

**V COLOQUIO IBÉRICO DE  
COOPERATIVISMO Y ECONOMÍA SOCIAL  
EN SANTAREM (Portugal)**

**10 y 11 de Julio 2009**

**Ponencia:**

**“Economía Social y Responsabilidad Social Empresarial.  
Incidencia de la crisis financiera”**

Ricardo J. Server Izquierdo.  
*Centro de Investigación en Gestión de Empresas (CEGEA).*  
*Universidad Politécnica de Valencia*  
[rjserver@esp.upv.es](mailto:rjserver@esp.upv.es)

Jordi Capó Vicedo  
*Centro de Investigación en Gestión de Empresas (CEGEA).*  
*Universidad Politécnica de Valencia*  
[jorcavi0@esp.upv.es](mailto:jorcavi0@esp.upv.es)

# **Economía Social y Responsabilidad Social Empresarial. Incidencia de la crisis financiera**

Ricardo J. Server Izquierdo.  
*Centro de Investigación en Gestión de Empresas (CEGEA).*  
*Universidad Politécnica de Valencia*  
[rjserver@esp.upv.es](mailto:rjserver@esp.upv.es)

Jordi Capó Vicedo  
*Centro de Investigación en Gestión de Empresas (CEGEA).*  
*Universidad Politécnica de Valencia*  
[jorcavi0@esp.upv.es](mailto:jorcavi0@esp.upv.es)

## **Resumen**

Las entidades de Economía Social y particularmente las Cooperativas, están consideradas como entidades socialmente responsables a tenor de los principios y valores que las definen.

No obstante, para que sea efectivo este comportamiento y exista una clara interrelación con los postulados básicos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es necesario que estas entidades realicen un planteamiento estratégico que propicie una "gestión integrada de la responsabilidad social" que afecte a la toma de decisiones y a todas las operaciones que lleve a cabo la organización.

Bajo estas premisas, la RSE puede conducir a la consecución del deseado equilibrio entre los distintos "stakeholders: socios, empleados, proveedores, clientes, comunidades locales, etc." que les proporcione una ventaja competitiva duradera, que evite en gran medida, el efecto negativo que la actual crisis financiera puede ejercer en el desarrollo de las políticas de RSE y sobre la propia consolidación de las Entidades de Economía Social (ES), ante un mercado cada vez más complejo.

Simultáneamente, es necesario la difusión de la información sobre las políticas de RSE llevadas a cabo, elaborando las correspondientes memorias de sostenibilidad, para que la sociedad sea consciente de su comportamiento socialmente responsable.

## **Palabras clave:**

Responsabilidad social, economía social, estrategia empresarial, cooperativas, crisis financiera.

## **1. INTRODUCCIÓN**

En los últimos años, el incremento de los escándalos de índole financiera y social, ha provocado un aumento de la desconfianza por parte de la sociedad, que se ha traducido en una creciente presión popular para lograr una mayor transparencia en las prácticas empresariales.

Ante esta situación, las empresas han reaccionado desarrollando e incorporando nuevas políticas empresariales, que les permitan dar a conocer a la sociedad su "buen" comportamiento empresarial y sus acciones "socialmente responsables", en otras palabras buscando integrar acciones de Responsabilidad Social (RS) en sus estrategias, con el objetivo de tener una buena imagen y una buena reputación ante sus grupos de interés.

Pero, ¿de qué estamos hablando cuando decimos que las empresas tienen un comportamiento responsable y que integran políticas de RS en sus estrategias empresariales?

De entre las numerosas definiciones que existen de la RS, nos gustaría destacar la que realiza la AECA<sup>1</sup>, que define la responsabilidad social corporativa como "el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un

---

1.- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que se interactúa” (AECA, 2004).

Más recientemente, el Grupo de expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005) al hablar de la RS, dice que “la Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”

Bajo estas premisas podemos decir que las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando prestan atención a las expectativas que, sobre su comportamiento, tienen los diferentes grupos de interés (“stakeholders”: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medioambiente, accionistas, proveedores, etc.), suponiendo “un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas” (AECA, 2004).

Este planteamiento también queda recogido en el Libro Verde “*Fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas*”, que fue publicado por la Comisión Europea, con objeto de contribuir positivamente al objetivo estratégico establecido en el Consejo Europeo de Lisboa (2000): “convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”.

En dicho Libro Verde, se define la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) “como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones empresariales y en sus relaciones con sus interlocutores” (Libro Verde, 2001).

Más recientemente, la Comisión Europea, en su Informe de Competitividad Europea de 2008 indica que la interacción con los stakeholders es un aspecto crucial en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)<sup>2</sup>, y que por tanto una política efectiva de RSC requiere diálogo con sindicatos, autoridades públicas, organizaciones no gubernamentales (ONG’s) y organizaciones empresariales.

Este enfoque integrado de la gestión supone un modelo de gobierno basado en la sostenibilidad y la gestión de las externalidades empresariales en lo económico, social y medioambiental contempladas a un mismo nivel.

