



Estudio Multisectorial sobre
EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA
de la Gran Empresa
en España

E n e r o d e 2 0 0 7

CLUB 
excelencia 
sostenibilidad 

Con la colaboración de:



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

SECRETARÍA GENERAL DE
EMPLEO

DIRECCIÓN GENERAL DE
LA ECONOMÍA SOCIAL DEL
TRABAJO AUTÓNOMO Y
DEL FONDO SOCIAL
EUROPEO

Estudio Multisectorial sobre
**EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA**
de la Gran Empresa
en España

A ñ o 2 0 0 7



Director del Estudio:

Ángel Ibisate

Director de Responsabilidad Corporativa y Calidad,
Red Eléctrica de España

Director de Estudios del Club de Excelencia
en Sostenibilidad

Redacción:

Miguel Ángel Rodríguez

Director, Responsabilidad y Sostenibilidad, S.L.

Grupo de Trabajo

Charo Fernández

Club de Excelencia en Sostenibilidad

Cristina Blanco

Club de Excelencia en Sostenibilidad

Juan Pedro Galiano

Jefe de Gabinete de Responsabilidad Social
y Marca, ADIF

Mercedes Durán

Club de Excelencia en Sostenibilidad

Mercedes Gutiérrez

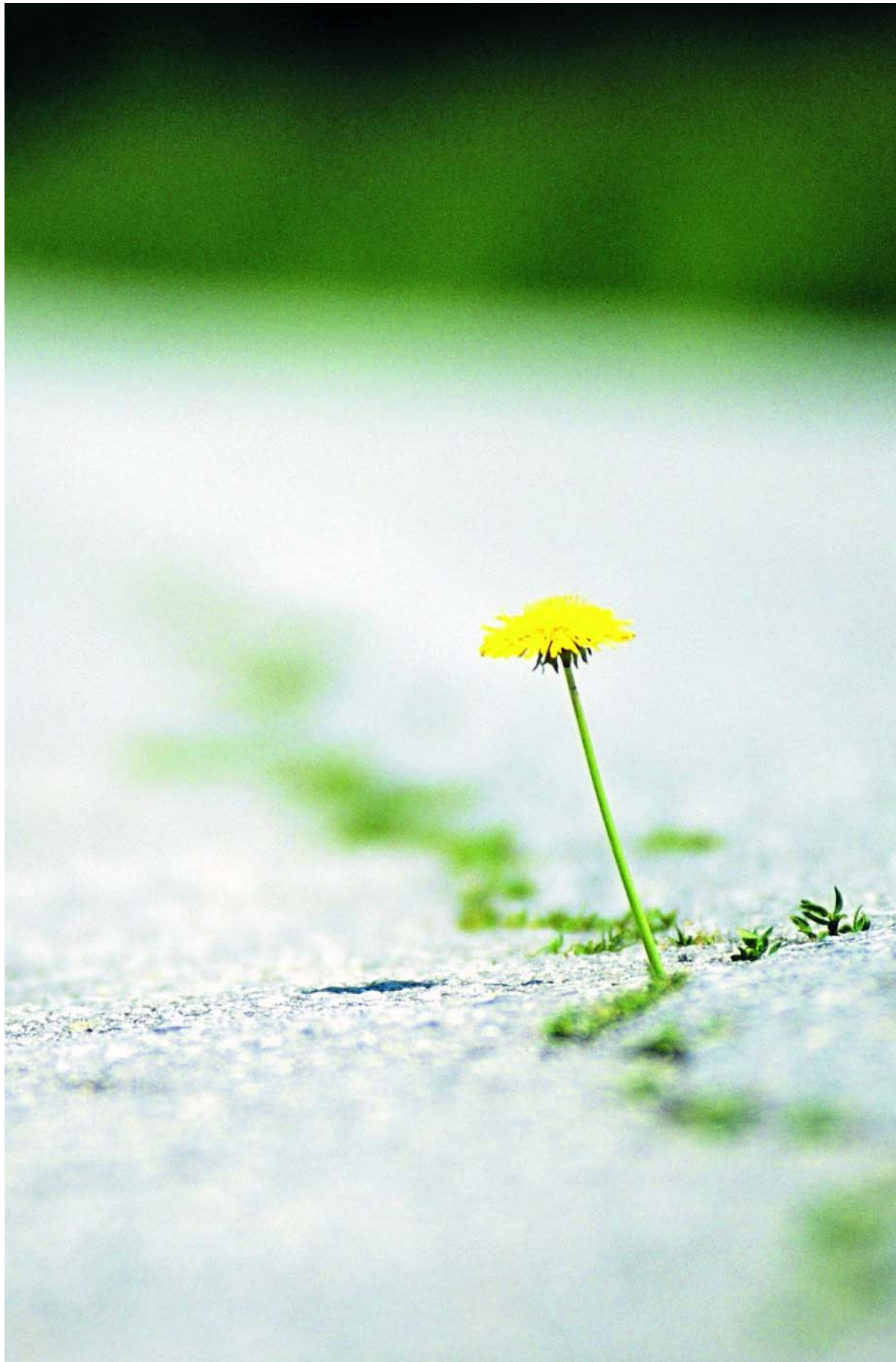
Coordinadora del Área de Responsabilidad
Corporativa, Red Eléctrica de España

Patricia Razquín

Club de Excelencia en Sostenibilidad

Indice

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y CONSIDERACIONES DEL ESTUDIO | 8 |
| 2. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y ESTRATEGIA | 12 |
| • ESTRATEGIA | |
| • ESTRUCTURA | |
| • VALORES Y CÓDIGOS DE CONDUCTA | |
| • SISTEMA DE INCENTIVOS | |
| • INDICADORES DE RC | |
| 3. GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS: COMUNICACIÓN Y RELACIONES | 24 |
| 4. GESTIÓN TÉCNICO-ECONÓMICA | 28 |
| 5. GESTIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO | 32 |
| • COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | |
| • GESTIÓN DE RIESGOS | |
| • INFORME DE GOBIERNO CORPORATIVO | |
| 6. GESTIÓN SOCIAL EXTERNA | 37 |
| 7. GESTIÓN SOCIAL INTERNA | 39 |
| • POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS Y DERECHOS HUMANOS | |
| • EMPLEO Y CREACIÓN DE EMPLEO | |
| • SEGURIDAD Y SALUD LABORAL | |
| • IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN | |
| • DESARROLLO, EMPLEABILIDAD Y GESTIÓN DE TALENTO | |
| • PARTICIPACIÓN E IMPLICACIÓN DE EMPLEADOS | |
| • VOLUNTARIADO CORPORATIVO | |
| • CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL | |
| 8. GESTIÓN AMBIENTAL | 53 |
| • POLÍTICA Y SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL | |
| 9. DIFICULTADES Y RETOS DE LA IMPLANTACIÓN DE LA RC EN LAS EMPRESAS | 56 |
| 10. ANÁLISIS SECTORIAL | 57 |
| 11. CONCLUSIONES | 66 |
| ANEXOS: | 70 |
| • 1. FICHA TÉCNICA | |
| • 2. COMPAÑÍAS QUE HAN PARTICIPADO EN EL ESTUDIO | |
| • 3. FORMATO DE LA ENCUESTA | |
| • 4. DENOMINACIONES DE LOS COMITÉS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA | |



Carta del Presidente

Querido lector:

Desde el Club de Excelencia en Sostenibilidad estamos poniendo en marcha un grupo de iniciativas para dar a conocer a todo el tejido empresarial español las ventajas derivadas de la integración de la responsabilidad corporativa en la estrategia de negocio de la empresa.

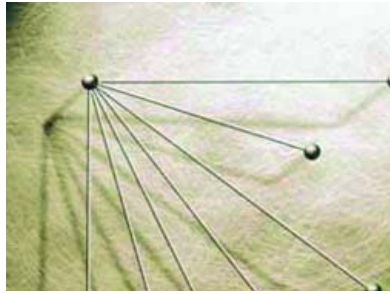
En este sentido, hemos tenido un gran interés en conocer el estado de esta estrategia a día de hoy en la gran empresa española, para lo cual hemos realizado el primer Estudio Multisectorial sobre el Estado de la Responsabilidad Corporativa de la Gran Empresa en España, con el objeto de crear una herramienta sistemática que cumpla una doble función; por una parte, que nos ayude a las empresas a conocer el estado actual de la implantación de estas prácticas en la empresa y por otra parte, y en base a los datos obtenidos, que nos dé indicaciones de cuáles son nuestras oportunidades de mejora en esta materia para poder evolucionar de una forma adecuada en nuestras estrategias responsables.

Quiero agradecer el apoyo que nos ha brindado para la realización de este Estudio al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y en especial a su Ministro D. Jesús Caldera y al Director General de la Economía Social del Trabajo Autónomo y del Fondo Social Europeo D. Juan José Barrera. Asimismo quiero agradecer especialmente el trabajo realizado por el director del Estudio D. Ángel Ibisate, Director de Responsabilidad Corporativa de Red Eléctrica de España y Director de Estudios del Club así como a todo su equipo en Red Eléctrica de España por el apoyo que han realizado durante todo el proceso de realización del trabajo. Finalmente me gustaría agradecer su participación a las cien empresas amigas que han aportado sus datos porque sin su colaboración habría sido imposible completar el Estudio.

Espero que les resulte una herramienta útil y todos podamos mejorar el desempeño responsable de nuestras compañías de cara a garantizar la sostenibilidad de nuestras empresas en el tiempo.

Eduardo Montes

Presidente del Club de Excelencia en Sostenibilidad



Estudio Multisectorial sobre
EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA
de la Gran Empresa
en España

A ñ o 2 0 0 7

1. Introducción: objetivos, metodología y limitaciones del estudio

¿Qué es una empresa responsable?

Aunque el concepto de sostenibilidad, o de responsabilidad corporativa (RC) o de responsabilidad social de la empresa (RSE), no es un término novedoso, aún no existe un consenso general sobre su alcance e implicaciones. Por ello, antes de presentar los resultados de este Estudio Multisectorial sobre el Estado de la Responsabilidad Corporativa en las grandes empresas en España, es preciso indicar cuál es la visión de la RC que subyace en el mismo. Algunas opiniones señalan que las empresas sólo han de ser responsables ante la ley. Otras amplían dicha visión legalista e indican que la responsabilidad empresarial ha de circunscribirse, básicamente, a los propietarios o accionistas. Finalmente, otras argumentaciones defienden que las empresas son responsables ante una multiplicidad de grupos de interés, entre los que se incluye a los empleados, los clientes, los proveedores, las organizaciones no gubernamentales (ONG), los consumidores, los sindicatos, las administraciones públicas, los medios de comunicación, etcétera.

La característica básica de una empresa responsable es su apertura al entorno físico y social. Gracias a esta apertura, una empresa responsable es consciente de su relación con dicho entorno y sensible al mismo. En consecuencia, las compañías deben mantener una relación abierta, honesta y fluida con sus diferentes grupos de interés, ya que éstos representan las necesidades y requerimientos del entorno en el que la empresa opera y constituyen la garantía de su futuro a corto y a medio plazo. Los objetivos, las decisiones y las actividades de una empresa responsable están concebidos para dar respuesta a la necesidad de crear valor, tanto para la propia empresa como para sus diferentes grupos de interés. De esta forma, una empresa responsable es sostenible en el doble sentido de la palabra: en primer lugar, por su contribución al desarrollo sostenible en el entorno físico y social en el que opera; y, en segundo lugar, porque tiene más posibilidades de perdurar indefinidamente en el tiempo. En suma, estas empresas tienen una visión más estratégica de la responsabilidad corporativa. Como veremos en este estudio, algunas de las empresas cuentan ya con dicha visión estratégica, mientras que, si seguimos la clasificación propuesta por el Club de Excelencia en Sostenibilidad, la mayoría está actuando con un enfoque más táctico.

Objetivos

El objetivo fundamental de este estudio ha sido realizar una primera valoración sobre el nivel de desarrollo de la responsabilidad corporativa entre las mayores empresas españolas, considerando como tales a las que operan en España independientemente del país de origen de la empresa matriz. Es decir, la idea ha sido analizar de qué forma y hasta qué punto están integrando los principios de la responsabilidad corporativa en sus estrategias, en sus sistemas, en sus procesos y en sus actividades en general.

Metodología

El estudio se ha realizado mediante el envío de un cuestionario a las 300 empresas españolas más importantes por volumen de facturación¹, procurando que la segmentación por sectores respetara en la medida de lo posible la que realiza uno de los más importantes índices de sostenibilidad a nivel mundial (Dow Jones Sustainability Index).

Un total de 100 empresas cumplimentaron el cuestionario dentro del plazo estipulado, mediante una página web preparada al efecto. En el anexo 1, se incluye la ficha técnica del estudio.

El cuestionario estaba dividido en las siguientes secciones y subsecciones :

1. Responsabilidad corporativa y estrategia.

- a. Misión, visión y estrategia
- b. Política de responsabilidad corporativa o sostenibilidad
- c. Estructura organizativa
- d. Valores corporativos, códigos éticos y de conducta empresarial
- e. Planificación y programación
- f. Procesos y sistemas de gestión de indicadores

2. Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones.

- a. Proceso de gestión de los grupos de interés
- b. Información de responsabilidad corporativa

3. Gestión técnico-económica.

- a. Triple cuenta de resultados
- b. Tecnología, investigación, desarrollo e innovación
- c. Ratings de responsabilidad corporativa e inversión socialmente responsable

4. Gestión de gobierno corporativo.

- a. Política y principios de gobierno corporativo
- b. Composición y funcionamiento del consejo de administración
- c. Gestión de riesgos
- d. Informe de gobierno corporativo

5. Gestión social externa.

- a. Acción social y filantropía

6. Gestión social interna.

- a. Política de recursos humanos y derechos humanos
- b. Empleo y creación de puestos de trabajo
- c. Seguridad y salud laboral
- d. Igualdad y no discriminación
- e. Desarrollo, empleabilidad y gestión del talento
- f. Participación e implicación de empleados
- g. Voluntariado corporativo
- h. Conciliación de la vida personal y laboral

7. Gestión ambiental.

- a. Política y sistemas de gestión ambiental
- b. Gestión de consumos
- c. Gestión de residuos
- d. Ecoeficiencia

El cuestionario ha permitido obtener una instantánea bastante concluyente del estado de la responsabilidad corporativa entre las grandes empresas que operan en España. Asimismo, este estudio ha permitido comprobar que, según el desarrollo, implicación y resultados de las empresas en la RC, existen dos categorías diferenciadas: las primeras —más implicadas y con mayor experiencia y camino recorrido— las denominaremos a partir de este momento como **“empresas líderes”** en RC; las segundas —con un recorrido importante, aunque todavía en fase de consolidación— las denominaremos **“mayoría de empresas”**.

Dado que la apertura de las empresas al entorno físico-social en el que operan es el elemento clave de la responsabilidad corporativa, el análisis del nivel de dicha apertura resulta esencial. Sobre esta base, la muestra se ha segmentado en los dos grandes bloques anteriormente mencionados:

- **“Empresas líderes”** (en adelante LID): Hemos considerado LID aquéllas que mantienen canales de diálogo con todos sus grupos de interés, al conceder un carácter estratégico a dicho diálogo. Los grupos de interés con los que mantienen el diálogo son: accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, instituciones, fundaciones, ONG, Administración, sindicatos, medios de comunicación y competencia. También son las que presentan sistemas de gestión de la RC más maduros y consolidados, así como unos resultados notables en cada uno de los apartados que constituye la RC, según el diseño del estudio. De acuerdo con los resultados del estudio, son 36 las empresas que tienen ese carácter de LID, perfectamente comparable con el desarrollo que alcanzan las empresas más avanzadas en Europa en RC.
- **“Mayoría de empresas”** (en adelante ME): Dentro de esta categoría, hemos considerado aquéllas que mantienen canales de diálogo sólo con algunos grupos de interés, diálogo que, normalmente, se circunscribe a empleados, accionistas y clientes. Además, son empresas en las que sus sistemas de gestión de la RC tienen un menor desarrollo o son menos completos. Esta categoría incluye a 64 empresas del total de la muestra.

Gracias a esta segmentación, el estudio tiene un valor no sólo descriptivo, sino, posiblemente, también prospectivo. Efectivamente, es muy probable que las empresas del segmento denominado ME puedan ocupar un nivel más avanzado en un futuro a medio plazo y que las empresas que aún no han empezado en la RC alcancen, en dicho plazo, la posición que actualmente ocupa la denominación ME.

Este razonamiento tiene un indudable interés, tanto para las empresas que desean profundizar en su responsabilidad corporativa y se preguntan qué deberían hacer, como para las que todavía no se han planteado esta necesidad, así como para las diferentes personas, organizaciones e instituciones sabedoras de la importancia que el avance de la responsabilidad corporativa tiene para el progreso y cohesión de la sociedad en el momento actual.

Consideraciones del estudio

Las principales consideraciones de este estudio tienen que ver con la metodología empleada y con la propia temática analizada. Una de ellas es el factor que puede denominarse “deseabilidad social de la respuesta”. Es decir, en este tipo de temáticas, en que existe un cierto consenso social tácito sobre lo que resulta más o menos correcto, hay una cierta tendencia, muchas veces inconsciente, a confundir la realidad (lo que la empresa está haciendo) con el deseo (lo que nos gustaría que la empresa estuviera haciendo).

Por otro lado, como se ha indicado anteriormente, la encuesta se envió a 300 empresas y fue contestada por 100. Para cualquier estudio estadístico, este porcentaje de respuestas sería un buen valor. Sin embargo, ha de tenerse en cuenta otro factor que se puede denominar de “autoselección”. Es decir, en estas temáticas, las empresas que responden tienden a ser las que en mayor o menor medida están haciendo algo, mientras que, por el contrario, aquéllas que tienen un bajo desarrollo o no han empezado a trabajar en ello tienden a no responder. Esto puede comprobarse empíricamente, aunque de forma no concluyente, si acudimos a sus páginas web o a sus informes anuales de gestión.

Aunque es difícil estimar con exactitud la influencia que hayan podido tener ambos factores, es indudable que éstos han contribuido a elevar, en alguna pequeña medida, el nivel de los resultados de los aspectos considerados en el cuestionario. Por lo tanto, los valores numéricos de los mismos han de tomarse con precaución, como cualquier estudio estadístico que se realice. En cualquier caso, la diferencia entre el comportamiento de las LID y el de la ME, así como las diferencias entre las medias obtenidas en los diversos temas considerados en el cuestionario, mantienen todo su valor.



2. Responsabilidad corporativa y estrategia

Las preguntas incluidas en este apartado del cuestionario pretendían establecer hasta qué punto las empresas han integrado los principios básicos de la responsabilidad corporativa en sus estrategias, estructura, valores compartidos por todos sus componentes, códigos de conducta, indicadores y sistemas de incentivos.

Estrategia

Si una empresa no sabe a dónde se dirige, ni cómo llegar a su 'visión', difícilmente llegará a ningún sitio. Por ello, la formulación de una estrategia de responsabilidad corporativa es un tema fundamental para avanzar en estos temas. En este sentido, la práctica totalidad de las LID tiene una estrategia de RC (en concreto, el 97%) y una política de RC o sostenibilidad (el 94%); además la mayoría establece planes de actuación a medio plazo (el 89%) y anuales (el 86%). Por el contrario, como indican los gráficos 1, 2, 3 y 4, entre la ME todavía hay un número importante que reconoce carecer de este nivel de desarrollo.

Gráfico 1

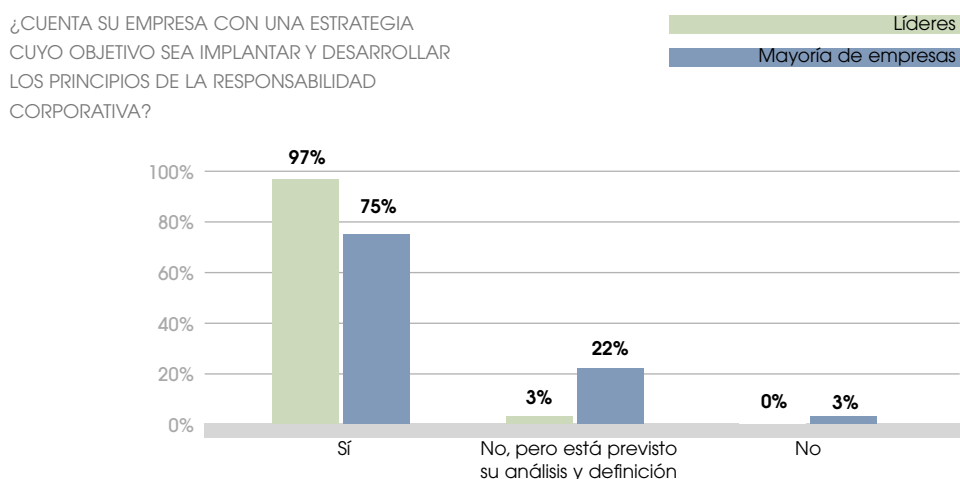


Gráfico 2

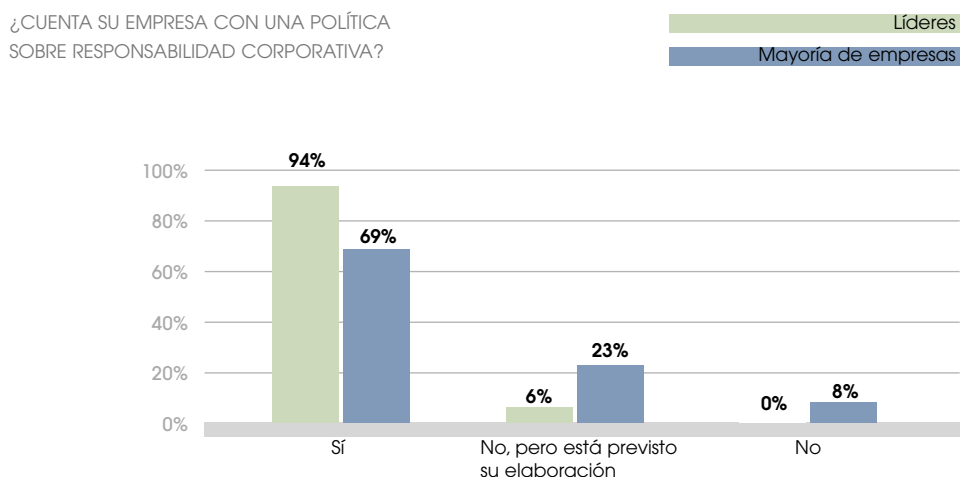


Gráfico 3

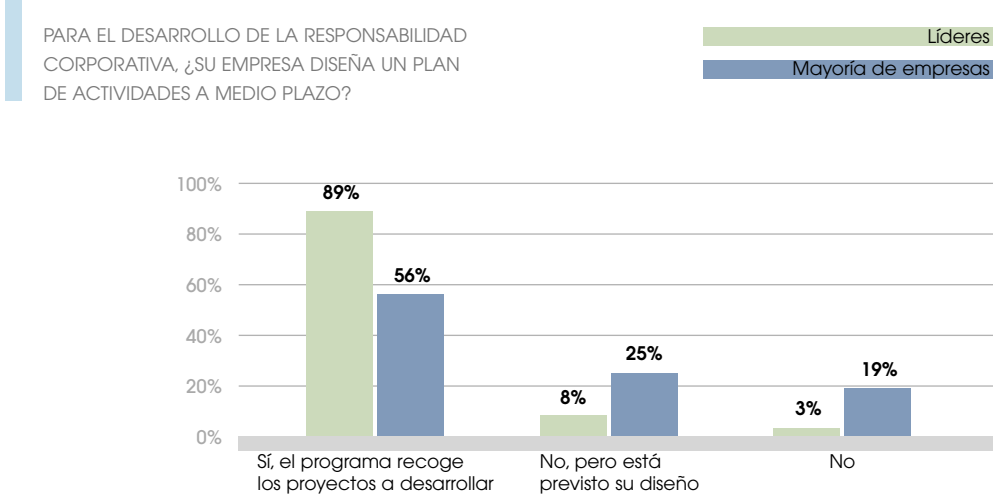
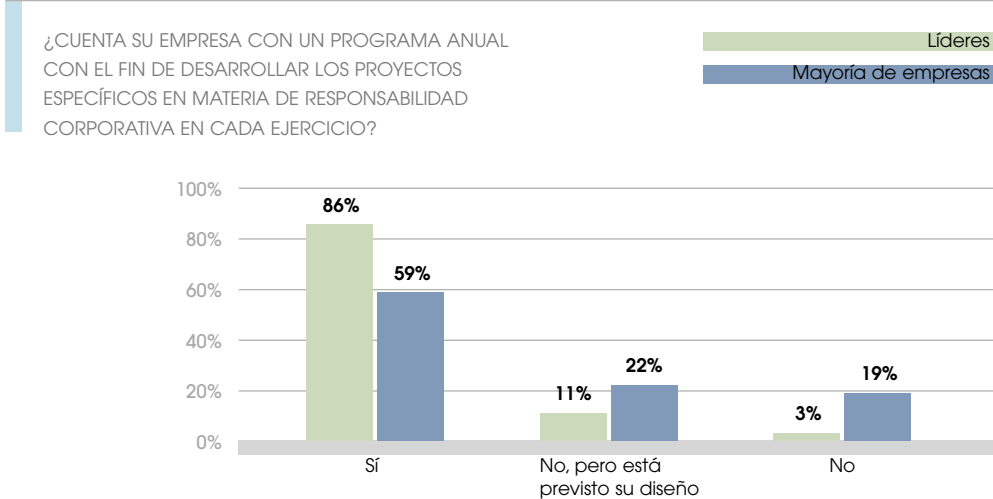


