimismo, porque cualquier actuación que tenga efectos frente a terceros, siempre requerirá la intervención de la Administración Pública (López Cumbre 2012). Por su parte y en este sentido, merece la pena destacar a Sánchez-Urán (2010), el cual apunta que «la ausencia de norma legal sobre RSE no implica ausencia de compromiso al respecto por los poderes públicos»

Desde esta perspectiva de responsabilidad, correspondería al Estado definir los estándares mínimos de actuación empresarial en la aplicación de medidas de RSE dentro de un marco legal, en el que estuvieran establecidas unas pautas, para el seguimiento del cumplimiento gradual y progresivo de estos estándares.

#### **1.2.4.-Transparencia**

La transparencia tiene que ser un requisito imprescindible para toda empresa socialmente responsable. Es un término de considerable actualidad, y un aspecto que se está reivindicando cada vez más por nuestra sociedad, con una vinculación incuestionable con la responsabilidad social, y como una herramienta de gestión estratégica, que las empresas deben de asumir como un elemento fundamental en su organización.

Parece evidente que la crisis sistémica que atravesamos, no se basa exclusivamente en la falta de transparencia, pero la falta de la misma ha supuesto una serie de conductas opacas de las relaciones entre los diferentes actores (Cordero, 2012).

En este contexto, una muestra de la intención de los organismos internacionales abogando por la transparencia de las empresas, en la que se pueda hacer visible el progreso realizado en responsabilidad social, es la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de octubre de 2014, en la cual se hace hincapié en la obligatoriedad de divulgar información no financiera a

partir de 2016, para las empresas de más de 500 trabajadores. Se trata de un paso muy importante que se da para impulsar la transparencia en materia social y medioambiental de las grandes empresas, y contribuir al crecimiento económico en el largo plazo así como la generación de empleo.

### **1.3.-LEGISLACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS**

Los compromisos adquiridos hasta la fecha por los poderes públicos y agentes sociales, se han caracterizado como impulso, y estímulo de la RSE (Ancos y Sánchez Urán, 2013) pero, en definitiva, nada que imponga a ésta como obligación legal, ni tan siquiera la imposición de contenidos de RSE en ningún aspecto, limitándose en algunos casos a exigir ciertas medidas de promoción.

Desde el punto de vista de Unceta y Gurrea (2005), el discurso de la RSE poco o nada tiene que ver con la realidad cotidiana de las organizaciones, al no tener en cuenta aspectos como por ejemplo, qué cambios se generarían con el desarrollo de las políticas de RSE, los tipos de conflicto que se podrían originar, qué ventajas obtendrían las empresas, etc.

En un sentido más amplio, Ancos y Sánchez Urán (2013), optan por el mantenimiento de la voluntariedad en la adopción de medidas de RSE pero, con ciertas modificaciones, y proponen alguna posible solución para la juridificación de la RSE, como introducir medidas de exigibilidad jurídica en aquellas acciones de responsabilidad social que las empresas hayan optado por implementar voluntariamente, es decir, la exigencia legal de asunción de los compromisos de RSE. En sentido contrario se pronuncia Rivero (2005), quien considera, que lo fundamental no es la creación de nuevas leyes, ya que la mayor parte de los problemas y escándalos ocurridos con relación a la responsabilidad social empresarial, se han producido precisamente por el incumplimiento de las normas ya existentes.

Cabe decir, que el cumplimiento del marco normativo se considera como un requisito previo (COM 2006, 136 final) pues, como ya se ha dicho, la RSE es un plus añadido a la legalidad y que habría que buscar un equilibrio natural entre las dos opciones. A este respecto, cita Urcelay (2007), que «existe una regla que dice, de acuerdo con la experiencia suele cumplirse, que cuando la temperatura de la ética sube, el termómetro de la legislación baja; y a la inversa, cuando la temperatura ética desciende, el termómetro de la legislación, acaba por subir».

En cualquier caso, a la vista de no existir unos mínimos exigibles de estándares de RSE, en la misma medida, no existe una vigilancia por parte de las autoridades sobre la actuación empresarial y, puede parecer que no se tome en serio la puesta en marcha y el desarrollo de la RSE. Abundando en esta cuestión, López Cumbre (2012) va más allá, y opina, que la articulación de las políticas públicas reguladas, destinadas a favorecer la implementación de iniciativas de RSE, conllevaría la concesión de deducciones fiscales, premios y preferencias de contratación pública.

Complementando lo señalado, surge una más que razonable disyuntiva, ¿hasta dónde llega la responsabilidad social de la empresa y donde empieza la responsabilidad social pública?

### **1.3.1.-Legislación en la Unión Europea**

El marco normativo europeo de la RSE se hizo patente en la Cumbre de Lisboa de 2000, donde el Consejo Europeo aprobó la Estrategia de Crecimiento y Empleo, y en su Conclusión 39, hace referencia especial «al sentido de responsabilidad de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación a la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible».

En julio de 2001, la Comisión Europea sentó las bases de la Responsabilidad Social Empresarial en la política de la Unión Europea y se recogieron, por primera vez, en la publicación *del Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (2001), en el cual se desarrollan las dimensiones de la RSE y sus límites, haciendo referencia a las acciones de las empresas que van más allá de sus obligaciones jurídicas para la sociedad y el medio ambiente.

Siguiendo la evolución y con la intención de impulsar la RSE, la Comisión Europea creó en 2006 la Alianza Europea para la RSE (COM2006, 136 final), ya comentada en nuestra introducción.

En la actualidad, ante la pérdida de credibilidad y confianza de los consumidores en las empresas por su comportamiento social y ético, la Comisión ha salido al paso presentando una nueva estrategia para mejorar y desarrollar su política en materia de RSE, (COM2011, 681 final) «Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas».