De acuerdo con esta idea, el desarrollo económico debe ir acompañado de mejoras para el conjunto de la sociedad, y al mismo tiempo la RS debe estar presente en todos los ámbitos de la gestión diaria de la empresa.

Todos estos aspectos adquieren una mayor trascendencia en la actual situación de crisis financiera, a la que se suma una mayor competitividad y exigencia por parte de los consumidores, lo cual hace necesario que las empresas y los directivos que las dirigen busquen un equilibrio al mismo nivel entre los ámbitos social, económico y medioambiental.

De acuerdo con Freeman (2001), las empresas y sus directivos deben buscar relaciones equilibradas con los stakeholders y para ello deben colaborar con ellos e involucrarlos en los procesos formales de la organización. Por tanto los gestores de las empresas deberán “explorar activamente sus relaciones con todas las partes interesadas” con el fin de desarrollar sus estrategias de negocio.

Los objetivos del presente trabajo consisten en establecer la incidencia que la actual crisis financiera puede ejercer sobre la aplicación de las políticas de RS por parte de las empresas y en especial por las cooperativas.

## **2. LA RELACIÓN ENTRE LA ECONOMÍA SOCIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

Desde finales del siglo XX y principios del XXI se ha producido un notable incremento de las actuaciones en el ámbito de la RS tanto a nivel empresarial como institucional. Basta con revisar la cantidad de artículos de prensa que se han publicado en los últimos años, o el número de empresas que realizan informes de RS, e incluso la proliferación de observatorios por parte de diversas fundaciones y organismos con el propósito de analizar y realizar un seguimiento de la implantación y desarrollo de la RS.

No obstante, antes de que la Responsabilidad Social adquiriera este “protagonismo” debido al reciente interés mostrado por organizaciones e instituciones, ya existían empresas que llevaban a cabo actuaciones

---

2.- En este trabajo se utiliza indistintamente el término Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

que actualmente estarían englobadas dentro de las políticas de RS y que por su propia naturaleza eran “socialmente responsables”, se trata de aquellas empresas que en el marco de la Economía Social buscaban una participación democrática en la toma de decisiones y de la distribución de los beneficios con un importante grado de apoyo a la comunidad.

De acuerdo con Barea y Monzón (1992), la Economía Social engloba a un conjunto de entidades con formas jurídicas heterogéneas que actúan en el mercado con la finalidad de producir bienes y servicios, asegurar o financiar, donde la distribución del beneficio y la toma de decisiones no están directamente relacionadas con el capital aportado por cada socio. Todos los socios pueden participar por igual en la toma de decisiones. Además, incluye aquellos agentes económicos cuya función es producir bienes y servicios no destinados a la venta y cuya financiación se efectúa a través de contribuciones voluntarias.

El modelo empresarial de la economía social, se caracteriza por llevar cabo acciones relacionadas entre otras con la cohesión social, solidaridad con el entorno, fomento del desarrollo sostenible y la innovación social. En un reciente informe aprobado por el Parlamento Europeo el pasado 19 de febrero<sup>3</sup>, se señala que “*las empresas de la economía social contribuyen a reforzar el espíritu empresarial, facilitan un mejor funcionamiento democrático del mundo de la empresa e incorporan la responsabilidad social*”.

Existe por tanto una relación manifiesta entre la Economía Social y la Responsabilidad Social, la cual queda recogida en la “*Carta de Principios de la Economía Social*”, elaborada por la Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Cooperativas (CEP-CMAF)<sup>4</sup>, en la que indica que la Economía Social:

- Se fundamenta en los principios de solidaridad y en el compromiso de las personas con un proceso de ciudadanía activa.
- Genera empleo de calidad, así como una mejor calidad de vida, y propone un marco adaptado a las nuevas formas de empresa y de trabajo.
- Desempeña un papel importante en el desarrollo local y la cohesión social.
- Es socialmente responsable.
- Es un factor de democracia.
- Contribuye a la estabilidad y al pluralismo de los mercados económicos.
- Responde a prioridades y objetivos estratégicos de la Unión Europea: cohesión social, pleno empleo, lucha contra la pobreza, democracia participativa, mejor gobernanza, desarrollo sostenido.

### **3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL CASO DE LAS EMPRESAS COOPERATIVAS.**

En el ámbito de las empresas de la Economía Social, destacaremos el caso de las Cooperativas, las cuales “*se controlan democráticamente y operan con arreglo a unos valores y principios entre los que se encuentran la responsabilidad social y el cuidado de las comunidades, luchan por servir a sus miembros no solamente en términos económicos, sino también en un ámbito más amplio que abarca lo social, la cultura y lo ambiental*”.<sup>5</sup>

Las empresas cooperativas están caracterizadas por tanto por el carácter social de sus actuaciones, el cual les viene implícito desde su fundación y queda reflejado en las diferentes acciones que llevan a cabo en el ámbito de su actividad.