Gráfico 4



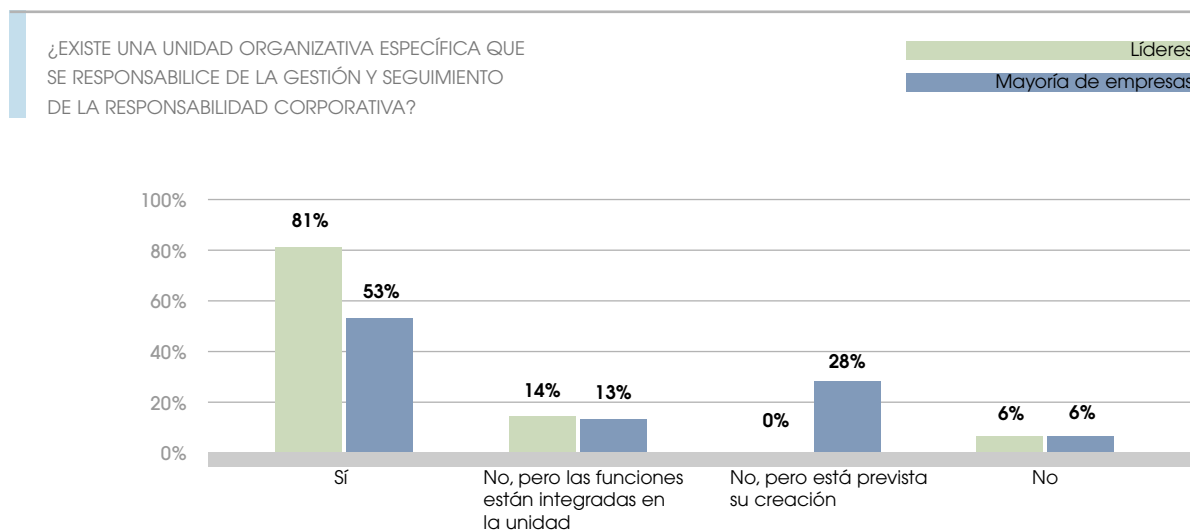
En cualquier caso, cabe afirmar que, al menos en las respuestas dadas por la ME en estas preguntas, parece haber ejercido una notable influencia el factor "deseabilidad social de la respuesta". Cuando una empresa formula una estrategia, sea cual sea el tema central de la misma, lo hace para que todos los recursos y esfuerzos organizativos se dirijan en la dirección señalada de forma eficaz y eficiente. Por ello, cuando una empresa decide formular su estrategia de RC es porque, en cierta forma, ha alcanzado un cierto nivel de madurez: tras haber puesto en marcha durante años diferentes iniciativas relacionadas con la responsabilidad corporativa y percibe la necesidad y conveniencia de "poner orden" y dotarse de un horizonte estratégico.

Estructura

La información obtenida con las preguntas relativas a la estructura corrobora las diferencias apuntadas en la sección anterior entre la realidad y el deseo o bien, si se prefiere, entre la realidad y la visión de la propia realidad que tienen muchas empresas. Estrategia y estructura son dos elementos que se necesitan mutuamente: formular una estrategia es un hecho poco menos que inútil, si no se crea la estructura adecuada para convertirla en realidad. De igual forma, de nada sirve dotarse de la mejor de las estructuras organizativas posible, si no está claro qué estrategia ha de perseguirse con la misma.

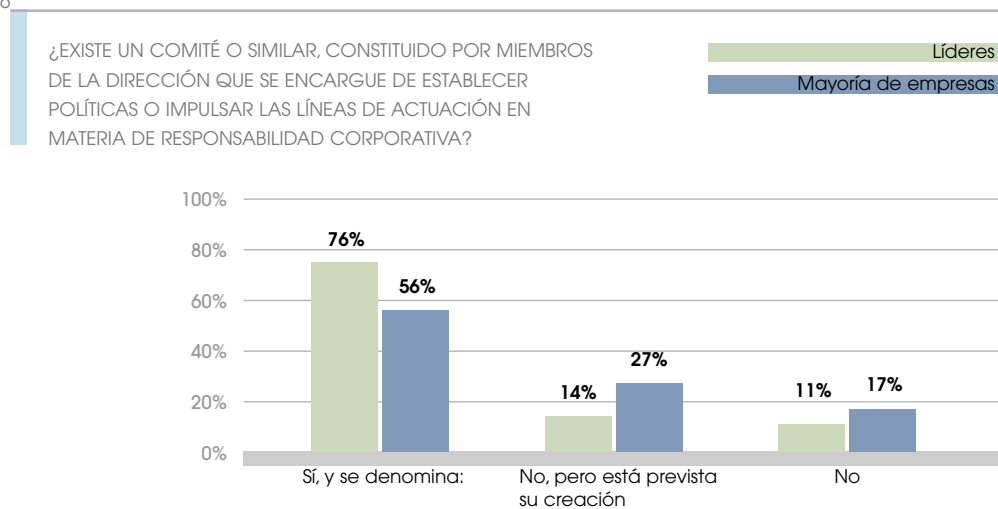
La práctica totalidad de las LID o bien afirma haber establecido una unidad organizativa específica responsable de la gestión de la RC (el 81%) o bien sostiene haber integrado estas funciones en una unidad preexistente (el 14%). En cambio, en la categoría ME, los porcentajes se reducen de manera apreciable hasta el 53% y el 13%, respectivamente (véase el gráfico 5).

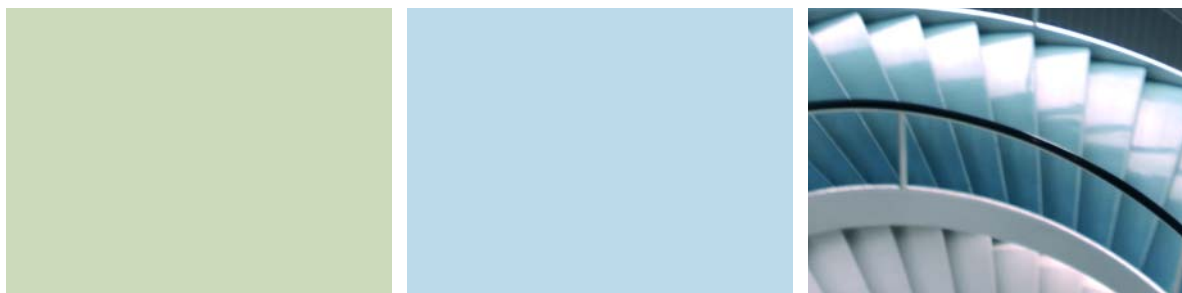
Gráfico 5



Por otro lado, incluso entre las LID todavía algunas no han establecido un comité constituido por directivos encargado de establecer políticas o líneas de actuación en materia de RC. El porcentaje de las empresas que sí lo han hecho baja del 80% al 75%, respecto a las que tienen una unidad organizativa dedicada a estos fines (véase el gráfico 6). Éste es un hecho lógico, ya que supone un importante paso adelante en la integración de la RC en una empresa. En este sentido, resulta destacable que, en el segmento ME haya más empresas que afirmen tener un comité de alto nivel que una unidad organizativa de inferior rango.

Gráfico 6





Un importante número de LID ha dado significativos pasos en la mejora de su estructura de RC, al tener al menos un experto en temas de RC entre los miembros de su máximo órgano de gobierno (el 69%) y nombrar a un “defensor de los grupos de interés” (el 75%) para gestionar las denuncias y sugerencias recibidas por los mismos. En este aspecto, es importante señalar que, en la mayoría de los casos, este defensor es en realidad un ‘agente’ interno de la empresa, que puede ser hasta la propia dirección de recursos humanos, órgano que gestiona las posibles denuncias o incumplimientos al código ético formuladas por los empleados, cuando lo recomendable sería que estas funciones las ejerciese un agente externo a la compañía. En la mayor parte de los casos, los códigos éticos no son públicos para todos los grupos de interés y no existen cauces para su tratamiento. Como prueba de la importancia que conceden a la RC, el 63% de las LID considera cuatro o más veces al año estos temas en las reuniones de su máximo órgano de gobierno. Asimismo, el 72% de estas empresas tiene una fundación, cuyo propósito está alineado con los principios de la RC. Estos hechos colocan a las LID españolas en RC a un nivel parejo al de las LID a nivel mundial² (véanse los gráficos 7, 8, 9 y 10).

Gráfico 7

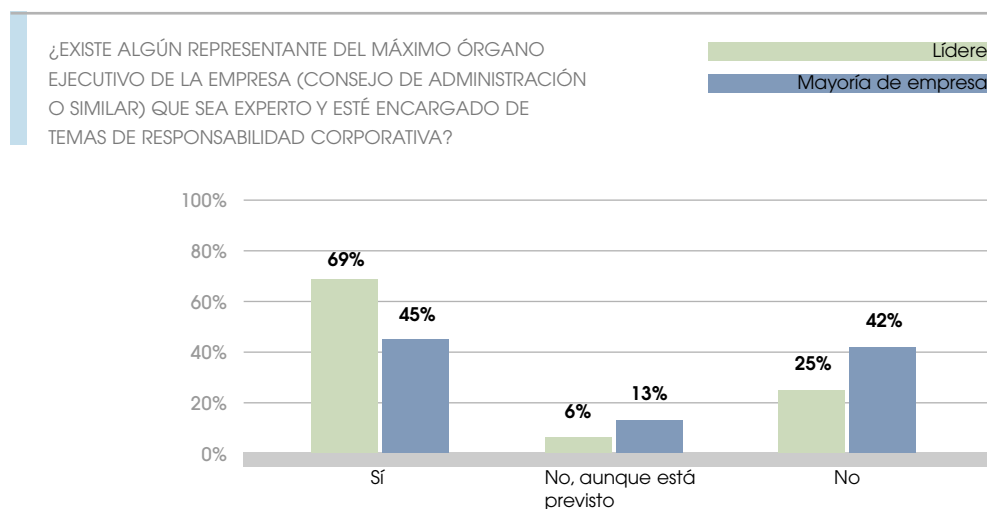


Gráfico 8

¿CON QUÉ FRECUENCIA ANUAL EN LAS REUNIONES DEL MÁXIMO ÓRGANO EJECUTIVO DE LA EMPRESA SE INCLUYEN TEMAS RELACIONADOS CON LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?

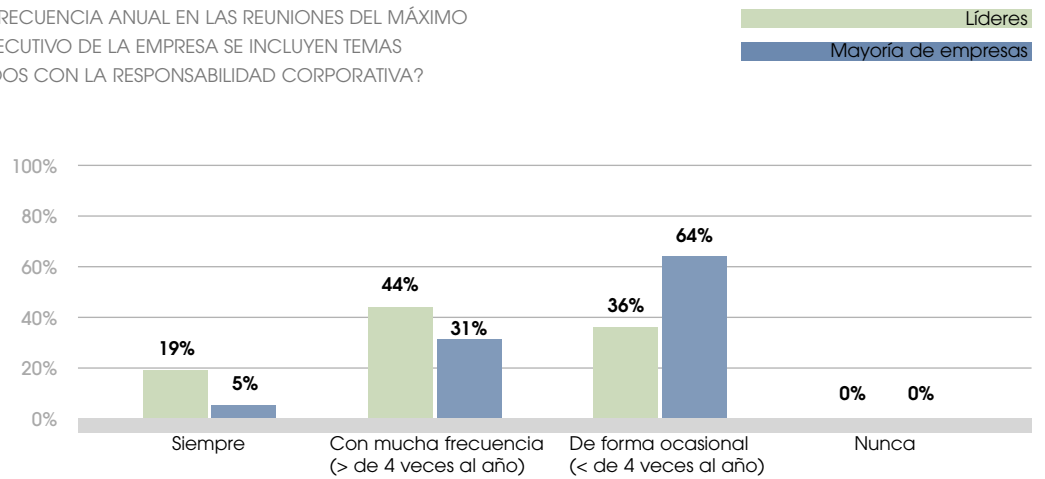


Gráfico 9

¿POSEE SU EMPRESA UNA FUNDACIÓN QUE DESARROLLE ACTIVIDADES DE CARÁCTER SOCIAL, MEDIOAMBIENTAL, ETC.?

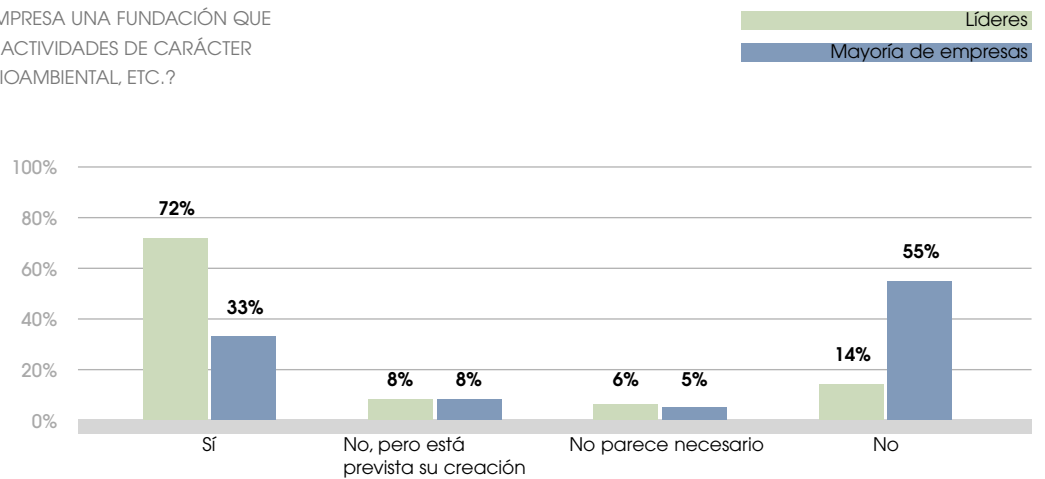
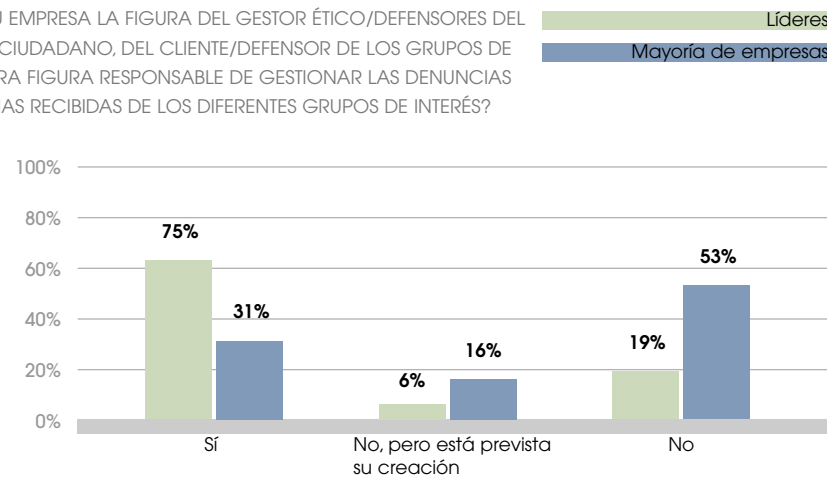


Gráfico 10

¿EXISTE EN SU EMPRESA LA FIGURA DEL GESTOR ÉTICO/DEFENSORES DEL PUEBLO, DEL CIUDADANO, DEL CLIENTE/DEFENSOR DE LOS GRUPOS DE INTERÉS U OTRA FIGURA RESPONSABLE DE GESTIONAR LAS DENUNCIAS Y SUGERENCIAS RECIBIDAS DE LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS?



Como puede apreciarse en los cuatro gráficos precedentes, el segmento ME está todavía lejos del nivel de madurez suficiente para implantar medidas de esta envergadura y complejidad.

Valores y Códigos de Conducta

Los valores compartidos por sus miembros constituyen el pilar de la cultura de la empresa. Cuando realmente se asumen y se viven, los valores son la base de lo que podría denominarse la visión del mundo de una empresa. De los valores nacen y se consolidan las actitudes y comportamientos de los integrantes de una empresa, y constituyen el filtro último de las decisiones tomadas por los mismos.

Por diversos motivos, los códigos de conducta se han popularizado en los últimos años. De alguna manera, son una concreción de lo que se ha indicado anteriormente respecto a los valores. En definitiva, dichos códigos de conducta muestran de una forma clara a todos los miembros de una empresa qué es lo importante y qué principios han de regir su conducta.

El estudio ha puesto de manifiesto las diferencias existentes entre las categorías LID y ME. Aunque todavía tienen un margen de mejora, las LID muestran que los principios de la RC están calando en sus organizaciones y están pasando a formar parte de su 'código genético'. Por el contrario, en el segmento ME estos temas apenas han traspasado su 'epidermis'.

Aunque, como puede apreciarse en el gráfico 11, el porcentaje de LID y de la ME que tienen un código de conducta es muy parejo (89% y 80% respectivamente), las diferencias en los contenidos y en la gestión de los mismos son notables. Los contenidos considerados en los códigos de conducta de la ME no recogen ampliamente todos los principios de la responsabilidad corporativa (véase la tabla 1). Es de destacar que: menos de la mitad incluye temas como la 'ética' en los productos y servicios que ponen en el mercado (47%); las relaciones con sus competidores (45%); la violencia y acoso en sus centros de trabajo (41%); la igualdad (47%); o el uso de recursos (35%). En realidad, sólo hay dos temas que gozan de una consideración suficientemente extendida: la corrupción y sobornos (78%) y los conflictos de intereses (73%).

Gráfico 11

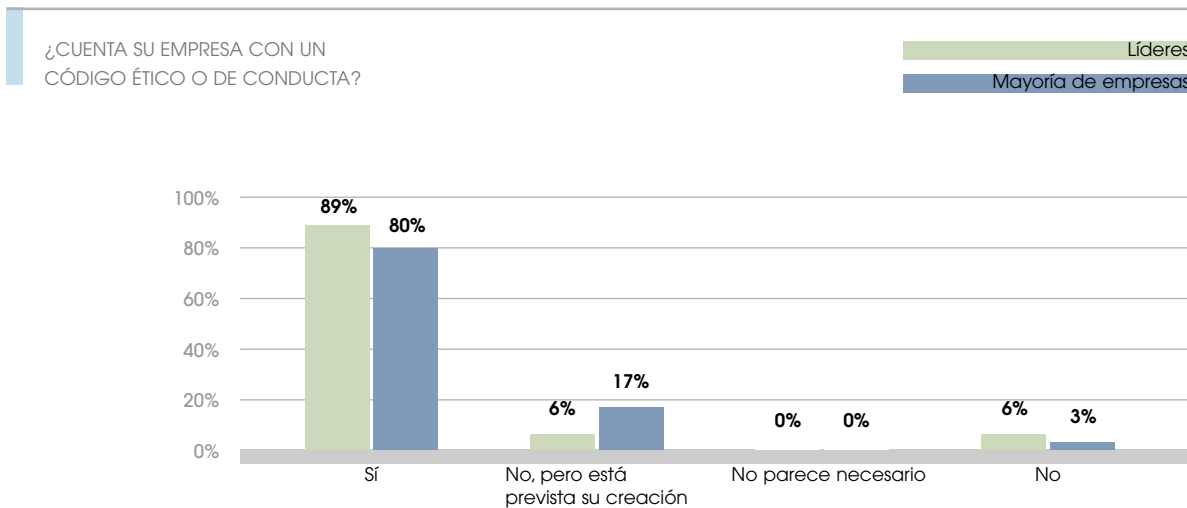
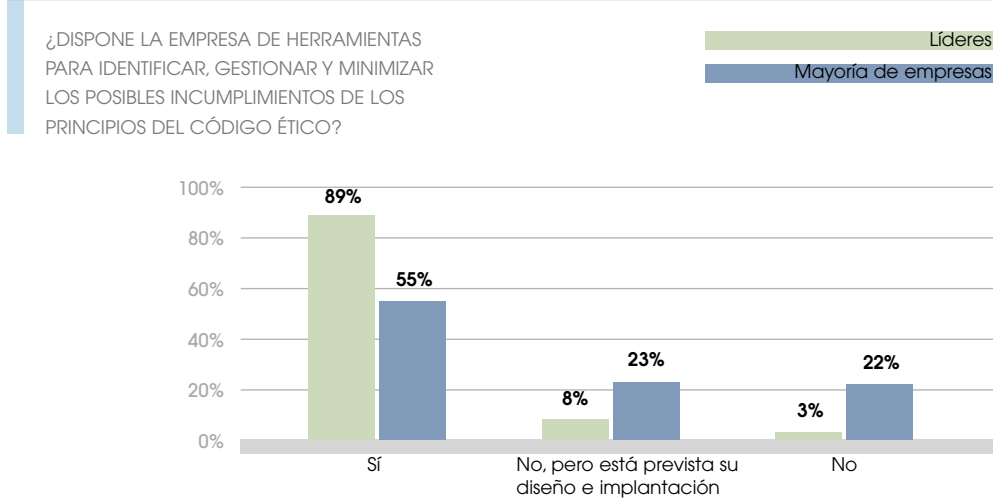


Tabla 1

| LOS CAMPOS TRATADOS EN EL CÓDIGO ÉTICO SON: | | |
|---|-----|-----|
| | LID | ME |
| Corrupción y sobornos | 81% | 78% |
| Discriminación | 97% | 69% |
| Confidencialidad de la información | 97% | 57% |
| Productos / servicios | 87% | 47% |
| Relaciones con la competencia | 68% | 45% |
| Conflictos de intereses | 81% | 73% |
| Seguridad y salud laboral | 94% | 53% |
| Violencia / acoso | 81% | 41% |
| Igualdad | 90% | 47% |
| Entorno de trabajo | 81% | 51% |
| Uso de recursos | 55% | 35% |
| Otros | 16% | 18% |

Además, como puede verse en el gráfico 12, sólo la mitad del segmento ME que tiene un código de conducta ha puesto en marcha las herramientas para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos.