En resumen, parece que se empieza a ver una cierta tendencia al menos a impulsar y promocionar la RSE por parte de algunos organismos, en la que ya se

van incluyendo a las Pymes. Pero resulta evidente, que la tendencia hasta ahora, parece que es la de continuar con la voluntariedad, sin intervención pública institucional en la implantación de estas medidas relacionadas con la RSE, y que la aplicación de estas recomendaciones provenientes de las instituciones europeas, en cualquier caso, quedan en manos de los Estados miembros, por lo que en un principio surge la duda de que esta información y propuestas procedentes de la Comisión Europea, esté llegando a todo el tejido empresarial.

### **1.3.2.-Legislación en España**

En lo que respecta a España, la RSE se comienza a debatir a partir de la publicación del Libro Verde europeo de 2001. En el año 2004, se constituyó la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), que se convirtió en una de las primeras plataformas mundiales de esta naturaleza, estando formada por más de 500 entidades entre empresas, ONG, instituciones académicas y organismos oficiales que han firmado el Pacto.

En marzo de 2005, a través del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, se creó el Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas (2005).

Más adelante, en 2006 surgió el llamado Libro Blanco de RSE (2006), desde la Subcomisión Parlamentaria creada en el Congreso de los Diputados para el estudio de este tema, en la que se hacen una serie de propuestas para el fomento y gestión de la RSE en España.

En julio de 2007, el Foro de Expertos en RSE elaboró y aprobó un documento sobre Responsabilidad Social de las Empresas titulado «Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España» incorporando en el mismo, 29 recomendaciones.

Un año más tarde en 2008, se creó el Consejo Estatal de la Responsabilidad Social Empresarial (CERSE), a través del Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas, formado por 56 representantes de todos los agentes sociales; sindicatos, organizaciones empresariales, Administraciones Públicas, como órgano asesor y consultivo del Gobierno, y como encargado del «impulso y fomento de las políticas de Responsabilidad Social de las Empresas». Al mismo, se le atribuye funciones para la promoción de la RSE, en particular de las pequeñas y medianas empresas a través del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (MESS) y programas de orientación como

herramienta para mejorar la percepción exterior, situando el foco en sus posibilidades de internacionalización.

Uno de los aspectos más destacados de la evolución de la RSE en España, ha sido la aprobación por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social de la *Ley 2/2011 de Economía Sostenible de 4 de marzo (LES)*. Esta Ley, en palabras de Cendón (2011), y de Jáuregui (2012), supuso uno de los intentos de legislar la RSE, vinculándola a la estrategia pública para desarrollar un modelo de economía sostenible. Concretamente en su artículo 39 del Capítulo VI del Título Primero, donde por fin se prevé la creación de una serie de indicadores de autoevaluación y modelos de reporte que permitan diagnosticar la transparencia de la gestión, buen gobierno corporativo y compromiso con lo local y el medioambiente.

En octubre de 2012, la Comisión Permanente del CERSE, presentó un esquema del Plan Nacional de RSE en el cual planteaba la necesidad de que se hicieran partícipes a las Comunidades Autónomas para el desarrollo de la RSE en consonancia con las recomendaciones de la Comisión Europea.

Por último y tras las recomendaciones de la Unión Europea sobre RSE instando a los países miembros a impulsar políticas nacionales en materia de RSE, el Consejo de Ministros aprobó en octubre de 2014, la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020 (EERSE, 2014).

Entre sus objetivos, el número 1, ya hace una referencia a las Pymes en un intento de involucrarlas al mismo nivel que a las grandes empresas en materia de la RSE: «Impulsar y promover la RSE tanto en las empresas, incluidas las Pymes, como en el resto de organizaciones públicas y privadas [...]».

Con todo, la RSE a nivel institucional, parece que no está produciendo la actividad esperada desde el Consejo Estatal de RSE. Sin embargo, en lo que respecta a la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas, se ha dado un paso más en cuanto a la implementación de medidas de RSE, aunque a instancias de la Unión Europea. En este sentido, a través del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, se ha publicado la Orden ESS/1554/2016, de 29 de septiembre, en la que se regula el procedimiento para el registro y publicación de las memorias de responsabilidad social y de sostenibilidad de las empresas, organizaciones y administraciones públicas, cumpliendo de esta forma con la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014.

Se trata, de uno de los objetivos propuestos en el marco de la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020, atendiendo al ámbito de la transparencia y, como una forma de dar a conocer a la sociedad sus actuaciones y su compromiso con determinados principios, y además, como una manera de organizarse y dirigirse más sostenible y preocupada por sus grupos de interés.

### **1.3.3.-Legislación local**

En la Comunidad Valenciana, las actuaciones de producción legislativa en el ámbito de la RSE, se caracterizan por su dispersión, tanto conceptual como competencial, debido a la inexistencia de un único organismo que concentre las diferentes iniciativas (Bajo, 2012).

Entre algunas iniciativas legislativas relacionadas con la RSE, cabe citar, el II Pacto Valenciano por el Crecimiento y el Empleo 2009-2013 (PAVACE II), el cual se firmó entre la CIERVAL, CC.OO. PV, UGT-PV, con el objetivo de favorecer de manera preferente el empleo y la formación de los colectivos con mayores dificultades de inserción social. Pero la más destacada fue la Ley 11/2009, de 20 de noviembre, de Ciudadanía Corporativa de la Generalitat Valenciana.

Esta norma hace referencia, a la integración de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto de derechos humanos en la gestión y estrategia de la empresa, con la premisa de que las empresas que voluntariamente cumplan los requisitos, podrán obtener la Certificación de ciudadanía corporativa, aunque ésta no otorga ningún tipo de incentivos, ni económico, administrativo o fiscal.

Por otra parte, mencionar la Ley 2/2012, de 14 de junio, de Medidas Urgentes de Apoyo a la Iniciativa Empresarial y a los Emprendedores, Microempresas y Pequeñas Empresas de la Comunidad Valenciana, en la que únicamente hace referencia a la Responsabilidad social empresarial, en su artículo 16 del capítulo V, para su impulso como introducción en todas las etapas educativas de la educación primaria, secundaria obligatoria, bachillerato y formación profesional, junto a la creatividad, la innovación, el liderazgo, la cultura del esfuerzo y el trabajo en equipo, como un elemento más a introducir.