A ese carácter social también se une el compromiso que adquieren con el desarrollo de la sociedad en la que se implantan estas empresas, tal y como se desprende de la propia definición de cooperativa dada por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en la declaración de Manchester (1995), “*Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus*

---

3.-Informe sobre economía social presentado por la ponente Patrizia Toia. Véase <http://www.europarl.europa.eu/sites/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A6-2009-0015+0+DOC+PDF+V0//ES>

4.- En enero de 2008, la CEP-CMAF cambió su denominación para llamarse SOCIAL ECONOMY EUROPE. Es el referente para la coordinación a nivel comunitario de todas aquéllas iniciativas que tengan que ver con la Economía Social.

5.- Mensaje de la Alianza Cooperativa Internacional 86º Día Internacional de las Cooperativas de la ACI 14º Día Internacional de las Cooperativas de Naciones Unidas. 5 de julio de 2007.

*necesidades económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente gestionada*".

Todos estos factores que determinan el carácter cooperativo, quedan de manifiesto en los principios cooperativos mediante los cuales se rige el funcionamiento de las cooperativas (principios cooperativos enunciados por la ACI en 1995).

Consecuentemente podemos afirmar que la propia naturaleza de las cooperativas, conlleva un funcionamiento socialmente responsable, entre cuyos objetivos están el satisfacer los intereses no sólo económicos sino también sociales y culturales. De hecho si se analizan los principios cooperativos, podemos encontrar implícitos muchos de los aspectos que se desarrollan en las políticas de RS. Por ejemplo en el primer principio cooperativo se recoge la "adhesión voluntaria y abierta", y en el séptimo principio se indica que "las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible en sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios".

En este mismo sentido la Comisión Europea en su comunicación de 2002<sup>6</sup> ya indica que "las cooperativas, mutuas y otras asociaciones de carácter cooperativo tienen una larga tradición en combinar la viabilidad económica con la responsabilidad social. Lo cual es posible mediante el diálogo con los stakeholders y con una dirección participativa. De este modo pueden servir como un importante referente a otras organizaciones".

Por tanto, podemos decir que las cooperativas parten de una tradición y de una experiencia en cuanto a la aplicación de los postulados de la RS, que les va a suponer una ventaja con respecto al resto de empresas. Según dijo el propio Secretario General de las Naciones Unidas (2008)<sup>7</sup> con motivo del día internacional de las cooperativas, éstas "vienen promoviendo desde hace tiempo enfoques integradores y sostenibles con respecto al desarrollo económico y social a nivel local".

No obstante y a pesar de que puedan partir con esa ventaja, es necesario que las cooperativas no pierdan este planteamiento en su gestión y funcionamiento diario frente a otros planteamientos en los que se busque más la maximización del beneficio económico, sino que deben realizar un esfuerzo para lograr la integración de las políticas de RS en la gestión integral y en la búsqueda de beneficios mutuos con sus grupos de interés.

De acuerdo con Lizcano (2004), "La Responsabilidad Social Corporativa se trata de una forma diferente de entender la empresa, basada en una serie de valores y en una forma de valoración controlable y medible".

Con el fin de que las empresas puedan medir y evaluar el grado de implantación y el comportamiento empresarial en materia de RS, será necesario establecer una serie de indicadores que permitan realizar una medición del grado de desarrollo de las políticas de RS.

En este sentido, desde diferentes organizaciones e instituciones se han propuesto diversos indicadores que permiten describir la situación de la organización respecto a sus distintos grupos de interés o stakeholders, en función del tipo de entidad al que se aplique, por ejemplo los indicadores propuestos por la Global Reporting Initiative (GRI).

En el ámbito de las cooperativas se utilizan los indicadores sociales, que se elaboran a partir de los principios cooperativos enunciados por la ACI. Se trata de unos parámetros que al asignárseles unos valores determinados, permiten a las cooperativas ser capaces de evaluar su comportamiento frente a la Responsabilidad Social, al mismo tiempo que dan una medida del grado de cumplimiento de dichos principios.

Un indicador válido aunque no exclusivo para evaluar la RS es el Fondo de Educación y Promoción (FEP). Este fondo es una partida singular y característica de las sociedades cooperativas que, si nos atenemos al destino de sus principales aplicaciones, podemos observar que guardan una gran coincidencia con aquellos postulados que vienen recogidos como componentes fundamentales de la RS, tales como:

- la difusión y promoción del cooperativismo,
- la promoción cultural,
- el desarrollo de la comunidad
- las acciones medioambientales.

Además puede ser una guía para evaluar el mayor o menor grado de compromiso de las cooperativas<sup>8</sup> en base a su porcentaje de dotación.

---

6.- Comisión de las Comunidades Europeas (2002): *Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*. Véase <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/n26034.htm>

7.- Véase <http://www.ica.coop/activities/idc/2008-idc-un-es.pdf>

8.- Server, R.J.; Villalonga, I. (2007): "La Responsabilidad Social en el cooperativismo de crédito. El Fondo de Educación y Promoción como indicador para su evaluación. Estudio empírico para el caso español". *Interciencia* VOL.32 N°6

#### 4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO PARTE INTEGRANTE DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL DE LA EMPRESA.