Gráfico 12



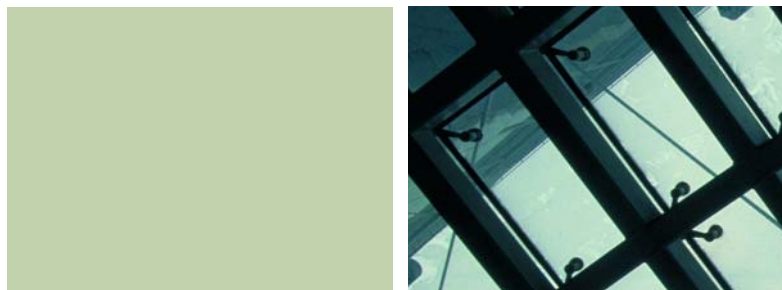
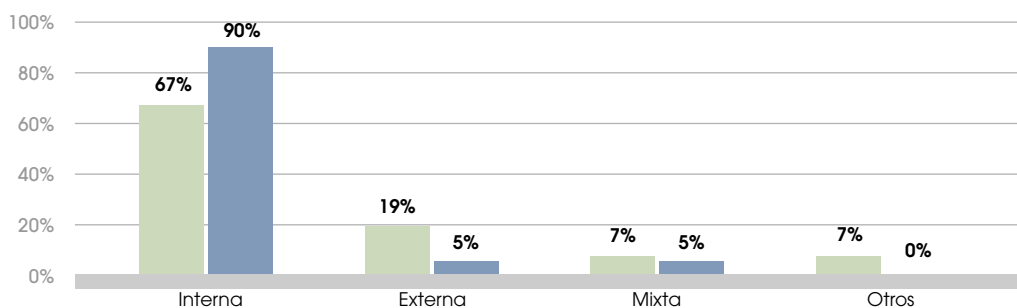
Como puede verse en la tabla y gráfico anterior, las compañías españolas LID se han dotado de códigos de conducta que, en general, incluyen todos los temas importantes desde el punto de vista de la responsabilidad corporativa. Como aspectos a mejorar, cabe señalar la todavía poca consideración de un tema tan importante para el medio ambiente, como es el uso de los recursos básicos: sólo el 55% de las LID lo incluye en sus códigos de conducta.

Asimismo, la práctica totalidad de las LID —concretamente el 89%— ha puesto en marcha procedimientos que garantizan la efectiva implantación y seguimiento de los contenidos considerados en sus códigos de conducta. En este sentido, un área de mejora para las LID (extensible, por supuesto, para la categoría ME), es que la mayoría de ellas aún ‘gestionan’ internamente las denuncias de posibles transgresiones del código de conducta (véase el gráfico 13).

Gráfico 13

LA RECOGIDA, ANÁLISIS PREVIO Y COMUNICACIÓN DE POSIBLES DENUNCIAS AL CÓDIGO ÉTICO SON REALIZADAS POR UNA ENTIDAD O PERSONA:

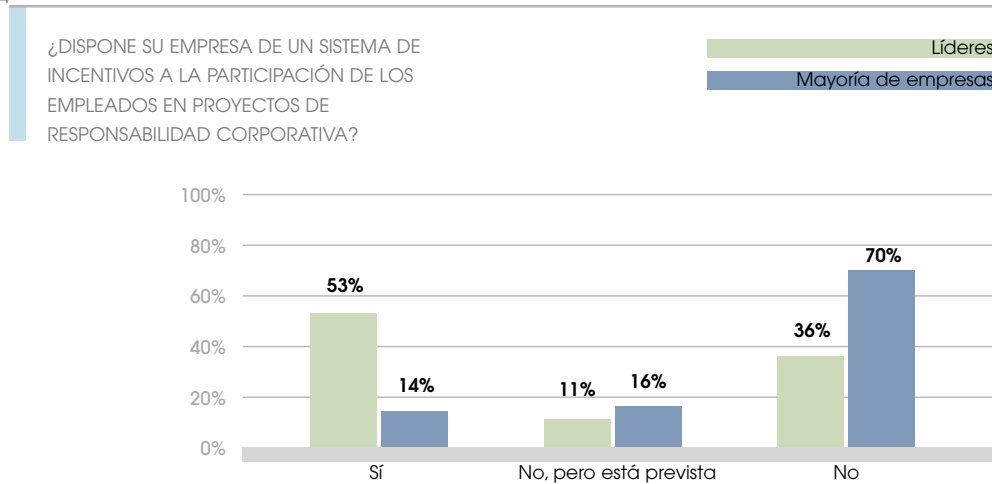
Líderes
Mayoría de empresas



Sistemas de incentivos

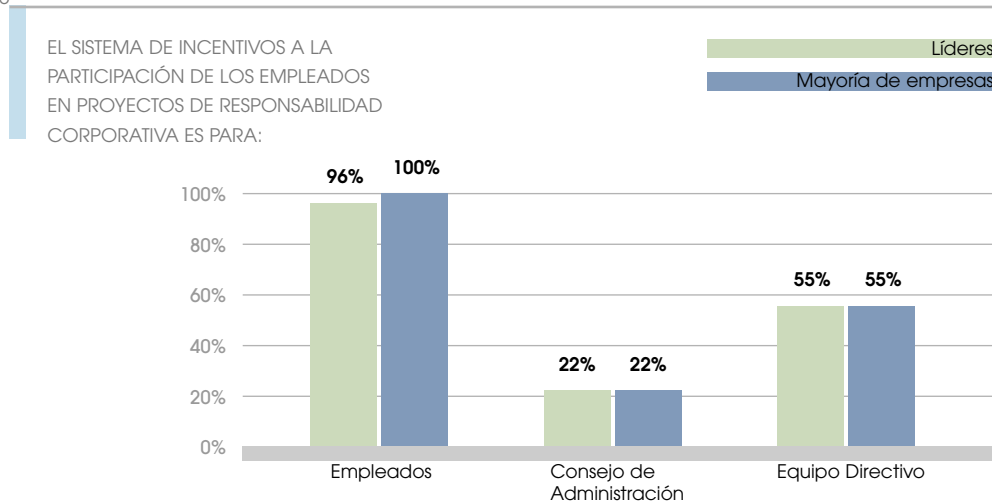
Aunque siempre es preferible la motivación 'intrínseca' de las personas, no cabe duda de que también es importante la motivación por otras razones, como son las de carácter económico. En este sentido, es muy necesario que los sistemas de incentivos de las empresas estén alineados con las políticas de responsabilidad corporativa de las empresas. Como indica el gráfico 14, puede verse que, tanto las LID como, en mayor medida, la categoría ME tienen que hacer un esfuerzo para que dichos sistemas de incentivos sean coherentes y refuercen los objetivos perseguidos por la RC. Sólo la mitad de las LID (el 53%) afirma disponer de sistemas de incentivos relacionados con la RC. En el caso de la ME, cabe calificar el panorama como casi testimonial: únicamente el 14% ha alineado los incentivos con la RC.

Gráfico 14



Tanto las LID como la ME incluyen a sus directivos en los planes de incentivos (el 56%) y sólo una minoría (el 22%) los aplica en sus consejos de administración (véase el gráfico 15).

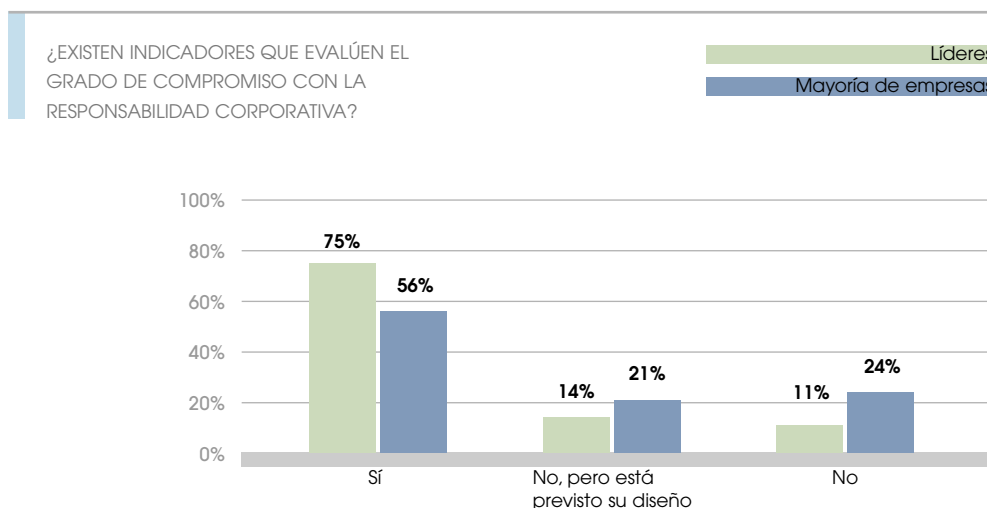
Gráfico 15



Indicadores de RC

Se sabe que lo que no se mide, no se puede gestionar. Por ello, es importante que los objetivos propuestos y los esfuerzos realizados en RC puedan tener el seguimiento oportuno, gracias al establecimiento de indicadores. Como muestra el gráfico 16, el 75% de las LID y el 56% de la ME cuentan con un sistema de indicadores de RC.

Gráfico 16



Como a continuación indica la tabla 2, las empresas basan sus sistemas de indicadores en las propuestas de la Global Reporting Initiative y, en alguna medida, en los requisitos propuestos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Tabla 2

SISTEMAS DE INDICADORES BASADOS EN LOS SIGUIENTES ESTÁNDARES, GUÍAS O RECOMENDACIONES:

| | LID (%) | ME (%) |
|---|---------|--------|
| Global Reporting Initiative | 81% | 74% |
| AccountAbility. Norma de aseguramiento AA1000 | 42% | 6% |
| Estándar SA8000 | 23% | 6% |
| Pacto Mundial de las Naciones Unidas | 81% | 46% |
| Otros | 23% | 23% |

Sin embargo, en referencia a los datos obtenidos de la encuesta, se puede realizar las siguientes matizaciones, una vez que se analiza la información de las organizaciones 'gestoras' de estos estándares o principios:

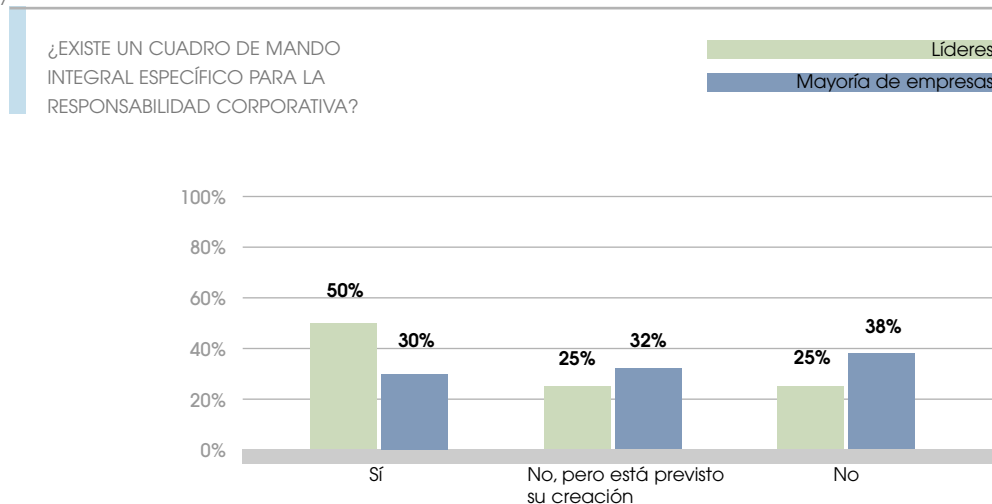
- En España, están certificadas 15 empresas según la norma SA8000. De las mismas, únicamente tres están incluidas entre las 100 grandes empresas que han contestado el cuestionario.

Teniendo en cuenta dicho dato, se puede decir que, en realidad, la aplicación completa de los requisitos y exigencias de esta norma es realizada en toda su extensión solamente en el 6% de las LID. Es decir, la gran mayoría de ellas utilizan el estándar como método de consulta, pero no han profundizado en el establecimiento de un sistema de gestión auditable que utilice empresas acreditadas para obtener la certificación correspondiente.

- En relación a la información disponible del Global Compact, el 45 % de las LID ha hecho su informe de seguimiento y, por tanto, se mantienen dentro del mismo. Eso quiere decir que los porcentajes del 81% y del 46 % referidos en la tabla 2 podrían reducirse prácticamente a la mitad a enero de 2007.

Una de las "buenas prácticas" en el tema de indicadores es el uso de un Cuadro de Mando Integral (CMI) que incluya los temas de RC. Un 50% de las LID, y sólo un 30% de la categoría ME, tienen un CMI con estas características (véase el gráfico 17).

Gráfico 17



3. Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones

Como se ha comentado en la introducción de este estudio, la característica básica de una empresa responsable avanzada es su apertura al entorno físico-social en el que opera. Esta apertura se concreta en el mantenimiento de un diálogo abierto, honesto y fluido entre la empresa y sus diferentes grupos de interés. Como veremos a continuación, éste es uno de los capítulos donde las diferencias entre las LID y la ME son más notables.

Mientras que las LID han definido un marco de relaciones o de actividades con todos sus grupos de interés, las denominadas ME lo han hecho, fundamentalmente, con los empleados y clientes. Asimismo, la mayoría de ellas aún no valora estratégicamente la importancia en la responsabilidad corporativa de las relaciones con otros grupos de interés como los sindicatos, la Administración, las organizaciones no gubernamentales (ONG) o las comunidades locales, por ejemplo.

Tabla 3

LA EMPRESA TIENE DEFINIDO UN MARCO DE RELACIONES
PARA LOS SIGUIENTES GRUPOS DE INTERÉS:

| | ME |
|---------------------------------|-----|
| Accionistas | 44% |
| Empleados | 67% |
| Clientes | 61% |
| Proveedores | 48% |
| Comunidades locales | 41% |
| Instituciones, Fundaciones, ONG | 39% |
| Administración | 9% |
| Sindicatos | 9% |
| Mercado/compañías | 3% |
| Otros | 8% |

La publicación de informes de responsabilidad corporativa se ha convertido en una práctica común entre las empresas de nuestro país. Como puede verse en los gráficos 18 y 19, ya sea como informe específico de RC o integrado en su informe anual, casi todas las LID y dos tercios de la categoría ME lo realizan.

Gráfico 18

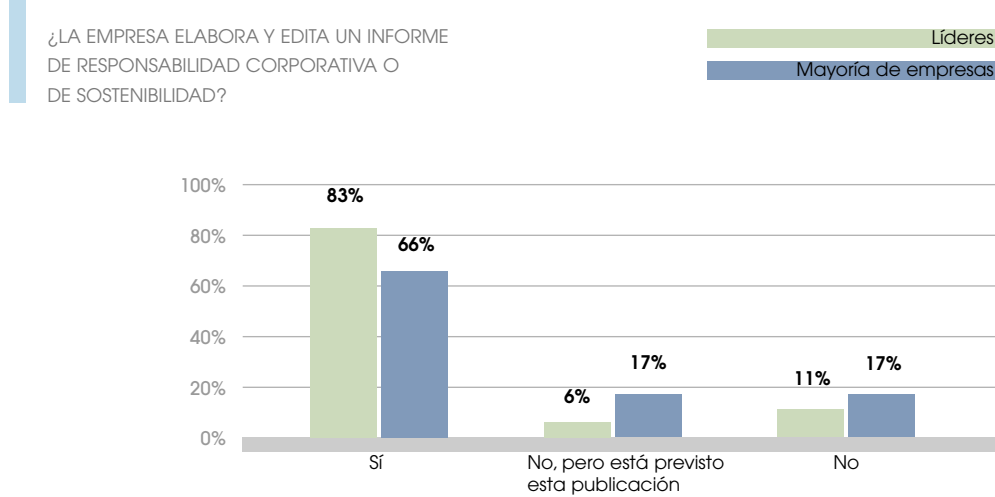
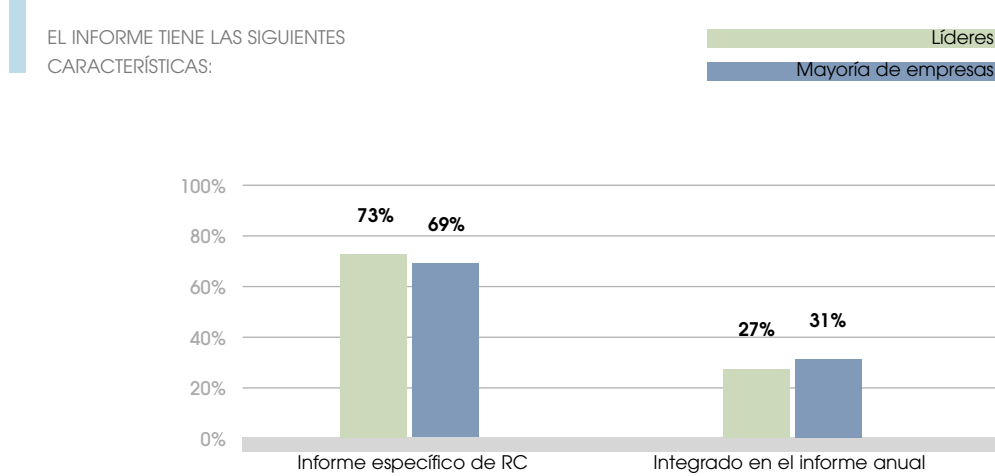


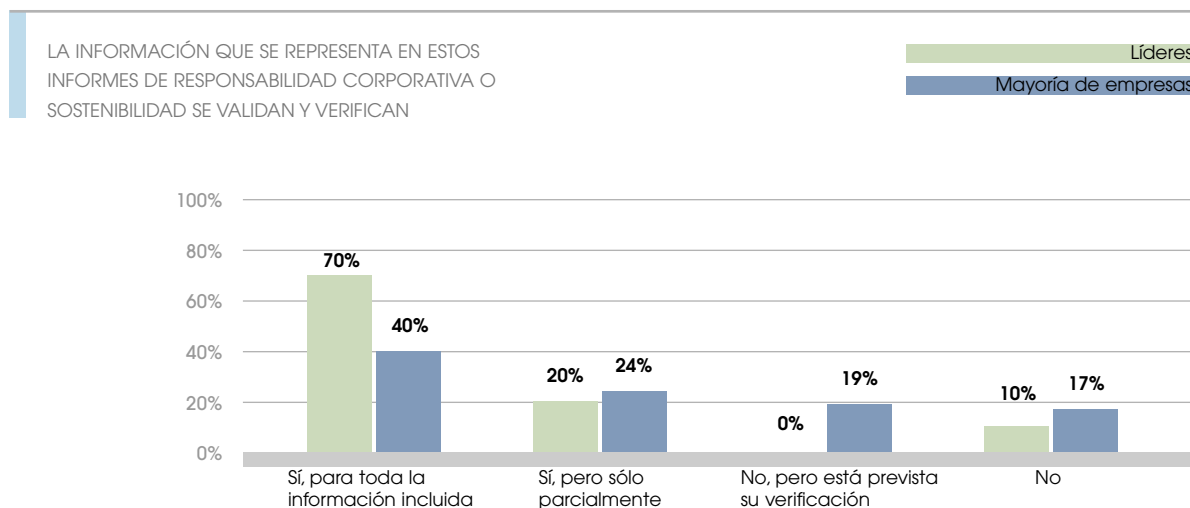
Gráfico 19



Si atendemos a los recientes informes, que sobre la calidad de las memorias de responsabilidad corporativa o sostenibilidad se han realizado en el último ejercicio o los que miden el grado de despliegue y excelencia de los sistemas de la RC, se observa una elevada correlación entre los resultados de esos informes y el que se presenta en este trabajo. En concreto, si analizamos el informe anual que publica el Observatorio de la RSC, de las 10 mejores empresas, la mayoría están incluidas como LID en este estudio. En el informe recientemente publicado por el Observatorio de la RSE, se indica lo mismo en relación con las ocho empresas con mejor valoración.

Hoy en día no es suficiente con publicar informes de RC, sino que los grupos de interés demandan que, de una forma u otra, puedan estar seguros de que la información incluida en los mismos es cierta. Por ello, al igual que sucede con los datos recogidos en los informes anuales de las empresas, es recomendable que la información haya sido verificada por organizaciones acreditadas para ello. En este sentido, puede apreciarse una notable diferencia entre las LID y la ME. Mientras que el 70% de las primeras verifica toda la información, un 40% del segmento ME verifica toda la información que se incluye en sus informes de RC (véase el gráfico 20).

Gráfico 20

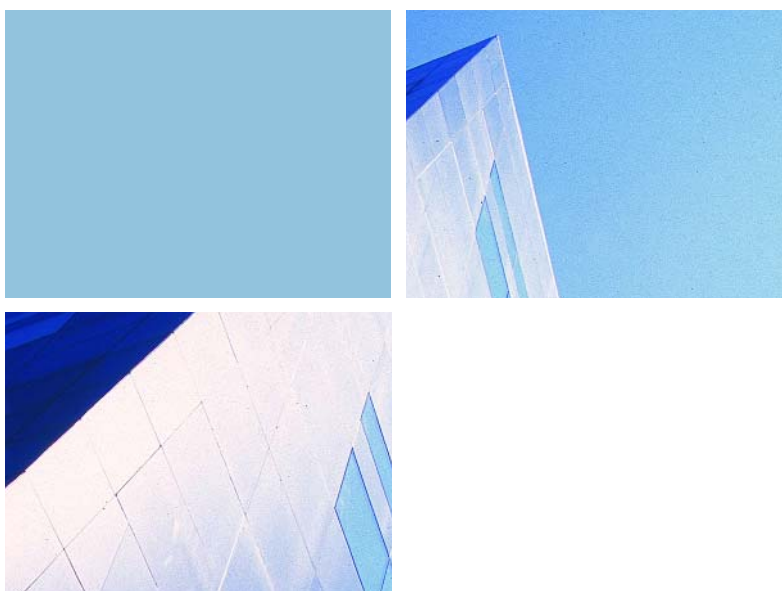


También existe una notable diferencia entre la amplitud y profundidad de los sistemas que las LID usan para dar a conocer sus prácticas en responsabilidad corporativa a sus diferentes grupos de interés y la actuación de la ME en este terreno.

Como puede verse en la tabla 4, todavía demasiadas empresas siguen sin incluir en su 'intranet' la información de RC y muy pocas son conscientes del potencial de aprendizaje que conlleva la participación en estudios de "benchmarking".

Tabla 4

| LOS SISTEMAS PARA DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SON: | | |
|---|-----|-----|
| | LID | ME |
| Información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés | 94% | 82% |
| Información relativa a la RC en la Intranet para los empleados | 94% | 78% |
| Entrega algún tipo de información en soporte papel | 81% | 75% |
| Participa en foros o estudios con otras empresas u organizaciones | 94% | 71% |
| Participa en estudios comparativos (benchmarking) específicos en materia de Responsabilidad corporativa | 84% | 41% |
| Otros | 19% | 16% |



4. Gestión técnico-económica

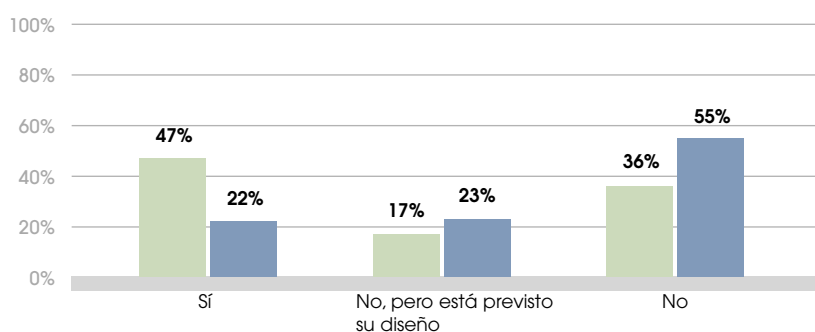
La responsabilidad corporativa está totalmente ligada a la perdurabilidad y desarrollo del negocio. En este apartado del cuestionario, se ha estudiado el grado de seguimiento de un concepto novedoso, como es la triple cuenta de resultados.

Como puede apreciarse en el gráfico 21, todavía son pocas las empresas que poseen una cuenta de resultados que incluya los aspectos económicos, los medioambientales y los sociales. Como era de esperar, entre las LID el tema está en camino de convertirse en una práctica habitual, mientras que si contemplamos la situación en la ME, poco más de una de cada cinco usa esta herramienta de gestión. En cualquier caso, al tratarse de una práctica relativamente novedosa, los resultados en ambos casos pueden considerarse satisfactorios.

Gráfico 21

¿POSEE SU EMPRESA UNA TRIPLE CUENTA QUE IDENTIFIQUE DE FORMA SEPARADA LOS RESULTADOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES?

Líderes
Mayoría de empresas



Como se muestra en los gráficos 22 y 23, una considerable mayoría de empresas, tanto LID como ME, afirman considerar los aspectos medioambientales y sociales en sus procesos de innovación y sostienen haber establecido estándares que aseguren una adecuada atención a dichos temas en los procesos de fabricación. Este buen resultado se debe, probablemente, a la ya larga experiencia de las empresas españolas en la mejora del impacto medioambiental de sus productos y de los procesos de fabricación de los mismos.