También cabe destacar la Carta de Derechos Sociales de la Comunitat Valenciana (Diari Oficial de la Comunitat Valenciana. Ley 4/2012, de 15 de octubre), la cual hace referencia a impulsar y fomentar la responsabilidad social empresarial, aunque en función de lo que establezca la legislación del Estado.

En 2015, se publica la Ley 2/2015, de 2 de abril, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana, que deroga la Ley 11/2009, de 20 de noviembre, de Ciudadanía Corporativa de la Generalitat Valenciana, la cual, parece que no ha tenido el recorrido esperado para alcanzar e implementar los objetivos previstos, tal y como se había establecido en su artículo 26.

No obstante, parece que esta situación se puede revertir, con la confección en el mes de agosto de 2016, de un documento de debate, para la elaboración y tramitación del anteproyecto de Ley de la Generalitat para el Fomento de la Responsabilidad Social, a través de la Conselleria de Transparència, Responsabilitat Social, Participació i Cooperació, en el que se ha dado participación para su elaboración definitiva, a sindicatos, patronales, cooperativas y distintos expertos, además de la participación ciudadana a través de un foro en internet.

El borrador de esta futura ley, establece las bases reguladoras para incorporar en las políticas públicas el concepto de responsabilidad social. Esta futura ley, comprende los derechos humanos, el comercio ético, las prácticas de trabajo y de empleo óptimas, las cuestiones ambientales, la transparencia y la lucha contra el fraude y la corrupción, contemplando además, la creación del nuevo Plan Valenciano de Responsabilidad Social y el futuro Consejo Valenciano de Responsabilidad Social, que serán los instrumentos de planificación, observación y gestión en esta materia.

#### **1.3.4.-Contenidos y Comunicación de la RSE**

Los distintos programas y documentos estratégicos comunitarios definen de manera muy genérica los temas de responsabilidad social sobre los que se espera un comportamiento responsable de las empresas. Sin embargo, a lo largo de los últimos años, diferentes organismos internacionales han desarrollado esquemas a modo de resumen con la finalidad de facilitar su comprensión, sobre su origen, sede, funciones y distintos aspectos de lo que supone ser una empresa responsable, y formalizar estos aspectos y trasladarlos a la sociedad se ha convertido en un tema prioritario en los últimos años.

Algunas de estas iniciativas internacionales que trabajan estos aspectos son:

GLOBAL COMPACT. Pacto Mundial de Naciones Unidas.

GRI. Global Reporting Initiative.

OIT. Organización Internacional del Trabajo.

OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

WBCSD. Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible.

#### **1.4.-LA RSE COMO FACTOR DIFERENCIAL**

Como hemos mencionado, el actual entorno económico, puede ser propicio para que las Pymes consigan un efecto diferenciador en el mercado si optan por un modelo apropiado y conveniente de buenas prácticas de responsabilidad social. Estas prácticas harán que mejore su publicidad y notoriedad, y la apertura a nuevos mercados, mejora del clima laboral, y también de manera inmediata, en la imagen y reputación corporativa de la empresa (Rivero, 2010) como valor intangible, que de tenerlo a no tenerlo puede suponer para la empresa la posibilidad de tener ganancias o pérdidas.

Las pequeñas empresas en general, así como las Pymes agrupadas en clústeres o formando parte de la cadena de suministro de grandes empresas, suelen detectar más rápidamente las necesidades de su entorno. En este sentido, con la implementación de acciones de RSE, parece obvio que las Pymes por el tamaño y localización de sus centros de trabajo, contribuyen al desarrollo de las comunidades locales donde se encuentran ubicadas (Valdés, 2013), con la generación de empleo, ingresos fiscales y otras prestaciones de carácter directo e indirecto.

Camisón (1997) y Porter (2003 y 2009), coinciden en el concepto de competitividad, como la «capacidad para crear ventajas competitivas sostenibles», y enfocan la innovación en su sentido más amplio que comprende entre otros, nuevas formas de hacer las cosas, por lo que, la incorporación de medidas de RSE en la estrategia de la empresa se convertiría en una innovación y se podría configurar como una ventaja competitiva.

No hay que olvidar que las Pymes suponen un elemento valioso para el desarrollo y bienestar de la comunidad local, y la condición de empresa pequeña y de ámbito local, les podría generar una serie de ventajas con efecto multiplicador respecto de las grandes empresas, a través de la aplicación de medidas de RSE, ya que al estar en contacto directo y permanente con su entorno, pueden identificar sin mayor dificultad a sus grupos de interés, y entender de primera mano el gra-

do de satisfacción y sus necesidades y expectativas, para poder incluirlas en su desarrollo estratégico.

Con esta argumentación, el logro de una ventaja competitiva se convierte para las Pymes en una prioridad estratégica de la empresa para seguir en el mercado. Por ello, la creación de una imagen de empresa socialmente responsable ante sus grupos de interés, y la contribución al desarrollo económico de la región, se debería convertir en una prioridad para obtener el reconocimiento y legitimidad lo cual se traducirá en demanda de sus productos y servicios. Aunque como apunta Salido (2012), a pesar de que la teoría y las estadísticas sobre la competitividad apuntan hacia un incremento de las medidas de RSE, lo cierto, es que en la actualidad tiene todavía demasiados claroscuros, «y más si la manifestación de la competitividad debe venir reflejada en la rentabilidad de la empresa» (Salido, 2012).

### **1.5.-CAUSAS Y LIMITACIONES DE LA RSE EN LAS PYMES**

La falta de experiencia en este campo de las Pymes, puede generar la sensación de que debido a su estructura pequeña, rutinas y hábitos adquiridos, no consideren el desarrollo de estas actividades como una necesidad y por tanto, la RSE se considere como un desembolso importante de recursos, y un problema añadido, más que como posible solución.