La Responsabilidad Social no debe tratarse como una “moda” o como una obligación, sino cómo una concepción de estrategia empresarial en la que se busca de forma voluntaria un acuerdo a nivel social, medioambiental y con los trabajadores.

El Foro de Expertos sobre RSE constituido por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005), en un informe publicado en 2007<sup>9</sup> cuando habla de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) se refiere “a una gestión de la empresa que respeta a todos sus grupos de interés y supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte de la gestión cotidiana de la toma de decisiones y de las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas”.

En este mismo sentido, diversos autores (Mahoney, 1990; Badaracco, 1998; Carroll, 1999; Castelló, 2005) indican la relación existente entre la responsabilidad social y la concepción estratégica de la empresa y los stakeholders.

Esta nueva forma de orientar los negocios debe conllevar una gestión integrada en la toma de decisiones y en las operaciones cotidianas de la empresa, en la que se respeten los diferentes intereses de los distintos grupos de interés. De este modo conseguirá crear valor en el largo plazo y por tanto ventajas competitivas, en tanto en cuanto se vean identificados los diferentes agentes relacionados.

Las empresas deben establecer canales de comunicación con los stakeholders, para que lleguen a sentirse identificados con las mismas y con sus acciones. Y esta información deberán conocerla a partir de fuentes de información creíbles. Según Lozano (2006), lo fundamental es tener presente que “la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) se estructura a través de las relaciones de las empresas con sus stakeholders” y que “la calidad de la relación con sus stakeholders transparente lo que la empresa es y lo que hace en materia de Responsabilidad Social Empresarial”.

Para lograr llevar a cabo esta integración de la RS en las estrategias empresariales y que los grupos de interés se vean identificados con ellas, será necesario que exista una interrelación entre ambos. En este sentido Porter y Kramer (2006), plantean la existencia de una mutua dependencia entre la sociedad y las empresas lo cual “implica que las decisiones de negocios y las políticas sociales deben seguir el principio de valor compartido”, de forma que beneficien a las dos partes. Por tanto habrá que delimitar qué políticas de RS hay llevar a cabo para que confluyan los intereses de la empresa y de los stakeholders, de forma que los resultados que se generen supongan un beneficio significativo tanto para la sociedad como para la compañía.

Para que estos beneficios que se producen al aplicar la RS cómo parte de la estrategia empresarial, supongan una ventaja competitiva única, cada empresa deberá buscar una posición exclusiva, estableciendo relaciones duraderas con los stakeholders de forma que se refuerce su posición competitiva. En este sentido el Banco Mundial<sup>10</sup> afirma que “una correcta evaluación estratégica de la RSC beneficia su eficiencia empresarial”.

Se necesita por tanto un esfuerzo por parte de las empresas para incorporar plenamente las políticas de RS como parte integral de sus estrategias empresariales, puesto que tal y como dice la Comisión Europea en el Informe sobre competitividad Europea 2008<sup>11</sup>, “la medida en que la RSE puede conducir la competitividad desde la perspectiva del cliente depende de la competitividad estratégica de las empresas.”

Para poder aplicar correctamente estas políticas, será necesario que las empresas establezcan planes estratégicos en los que se reflejan cuales son las líneas que van a seguir y las acciones a realizar. Por otra parte, estos planes deberán estar sustentados en un sistema de gestión integral que afecte a todas las áreas de la empresa.

Tal vez no podamos hablar de un nuevo paradigma en toda su extensión, pero sin lugar a dudas la adopción de los postulados de la RSE por las empresas debe conducir a una nueva forma de concebir a la empresa, que conduzca a que las estrategias empresariales deban supeditarse a esta nueva “actitud” que, sin renunciar al beneficio, esté más acorde con los requerimientos actuales de la sociedad.

---

<sup>9</sup> Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas (2007). Véase [http://www.mtas.es/es/empleo/economia-soc/RespoSocEmpresas/docs/INFORME\\_FOROEXPERTOS\\_RSE.pdf](http://www.mtas.es/es/empleo/economia-soc/RespoSocEmpresas/docs/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf)

10.- BANCO MUNDIAL (2003): *Informe sobre el desarrollo mundial 2003. Desarrollo Sostenible en un mundo dinámico*. Banco Mundial, Washington.

11.-Comisión de las Comunidades Europeas (2008): *European Competitiveness Report 2008*. Véase [http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise\\_policy/competitiveness/1\\_eucompetrep/eu\\_compet\\_reports.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/competitiveness/1_eucompetrep/eu_compet_reports.htm)

## 5. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Tal y como hemos comentado, el grado de penetración de la RS en las empresas ha ido incrementándose a lo largo de los últimos años, sin embargo este crecimiento y sus resultados no se han producido de manera uniforme en todos los países.