Gráfico 22

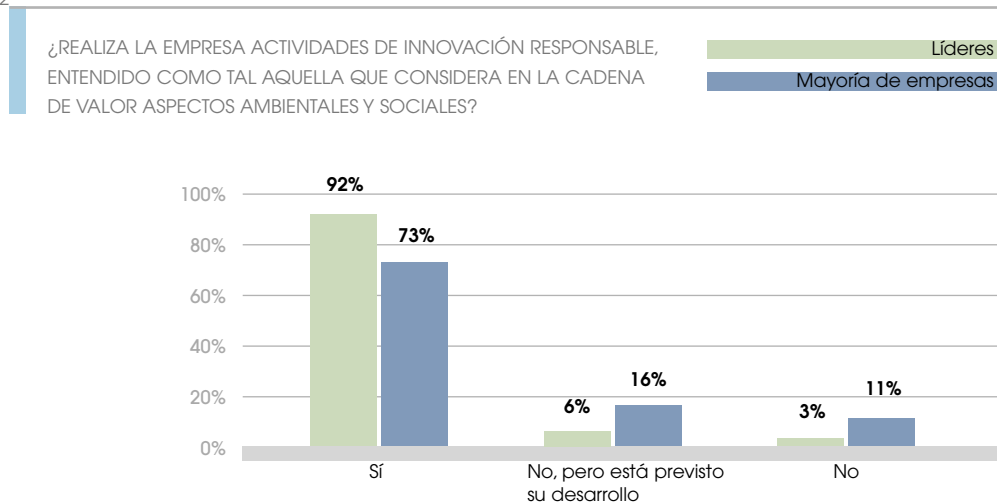


Gráfico 23

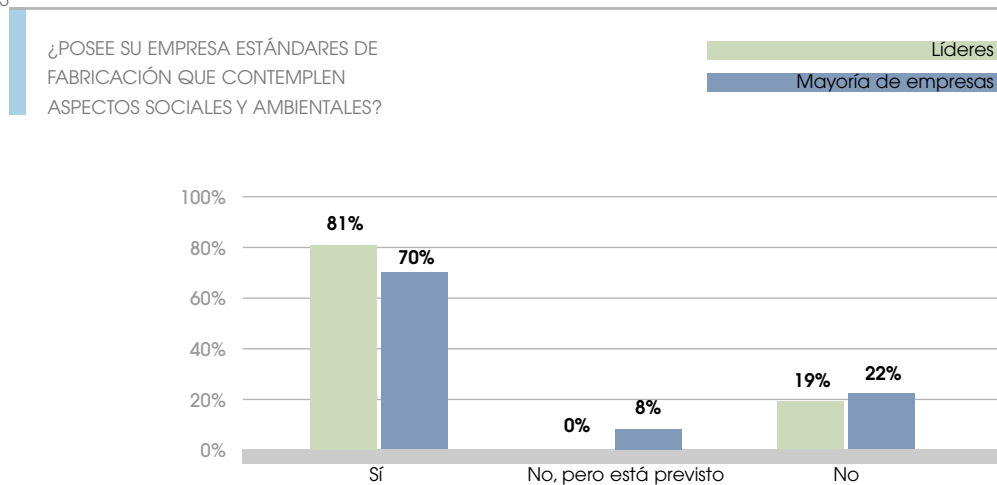
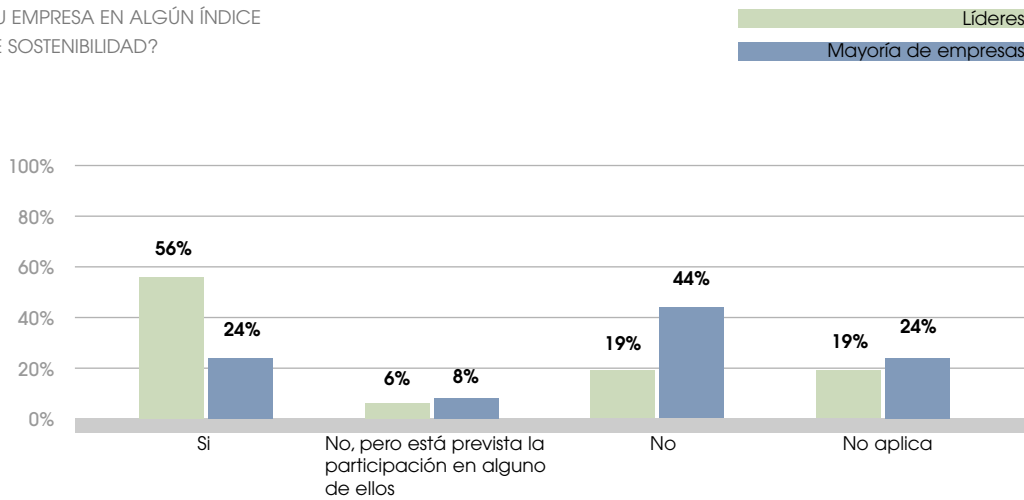


Gráfico 24

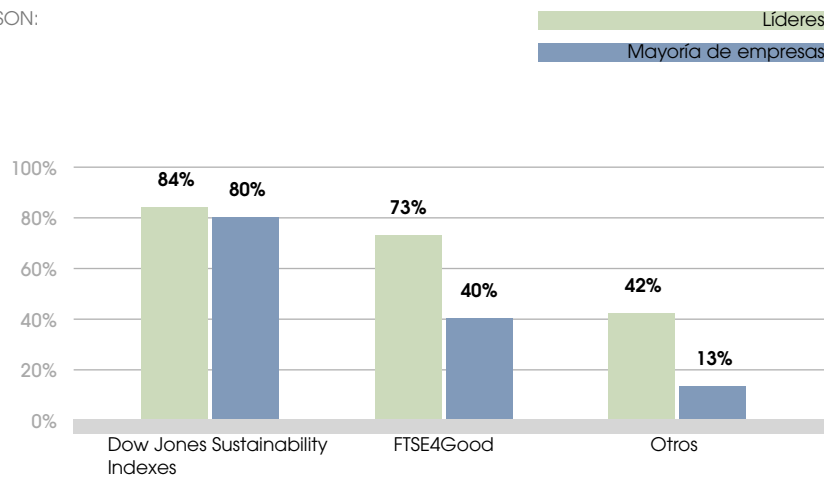
¿PARTICIPA SU EMPRESA EN ALGÚN ÍNDICE SELECTIVO DE SOSTENIBILIDAD?



La participación en los *ratings* de responsabilidad corporativa e inversión socialmente responsable ha experimentado un notable crecimiento en la empresa española. Como puede apreciarse en el gráfico 24, ésta es una práctica muy común entre las LID. Descontando a las que no cotizan, casi el 70% participa en estos índices. Asimismo, algo más del 30% del segmento ME también participa en ellos, aportando información periódica, principalmente a las empresas cuyos analistas realizan las valoraciones, como se puede deducir de la información de los índices de sostenibilidad. El aumento de este índice de participación contribuiría al avance de las empresas españolas en la RC, ya que uno de los “subproductos” de dicha participación es la aceleración del proceso de aprendizaje en estos temas. Por otro lado, parece evidente que el Índice Dow Jones de Sostenibilidad es el más popular en nuestro país, aunque las LID también tienden a participar en el FTSE4Good (véase el gráfico 25).

Gráfico 25

LOS ÍNDICES SON:



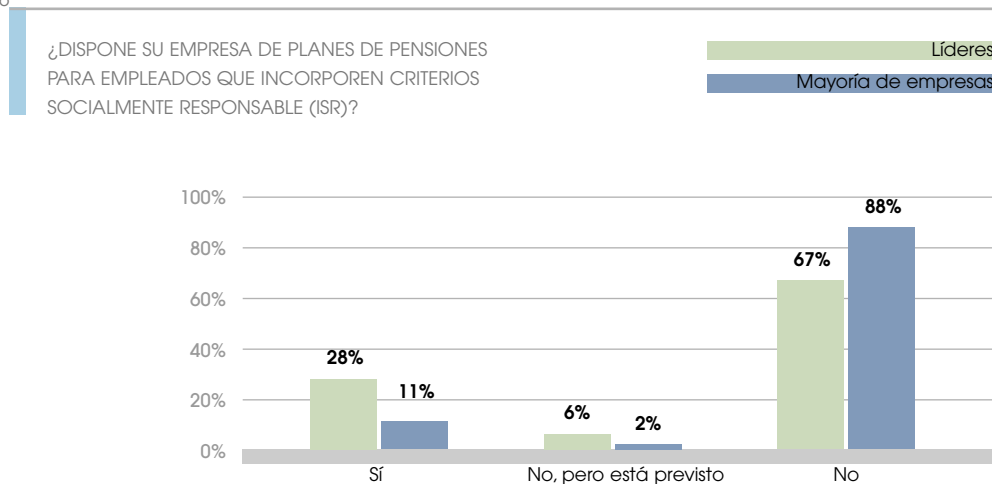
Del análisis de las empresas españolas que se encuentran en los selectivos índices DJSI, se extraen dos conclusiones:

- El 90% de las empresas españolas incluidas en los DJSI STOXX 600 europeos están consideradas en este informe como LID.
- El 80% de las empresas españolas que forman parte de los DJSI World están consideradas en este informe como LID.

Con relación al índice FTSE4Good, sólo el 64 % de las empresas españolas que pertenecen al mismo están incluidas entre las empresas que el informe considera como LID en RC. Es importante señalar que, en estos índices, es mucho más importante para acceder a los mismos el nivel de capitalización de las compañías en el periodo de estudio, que el desarrollo, resultados y evolución de sus sistemas de gestión de la responsabilidad corporativa.

Aunque, como acabamos de ver, el grado de participación de las empresas españolas en los *ratings* de RC es notable, éstas no parecen estar contribuyendo de manera importante a la consolidación de la inversión socialmente responsable en España. Como ha sucedido en otros países, los fondos de pensiones corporativos podrían incidir de forma decisiva al incremento de la ISR en España. Sin embargo, como puede comprobarse en el gráfico 26, incluso las LID están mostrándose reacias a invertir los planes de pensiones de sus empleados en este tipo de activos, aunque esto pueda deberse en cierta medida a la escasa oferta de estos fondos que existe en España (a diferencia de lo que sucede en otros países europeos). Recordemos que los índices de referencia de la inversión socialmente responsable están consiguiendo, desde hace años, de forma consistente, una rentabilidad cuando menos igual o superior a la de los índices convencionales.

Gráfico 26



5. Gestión del gobierno corporativo

Diversos motivos han llevado a un plano de actualidad la importancia que siempre ha tenido el gobierno de las empresas. Todo lo relevante para la buena marcha presente y futura de una empresa —y la responsabilidad corporativa, sin duda, lo es— ha de ser considerado de una forma u otra por sus máximos órganos de gobierno. Ésta es la esencia del buen gobierno corporativo. Las preguntas incluidas en el cuestionario nos ayudan a hacernos una buena idea del estado de este tema en España.

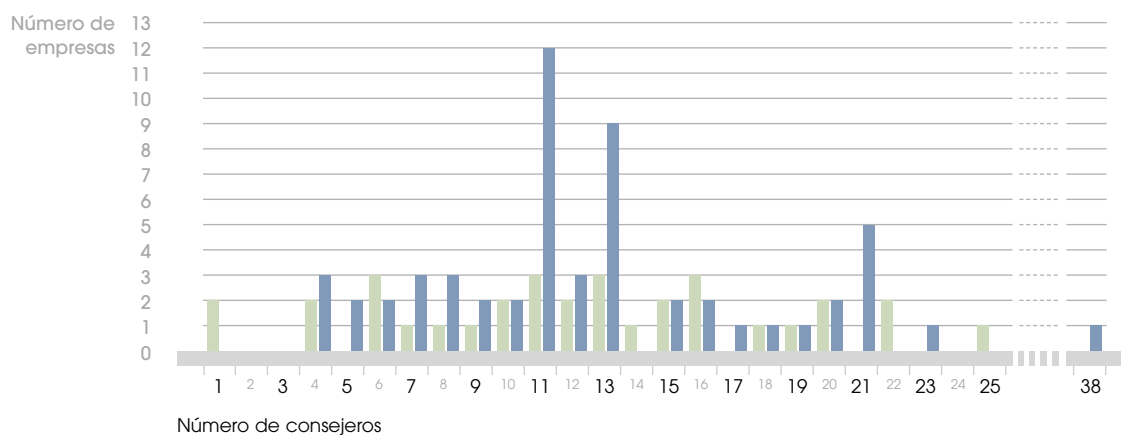
Composición del consejo de administración

Aunque no hay un número ideal de consejeros, sin duda, un número excesivamente grande o reducido no contribuye a que los consejos de administración desempeñen eficazmente su labor. En el gráfico 27 puede verse cómo, aunque la mayoría de las empresas que han participado en la encuesta tienen un número razonable de consejeros, todavía demasiadas tienen un número difícilmente explicable, según los principios comúnmente aceptados del buen gobierno corporativo³.

Gráfico 27

¿CUÁNTOS MIEMBROS FORMAN
EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN?

Líderes
Mayoría de empresas



En cuanto al tipo de consejeros, cuando contemplamos la situación en la ME, la proporción entre independientes, no ejecutivos y ejecutivos parece ser mejorable⁴ (véase el gráfico 28). La composición de los consejos de las LID está muy cerca de lo que en muchos códigos de gobierno, incluido el Código Unificado de Buen Gobierno, se considera ideal. Por otro lado, la separación de responsabilidades entre el primer ejecutivo y el presidente del consejo todavía es una práctica poco común entre las empresas españolas (véase el gráfico 29).

Gráfico 28

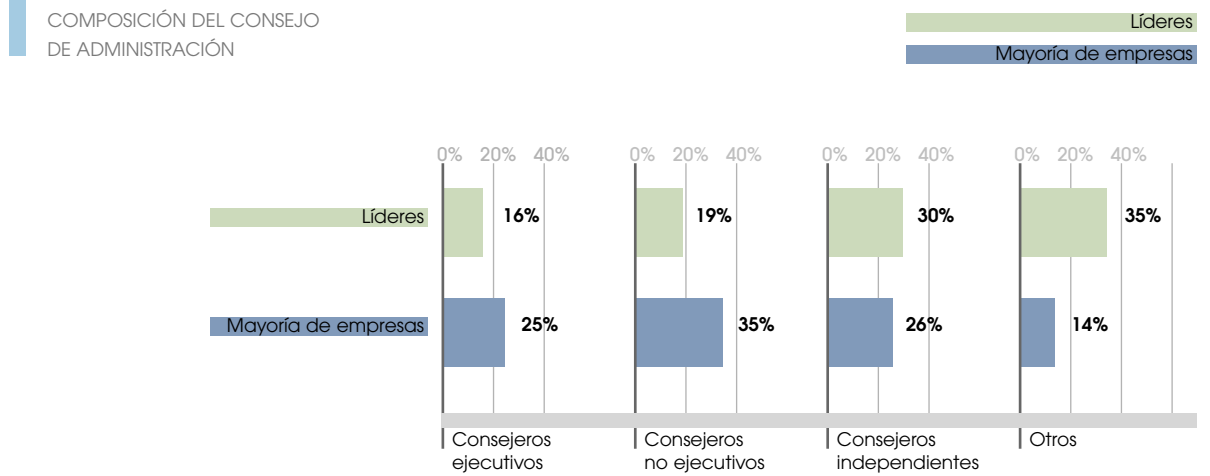
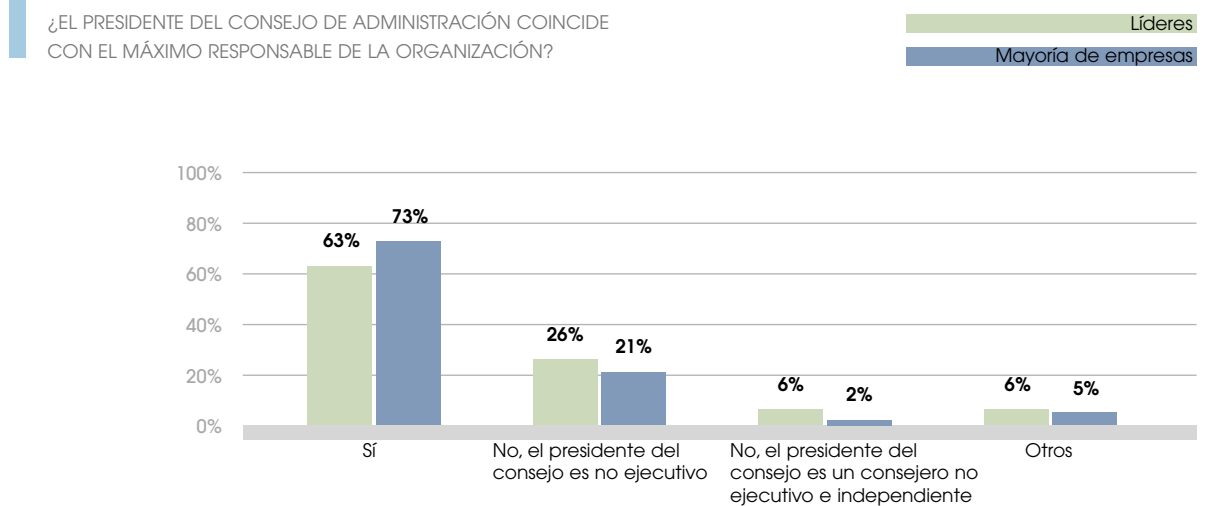


Gráfico 29

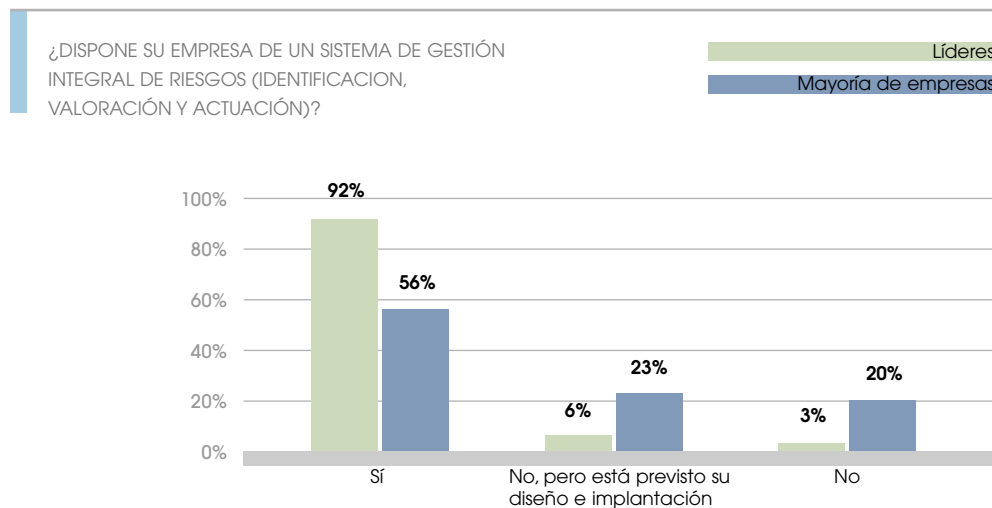


⁴ Para poder hacerse una idea más clara, sería necesario tener más información sobre los consejeros englobados bajo la etiqueta "otros" y sobre la estructura de capital de las empresas.

Gestión de riesgos

Un tema clave para la supervivencia de una empresa —y que, por tanto, ha de formar parte de las tareas de los consejos de administración— es la gestión de riesgos. Para que los consejeros puedan desempeñar sus labores es condición imprescindible que las empresas cuenten con un sistema de gestión de riesgos que incluya la identificación de los mismos, la valoración de su estado y la adopción de las medidas oportunas en caso de ser necesario.

Gráfico 30



Como se aprecia en el gráfico 30, la mayoría de las LID (concretamente, el 92%) cuenta con un sistema de gestión de riesgos acorde con lo apuntado en el párrafo anterior. Además, un notable 83% dispone de un mapa de riesgos que considera su probabilidad, gravedad, etcétera. De las que tienen sistema, el 88% incluye tanto los riesgos económicos como los medioambientales y sociales. Sin embargo, sólo el 56% de la ME se ha dotado de un sistema adecuado de gestión de riesgos; el 38% tiene un mapa de riesgos como el descrito; y el 56% de este segmento que tiene sistema incluye tanto los económicos como los medioambientales y sociales (véanse los gráficos 31 y 32).

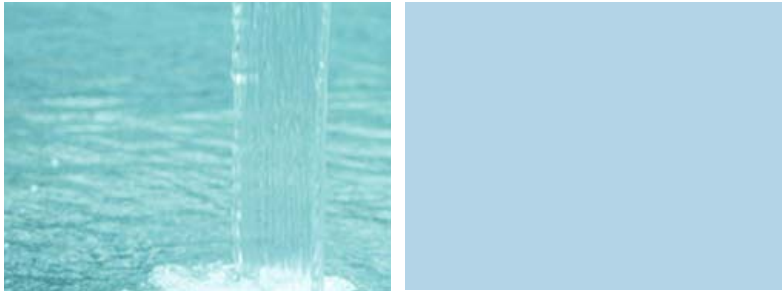


Gráfico 31

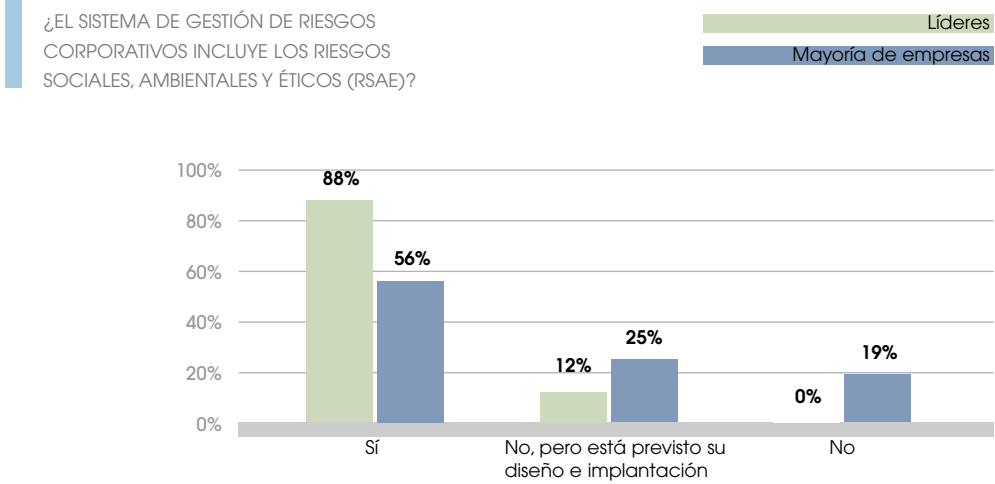
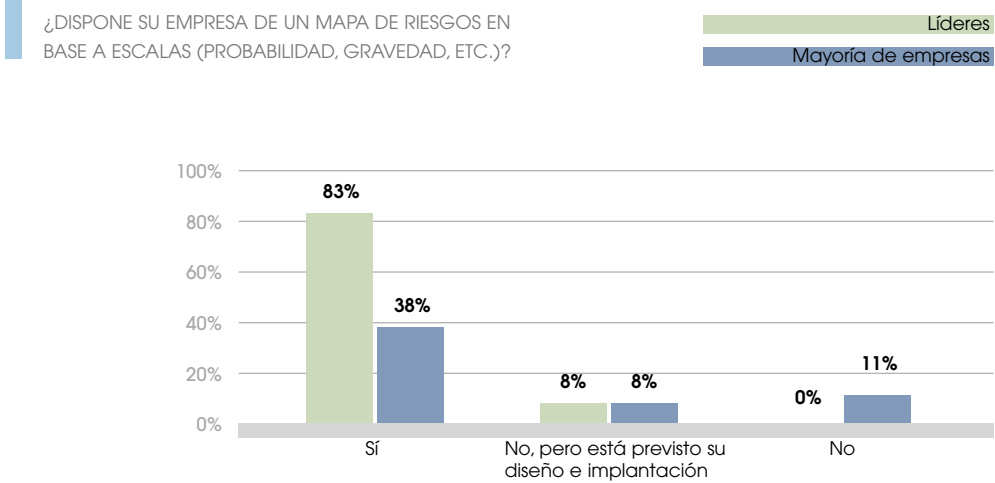


Gráfico 32



En cualquier caso, una asignatura pendiente, tanto de las LID como de la ME, es profundizar en el liderazgo que sus consejos de administración han de desempeñar en la gestión de los riesgos corporativos. Como indica la tabla 5, las LID destacan en el hecho de que, en muchas de ellas (el 69%), sus consejeros realizan revisiones regulares de los riesgos económicos, medioambientales y sociales. Un reducido número de empresas, tanto LID como ME, involucra a sus consejeros en actividades de sensibilización y formación del equipo directivo en estos temas y ha establecido sistemas de incentivos para su equipo directivo relacionados con su actuación en la gestión de los mencionados tres tipos de riesgos.