En cualquier caso, la dificultad principal para la elaboración de un plan específico de RSE, podría deberse a ciertas barreras y limitaciones encontradas principalmente en las Pymes<sup>4</sup>, pero también en los organismos oficiales públicos nacionales y regionales. Tal vez porque estos últimos carezcan de los recursos para su aplicación, o también puede deberse, que el mensaje de estos proyectos no lleguen hasta las empresas ni tampoco a la ciudadanía. Con relación a este punto, destacamos una serie de causas internas y externas, que bien podrían considerarse como una barrera para la implementación de medidas de responsabilidad social que dificultan que las Pymes desarrollen la RSE (Tabla 1).

---

<sup>4</sup> Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de junio de 2013, «Las microempresas disponen de recursos limitados para satisfacer requisitos normativos exigentes»

Tabla 1. Causas y limitaciones.

POSIBLES CAUSAS Y LIMITACIONES	
Limitaciones de las Pymes para aplicar la RSE	Causas que dificultan la implementación de la RSE en las Pymes
Cultura empresarial	Carácter voluntario
Escepticismo. Carencia de información	Falta de concreción en medidas específicas para Pymes
Tamaño de la empresa	Directrices y normativa diseñada para grandes empresas
La RSE es percibida como un problema	Falta de convicción e información
La RSE se identifica como un coste	Mínimo apoyo a las Pymes
No constituye una prioridad	Falta de regulación

Fuente: *Elaboración propia.*

## 2. TRABAJO EMPÍRICO

### 2.1.-MARCO METODOLÓGICO

No resulta fácil encontrar estudios acerca de la relación entre la RSE y Pymes, sobre todo, con referencias estadísticas o teorías que pudieran permitirnos comprobar el comportamiento detallado y sistematizado de estas organizaciones en materia de RSE y su desarrollo (Salido, 2012). No obstante, podemos mencionar los trabajos realizados por Unceta, y Gurrutxaga (2005) y Urcelay (2007), en los cuales se recogen los estudios empíricos de colectivos empresariales locales en cuanto a la aplicación de la RSE en las Pymes, tomando como referencia empresas del País Vasco.

### **2.1.1.-Distribución empresarial en la Comunitat Valenciana**

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) de 2015 y el Instituto Nacional de Estadística (INE), las Pymes (de 0 a 249 asalariados), suponen el 99,91% de todas las empresas en la Comunidad Valenciana empleando a más del 90% de los trabajadores. Por tanto, no hay duda alguna del significado estratégico que las Pymes juegan en nuestro tejido empresarial y que se configuran como el motor de crecimiento de la economía en la Comunitat Valenciana y, además, son las que más contribuyen a la prosperidad económica y la creación de empleo.

### **2.1.2.-Criterios de valoración y fuentes de información**

La investigación llevada a cabo, se ha realizado a partir de un estudio de casos, con un enfoque metodológico mixto, dividido en dos etapas. En la primera etapa, a través de una encuesta exploratoria-preparatoria, compuesta por preguntas cerradas dicotómicas y politómicas por una parte, y por otra parte, utilizando la escala Likert (Miquel, Bigné, Cuenca, Lévy, y Miquel, 2000). El cuestionario consta de un total de 28 preguntas diferenciando seis bloques de interés: Ámbito general, Empresarial, Entorno, Transparencia, Medioambiental y Competitividad. Dicho cuestionario, ha sido enviado de forma telemática a las empresas seleccionadas.

Alguno de los ítems:

¿Preferiría que la RSE estuviera regulada para conocer las pautas a seguir e incentivar su aplicación?

Si - No

Valore la importancia de la RSE para su empresa (entendiendo 1 como intrascendente y 5 como prioritario)

En la segunda etapa, y tras la recogida de los cuestionarios, hemos realizado las entrevistas personales, elemento fundamental para la recogida de evidencias. De esta forma, hemos completado la información del cuestionario de variables cuantitativas utilizado, recogiendo en persona la percepción de los entrevistados, sobre las cuestiones generales referidas al conocimiento y prácticas de RSE, y aspectos de las relaciones con el entorno, clientes, proveedores, competidores y la sociedad en general. Para el desarrollo de la entrevista, se ha construido un cuestionario *ad-hoc*, siguiendo los criterios básicos de formulación de preguntas

abiertas (Santesmases, 1997) y semiestructuradas, dirigidas a obtener una aproximación conforme a los objetivos de la investigación del presente trabajo.

### **2.1.3.-Perfil de las empresas participantes**

El estudio se centra y reduce su ámbito a una muestra de ocho empresas, todas de reconocido prestigio en cada uno de sus sectores, y ubicadas en la provincia de Valencia; dos por cada uno de los bloques de interés en función del tamaño, es decir, dos grandes, dos medianas, dos pequeñas y dos micro. Se trata de una muestra humilde y poco significativa por el número de muestra, pero a la vez pensamos que será suficiente para darnos una visión exploratoria en función de los objetivos planteados en este trabajo.

En cuanto a la determinación de la muestra, decir que las empresas grandes pertenecen al sector de Industria y Construcción, con una plantilla media de 600 trabajadores; las dos medianas, pertenecen a los sectores de Minería, con una plantilla media de 60 empleados; las pequeñas a los sectores de Servicios y Minería con plantilla de 20 trabajadores, y las micros pertenecen a los sectores de Alimentación y del Metal con una plantilla media de 6 empleados.

Los contactos seleccionados, son personas clave en su organización y con participación activa en los distintos procesos de la empresa. En representación de las grandes empresas han sido los directivos, y en el caso de las Pymes, los mismos empresarios. Se ha tratado de medir a través de empresarios y gerentes los distintos elementos de los contenidos y objetivos de la RSE, creyendo a priori que esa percepción va a ser distinta en función del tamaño de las mismas, lo cual nos lleva a pensar que los resultados obtenidos en las encuestas, podrían ser útiles como orientación de una percepción orientativa de la RSE en empresas de la provincia de Valencia.

La realización de este trabajo de investigación, se ha llevado a cabo en un periodo total de cuatro meses, comenzando la recogida de información y elaboración en el mes de febrero, y el trabajo de campo ha tenido lugar entre los meses de abril y mayo de 2015.