En el último estudio<sup>12</sup> realizado por Accountability<sup>13</sup>, destacan los países nórdicos (Suecia, Dinamarca, Finlandia) en cuanto al establecimiento de prácticas empresariales responsables.

En dicho estudio se ha establecido un ranking de países en función del índice de competitividad responsable (RCI)<sup>14</sup>. Trece países de los 20 primeros son europeos, mientras que en los últimos puestos del ranking se encuentran países como Pakistán, Egipto o Chad

En el caso de España y Portugal, ocupan el puesto 26 y 21 respectivamente en el ranking de países. Ambos estarían dentro del grupo que en el informe se denominan “Afirmadores” los cuales son países que progresan, que aprovechan las oportunidades en la competitividad responsable, creando marcas nacionales relacionadas con prácticas empresariales y de gobierno responsables para atraer inversiones directas extranjeras y promover una primera generación de productos globales y marcas corporativas<sup>15</sup>.

A este crecimiento que se ha producido en los últimos años en la Unión Europea, han contribuido substancialmente las iniciativas que se han tomado desde las diferentes administraciones públicas.

A nivel europeo, el establecimiento en la cumbre de Lisboa (2000) del objetivo estratégico de “convertirse en una economía capaz de crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejor ocupación y con mayor cohesión social”, supone un punto de partida para el desarrollo e incorporación de la RS en las empresas.

Posteriormente en 2001, la Comisión publica un Libro Verde para promover un marco europeo de la RSE y en una comunicación de 2002 propone una estrategia comunitaria de fomento de la RSE. Además en 2002 se puso en marcha el Foro multilateral europeo sobre la RSE, que presentó su informe final en 2004. En marzo de 2005 la Comisión Europea en su Comunicación al Consejo de Primavera, reconoció que la RSE puede desempeñar una función clave a la hora de contribuir al desarrollo sostenible y reforzar al mismo tiempo el potencial innovador y la competitividad de Europa.

En España se han llevado a cabo diferentes iniciativas por parte de las administraciones Públicas, tanto a nivel estatal como autonómico de cara a promover el desarrollo e implantación de la RS. Cabe señalar la constitución de un Foro de Expertos en RSE por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en 2005, la creación del Consejo Estatal de la Responsabilidad Social en 2008<sup>16</sup>, la aprobación por el Consejo de Ministros del Plan de Contratación Pública Verde<sup>17</sup>, así como otro tipo de iniciativas que se están llevando a cabo, como las ayudas y subvenciones a la implantación de sistemas de gestión de la RS en las PYMES.

En el caso de Portugal, la RS se presenta como una variable estratégica para la promoción del desarrollo sostenible en este sentido se ha establecido la denominada “Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible”<sup>18</sup>. Además en el Cuadro de Referencia Estratégico Nacional (QREN, 2007) se establece que las políticas públicas estarán orientadas para conseguir mayores niveles de desarrollo sostenible, innovación, crecimiento económico y competitividad.

Un aspecto clave para que todas estas políticas obtengan los resultados que persiguen y que las empresas consigan mejorar el aprovechamiento de los beneficios generados por la incorporación de la RS a su gestión, es facilitar y hacer accesible a las partes interesadas toda la información posible sobre los resultados de la aplicación de la RS a sus prácticas empresariales.

---

12 El estado de la competitividad responsable. Véase <http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/EI%20Estado%20de%20la%20Competitividad%20Responsable%202007.pdf>

13 Organización internacional dedicada a la promoción del desarrollo de las capacidades de las organizaciones y de los individuos con relación a la responsabilidad social y ética en el marco de un desarrollo sostenible.

14 El RCI utiliza 21 indicadores de 13 fuentes independientes. Cada indicador analiza qué países están estableciendo estrategias de competitividad que consideren de manera explícita su impacto social y ambiental

15 En el informe se diferencian cuatro grupos de países en función del grado de desarrollo.

16.- RD 221/2008 de 15 de Febrero. Modificado por el Consejo de Ministros del pasado 5 de septiembre

17.- Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público y ORDEN PRE/116/2008, de 21 de enero por la que se aprueba el Plan de Contratación Pública Verde

18 Véase <http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/default.aspx?idLang=1&site=desenvolvimentosustentavel>

A este respecto, hay que tener en cuenta que actualmente a pesar de los esfuerzos por parte de las instituciones y empresas, el grado de conocimiento sobre la Responsabilidad Social todavía es relativamente bajo. En España<sup>19</sup>, a nivel ciudadano, un 34% conoce el significado de Responsabilidad Social, mientras que un 49% ha oído hablar de ella.

A nivel empresarial, este conocimiento se sitúa en torno al 54%. Siendo significativa la diferencia que existe en función del tamaño de la empresa. En el caso de las grandes empresas de más de 500 empleados, el 90% conocen de qué trata la responsabilidad social, mientras que en el caso de pequeñas empresas de menos de 10 empleados, este porcentaje se reduce considerablemente hasta el 50%.