Tabla 5

EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN TIENE UN LIDERAZGO VISIBLE EN LA GESTIÓN DE RIESGOS CORPORATIVOS A TRAVÉS DE LAS SIGUIENTES ACTUACIONES:

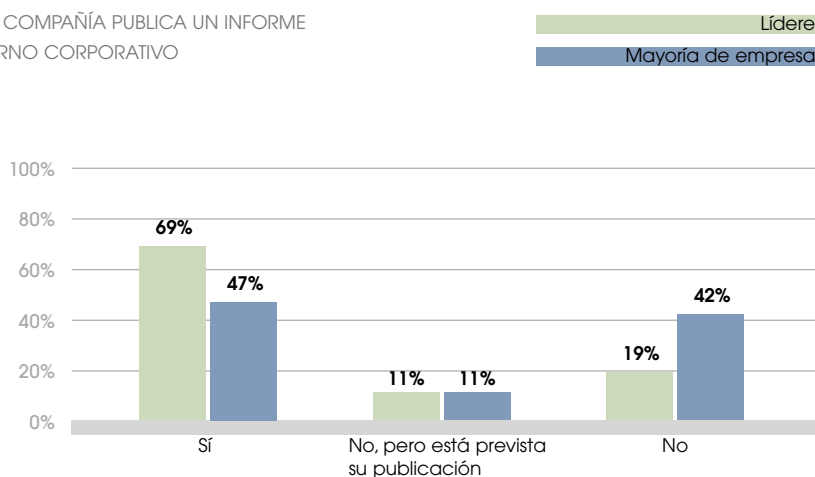
| | LID | ME |
|--|-----|-----|
| Realiza revisiones regulares de los riesgos económicos, sociales, ambientales y éticos | 69% | 22% |
| Participan en las actividades de sensibilización y formación del equipo directivo sobre gestión de riesgos | 23% | 19% |
| El pago o incentivos de los directivos o gestores está relacionado con la actuación vinculada con los riesgos sociales, ambientales y éticos | 11% | 6% |

Informe de gobierno corporativo

Como puede verse en el gráfico 33, un número considerable de las LID (el 69%) y de la ME (el 47%), es consciente de la importancia de publicar un informe sobre sus prácticas de gobierno corporativo.

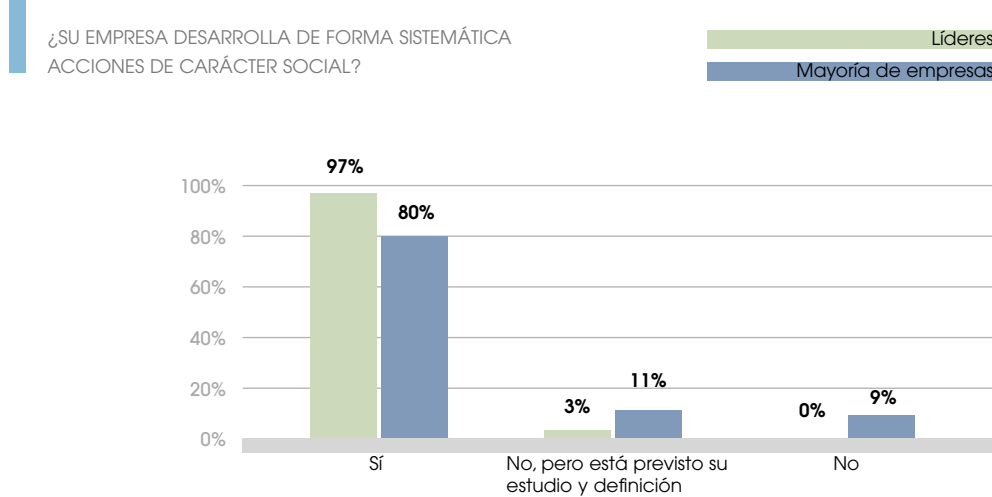
Gráfico 33

INDIQUE SI SU COMPAÑÍA PUBLICA UN INFORME SOBRE GOBIERNO CORPORATIVO



Aunque el grado de confusión es mayor en países como Estados Unidos, también en España, en un pasado reciente, se ha confundido —y en ocasiones todavía se confunde— la acción social con la responsabilidad corporativa. Quizás, por ello, la inmensa mayoría de empresas grandes —sean LID o no en responsabilidad corporativa— desarrolla acciones de carácter social (véase el gráfico 34).

Gráfico 34



Aunque en general las empresas se muestran activas en el terreno de la acción social, no todas gestionan el tema de la misma forma. Como se aprecia en la tabla 6, la mayoría de las LID ha definido una línea de actuación (en concreto el 80%), se ha dotado de una estructura apropiada (el 83%), establece un presupuesto (el 71%) y tiene unos procesos y metodologías de trabajo (el 77%). Un área de mejora para casi la mitad de las LID es el establecimiento de indicadores que permitan medir los resultados obtenidos por su acción social.

Tabla 6

LAS ACCIONES DE CARÁCTER SOCIAL ESTÁN GESTIONADAS A TRAVÉS DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:

| | LID | ME |
|--|-----|-----|
| Unidad organizativa responsable de su coordinación y desarrollo | 83% | 59% |
| Política que recoge los principios y directrices en el desarrollo de este tipo de acciones | 80% | 44% |
| Presupuesto asignado | 71% | 42% |
| Proceso y procedimiento o metodología en la gestión de la acción social | 77% | 27% |
| Sistema de indicadores que miden el impacto y los resultados de las acciones | 54% | 11% |
| Otros | 11% | 8% |
| Coordinación y desarrollo | 0% | 0% |

Pese a que la acción social goza de una cierta tradición en nuestro país, como puede apreciarse en la tabla precedente, la categoría ME todavía ha de mejorar la gestión en este aspecto. En definitiva, estas empresas han de llevar a la gestión de su acción social las prácticas que, a buen seguro, siguen en la gestión de otras actividades.

En lo que todavía las empresas, LID o no, han de mejorar es en la tipología de acciones que desarrollan. En la tabla 7, puede apreciarse cómo, si exceptuamos las aportaciones económicas, en todas las demás posibilidades de acciones apuntadas en el cuestionario, el grado de asunción por las empresas es limitado. Hay dos temas que, por su significación, merecen un comentario: la implicación activa de directivos y empleados; y el apoyo por parte de la empresa de las acciones de voluntariado de sus integrantes. Sin duda, estas formas implican un mayor compromiso que la mera donación económica; además, tienen un mayor impacto interno en términos de satisfacción y orgullo con la empresa (lo que puede contribuir a un mayor compromiso con la misma). Asimismo, pueden tener un mayor impacto externo, ya que son el vehículo adecuado para que los conocimientos y experiencias de los integrantes de la empresa puedan dar frutos también fuera de la misma. Pues bien, sólo una de cada dos LID y una de cada cuatro o cinco de la categoría ME implican de esta manera a sus miembros en su acción social.

Tabla 7

FORMAS DE COLABORACIÓN MÁS COMUNES EN ACCIÓN SOCIAL:

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

Política de recursos humanos y derechos humanos

Como puede apreciarse en el gráfico 35, todas las LID y la inmensa mayoría del segmento ME disponen de una política de recursos humanos. En cualquier caso, estas políticas no parecen estar en todos los casos totalmente alineadas con la responsabilidad corporativa (véase la tabla 8). Sobre todo, en el segmento de ME, se echa en falta, en muchas de estas empresas, la consideración explícita de temas como el trabajo infantil, la libertad de asociación y los derechos humanos.

Gráfico 35

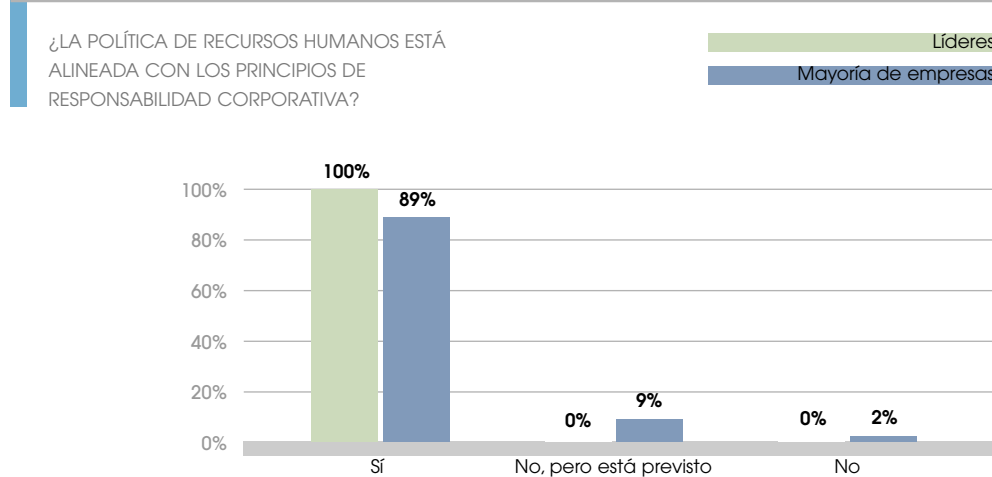


Tabla 8

LA POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS CONTEMPLA LAS SIGUIENTES ÁREAS:

| | LID | ME |
|--|------|-----|
| Seguridad y salud | 100% | 84% |
| No discriminación | 100% | 78% |
| Derechos de negociación colectiva. | 89% | 75% |
| Conciliación de la vida laboral y personal | 97% | 70% |
| Diversidad, multiculturalidad | 91% | 67% |
| Integración de discapacitados | 86% | 69% |
| Derechos humanos | 83% | 41% |
| Libertad de asociación | 83% | 36% |
| Trabajo infantil/forzados | 77% | 38% |
| Otros | 11% | 6% |

Empleo y creación de empleo

Una de las grandes preocupaciones de la sociedad española tiene que ver con el empleo y con la calidad del mismo. En este tema, es interesante apreciar cómo las LID superan al resto de la ME en el porcentaje de empleo fijo (con un notable 89% frente al 83% en el caso de la ME) y cómo han sido capaces de crear en el último año prácticamente el doble de puestos de trabajo (véanse los gráficos 36 y 37). Aunque con los datos del estudio es imposible establecer una relación causa-efecto entre el nivel de responsabilidad corporativa de las empresas y su capacidad de crecimiento y de creación de empleo estable, sí que parece existir una correlación. Quizá podría afirmarse que las empresas bien gestionadas crean más y mejor empleo y han incorporado de una forma más profunda los principios de la responsabilidad corporativa.

Gráfico 36

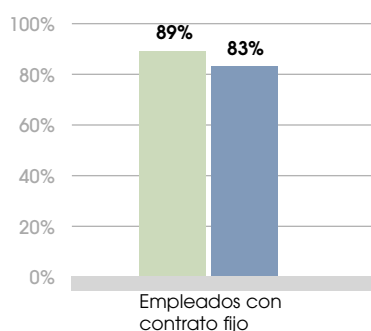
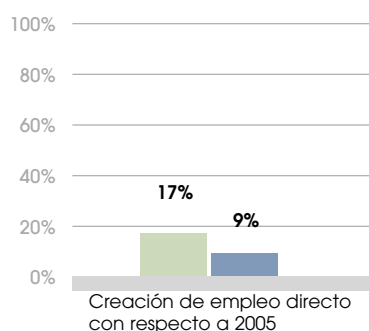


Gráfico 37



Seguridad y salud laboral

La práctica totalidad de las LID y de la ME dispone de un sistema de gestión de la seguridad y salud laboral (SSL) (véase el gráfico 38). Sin duda, la legislación sobre riesgos laborales tiene mucho que ver con ello. Aunque se aprecia una diferencia significativa en cuanto a la calidad de los sistemas de gestión de SSL de las LID y la ME, los resultados en cuanto a formación de los empleados, el establecimiento de objetivos e indicadores y la realización de revisiones regulares de los resultados obtenidos con el sistema son notables. Una posible área de mejora es que todavía pocas empresas españolas han certificado su sistema de gestión de la seguridad y salud laboral (véase la tabla 9). Las empresas que cuentan con certificación de la seguridad y salud laboral, generalmente bajo la norma OHSAS18001, presentan menores índices de siniestralidad que las que no lo poseen.

Gráfico 38

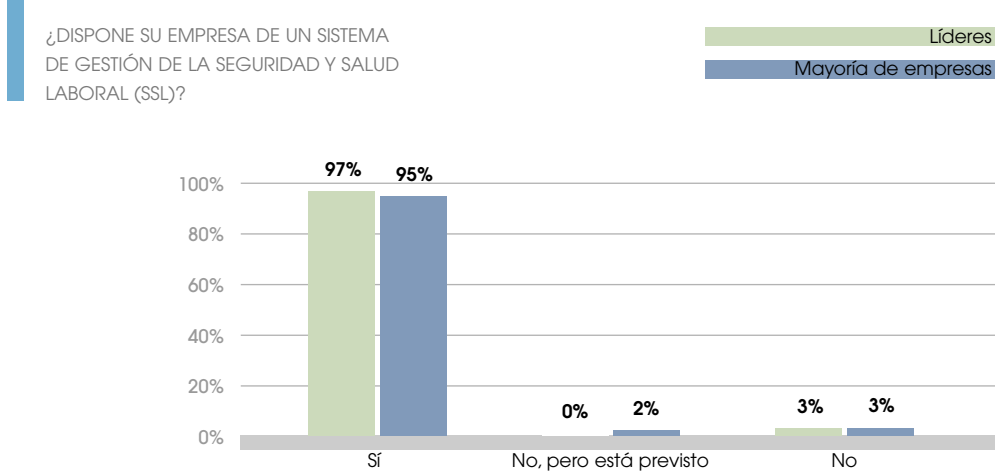


Tabla 9

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD LABORAL (SSL) CON LOS SIGUIENTES ASPECTOS:

| | LID | ME |
|--|-----|-----|
| Formación de los empleados en cuestiones de SSL | 94% | 83% |
| Indicadores para su seguimiento y evaluación | 86% | 66% |
| Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados | 80% | 69% |
| Objetivos en cuestiones de SSL | 77% | 69% |
| Certificado de acuerdo con el estándar OHSAS 18001 o similar | 20% | 11% |



Igualdad y no discriminación

La discriminación por sexo es una de las áreas de mejora prioritarias para las empresas españolas. Aunque las LID obtengan unos resultados algo mejores que la categoría ME, en cuanto a la contratación de mujeres, los resultados en cuanto a su presencia en puestos directivos y a las diferencias salariales entre hombres y mujeres son considerables (véanse el gráfico 39, 39.1, 39.2, 39.3 y la tabla 10). Sin duda, es un terreno en el que la empresa española tiene todavía un largo camino que recorrer.

Gráfico 39

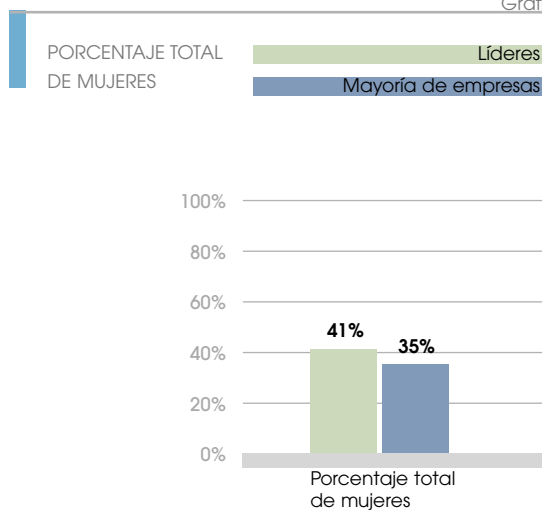


Gráfico 39.1

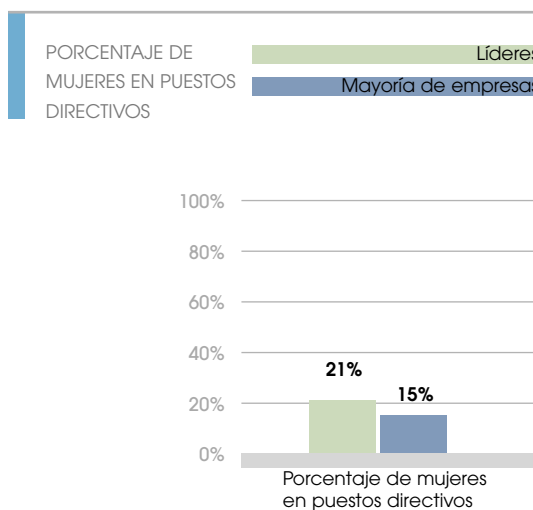


Gráfico 39.2

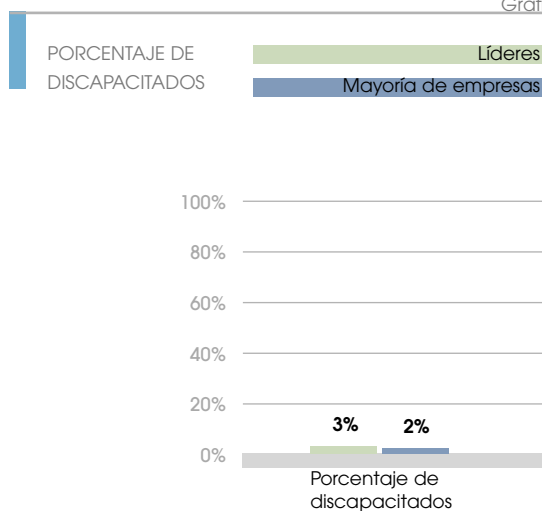


Gráfico 39.3

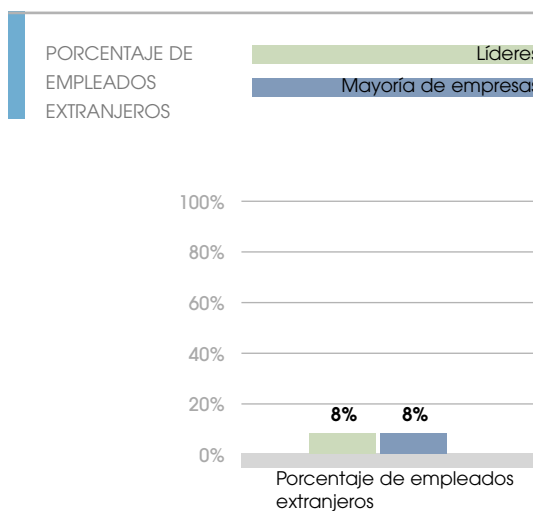


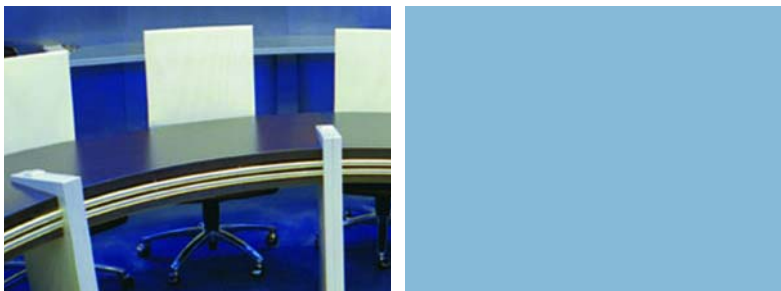
Tabla 10

INDICADORES DE IGUALDAD:

| | LID | ME |
|--|---------|--------|
| Nivel Directivo | | |
| Salario medio mujeres (€, bruto anual) | 97.885 | 87.235 |
| Salario medio hombres (€, bruto anual) | 102.306 | 91.566 |
| Nivel Gerencial | | |
| Salario medio mujeres (€, bruto anual) | 58.396 | 52.852 |
| Salario medio hombres (€, bruto anual) | 64.057 | 62.849 |
| Nivel Técnico | | |
| Salario medio mujeres (€, bruto anual) | 32.805 | 41.342 |
| Salario medio hombres (€, bruto anual) | 35.952 | 43.619 |
| Nivel Administrativo | | |
| Salario medio mujeres (€, bruto anual) | 24.656 | 30.209 |
| Salario medio hombres (€, bruto anual) | 26.944 | 30.656 |

A la hora de sacar conclusiones, hay que tener en cuenta que el porcentaje de participación en esta pregunta es del 15% del total de empresas que han respondido a la encuesta.

En España, hay alrededor de cuatro millones de personas discapacitadas que, pese a sus cualificaciones y capacidades, tienen graves problemas para encontrar empleo. Como puede colegirse del gráfico 39.2, todavía tiene que hacerse un gran esfuerzo en este terreno.



Desarrollo, empleabilidad y gestión del talento

“Nuestras personas son nuestro activo más importante”. Frases como ésta pueden leerse con frecuencia en los diarios y revistas especializadas. Sin embargo, todavía muchas empresas han de pasar de las palabras a la acción y considerar que la formación y los programas de desarrollo han de abarcar a todos los integrantes de la empresa.

Gráfico 40

¿DISPONE SU EMPRESA DE PLANES DE CARRERA PARA SUS EMPLEADOS?

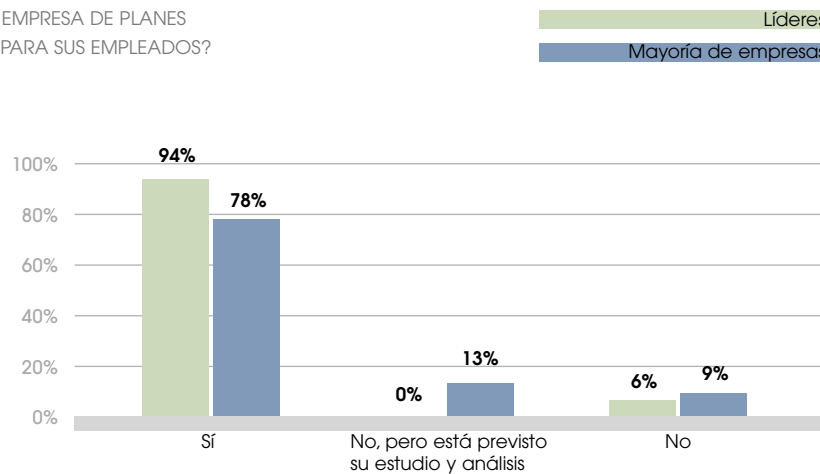


Gráfico 41

¿EVALÚA SISTEMÁTICAMENTE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DE SUS EMPLEADOS PARA LLEVAR A CABO LAS ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA?

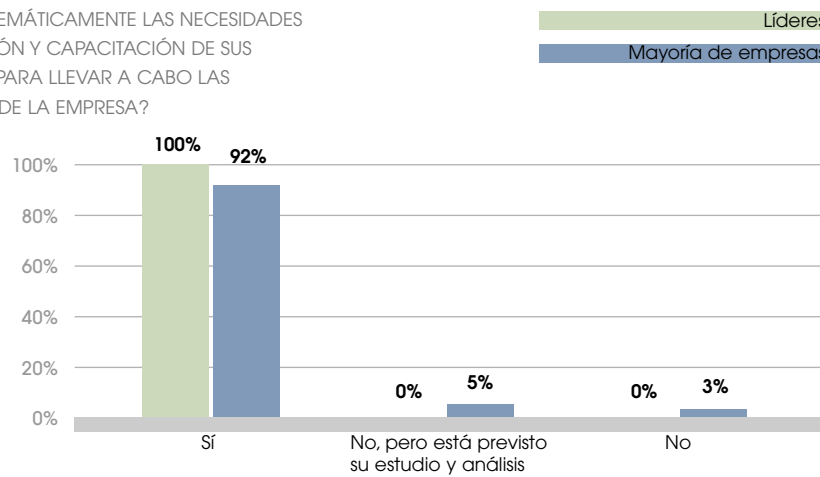


Gráfico 42

¿DESARROLLA SISTEMÁTICAMENTE PLANES DE FORMACIÓN PARA DESARROLLAR A SUS EMPLEADOS?