## **3. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El procedimiento empleado, ha sido analizar los resultados por cada uno de los ámbitos por bloques utilizados en nuestra investigación, triangulando los datos que se encontraron en las encuestas, con el análisis del trabajo de campo realizado a tra-

vés de las entrevistas semiestructuradas realizadas con posterioridad, y utilizando la información de fuentes primarias y secundarias. Las entrevistas realizadas se han llevado a cabo en las instalaciones de las mismas empresas. El tiempo invertido ha sido de siete días, y con una duración de dos horas y media en cada entrevista.

La información obtenida, se ha efectuado a través del registro sistemático de notas de campo, lectura de varios documentos de las empresas entrevistadas, tales como documentación de sistema medioambiental utilizado y certificados varios, y también por medio de la observación. A continuación de recolectar la información, se han analizado los datos para determinar lo más significativo y después, ordenarlos y procesarlos.

### **3.1. ÁMBITO GENERAL**

En este bloque, se trata de averiguar los conocimientos en general de la RSE, y la información que reciben las empresas por parte de las autoridades.

A tenor de las respuestas de los empresarios y directivos, sobre las empresas que reciben información relacionada con la RSE por parte de alguna institución, apreciamos una disparidad del 50%. En el lado de las que sí reciben, se encuentran las empresas grandes, y en cuanto a las Pymes no les consta, situándose como excepción una de las micro, encontrando la explicación en que la actividad de esta empresa está muy relacionada con el medioambiente.

En cuanto al concepto de RSE, todas las empresas independientemente de su tamaño, han asociado la RSE en los tres ámbitos, el económico, el social y el medioambiental; sin embargo, cuando en la entrevista hemos tratado de que nos dieran una definición de la misma, la mayoría de los entrevistados relacionaban la RSE exclusivamente con el medioambiente.

Hemos podido comprobar que las empresas grandes disponen de un conocimiento más amplio de la RSE, en gran parte motivado por sus mayores recursos. En cambio, en las Pymes, el grado de conocimiento, receptividad y aplicación de la RSE es inferior respecto de las grandes empresas, y no distinguen qué prácticas corresponden a la RSE además del aspecto medioambiental.

Este resultado evidencia el desconocimiento existente en algunas empresas, en particular las Pymes, en materia de la RSE limitándose al aspecto medioambiental, por lo que nos revela la escasa posibilidad de desarrollar otros argumentos

aparte de la sostenibilidad, que les pudiera repercutir en mejorar su reputación y su competitividad.

En relación con las razones por las que una empresa debería ser socialmente responsable, observamos que la tendencia es la misma en las grandes empresas, las cuales creen que deberían ser por consideraciones éticas y de sostenibilidad. Sin embargo, las Pymes muestran cierta disparidad, donde el 80% consideran que debería ser por reputación y buena imagen, y el 20% restante, por ética y sostenibilidad, en coincidencia con las grandes.

En cuanto a la preferencia de las empresas sobre la voluntariedad o regulación de la RSE, éste ha sido un aspecto que ha resultado ser una revelación en esta investigación. Hemos podido constatar que hay coincidencia entre las empresas grandes y las Pymes (a excepción de una micro), en cuanto a la predisposición a favor de un marco regulador de la RSE, cuando se les ha presentado desde una perspectiva que, lejos de causarle perjuicio, les puede ayudar a potenciar su empresa mediante directrices e incentivos fiscales para su desarrollo.

En tal sentido, nos ha llamado mucho la atención que las grandes empresas no están en contra abiertamente de una posible regulación de la responsabilidad social, al contrario de lo que podíamos haber pensado, en comparación con los resultados en los estudios realizados en el País Vasco (mencionados anteriormente) por Unceta, y Gurrutxaga, (2005) y Urcelay (2007). En este estudio, la mayoría de las empresas entrevistadas, mostraron ser partidarias de mantener la voluntariedad, y la propia iniciativa empresarial del desarrollo de medidas de RSE.

### **3.2. ÁMBITO EMPRESARIAL**

En este segundo bloque hemos tratado de averiguar el impacto que la RSE supone para las empresas y cuál es su efecto.

En principio, todas las empresas sin distinción coinciden en considerarse socialmente responsables, y que las políticas y procedimientos de gestión de la RSE, ayudan a la empresa a conseguir sus objetivos a largo plazo.

En el ámbito interno de la empresa, la mayoría de las empresas afirman disponer de un código ético, entre las que se encuentran las grandes, y el 50% de las Pymes.

En el aspecto de la RSE que más influye en la empresa, también se da una gran disparidad; dos empresas, una grande y otra mediana, afirman que les afecta más

el aspecto social; el aspecto económico, en dos Pymes una mediana y otra micro, y el medioambiental en una de las empresas grandes y dos Pymes.

En cuanto a la motivación que lleva a las empresas a integrar prácticas de RSE, observamos total homogeneidad en las empresas grandes, las cuales dicen integrar todas las opciones. No sucede lo mismo en las Pymes, destacando por encima de todas las opciones, la de atraer nuevo capital de inversión y nuevos clientes; seguida de las consideraciones éticas y de innovación, y tan solo una empresa mediana, afirma hacerlo por el fortalecimiento de las relaciones con su entorno y buena imagen.

El punto de valoración del retorno en cuanto a la aplicación de medidas de RSE, llama la atención el hecho de que sean cuatro de las Pymes las que dicen tener mayor retorno, con una puntuación alta de cuatro y cinco puntos, y en el otro extremo con la valoración más baja, figuran las dos empresas grandes, una mediana y una micro, con una valoración de 2 y de un punto, respectivamente.

### **3.3. ÁMBITO EXTERNO. ENTORNO**

En este tercer bloque hemos querido medir el grado de participación de las empresas en el desarrollo de la comunidad, la relación de la empresa con sus grupos de interés, su entorno y el grado de presencia social, así como el grado de interés de las empresas en impulsar acciones de RSE a partir de su promoción incentivada.