Para lograr incrementar este conocimiento, las empresas elaboran las llamadas “Memorias de sostenibilidad” mediante las cuales informan a todas las partes interesadas sobre la posición corporativa y las actividades de la empresa a nivel económico, social y medioambiental.

De acuerdo con un reciente estudio<sup>20</sup>, a nivel mundial casi el 80% de las 250 empresas más grandes del mundo realizan informes de RSC, frente al 50% en el 2005, apreciándose en los últimos años un incremento significativo de la presentación de informes por parte de las empresas.

A la hora de analizar los factores que han llevado a estas empresas a desarrollar estos informes, destacan:

- las consideraciones éticas, 69%.
- las consideraciones económicas, 68%
- por cuestiones de reputación o marca, 55%.
- por innovación y aprendizaje, 55%.

Por otro lado, destacar el aumento de la importancia que dan las empresas a las relaciones con los stakeholders. Dentro de este grupo destacan las relaciones con los proveedores y la mejora de las relaciones con las autoridades públicas. En ambos casos el incremento del número de empresas que ha tenido en cuenta estos factores para elaborar sus informes ha sido significativo, pasando del 13% en 2005 al 32% en 2008 y del 9% al 21% respectivamente.

Con respecto a las empresas cooperativas, el 41% de las mismas<sup>21</sup> tienen una estrategia definida de RSC disponible públicamente, es decir comunican públicamente una estrategia de sostenibilidad que incluye objetivos establecidos y que está ligada a enfoques de gestión y estrategias corporativas de mayor alcance.

A nivel español, el porcentaje de empresas que han presentado (o tenían previsto presentar) informes de RS durante el año 2008<sup>21</sup> ha sido tan sólo del 20%, mientras que un 76% no tienen previsto elaborar memorias de RS.

Al igual que ocurría con el grado de conocimiento sobre la RS, dentro del porcentaje de empresas que presentan memorias de sostenibilidad se diferencian claramente las empresas de mayor tamaño y las PYMES. En el caso de estas últimas, únicamente el 15% realizan o tienen previsto hacer memorias de sostenibilidad, mientras que en el caso de las empresas de más de 500 empleados, este porcentaje es superior al 50%.

En consecuencia es necesario un mayor esfuerzo por parte de las empresas, en especial en el caso de las pymes que representan el 94% del tejido empresarial español, para difundir la información sobre la RS a los grupos de interés (consumidores, empleados, etc.) con el fin de lograr su implicación y que dicha información adquiera una mayor importancia en la toma de decisiones.

En cuanto a la temática de los informes, a lo largo de los últimos años se observa una clara evolución, pasando de reflejar sobre todo temas de carácter medioambiental en los años 90 a plantear los informes desde una perspectiva que recoja los diferentes aspectos medioambientales, sociales y económicos.

Por último, a la hora de analizar la integración de la RS en las políticas de la empresa, se observa que un 50% de las empresas españolas considera la Responsabilidad Social útil para su organización, mientras que un 27% de las mismas no alcanzan a ver su utilidad y no realizan ningún tipo de prácticas en este sentido.

Sin embargo, y a pesar de que la mitad de las empresas reconocen la utilidad de la RS, y se considera la Responsabilidad Social como una herramienta de gestión que puede tener un impacto positivo a nivel de

---

19.- Informe Forética 2008. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España.

20.- Estudio de KPMG Internacional sobre Informes de Responsabilidad Corporativa 2008.

21.- Del grupo de 100 empresas cooperativas con mayores ingresos de los 22 países analizados en el estudio de KPMG Internacional sobre Informes de Responsabilidad Corporativa 2008.

la reputación de las compañías, únicamente un 17% están desarrollando prácticas de Responsabilidad Social.

No obstante, la gran mayoría de los empresarios, 66.9%, están convencidos de que la importancia de la RS va a seguir creciendo en los próximos años, y por tanto existe una cierta esperanza en que se incremente la integración de la RS en la gestión de las empresas.

## **6. EL EFECTO DE LA CRISIS EN LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.**

A pesar del crecimiento que ha experimentado la RS en los últimos años, el actual contexto de crisis global puede afectar decisivamente a su consolidación y desarrollo en las empresas.

A este respecto, según un sondeo de CSR Internacional<sup>22</sup> realizado a finales del año pasado, el 44% de los ejecutivos relacionados con la responsabilidad social creen que la RSE se incrementará como consecuencia de la crisis. Otro 26% cree que va a cambiar, mientras que el 22% piensa que se debilitará.

En nuestra opinión, el efecto de la crisis dependerá básicamente de la estrategia que hayan adoptado las empresas en relación a la aplicación e integración de las políticas de RS.

En el caso de las empresas que han considerado la RS únicamente como una serie de actuaciones a nivel de marketing y acciones orientadas a la creación de una buena imagen corporativa de cara a los clientes y al público en general, el impacto de la crisis será mayor, puesto que disminuirá su implicación así como los recursos que le dedican ya que realmente no lo contemplan como parte integrante de su actividad empresarial.