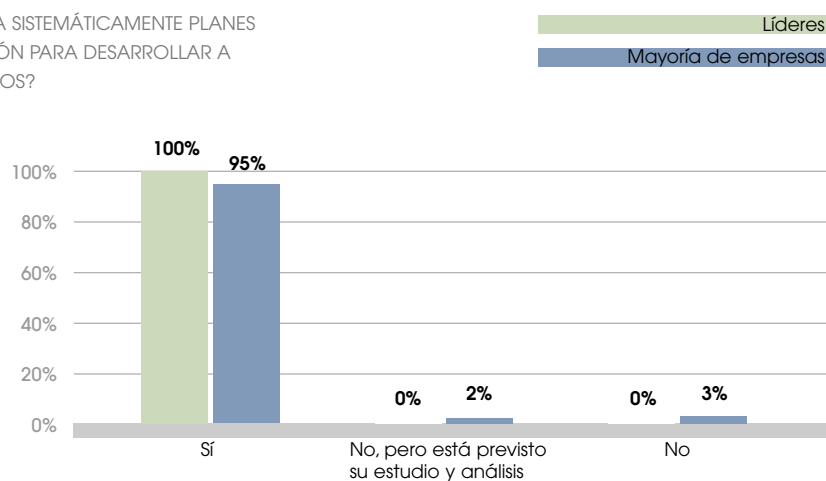


Tabla 11

PLANES DE CARRERA PARA LOS SIGUIENTES COLECTIVOS DE LA EMPRESA:

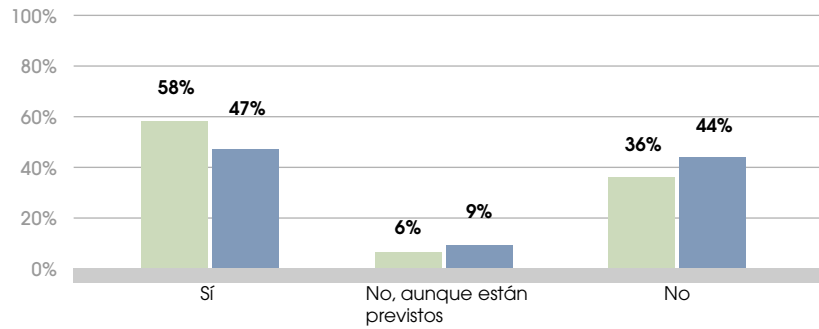
| | LID | ME |
|-----------------------------|-----|-----|
| Directivos | 86% | 66% |
| Mandos intermedios | 86% | 61% |
| Técnicos | 71% | 56% |
| Administrativos / operarios | 57% | 30% |
| Otros | 9% | 6% |

Como indican los gráficos 40, 41 y 42, la inmensa mayoría del segmento ME —así como el de LID— afirman tener planes de carrera para sus empleados, señalan que evalúan de forma sistemática sus necesidades de formación y aseguran que desarrollan planes de formación. Sin embargo, los colectivos a los que suelen dirigirse son los directivos y los mandos intermedios. En general, algo menos de la mitad de las LID y siete de cada 10 de la ME no destinan excesivos recursos formativos al personal menos cualificado (véase la tabla 11). Asimismo, todavía muchas empresas, incluso entre las LID, han de apreciar en mayor medida la importancia creciente de desarrollar proyectos de empleabilidad que abarquen a todos sus integrantes (véase el gráfico 43).

Gráfico 43

¿LA EMPRESA DESARROLLA PROYECTOS DE EMPEABILIDAD?

Líderes
Mayoría de empresas



Participación e implicación de empleados

Una condición indispensable para conseguir la implicación de los empleados, en las actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa de sus empresas, es que éstos tengan un conocimiento adecuado sobre el tema. Para ello, las empresas han de llevar a cabo acciones de sensibilización, información y formación de su plantilla en RC. La inmensa mayoría de las LID y dos de cada tres de la ME afirman hacerlo (véase el gráfico 44). Sin embargo, como puede apreciarse en la tabla 12, la categoría ME parece favorecer las acciones de comunicación, mientras que sólo una de cada dos LID y un 17% de la ME proporciona formación sobre estos temas a sus empleados.

Gráfico 44

¿DESARROLLA LA EMPRESA ACTUACIONES ESPECÍFICAS PARA SENSIBILIZAR, FORMAR E INFORMAR A LA PLANTILLA EN LOS PRINCIPIOS Y ACTUACIONES RELACIONADAS CON LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?

Líderes
Mayoría de empresas

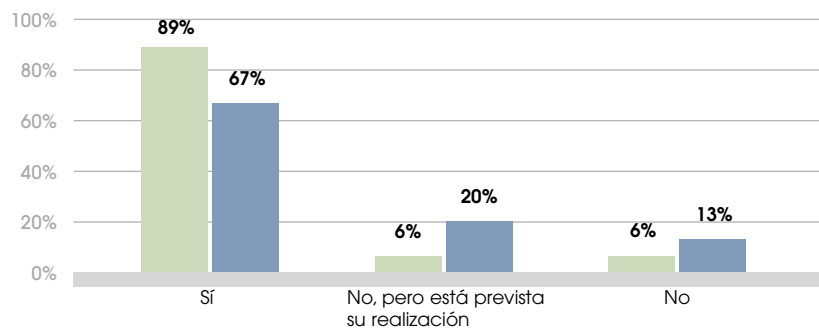


Tabla 12

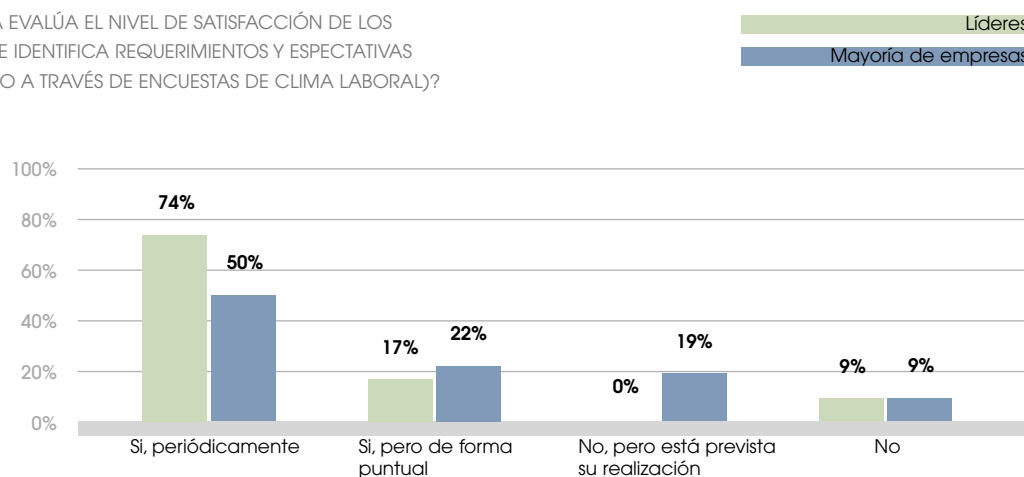
LA EMPRESA DESARROLLA ACTUACIONES ESPECÍFICAS PARA SENSIBILIZAR, FORMAR E INFORMAR A LA PLANTILLA EN LOS PRINCIPIOS RELACIONADAS CON LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA A TRAVÉS DE LAS SIGUIENTES ACTUACIONES:

| | LID | ME |
|--|-----|-----|
| Comunicación interna | 80% | 66% |
| Formación específica en temas de RC para los empleados | 49% | 17% |
| Otros | 9% | 2% |

No cabe duda de que es mucho más fácil conseguir la implicación de los empleados cuando éstos están satisfechos con su empresa. Por ello, es importante que las empresas midan de forma regular el nivel de satisfacción y conozcan los requerimientos de sus integrantes para, en caso necesario, poner en marcha las medidas de mejora oportunas. Como señala el gráfico 45, todavía muchas empresas españolas tienen que ser conscientes de este hecho. Tres de cada cuatro LID y una de cada dos ME mide el nivel de satisfacción de sus empleados e identifica sus requerimientos de forma regular.

Gráfico 45

¿SU EMPRESA EVALÚA EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS E IDENTIFICA REQUERIMIENTOS Y ESPECTATIVAS (POR EJEMPLO A TRAVÉS DE ENCUESTAS DE CLIMA LABORAL)?



Las LID y la ME disponen de programas de participación de sus empleados en la gestión y en la mejora continua de la empresa (véase el gráfico 46). Asimismo, la mayoría de ellas parece decantarse por los sistemas de evaluación del desempeño, como principal mecanismo para conseguir dicha participación (véase la tabla 13). Sin embargo, muy pocas han establecido bonus ligados a los logros en responsabilidad corporativa como parte de sus sistemas de evaluación del desempeño (véase la tabla 14). Asimismo, sólo la mitad, aproximadamente, de las empresas tiene sistemas de sugerencias (y de las que los tienen, muchas no han puesto en marcha sistemas de reconocimiento a la contribución de sus empleados —véase el gráfico 47—); pocas facilitan el acceso a la propiedad de sus empleados como medio de conseguir su compromiso; y, todavía menos (el 40% en el caso de las LID y el 11% en el caso de la ME), promueven la participación de sus empleados en el diseño de sus estrategias y políticas.

Gráfico 46

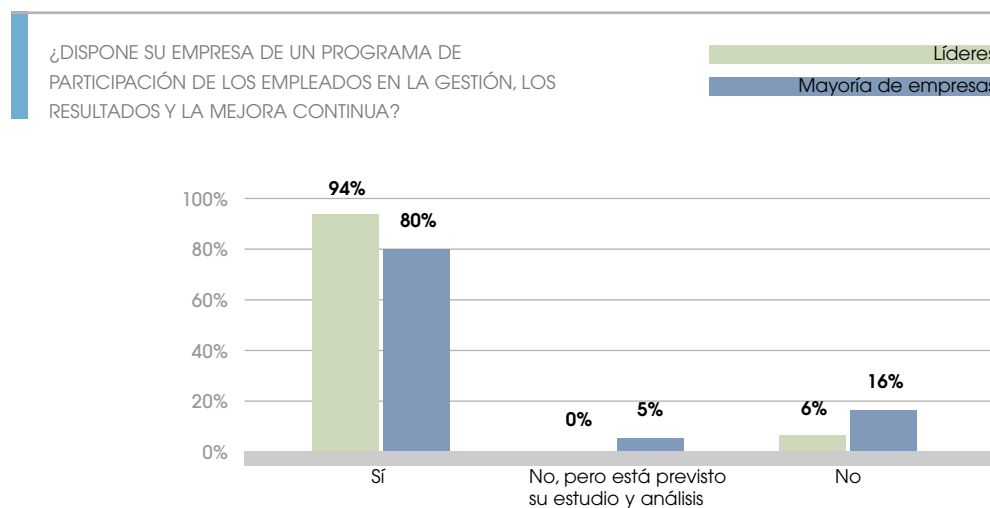


Tabla 13

MECANISMOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS EN LA GESTIÓN, LOS RESULTADOS Y LA MEJORA CONTINUA:

| | LID (%) | ME (%) |
|--|---------|--------|
| Sistemas de evaluación del desempeño | 83% | 78% |
| Sistema de gestión de sugerencias | 57% | 44% |
| Entrega y/o facilidades para adquirir acciones de la compañía | 29% | 25% |
| Participación de los empleados en el diseño de las estrategias y políticas de la empresa | 40% | 11% |

Tabla 14

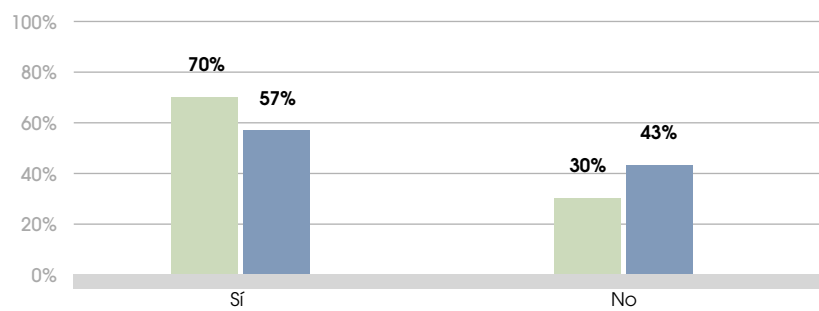
LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ESTÁN BASADOS EN:

| | LID | ME |
|---|-----|-----|
| Remuneración variable o compensación | 80% | 77% |
| Pagas de beneficios | 40% | 13% |
| Bonus ligados al desempeño ambiental y social | 23% | 19% |
| Comisiones por ventas u otros | 31% | 16% |
| Stock options o similar | 23% | 16% |

Gráfico 47

¿DISPONE DE UN SISTEMA DE RECONOCIMIENTO O RECOMPENSA PARA LOS EMPLEADOS QUE PRESENTAN SUGERENCIAS?

Líderes
Mayoría de empresas



Voluntariado corporativo

El voluntariado corporativo es un fenómeno relativamente reciente en España. Como puede verse en el gráfico 48, una de cada cuatro de la ME —una de cada dos, en el caso de las LID— tiene un programa enfocado a este tema. Sin embargo, es importante señalar que aquellas empresas que lo tienen, claramente, favorecen el que sus integrantes dediquen tiempo, y, por tanto, compartan sus conocimientos y habilidades, colaborando en la realización de acciones sociales (véase la tabla 15). Por ello, puede decirse que, aunque sería bueno que más empresas pusieran en marcha programas de voluntariado, podemos congratularnos del enfoque que han dado a dichos programas las empresas que los han adoptado. Sin duda, de esta colaboración sale favorecida: la sociedad (al poder beneficiarse de unos conocimientos y habilidades más escasos que los meros recursos económicos y materiales); los propios empleados (que tienen la oportunidad de crecer como personas); y la propia empresa (por la mejora a todos los niveles de sus integrantes, el probable aumento de su satisfacción y la mejora de la reputación corporativa).

Gráfico 48

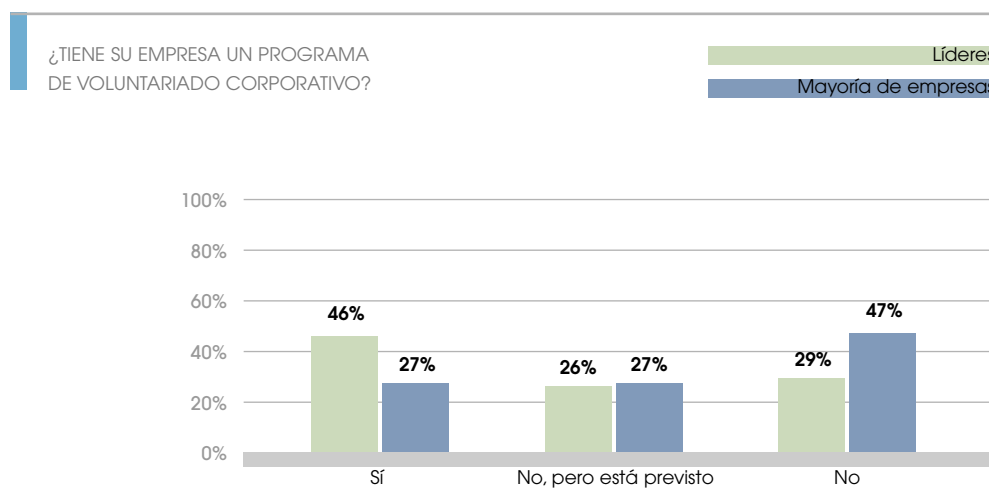


Tabla 15

LA COLABORACIÓN DE LOS EMPLEADOS EN LOS PROYECTOS DE VOLUNTARIADO QUE SE REALIZAN EN LA EMPRESA CONSISTE EN:

| | LID | ME |
|---|-----|-----|
| Dedicación de tiempo en trabajos en acciones sociales | 88% | 94% |
| Aportación económica | 69% | 47% |
| Aportación material | 38% | 18% |
| Otros | 13% | 6% |

Como puede verse en la tabla 16, la práctica totalidad de las empresas españolas —LID o ME— que han puesto en marcha programas de voluntariado, aprovechan su intranet para favorecer el diálogo con sus empleados sobre dichos programas. Otros métodos, como el buzón del voluntariado, están mucho menos extendidos. En cualquier caso, tanto las LID como el segmento ME, en general, han de ser más conscientes de la importancia de conocer qué piensan sus empleados sobre sus programas de voluntariado y, por tanto, de realizar encuestas de valoración.

Tabla 16

LAS HERRAMIENTAS DE DIÁLOGO ESPECÍFICAS PARA RECOGER COMENTARIOS DE LOS EMPLEADOS E INFORMARLES SOBRE LOS DISTINTOS PROYECTOS Y ACCIONES DE VOLUNTARIADO SON:

| | LID | ME |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Web interna o apartado específico | 88% | 85% |
| Buzón del voluntariado | 50% | 31% |
| Encuestas de valoración regulares | 19% | 15% |
| Otros | 0% | 15% |

Conciliación de la vida personal y laboral

En los últimos años, muchas empresas españolas han puesto en marcha iniciativas tendentes a mejorar la conciliación de la vida personal y laboral de sus empleados. En este apartado del estudio veremos qué tipo de acciones se da con más frecuencia.

Como señala la tabla 17, entre las distintas modalidades para favorecer la conciliación, la acción más general es la de “flexibilidad” en sus diferentes versiones. Otras medidas bastante extendidas son los préstamos especiales y, entre las LID, el apoyo profesional y la prestación de determinados servicios.

Tabla 17

LAS INICIATIVAS EN MATERIA DE CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL SON:

| | LID | ME |
|--|-----|-----|
| Flexibilidad | 91% | 78% |
| Préstamos especiales, apoyo extrasalarial, financiero y material | 54% | 50% |
| Servicios | 54% | 16% |
| Apoyo profesional (asesoramiento profesional, personal, familiar, legal, etc.) | 46% | 9% |
| No, pero está previsto | 3% | 8% |
| No | 3% | 6% |

En un análisis más profundo de la “flexibilidad”, se aprecia que la más extendida es la horaria (véase la tabla 18). Entre las LID también es frecuente la concesión de permisos por maternidad, paternidad, excedencia, etcétera, más allá de lo previsto por la legislación. Por último, entre las LID empiezan a favorecerse otras formas de flexibilidad relacionadas con las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación.

Tabla 18

LAS INICIATIVAS EN MATERIA DE FLEXIBILIDAD SON:

| | LID | ME |
|---|-----|-----|
| Horaria | 86% | 77% |
| Modalidades de permisos más allá de la ley (por maternidad, paternidad, excedencia, bancos de tiempo libre, etc.) | 66% | 44% |
| De espacio (trabajo a distancia, teletrabajo, etc.) | 37% | 17% |
| Otras | 6% | 5% |

Como se ha indicado anteriormente, la prestación de servicios que favorecen la conciliación de la vida personal y laboral todavía no es demasiado habitual en las empresas españolas. Entre las LID, tres de cada 10 prestan servicios de guardería a sus empleados; y algo más de dos de cada 10 ofrecen servicios para el cuidado de familiares dependientes.

Tabla 19

LAS INICIATIVAS EN MATERIA DE SERVICIOS SON:

| | LID | ME |
|---|-----|-----|
| Otros servicios | 26% | 13% |
| Guardería | 29% | 6% |
| Servicios para el cuidado de familiares | 23% | 3% |

La gestión ambiental es uno de los aspectos de la responsabilidad corporativa en el que más progresos han conseguido las empresas españolas. Los motivos son múltiples y es difícil poder delimitar la importancia relativa de cada uno de ellos. En cualquier caso, la legislación medioambiental —que ha incorporado los requisitos de la legislación europea y tiene ya una cierta antigüedad— es, sin duda, uno de los factores importantes en este progreso. Otro factor que ha ejercido una influencia considerable ha sido el propio mercado, ya que las grandes empresas de algunos sectores han promovido la mejora de la gestión ambiental de sus proveedores.

Política y sistema de gestión ambiental

Como indican los gráficos 49, 50 y 51, la inmensa mayoría de las empresas de la muestra tiene una política de gestión ambiental. Asimismo, aproximadamente siete de cada 10 han certificado su sistema de gestión ambiental, ya sea según la norma ISO 14001 o bien el reglamento europeo EMAS, con preferencia hacia la primera.

Gráfico 49

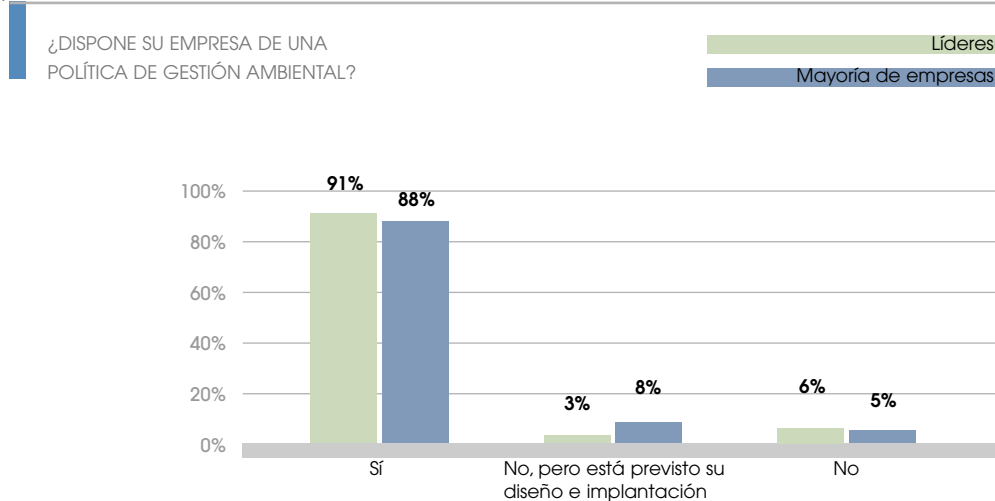
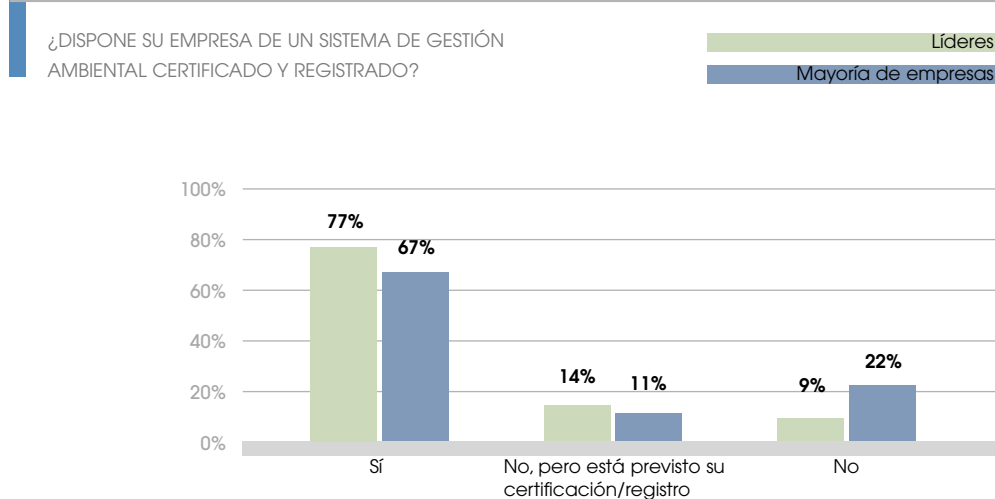


Gráfico 50



La importancia de disponer de una política y de un sistema de gestión medioambiental se manifiesta en el hecho de que las empresas gestionan su consumo de recursos, sus residuos y, en general, han puesto en marcha acciones o proyectos que contribuyen a la mejora de su ecoeficiencia (véanse los gráficos 51, 52 y 53). En cuanto a los recursos, la mayoría está gestionando los consumos de electricidad y papel y muchas de ellas el de agua (véase la tabla 20). Por el contrario, muchas empresas no gestionan adecuadamente el consumo de material informático y de tóner.