Todas las empresas tanto las grandes como las Pymes, sí que manifiestan desarrollar prácticas de RSE, pero en su mayoría se limitan a cumplir con la ley esencialmente en el ámbito medioambiental. Únicamente destacar que en el caso de las empresas grandes, según nos confirmaron en las entrevistas posteriores, éstas tienen un desarrollo más extenso afectando a todos los ámbitos, económico, social y medioambiental. Así, por ejemplo, el gerente de una de las empresas grandes señala que “en nuestra empresa, somos conscientes que lo que sembramos es lo que recogeremos, y es por esto, por lo que somos respetuosos con el medioambiente, con nuestros empleados y con nuestro entorno”.

A su vez, la totalidad de las empresas con la excepción de una micro, dicen que disponen de mecanismos de diálogo con sus grupos de interés preocupándose por sus expectativas, siendo dispares las respuestas tanto en las grandes como en las Pymes.

Hemos podido observar que la mayoría de las empresas afirman incentivar el desarrollo de la comunidad donde opera, con la excepción de dos de las Pymes. En cuanto a la utilización de criterio de RSE para la selección de proveedores, observamos la disparidad de criterios priorizando esta opción en las Pymes, y nos llama la atención que ninguna de las grandes empresas da prioridad a los proveedores locales, en cierto modo por lógica de política de empresa, al tener centralizada esta partida en sus organizaciones.

En lo que respecta a la percepción que las empresas tienen de que las medidas de RSE aplicadas en las organizaciones sean valoradas por su entorno; la mitad de las empresas dan una valoración alta, entre 4 y 5 puntos; dos empresas, una grande y otra mediana valoran esta percepción con 3 puntos, y tan solo las dos empresas pequeñas valoran esta percepción con una puntuación baja de 2 puntos.

En las entrevistas posteriores a las Pymes, apreciamos que existe unanimidad en el rechazo a realizar voluntariamente otras medidas de RSE por el motivo de que les supondría un coste adicional. En el caso de una de las empresas pequeñas merece la pena destacar el comentario del propietario: “ya es lo último que nos faltaba a las empresas pequeñas, ya que nos viene justo cumplir con la gran cantidad de impuestos obligatorios que tenemos que pagar cada mes, y algunas veces, no nos llega ni para eso”.

A este respecto, y en consonancia con este resultado, Salido (2012) sostiene tres aspectos que refuerzan este rechazo a implementar acciones de RSE por parte de las Pymes: los problemas económicos para su financiación; mayores dificultades para acceder a créditos, y la morosidad endémica de las Administraciones Públicas para el sector empresarial, que afecta en mayor medida a las Pymes que a las grandes empresas, ya que su capacidad de resistencia es mucho menor (Salido, 2012).

### **3.4. ÁMBITO ATENDIENDO A CRITERIOS DE TRANSPARENCIA**

En este bloque hemos querido averiguar el grado de interés y la voluntad que tienen las empresas en la divulgación de una serie de cuestiones relacionadas con acciones de RSE.

En relación a facilitar información de prácticas de RSE, podemos apreciar la unanimidad que se da en todas las empresas, en la negativa a facilitar esta información, principalmente por parte de las grandes empresas, las cuales en principio, son las afectadas por la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de octubre de 2014, en la cual se hace hincapié en la obligatoriedad de divulgar

información no financiera. En las Pymes, se da esta coincidencia de igual forma, y también, de no tener conocimiento de utilizar ningún tipo de mecanismo en forma de reporte de informe, desconociendo la existencia de esta posibilidad.

### **3.5. ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL**

En este bloque, nuestro propósito se centraba en averiguar el grado de relevancia que tiene la RSE en las empresas en materia medioambiental, y si emplean acciones para minimizar el impacto de su actividad.

Observamos que es el más homogéneo de todos, y nos reafirma que la variable tamaño de empresa no es discriminatoria a la hora de valorar los aspectos relacionados en materia del medioambiente.

Todas las empresas sin excepción, dicen tener en cuenta los posibles impactos medioambientales de su actividad y también que trabajan con materiales reciclados. Por otra parte, todas las empresas sin excepción, confirman tener establecido algún tipo de sistema de gestión medioambiental y utilizan procedimientos diferentes, predominando el establecimiento de un sistema de gestión de los residuos. Quizá la razón se deba a la existencia de un marco legislativo en materia medioambiental más avanzado tanto a nivel de la Unión Europea como nacional, pero también, por el alto grado social de sensibilización existente con el medioambiente y de ahí, que todas las empresas encuestadas sin excepción, cuenten con sistema de gestión de residuos relacionado con su negocio.

### **3.6. ÁMBITO COMPETITIVO**

Con este último ámbito, se ha pretendido averiguar si la RSE es percibida por las empresas como un factor diferencial y competitivo.

En los resultados de este bloque competitivo, merece la pena destacar, que el factor tamaño no discrimina la opinión de las empresas. Aquí, se diferencian claramente los dos bloques: por una parte, las empresas grandes, que aunque reconocen que ciertas acciones de RSE, les podría suponer un factor diferencial y fuente de una ventaja competitiva, por lo general, no lo tienen en cuenta, ya que las principales medidas que adoptan en el sentido competitivo, las enfocan principalmente en buscar la diferenciación en producto y precio.

En el lado opuesto, el 80% de las Pymes, afirman que emplean medidas de RSE, aunque tan solo relacionadas con el medioambiente, como herramienta y como parte de su estrategia, para mejorar las relaciones con la comunidad local y las autoridades, y adquirir mayor prestigio para de esta manera adelantarse a la competencia.

Esta forma de diferenciarse de los competidores, se manifiesta sobre todo en materia de reciclaje de materiales. En cambio, otras dos empresas, pequeña y micro, no aplican ningún tipo de medida relacionadas con la RSE.