Sin embargo aquellas empresas que hayan adoptado un enfoque estratégico de la RS, incorporándola a su gestión empresarial, se verán menos afectadas.

Cómo hemos comentado anteriormente, para que las políticas de RS sean efectivas es necesario que estén totalmente integradas en la cultura corporativa y la estrategia empresarial, *“cuanto más estrechamente vinculado está un tema social con el negocio de la empresa, mayor es la oportunidad de aprovechar los recursos y capacidades de ésta para beneficiar a la sociedad”* (Porter y Kramer, 2006).

Estas empresas que demuestren un comportamiento adecuado y acorde a lo que esperan los diferentes grupos de interés en materia de RS, aportarán un factor diferenciador a sus productos que puede suponer un elemento clave en los criterios de elección de los consumidores.

Los propios empresarios son conscientes de este factor y más del 50% de las empresas consideran que los clientes incorporan, criterios de Responsabilidad Social en sus decisiones de compra<sup>21</sup>.

Si bien es cierto que la mayoría de los consumidores siguen anteponiendo factores como la calidad y el precio, cada día los productos y los precios son más parecidos entre las diferentes ofertas del mercado y por tanto otros factores, entre los que destaca la RS, adquieren un mayor protagonismo.

En concreto un 82,4% de los ciudadanos tiene una clara preferencia por aquellos productos que tengan una buena imagen en términos de Responsabilidad Social, siempre que las condiciones de precio sean similares, e incluso un 55,1% estaría dispuesto a pagar más por un producto socialmente responsable<sup>21</sup>.

De acuerdo con estos datos, la aplicación de la RS puede redundar en un beneficio mutuo tanto para los consumidores como para las empresas, que además facilite a estas últimas una ventaja competitiva que perdure en el largo plazo. Tal y como afirman Martín y Rubio (2008), *“las consecuencias de la RSC no se limitan a repercutir de forma positiva en los resultados financieros, sino que se ofrece una perspectiva más estratégica y de largo plazo con la incorporación de la competitividad como variable dependiente”*.

Por tanto, podemos concluir indicando que la integración de las políticas de RS en la gestión empresarial permitirá obtener a las empresas una serie de ventajas de distinta naturaleza, tales como:

- Incremento de la competitividad
- Incremento de la calidad de gestión
- Mayor transparencia
- Mejor reputación

No obstante hay que tener presente que no todas las situaciones y todas las empresas son iguales y por tanto cada organización deberá analizar las diferentes alternativas de RS, aplicando y desarrollando aquéllas que sean más adecuadas en su caso, para poder conseguir sus objetivos.

---

22.- Véase <http://csrinternational.blogspot.com/2008/11/responsabilidad-social-en-tiempos-de.html>

## 7. CONCLUSIONES.

- La consideración de socialmente responsables a las entidades de Economía Social en base a sus principios y valores debe ser matizado desde la perspectiva de la RSE con el cumplimiento efectivo de una serie de postulados que deben formar parte de un planteamiento estratégico que conduzca a una gestión integrada de la RSE, que impregne la toma de decisiones tanto tácticas u operativas como estratégicas.
- La aplicación de las políticas de RS en las empresas no debe considerarse como un gasto, sino como una inversión que en el medio y en el largo plazo reportará una serie de ventajas competitivas a aquellas empresas que las apliquen correctamente.
- Por tanto, tal y como afirman Porter y Kramer (2006), las empresas deberán “aproximar la RS estratégicamente de manera que más que un coste, proporcione ventajas competitivas a las empresas a través de la innovación, mientras solucionan importantes problemas sociales”.
- Para poder lograr esas ventajas competitivas, y por tanto una mejora en los resultados empresariales, será necesario que las compañías establezcan y mantengan relaciones de confianza con los diferentes grupos de interés (stakeholders).
- Otro aspecto a destacar en este sentido es la voluntariedad de la adopción de los postulados de la RS, así como la gestión participativa de la empresa, aspectos en los que las empresas cooperativas pueden servir de referente en base a la aplicación de los principios cooperativos formulados por la ACI.
- Dentro de este clima de diálogo y de confianza se deberán establecer las diferentes medidas necesarias para afrontar la actual situación de crisis global. Sería un error por parte de las empresas pensar que para su “supervivencia” en tiempos de crisis es necesario establecer reestructuraciones drásticas, sobre todo en el ámbito laboral, y centrar exclusivamente sus actuaciones en esta cuestión que a la postre crearía un clima de incertidumbre entre sus trabajadores que a corto plazo afectaría a la productividad de la empresa.
- A la hora de llevar a cabo estas medidas, será necesario tener en cuenta que la aplicación de los postulados de la RS no es contraria a la adopción de medidas que afecten de manera negativa sobre los trabajadores, pero siempre siguiendo pautas de conducta que contemplen medidas sociales como la posible re-contratación y el desarrollo de planes de formación que conduzcan a su reinserción laboral.
- En este sentido, sería necesaria la participación de los poderes públicos, mediante la formulación de una normativa laboral eficaz que favorezca la aplicación voluntaria por parte de las empresas de políticas de RS que eviten la confrontación evidente que actualmente se puede presentar entre la empresa y los trabajadores.
- Paralelamente, incidir en que en base a la actual crisis, es el momento en que las empresas deben recapacitar para llevar adelante lo que se denomina la “gestión del talento”, para centrarse en la innovación y obtener productos diferenciados y esto tampoco está reñido con la RS, ya que la solidez que conlleva esta forma de proceder acrecienta las expectativas competitivas de la propia empresa en aras de trancar una visión coyuntural y a corto plazo estableciendo en consecuencia una estrategia a medio y largo plazo que favorezca la continuidad futura de la empresa.
- Finalmente es necesario, una adecuada difusión de la puesta en práctica de las medidas de RSE mediante la publicación de las correspondientes memorias de sostenibilidad, para que los distintos agentes sociales perciban con claridad las acciones que las entidades de ES están llevando a efecto en aras del desarrollo del principio de "sostenibilidad" concepto básico que aglutina los postulados de la RSE.