Gráfico 51

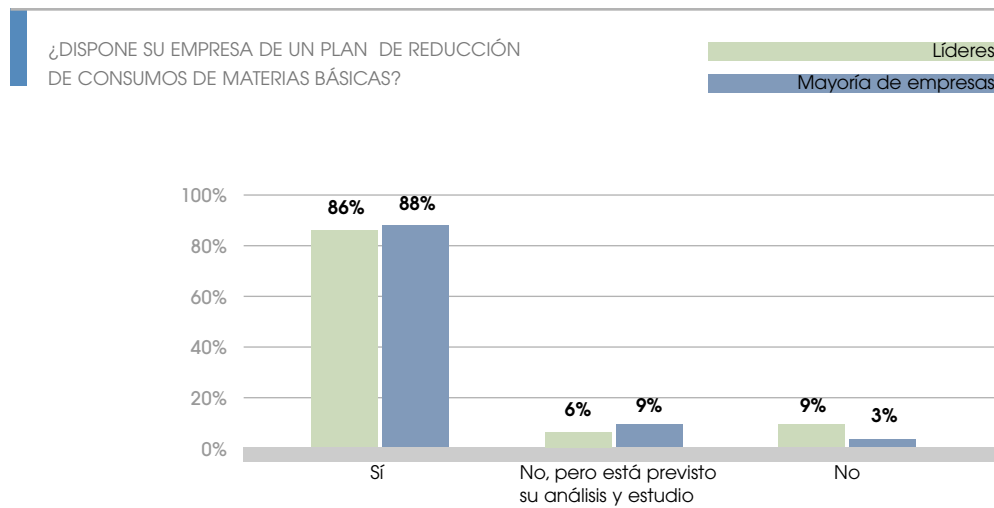


Gráfico 52

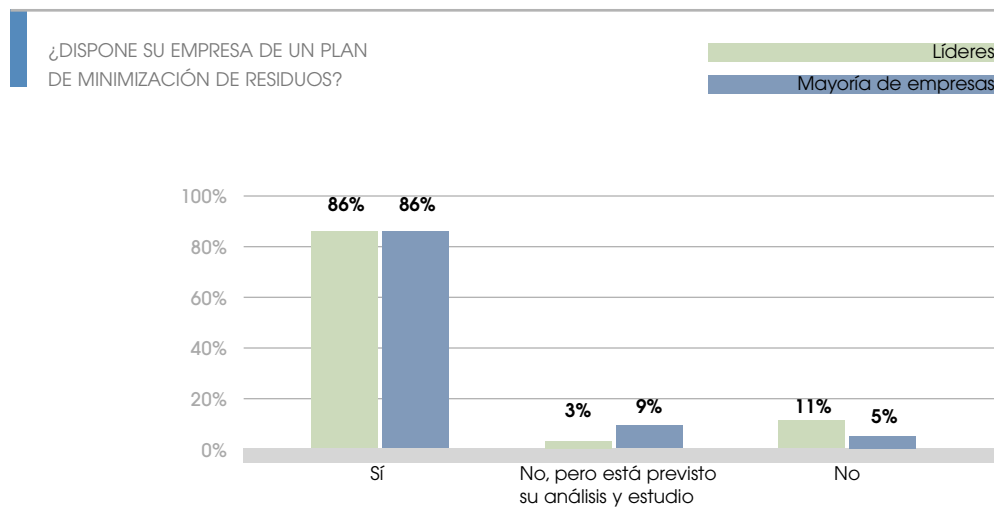


Gráfico 53

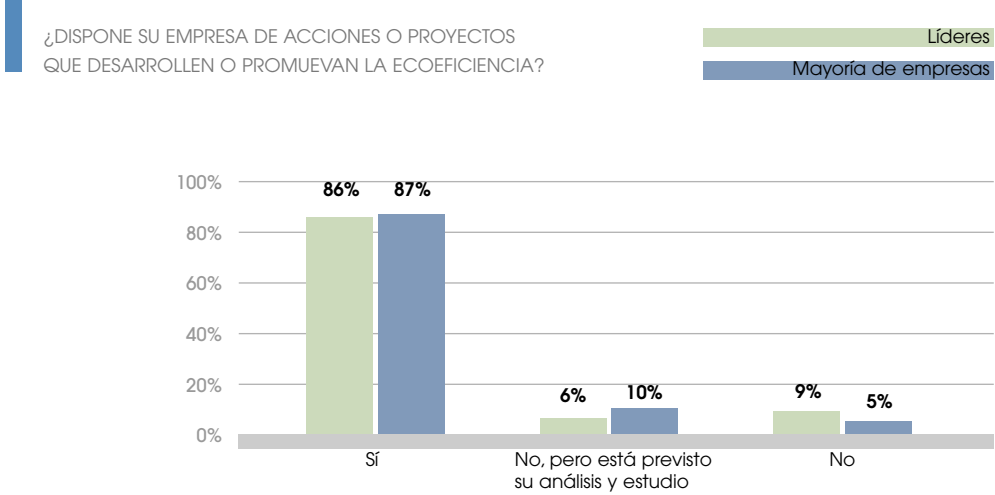
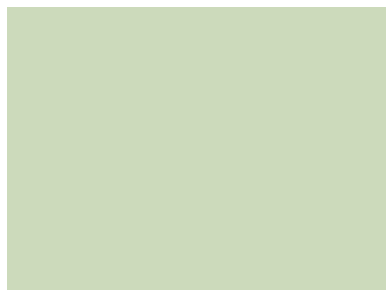


Tabla 20

PLAN DE REDUCCIÓN DE CONSUMOS PARA LAS SIGUIENTES MATERIAS BÁSICAS:

| | LID | ME |
|----------------------|-----|-----|
| Electricidad | 77% | 78% |
| Papel | 80% | 67% |
| Agua | 63% | 75% |
| Tóner | 69% | 47% |
| Material informático | 51% | 28% |
| Otros | 17% | 16% |



9. Dificultades y retos en la implantación de la RC en las empresas

Del total de la muestra, 53 de las empresas que han participado en el estudio han explicitado cuáles son las mayores dificultades que encuentran en la integración de la responsabilidad corporativa en la empresa y cuáles son los principales retos en esta materia para el futuro.

Dificultades

Falta de recursos humanos y económicos.

Dificultad en la coordinación de las diferentes unidades organizativas en la implementación de un sistema transversal como lo es la RC.

Falta de cultura y formación en torno a la responsabilidad corporativa.

Falta de implicación de la alta dirección.

Retos

Establecimiento de cuadros de mando específicos de RC.

Identificación de sistemas y herramientas para lograr la participación e implicación de la plantilla en responsabilidad corporativa.

Establecer sistemas de gestión que permitan integrar los aspectos sociales, económicos y ambientales.

Creación de Comités de Responsabilidad Corporativa.

Extensión de las actividades derivadas de la responsabilidad corporativa a proveedores.

Elaborar herramientas que permitan la medición de beneficios tangibles e intangibles derivados de la RC.

Incorporar la RC en la estrategia de negocio de la compañía.

Establecer sistemas de retribución variables sobre logros conseguidos en materia de RC.

En el presente estudio se ha pretendido realizar una comparativa sobre los 17 sectores de actividad que han participado en la muestra.

Con el objetivo de trasladar las respuestas obtenidas en la encuesta a puntuaciones cuantitativas y poder realizar una comparativa más precisa, se han definido unos baremos de puntuación que tratan de dar valores determinados a las distintas opciones que aportaban las preguntas del cuestionario.

Las puntuaciones asignadas han sido las siguientes:

| Contestación | | |
|------------------------|---------------|------------|
| Positiva (Sí, siempre) | Negativa (No) | Intermedia |
| 100 | 75 - 25 | 0 |

Es una metodología que permite ponderar las contestaciones intermedias, según han sido respondidas. No obstante, esta puntuación ponderada no se ha aplicado en aquellas preguntas para cuya formulación o respuestas no sea aplicable; es decir, que no respondan a los tres tipos de respuestas indicados en la tabla precedente.

Se ha de indicar que la participación en la encuesta no ha sido homogénea en todos los sectores. Incluso en algunos de ellos la participación de las empresas ha sido muy escasa y sus conclusiones no son representativas del estado real de la RC en el sector. A continuación se presenta una tabla con los niveles de participación en la encuesta de cada uno de los sectores de actividad a los que se le envió el cuestionario.

| Sector | % de participación |
|---|--------------------|
| Entidades de financiación | 75 |
| Electricidad, gas, petróleos, derivados, residuos y aguas | 56 |
| Informática, telecomunicaciones, operadoras | 47 |
| Construcción e inmobiliarias | 39 |
| Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas | 37 |
| Siderurgia y metalurgia | 33 |
| General | 32 |
| Servicios a Empresas, Ingenierías | 32 |
| Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado. | 30 |
| Alimentación, bebidas y tabacos | 27 |
| Aeronáutica, automoción y autopistas | 26 |
| Transporte, materiales | 26 |
| Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio | 22 |
| Maquinaria, equipos | 21 |
| Hostelería, turismo | 18 |
| Seguros | 13 |
| Medios de comunicación, editoriales, ocio y entretenimientos y publicidad | 11 |

Con el objeto de obtener conclusiones más exactas, se ha optado por no incluir en este análisis a aquellos sectores en los que el nivel de participación haya sido inferior al 20 % de las empresas invitadas a participar en el estudio.

Con esta premisa, se han agrupado los resultados globales y parciales por cada uno de los sectores de actividad, comparándolos con la media obtenida de las 100 empresas que han participado en el estudio.

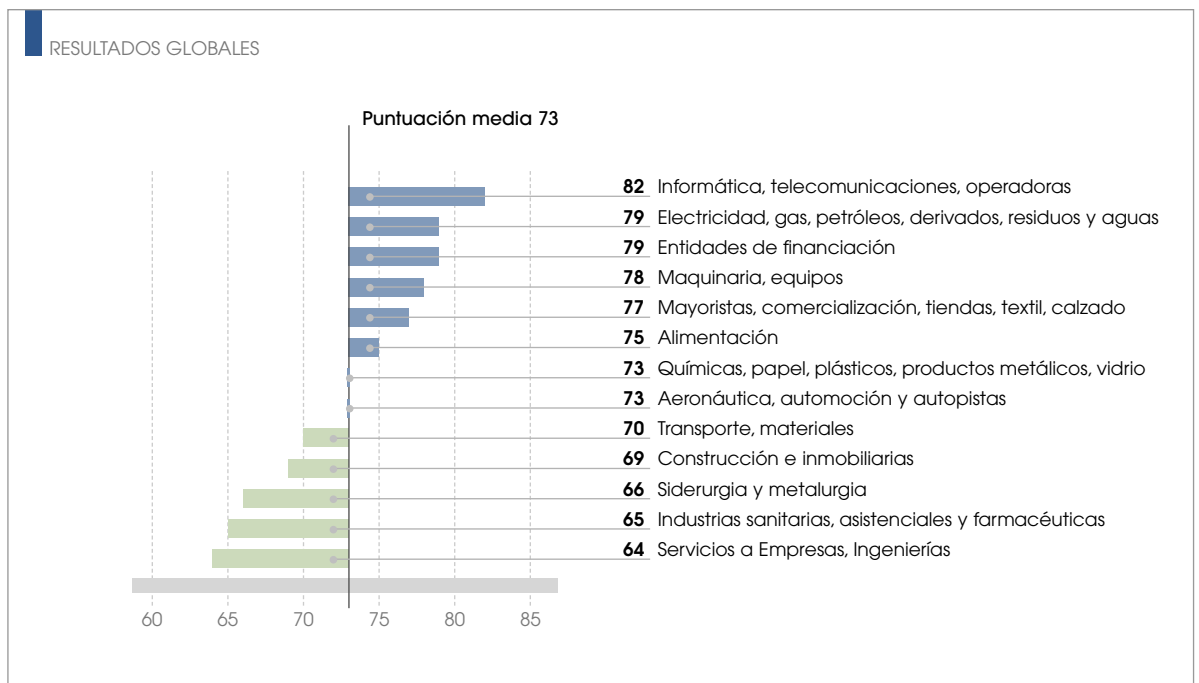
Resultados globales

Tras la realización de un análisis global de los sectores de actividad que han participado en el estudio, cabe destacar su avanzado grado en el desarrollo de la responsabilidad corporativa, como se refleja en el gráfico anterior, donde encontramos que los diferentes sectores oscilan en una puntuación óptima en un rango de 64 a 82 situándose la media de las 100 empresas encuestadas con una puntuación de 73 sobre 100 en materia de responsabilidad corporativa. Este resultado está en sintonía con la buena posición de las grandes empresas españolas en los principales indicadores de sostenibilidad a escala mundial.

Tal y como se recoge en la gráfica siguiente, los sectores de informática, telecomunicaciones y operadoras, electricidad, gas y petróleo y las entidades de financiación ocupan las primeras posiciones de forma global en materia de responsabilidad corporativa.

Con un menor desarrollo de la responsabilidad corporativa, se sitúan los sectores de servicios a empresas, industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas y de siderurgia y metalurgia.

A continuación, se recoge, para cada sección de la encuesta, la media obtenida, la media de cada sector y su posicionamiento en comparación con el resto de sectores analizados.

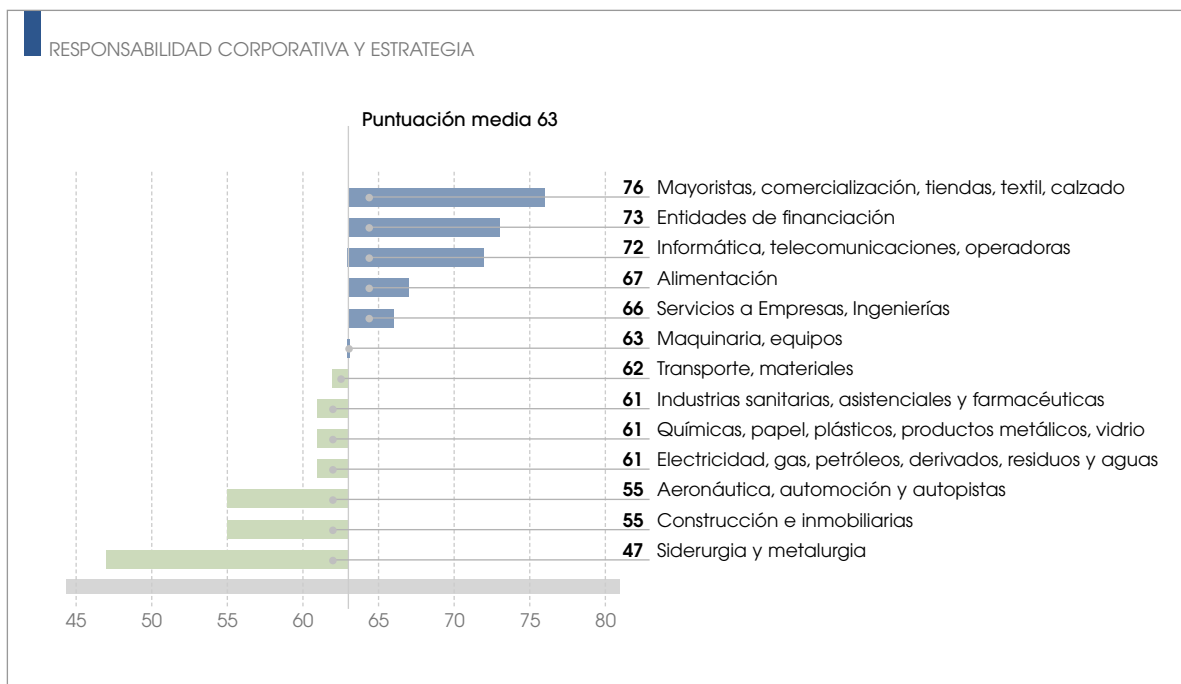


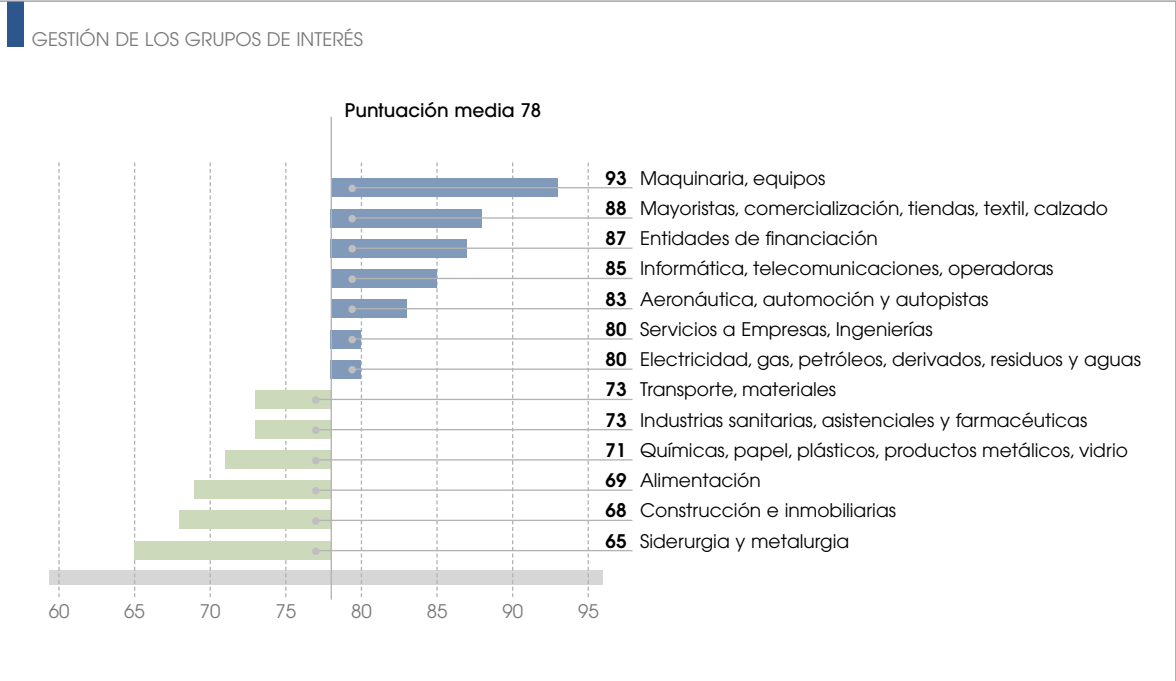
Resultados parciales

Los aspectos mejor valorados de los sectores de mayoristas, entidades de financiación e informática, que han propiciado su ubicación en las primeras posiciones, han sido: la existencia de unas bases estratégicas definidas en el marco de la sostenibilidad (visión, política, valores corporativos y códigos éticos); y la implicación de la empresa mediante la creación de estructuras organizativas responsables del despliegue e implantación de la RC.

Sin embargo, la implicación del Consejo de Administración en las actuaciones de RC, los cuadros de mando específicos o los incentivos a los empleados vinculados con criterios RC son puntos a mejorar entre las empresas incluidas en estos sectores.

Los sectores de aeronáutica, construcción y siderurgia-minería han obtenido las puntuaciones más bajas, siendo la ausencia de una estructura organizativa responsable de RC y la existencia limitada de indicadores / cuadros de mando en esta disciplina los aspectos más críticos a mejorar.

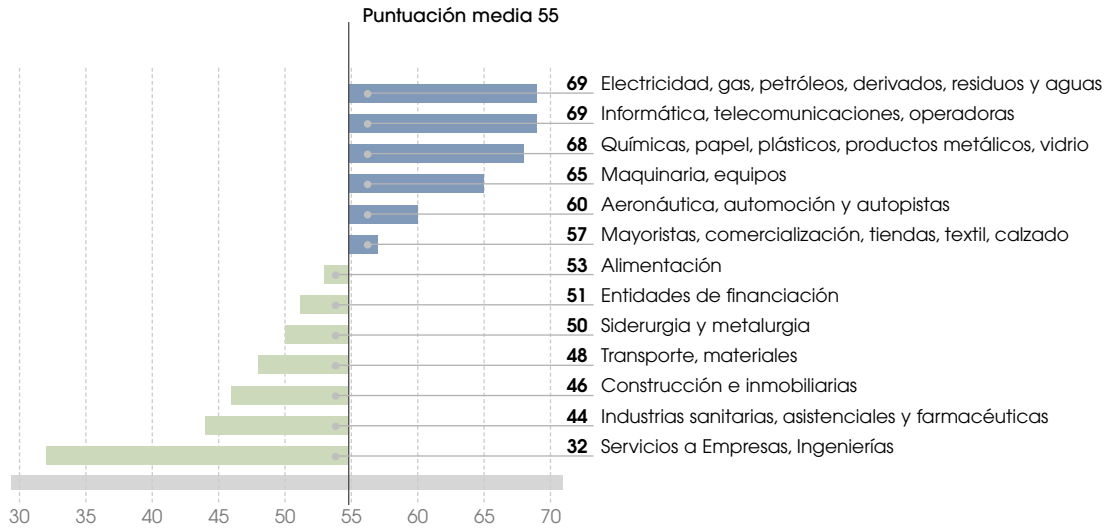




Los sectores de maquinaria, mayoristas y las entidades de financiación lideran la gestión de los grupos de interés.

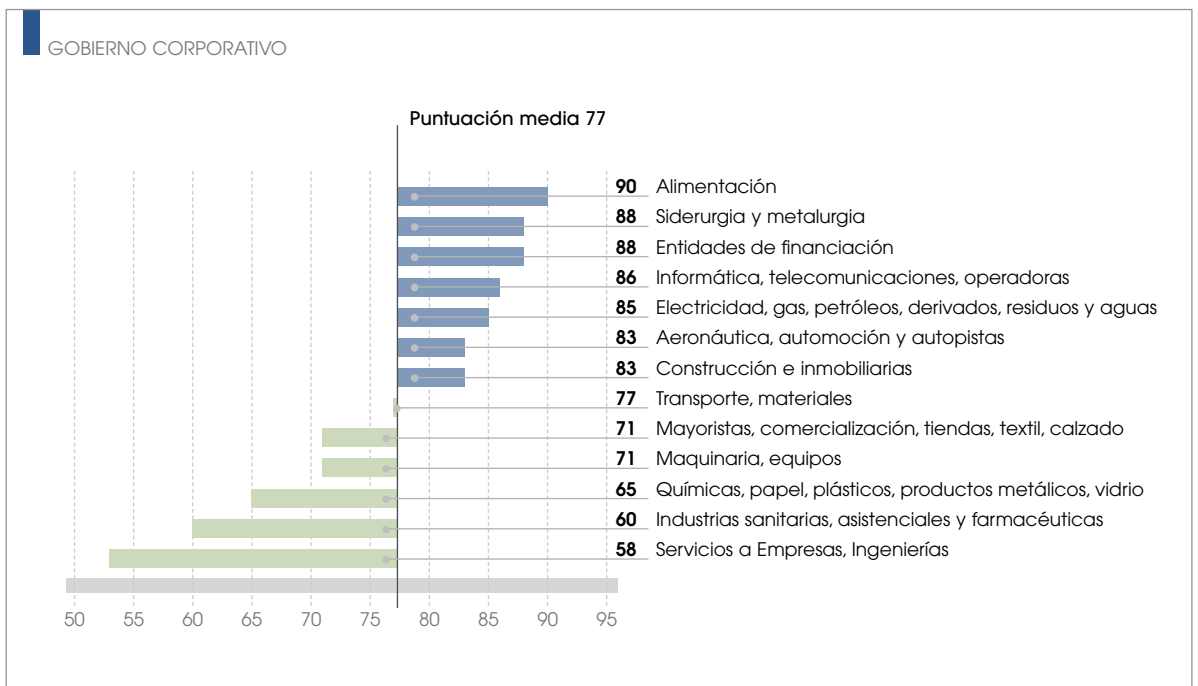
Sin embargo, sectores como el de alimentación, la construcción y el siderúrgico –minero se sitúan en las últimas posiciones. La definición de marcos de actuación con los grupos de interés y la verificación de los informes de responsabilidad corporativa son áreas de mejora en estos sectores.

GESTIÓN TÉCNICO ECONÓMICA



El sector de electricidad, gas y petróleo, junto con el de informática y el sector químico, obtienen las mejores puntuaciones en la gestión técnica y económica bajo criterios RC. Aún así, la disponibilidad de triples cuentas de resultados (económicos, sociales y ambientales) y la existencia de planes de pensiones para empleados en fondos de inversión socialmente responsable son dos áreas a mejorar de estos sectores de actividad.