Estos resultados nos dan a entender, que la implementación de acciones de RSE se convierte en una herramienta necesaria como factor diferenciador. Pero por otra parte, la aparente contradicción en las respuestas, nos ha quedado resuelta en las posteriores entrevistas con las empresas, las cuales, nos confirmaron que el hecho de no prestar la suficiente atención a la RSE en sus diferentes vertientes, y que al mismo tiempo las considerasen como un posible factor diferencial, se debía a que la puesta en marcha de otras medidas de RSE distintas de las medioambientales (sociales y económicas), les supondría un mayor coste. En este sentido se manifestaba el propietario de una de las empresas medianas “sabiendo como sabemos, que aplicando otras medidas adicionales de RSE, supondría para mi empresa mayor prestigio y reputación, si no lo hacemos, es porque no nos lo podemos permitir económicamente”.

Por tanto, la alternativa más racional podría ser, como apunta Rovira (2016) «legislar en positivo», de manera que se ofrecieran incentivos a las empresas responsables potenciando su ética y responsabilidad, en vez de penalizar.

#### **4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS**

Resulta llamativo el grado de desconocimiento de la RSE que tienen las empresas entrevistadas (con una idea vaga y confusa). Esta falta de información se aprecia en mayor medida en las Pymes, tal como era de esperar, y resulta ser el motivo principal, por el que estas empresas muestran cierto rechazo a realizar voluntariamente acciones de responsabilidad social, salvo las estrictamente establecidas de obligado cumplimiento, ya que piensan que la implementación de otras medidas les supondría un coste adicional, no percibiendo el posible beneficio que obtendrían a futuro.

En consecuencia, la capacidad de las Pymes se ve muy limitada en relación a la aplicación de otras medidas además de las relacionadas con el medioambiente, y también priva en cierto modo a estas empresas, de la posibilidad de mejorar su competitividad.

Por otra parte, se constata que la RSE es considerada por todas las empresas entrevistadas como una herramienta útil de estrategia corporativa, para conseguir la confianza de los mercados, y además, como una nueva forma de entender la economía de la propia empresa.

No existe un debate entre la obligatoriedad o voluntariedad de la RSE, en cambio, lo que sí se manifiesta, es una clara ausencia de política estratégica institucional incentivadora.

La totalidad de las empresas entrevistadas desconocen la Directiva del Parlamento Europeo sobre la obligatoriedad de divulgar información no financiera.

Se constata que la aplicación de incentivos para la implementación de medidas de RSE en las organizaciones, suscitara mayor interés principalmente en las Pymes, que les haría desarrollar acciones de RSE, y comprobar de primera mano los notables retornos que genera.

En conclusión, y tras los resultados obtenidos, nos encontramos con una tarea nada fácil, en la que no hay tiempo que perder, y hay que tomarse en serio la RSE a través de la decisiva intervención de las Administraciones Públicas, haciendo caso a la Comisión Europea, en su recomendación a los Estados miembros, de que «es necesario un enfoque específico para estimular la RSE entre las Pyme».

Este impulso, se podría materializar a través de promociones que ayuden a difundir el conocimiento de la RSE a las empresas, especialmente a las Pymes, incentivándolas con medidas de coordinación y apoyo, con el objetivo de incorporar y desarrollar políticas de responsabilidad social.

A partir de aquí, se podrían comprobar los efectos de la RSE y las ventajas que aportarían a las empresas y a la sociedad en su conjunto, a través de dos fases diferenciadas:

1. Como difusora y promotora de la RSE a todo el tejido empresarial, con especial incidencia en las Pymes, para de esta forma poder llevar al mercado sus productos y servicios socialmente responsables de una manera más competitiva.
2. Facilitar el establecimiento de estándares de obligaciones y su exigibilidad, para de esta forma, asegurar la sólida implantación de la RSE con éxito en las empresas.

A su vez, estas ayudas institucionales deberían articularse, en forma de incentivos fiscales, ayudas a la promoción y colaboración, oficializar planes de forma-

ción específica teniendo en consideración el tamaño y el tipo de actividad de las empresas, y con una estrategia de políticas de contratación pública, para aquellas empresas que puedan acreditar la puesta en práctica de medidas de RSE y cumplan los criterios básicos de sostenibilidad, laborales, sociales y medioambientales.

Finalmente, dado que es mucho el camino que queda por recorrer, se hace patente, que poner en valor la RSE, no será posible sin el compromiso de intervención participativa de las instituciones con las empresas. Con ello, se podrían conseguir dos propósitos fundamentales de la RSE:

- a. La consecución de un valor añadido con mayor incidencia en las Pymes, y de esta forma, poder ser más competitivas dando respuestas sostenibles a las necesidades de la sociedad actual.
- b. Y como consecuencia, hacer efectiva la principal premisa de la normativa europea de la RSE plasmada en su redefinición, «como la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad»

## **5. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Aunque uno de los objetivos del trabajo era comparar grandes empresas con Pymes, somos conscientes de que la muestra o el número de empresas seleccionadas es muy pequeño, y por lo tanto este trabajo no es extensible a otros ámbitos.

El trabajo llevado a cabo, pretende ser el inicio de un proceso de investigación que a partir de la generación de ideas, pueda servir como base de futuras líneas de investigación.

Asimismo, este trabajo tiene una serie de limitaciones metodológicas, como la muestra de empresas seleccionada, que al ser pequeña, no es posible generalizar sobre la población empresarial, y en general, la falta de recursos y de más tiempo.