## REFERENCIAS.

ACCOUNTABILITY (2007): *El estado de la competitividad responsable 2007*. <http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/El%20Estado%20de%20la%20Competitividad%20Responsable%202007.pdf>

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (2004): *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Documentos AECA. Serie Responsabilidad Social Corporativa, nº 1.

BANCO MUNDIAL (2003): *Informe sobre el desarrollo mundial 2003, Desarrollo Sostenible en un mundo dinámico*. Banco Mundial, Washington.

- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Comisión Europea, Bruselas. <http://europa.eu.int/comm/off/green/index-es.htm>
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002): *Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development (Comunicación)*. <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/n26034.htm>
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2008): *European Competitiveness Report 2008*. [http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise\\_policy/competitiveness/1\\_eucompetrep/eu\\_compet\\_reports.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/competitiveness/1_eucompetrep/eu_compet_reports.htm)
- DE CASTRO SANZ, M. (2006): "Las empresas de Economía Social y la Responsabilidad Social Corporativa". *Papeles de economía española*, ISSN 0210-9107, N° 108, 2006, pp. 92-104
- FORÉTICA (2008): *Informe FORÉTICA 2008. Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en España*. [http://www.foretica.es/recursos/doc/Biblioteca/Informes/36900\\_16121612200821230.pdf](http://www.foretica.es/recursos/doc/Biblioteca/Informes/36900_16121612200821230.pdf)
- FREEMAN, R. E.; MCVEA, J. (2001): "A Stakeholder Approach to Strategic Management". *Darden Business School Working Paper No. 01-02*
- KPMG (2008): *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008*. [http://www.kpmg.com/SiteCollectionDocuments/International-corporate-responsibility-survey-2008\\_v2.pdf](http://www.kpmg.com/SiteCollectionDocuments/International-corporate-responsibility-survey-2008_v2.pdf)
- LOZANO, J.M. (2006): "De la responsabilidad social de la empresa(RSE) a la empresa responsable y sostenible", *Papeles de economía española*, ISSN 0210-9107 108, pp. 40-62.
- MARÍN, L.; RUBIO, A. (2008): "¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de Responsabilidad Social Corporativa en PYME". *Tribuna de Economía, Mayo-Junio 2008*. N.º 84
- MARÍN, L.; ABENZA, M<sup>a</sup>. D.; AGRAMONTE, R. H. (2008): *La percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la región de Murcia*. Cuaderno de Investigación n° 7. Servicio de estudios del colegio de economistas de la región de Murcia.
- MARTÍNEZ, J.L.; CARBONELL, M.; AGÜERO, A. (2006): *Los Stakeholders y la acción social de la empresa*. Fundación Rafael del Pino. Editorial Marcial Pons Ediciones jurídicas y sociales.
- MUGARRA, A. (2001): "Responsabilidad y Balance Social hoy en día: un reto para las cooperativas". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, N° 39, pp. 25-50.
- PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. (2006): "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility". *Harvard Business Review*, Diciembre 2006.
- SERVER, R.J.; VILLALONGA, I. (2005): "La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, N° 53, pp. 137-161.
- SERVER, R.J., VILLALONGA, I. (2006): "El Concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Razones para incorporarla en la estrategia empresarial". En: *Mitos y Realidades de la Responsabilidad Social Corporativa en España. Un enfoque multidisciplinar*. Civitas Thomson. Navarra, España. pp. 19-34.
- SERVER, R.J.; VILLALONGA, I. (2007): "La Responsabilidad Social en el cooperativismo de crédito. El Fondo de Educación y Promoción como indicador para su evaluación. Estudio empírico para el caso español". *Interciencia* VOL.32 N°6
- VARGAS, A.; VACA, R.M. (2005): "Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, N° 53, pp. 241-260.