A partir de las limitaciones expuestas, pensamos que en investigaciones futuras, se tratará de profundizar y ampliar conocimientos en aspectos tales como: ampliar la investigación en número de empresas que forman la muestra, y para tener diferentes perspectivas, también la opinión de empleados y técnicos, así como la de miembros de organismos públicos, y a partir de aquí, desarrollar la investigación por sectores de actividad, y profundizar en los efectos que la implementación de la RSE está teniendo en las organizaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, J. (2007) “Gestión Estratégica de la RSE” en Alfaro, J. (Coor.) *La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE): Propuesta para una nueva economía de la empresa responsable y sostenible*, Madrid, Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, pp. 258-279.
- Álvarez Rubio, J. (2012) “El control de la publicidad engañosa en la Responsabilidad Social de la Empresa: Problemas y tendencias”, en López Cumbre, L. (Coor.) *Autonomía y Heteronomía en la Responsabilidad Social de la Empresa*, Granada, Comares, pp. 1.259-1.302.
- Ancos, H. y Sánchez-Urán, Y. (2013) “El Marco Institucional de la Responsabilidad Social Empresarial” en Sánchez-Urán, Y. y Grau, M. A. *Responsabilidad Social de las Organizaciones*, Madrid, Grupo 5.
- Bajo, I. (2012) “La Responsabilidad Social de la Empresa en la Comunitat Valenciana”, en López Cumbre, L. (Coor.) *Autonomía y Heteronomía en la Responsabilidad Social de la Empresa*, Granada, Comares, pp. 868-892.
- Camisón, C. (1997) *La Competitividad de la Pyme Industrial Española: Estrategia y competencias distintivas*, Madrid, Civitas.
- Cendón, R. (2011) “Introducción a la Dimensión Macrojurídica de la RSE” en Aparicio, J. y Valdés de la Vega, B. (2011) *La Responsabilidad Social de las Empresas en España: Concepto, Actores e Instrumentos*, Albacete, Bomarzo, pp. 83-93.
- Cordero, C. (2012) “Transparencia y Derechos: La Rendición de Cuentas un Requisito en Responsabilidad Social”, en López Cumbre, L. (Coor.) *Autonomía y Heteronomía en la Responsabilidad Social de la Empresa*, Granada, Comares, pp. 965-994.
- Cortina, A. y Martínez, E. (1996) *Ética*, Madrid, Akal.
- Duclós y Ortíz (2001) *Ética para seguir creciendo. Cuando la globalización se ha instalado en la empresa*, Madrid, Pearson Educación, S. A.
- Felberg, C. (2012) *La Economía del Bien Común*, Bilbao, Deusto.
- Freeman, R. E. (1991), *Bushiness Ethics: The State of the Art*, New York, Oxford University Press, pág. 5.

- Iborra, M.; Dasí, A.; Dolz, C. i Ferrer, C. (2006) *Fundamentos de Dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*, Madrid, Paraninfo. 1ª ed.
- Jáuregui, R. (2012): “Estudio preliminar. Un camino por hacer”, en López Cumbre, L. (Coor.) *Autonomía y Heteronomía en la Responsabilidad Social de la Empresa*, Granada, Comares, pp. 3-12.
- Krugman, P.R. (2012) *¡Acabad ya con esta crisis!*, Barcelona, Crítica.
- López Cumbre, L. (2012): “La Dimensión Normativa Nacional de la Responsabilidad Social de la Empresa”, en López Cumbre, L. (Coor.) *Autonomía y Heteronomía en la Responsabilidad Social de la Empresa*, Granada, Comares. pp. 65-118.
- Miquel, S; Bigné, E; Cuenca, A; Lévy, J., y Miquel, M. (2000) *Investigación de mercados* Madrid, McGraw-Hill.
- Porter, M. E. (2003) *Ser competitivos*, Barcelona, Deusto.
- Porter, M. E. (2009) *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*, Madrid, Pirámide.
- Rivero, P. (2005) “Responsabilidad social corporativa” en Esteban, G, Gondra, J.M., Moneva, J.M. y Rivero, P. *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: Aspectos jurídicos-económicos*, Castelló de la Plana, Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Rovira, C. (2016) *Responsabilidad social competitiva*, Barcelona, Ediciones Urano, S.A.U.
- Sabater, F. (2014) *Ética para la empresa*, Sant Llorenç d’Hortons (Barcelona), Conecta.
- Salido, J. L. (2012): “La Responsabilidad Social en las Pequeñas y Medianas Empresas”, en López Cumbre, L. (Coor.) *Autonomía y Heteronomía en la Responsabilidad Social de la Empresa*, Granada, Comares, pp. 239-262.
- Sanchez-Urán, Y. y Grau, M. A. (2013) *Responsabilidad Social de las Organizaciones*, Madrid, Grupo 5.
- Sanchez-Urán, Y. (2010) “Responsabilidad social de las empresas y códigos de conducta empresariales: aproximación desde el derecho del trabajo” en *Civitas, Revista española de Derecho del Trabajo*, nº 148, pp. 819-844.

- Santesmases, M. (1997) *Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid, Ediciones Pirámide.
- Torrejón, M. (2012) *Análisis económico de las Políticas Sociolaborales*, Valencia, Retroexpres.
- Unceta, A. y Gurrea, J. (2005) *Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes de Bizcaya*, Bilbao, Gestingraf.
- Urcelay, J. (2007) *La Responsabilidad Social de la Empresa en la Gestión de las Pymes*, Madrid, Fundación EOI.
- Valdés, A. (2013) *Responsabilidad social de la empresa y relaciones laborales*, Madrid, Tirant lo Blanch.

---

## ENVÍO Y ACEPTACIÓN DE ORIGINALES

Quienes estén interesados en hacer llegar sus originales a la revista *Quaderns de Ciències Socials* pueden remitir una copia de los mismos en formato electrónico a la dirección [juan.a.altes@uv.es](mailto:juan.a.altes@uv.es).

Los originales tendrán una extensión no superior a 25 páginas (fuente: arial o times new roman de 12 puntos; interlineado: 1,5) y deberán incluir un *abstract* y cinco palabras clave en castellano e inglés.

Todos los originales recibidos, una vez aceptados por el Consejo de Redacción, se remitirán a un experto del área de conocimiento, ajeno al consejo editorial. Su informe que recomendará la publicación (con o sin modificaciones previas a la misma) o no del trabajo tendrá en cuenta el interés y la novedad de la materia, así como su trascendencia práctica, y aspectos tales como la estructura, la bibliografía y el rigor científico del desarrollo y las conclusiones de los trabajos

El Consejo de Redacción, con base en estos informes, seleccionará los originales que compondrán cada número de la revista, notificándolo a los autores de los mismos.

Si en un plazo de seis meses desde el envío de un original no se ha procedido a notificar sobre su aceptación o rechazo el autor podrá disponer libremente del mismo.