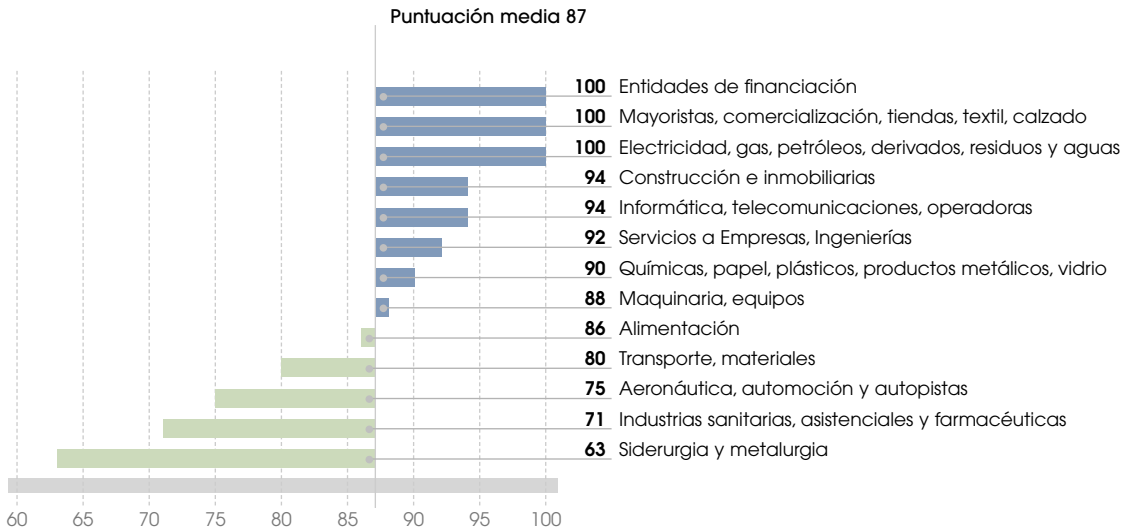
La construcción, las industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas y el sector de servicios a empresas registran las puntuaciones más bajas. Además de los aspectos a mejorar anteriormente citados, estos sectores también deben incrementar y consolidar la aplicación de estándares RC en los procesos productivos y de fabricación.



La aplicación de criterios de buen gobierno, la incorporación de riesgos sociales y ambientales en los sistemas corporativos y la implicación de los consejos de administración en la gestión de los riesgos son los principales puntos fuertes de los sectores que abanderan la sección de gobierno corporativo (alimentación, siderurgia – minería y entidades financieras).

Los sectores de la zona más baja, a pesar de disponer de sistemas de gestión de riesgos, no han integrado los riesgos sociales y ambientales en su totalidad y la participación del consejo de administración en este proceso es todavía reducida. Sectores como el químico, el de industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas y el de servicios para empresas tienen en la publicación de informes de gobierno corporativo una clara área de mejora.

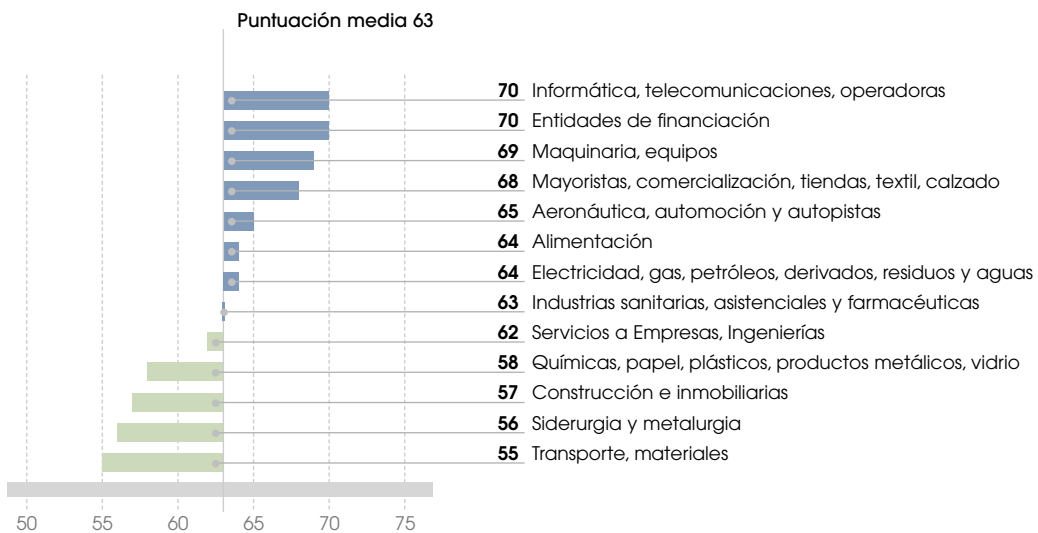
GESTIÓN SOCIAL EXTERNA



Todos los sectores han obtenido puntuaciones notables en cuanto a la puesta en marcha de acciones de carácter social, superando los 70 puntos en la mayoría de ellos y destacando por encima de los demás los sectores de financiación, mayoristas y de electricidad, gas y petróleo.

El 100 % de las empresas de dichos sectores llevan a cabo este tipo de acciones.

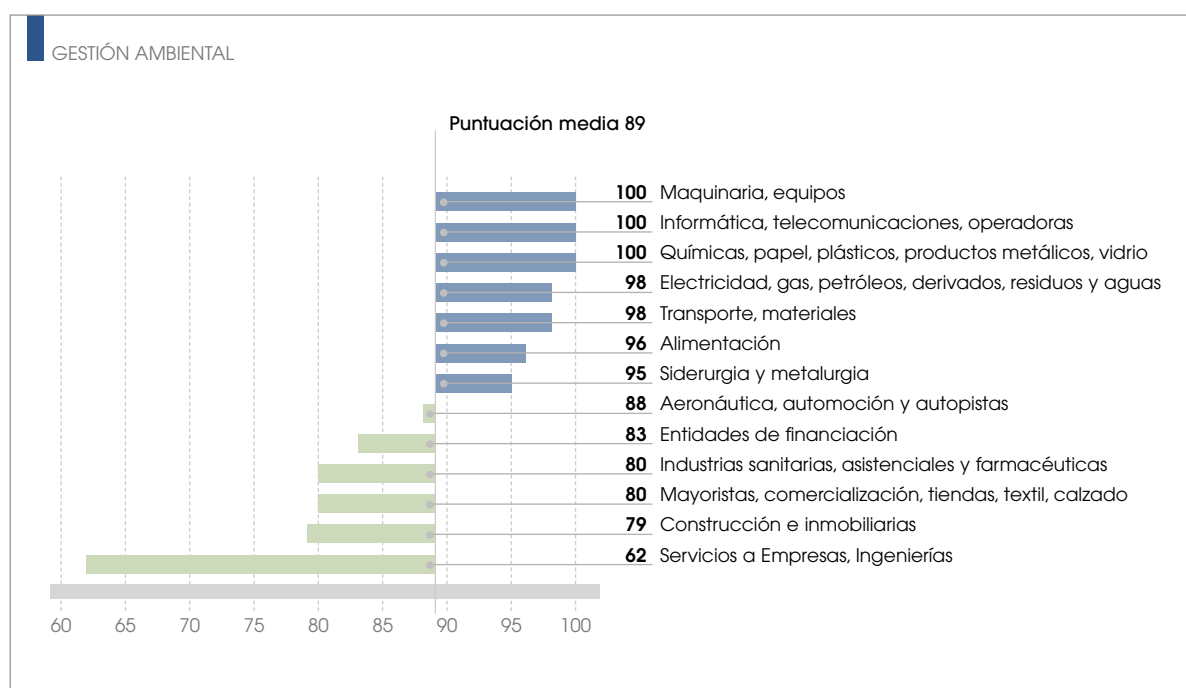
GESTIÓN SOCIAL INTERNA



Los sectores de informática, financiación y de maquinaria-equipos han obtenido las mejores puntuaciones en el apartado de gestión social interna. Entre los aspectos mejor valorados, destacan la integración de los criterios de RC en las políticas de recursos humanos, las certificaciones OHSAS 18001 para los sistemas de gestión de la seguridad y salud laboral, la gestión de la formación (identificación de necesidades formativas y de capacitación y los planes de formación), y los sistemas o mecanismos de participación de empleados en la gestión, los resultados y la mejora continua de las compañías.

Los aspectos que peor puntuación han registrado son la baja presencia de determinados colectivos en las plantillas (mujeres, discapacitados y extranjeros), la carencia de planes de empleabilidad y el bajo porcentaje de empresas que llevan a cabo proyectos de voluntariado corporativo.

La construcción, la siderurgia-minería y el transporte ocupan las posiciones más bajas de la gráfica. Además de las debilidades citadas anteriormente para los sectores líderes en gestión social interna, la realización de encuestas de clima laboral y la implantación de políticas familiarmente responsables son dos de los aspectos que presentan mayor recorrido de mejora entre estos sectores.



El sector maquinaria-equipos, el informático y el químico han obtenido las máximas puntuaciones en todos los aspectos evaluados en el apartado de gestión ambiental.

En el extremo contrario, aunque en la mayoría de los casos superan los 78 puntos, se sitúan los sectores de mayoristas, de construcción y siderúrgico - minero. La certificación de los sistemas de gestión ambiental de acuerdo con la norma ISO 14001 es la asignatura pendiente de mejora entre estos colectivos.

11. Conclusiones

Generales

- El presente estudio se ha realizado sobre la base de las más altas exigencias en materia de responsabilidad corporativa. Es por ello por lo que se considera que el nivel de la responsabilidad corporativa en España y su grado de implantación en las empresas es notable, habiendo obtenido el conjunto de las empresas que han participado en este estudio una puntuación media de 73 sobre 100.
- Aunque es difícil establecer una comparación totalmente objetiva, una primera conclusión que cabe destacarse de este estudio es que la situación de la RC en España parece ser no demasiado diferente a la de otros países de nuestro entorno socioeconómico. Al menos, en el caso de las LID, comparten muchas de las prácticas más avanzadas y de las oportunidades de mejora con las compañías más avanzadas en RC a nivel mundial. En definitiva, puede afirmarse que para las LID españolas la RC es un tema estratégico. Por el contrario, el segmento ME está todavía a un nivel básico o táctico y tiene todavía un largo camino que recorrer.
- Otra conclusión hace referencia a que las LID en RC crean más empleo —prácticamente, el doble— y más estable —el 6% más de empleo fijo— que la categoría ME.

Responsabilidad corporativa y estrategia

- La totalidad de las empresas participantes en este estudio parecen estar al tanto de la creciente importancia de la RC. Sin embargo, la ME todavía no ha incorporado a su estrategia y a sus decisiones organizativas los principios e implicaciones de la RC. Específicamente, se echa en falta el establecimiento, en buena parte de ellas, de comités *ad hoc* en los que participen miembros de sus equipos directivos, planes de mejora a medio plazo, sistemas de indicadores e iniciativas que promuevan la interiorización de los valores de la RC por sus integrantes.
- Aunque todavía tienen un cierto margen de mejora, las LID muestran una adecuada integración de la RC en su estrategia, estructura y sistemas de interiorización de los valores de la RC. En este sentido, son de destacar, en buena parte de ellas, las siguientes prácticas: la incorporación al máximo órgano de gobierno de un experto en RC; el establecimiento de la figura del “defensor de los grupos de interés”; la creación de fundaciones; la redacción de códigos de conducta con contenidos adecuados y sistemas que promueven y aseguran su vigencia. Entre las áreas de mejora para muchas de las empresas españolas de la categoría LID cabe citar las siguientes: la inclusión de los temas medioambientales en sus códigos de conducta; la incorporación de indicadores de RC a sus cuadros de mando; y la extensión de los sistemas de incentivos a sus equipos directivos y máximos órganos de gobierno.

Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones

- Aunque buena parte de la ME publica informes de RC, todavía dichas empresas no reconocen la legitimidad de todos los grupos que pueden estar interesados en sus actividades; y, en consecuencia, no han establecido canales para mantener un diálogo abierto, honesto y fluido con ellos. Asimismo, muchas de estas empresas no verifican la información que incluyen en sus informes.
- Las LID tienen marcos de relación con sus grupos de interés, publican informes de RC y —en su gran mayoría— verifican la información que incluyen en los mismos. Es de destacar la variedad de sistemas que usan para informar de sus actividades y logros, y para estar al tanto de las necesidades y requerimientos de sus grupos de interés.

Gestión técnico-económica

- En general, muy pocas de la ME elaboran una triple cuenta de resultados (económicos, medioambientales y sociales) y participan en los ratings de sostenibilidad. Un aspecto positivo es que la mayor parte considera los temas medioambientales en sus procesos de desarrollo de nuevos productos y producción de los mismos.
- Sin embargo, entre las LID se ha convertido en una práctica normal la elaboración de su triple cuenta de resultados. Una clara área de mejora para la mayor parte de ellas es la inversión de los planes de pensiones de sus empleados en activos financieros (ISR) que tengan en cuenta los principios de la RC.

Gestión de gobierno corporativo

- Una composición adecuada del consejo de administración es básica para el buen gobierno de la empresa. En este sentido, aunque con notables excepciones, la categoría ME tiene un número adecuado de consejeros. Sin embargo, todavía buena parte de este segmento ha de incorporar más consejeros independientes. En cuanto a las tareas de sus máximos órganos de gobierno, el sistema de gestión de riesgos y la inclusión en el mismo de los de carácter medioambiental y social son claras asignaturas pendientes en la mayor parte de las empresas. Otra área de preocupación es que menos de la mitad de la ME publica un informe de gobierno corporativo y todavía son muy pocas las que han incorporado a su máximo órgano de gobierno a un experto en RC.
- Los principales puntos fuertes de la mayor parte de las LID son la creciente presencia de independientes en sus máximos órganos de gobierno y la adecuada gestión de sus riesgos económicos, medioambientales y sociales. Sin embargo, el área de mejora más importante es que todavía, en muchas de ellas, sus consejeros no están suficientemente involucrados en dicha gestión de riesgos.

Gestión social externa

- Aunque se aprecia una notable diferencia entre cómo gestionan el tema las LID y la ME, la acción social es una práctica habitual en las grandes empresas españolas. En cualquier caso, incluso las LID tienen dos notables áreas de mejora: medir los resultados de su acción social; e involucrar a sus miembros en la misma.

Gestión social interna

- El aspecto más positivo es que la inmensa mayoría de empresas tiene políticas de recursos humanos y sistemas de gestión de la seguridad y salud laboral.
- Una de las áreas de mejora más importantes, incluso para las LID, lo constituye el tema de la igualdad entre hombres y mujeres. La presencia de mujeres disminuye conforme ascendemos la pirámide jerárquica. Asimismo, lo que todavía es más destacable es que subsistan diferencias salariales entre ambos sexos.
- La gestión del talento continúa siendo una importante área de mejora en el segmento ME. Muchas de las LID tienen planes de desarrollo y formación para su personal más cualificado, pero todavía hay mucho que realizar en cuanto a la formación del personal menos cualificado.
- La mayor parte de las LID y la mitad de la ME realizan acciones para sensibilizar e informar a sus integrantes sobre la RC y para evaluar su nivel de satisfacción.
- La ME se decanta por los sistemas de evaluación del desempeño para conseguir la participación de sus integrantes en la mejora de su gestión, pero sólo la mitad tiene sistemas de sugerencias y muy pocas de estas empresas promueven la participación de sus empleados en el diseño de sus estrategias.

Gestión medioambiental

- La gestión ambiental es uno de los aspectos de la responsabilidad corporativa en el que más progresos han conseguido las empresas españolas.
- La mayor parte de las empresas españolas tiene sistemas certificados mediante los cuales gestionan sus consumos y residuos y, en general, mejoran la ecoeficiencia.

Análisis Sectorial

- Los sectores que presentan un mayor compromiso e implicación en materia de RC son: Entidades de Financiación, Informática y Telecomunicaciones, Mayoristas y Comercialización, y Maquinaria y Equipos.
- Con menor grado de avance están los sectores de Hostelería, Servicios a empresas/ Ingenierías y el sector de Metalurgia.



12. Anexos

Anexo 1

Ficha técnica.

Definición del universo. Obtención de la información.

Muestra obtenida

Universo:

Mayores empresas o corporaciones empresariales españolas.

El tamaño del universo considerado ha sido de 300 empresas.

Muestra:

El tamaño de la muestra que contestó la encuesta fue de 100 empresas.

Supone una representación del 33 % del universo considerado.

Recogida de información:

Fecha:

Entre los días 27 de Octubre y 19 de Diciembre

Método:

Envío de cuestionario mediante correo electrónico.

Respuestas a través de plataforma electrónica, o bien mediante entrevista personal realizada por un consultor a las empresas que solicitaron esta alternativa.

Contacto telefónico previo para obtener datos de contacto y posterior al envío para mejorar la cantidad y precisión de las respuestas.

Metodología para la definición del universo

Con la finalidad de satisfacer las necesidades de información relativas a los objetivos de este estudio, se procedió a la definición del universo o población a partir de la cual se obtendría una muestra para su posterior explotación estadística.

Este hecho suponía recabar información de las empresas más importantes, y con mayor facturación y empleo a escala nacional. Se aplicó la estructura de segmentación por sectores tradicionales en España, completada con los sectores correspondientes al índice de sostenibilidad más representativo en España. (Dow Jones Sustainability Index)

El Club de Excelencia en Sostenibilidad seleccionó con estos criterios a 300 empresas, entre las que se encontraban las 35 del IBEX.

Metodología para la obtención de la información

Una vez seleccionadas las empresas del universo, se procedió a localizar al responsable en materia de Responsabilidad Corporativa o Sostenibilidad, y a obtener sus datos de contacto: principalmente, teléfono y dirección de correo electrónico. Para ello, se utilizaron informaciones existentes en publicaciones españolas relacionadas con las empresas y con la Responsabilidad Corporativa y en páginas WEB, hasta que se obtuvo un contacto telefónico válido con todas las empresas del universo.

Posteriormente, se realizó el envío por correo electrónico, a las direcciones de contacto, de un cuestionario con 60 preguntas, 32 cerradas, 27 cerradas con alguna ampliación, y una abierta. De ellas, 51 tienen la característica de "Pregunta Raíz" y nueve de "Preguntas Secundarias" (subordinadas a determinada contestación anterior).

Cabe resaltar que esta fase del proceso fue especialmente laboriosa y consumidora de tiempo, debido a: la dificultad de encontrar al responsable en la materia en cada una de las empresas (no suele existir un departamento de RC propiamente dicho en las empresas, tal como se desprende del propio estudio, lo que ha exigido un esfuerzo importante para la localización de las personas adecuadas); y a la complejidad del cuestionario, que normalmente ha exigido la colaboración para su cumplimiento de varias personas pertenecientes a distintos departamentos, con aportación de cierto tiempo (hasta una hora en algunos casos) y esfuerzo. Señalamos también que se repitió el envío hasta un total de cinco veces a las empresas que no habían contestado. Además, se realizó, con posterioridad a cada envío, un seguimiento pormenorizado, que permitió redirigir los sucesivos correos a otras personas o direcciones, en algunos casos, y recordar la conveniencia de contestar a la encuesta, en otros. Todo ello, redundó en una respuesta más amplia que la obtenida inicialmente.

Características de la muestra obtenida y metodología para su determinación.

El volumen de empresas que han contestado —100 entidades— supone un porcentaje de representación del 33 % del universo contemplado, valor considerado muy satisfactorio, teniendo en consideración el método utilizado para obtener los datos técnicos, y el envío de un cuestionario mediante correo electrónico, y respuesta cumplimentada a través del mismo medio.

El hecho de disponer de una tercera parte del universo total, permite destacar la representatividad de ésta muestra con relación al fenómeno objeto del estudio. Adicionalmente, merece tener en cuenta la calidad y precisión de la información obtenida, en el sentido de que la tasa de no respuesta del cuestionario o partes de éste puede estimarse muy baja.

Si bien no se consideró procedente el uso de un método probabilístico "strictu sensu" para la determinación de la muestra —los cuestionarios fueron enviados a la totalidad de empresas consideradas en el universo y lo respondieron las empresas que lo consideraron oportuno después de los sucesivos envíos y llamadas telefónicas—, el valor del teórico error absoluto en el cual se podría incurrir, por el hecho de disponer de una muestra y no del conjunto de la población, al inferir los resultados a escala poblacional, sería del $\pm 8,2 \%$.

Este valor correspondería a un nivel de confianza del 95,5% (amplitud equivalente a dos desviaciones típicas, habitual en estudios de este tipo), bajo el supuesto de máxima indeterminación (variables dicotómicas iguales: $p = q = 0,5$) y efectuando corrección por finitud, al tratarse de un universo acotado e inferior a los 100.000 individuos.

Representación de empresas pertenecientes a IBEX.

Contestaron un total de 26 empresas pertenecientes a este índice selectivo, que agrupa a 35 empresas, lo que representa el 74 % del total.

Comprobación de los contenidos y estructura de la encuesta

En todo análisis de una población mediante métodos estadísticos es imprescindible validar el método empleado y la estructura del proceso de obtención de datos a través de encuestas u otros métodos cuantitativos o cualitativos.

En este estudio, la validación se ha realizado a varios niveles con el objeto de que los productos obtenidos o utilizados en el mismo tuvieran la capacidad para la obtención de datos fiables que permitieran la obtención de conclusiones válidas:

- La estructura general del cuestionario y de los apartados relevantes del mismo se validó con tres empresas de diferentes sectores.
- Los contenidos y redacciones de las preguntas, así como el alcance de la encuesta, se validó con la participación de todas las empresas socios del Club de Excelencia en Sostenibilidad. Aportaron mejoras el 92 % de las mismas.
- La encuesta en formato papel resultante se le envió para su interpretación a 12 directivos de empresas para su validación, entendiendo que su perfil podría ser muy parecido a los de las personas que iban a cumplimentar las encuestas.
- La aplicación informática que se iba a utilizar para la cumplimentación fue probada mediante una muestra piloto de 10 empresas.

Anexo 2

Compañías que han participado en el estudio.

| | | |
|---|---|--|
| 3M | El Corte Inglés | Merck Sharp & Dohme (MSD) |
| ABB | Enagás | Meroil |
| Abengoa - Befesa | Endesa | Mutua Universal |
| Abertis | Ericsson | NH Hoteles |
| Acciona | Eroski | Nokia |
| Adecco | Fagor Electrodomesticos S.Coop. | Nutreco |
| Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (ADIF) | Fomento de Construcciones y Contratas (FCC) | Obrascón Huarte Lain (OHL) |
| Alcampo | Ferrovial | Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) |
| Alcoa España | Ford España | France Telecom España (Orange) |
| Almirall | Fremap | Pfizer |
| Alstom | Gas Natural | Philip Morris |
| Astrazeneca | Grifols (Probitas Pharma) | Port Aventura |
| Banco Popular | Grupo Agbar | Prosegur |
| Bankinter | Grupo Cortefiel | Randstad |
| Basf | Grupo Lar | Red Eléctrica de España |
| Bayer | Grupo Sos | Renfe |
| Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) | Heineken | Repsol YPF |
| Bimbo | Holcim | Sabadell Atlántico |
| Banco Santander Central Hispano (BSCH) | Ibercaja | Saint Gobain |
| BSH Electrodomésticos España | Iberdrola | Seat |
| British Telecom (BT) | Iberia | Siemens |
| Caifor | Ibermutuamur | Siderúrgica Sevillana |
| Caixa Galicia | Ikea | Sol Meliá |
| Caja Madrid | Inditex | Soluziona |
| Canon | Indra | Spanair |
| Carlson Wagonlit Travel | ISS Facility Services | Telefónica |
| Caser | La Caixa | Telefónica Móviles España |
| Cementos Molins | Leche Pascual | Torraspapel |
| Cemex | Mapfre | Tragsa |
| Cepsa | Mc Cann | Tubacex |
| Correos | Metro Madrid | Tubos Reunidos S.A. |
| Ebro Puleva | Metrovacesa | Unión Fenosa |
| | MRW | Vodafone España |

* Dos empresas han preferido no hacer pública su participación en el estudio.

Anexo 3

Formato de la encuesta.

SEGMENTACIÓN

Cumplimente los siguientes datos

EMPRESA:

SECTOR:(obligatorio)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Entidades de financiación | <input type="checkbox"/> Siderurgia y metalurgia |
| <input type="checkbox"/> Seguros | <input type="checkbox"/> Medios de comunicación, editoriales, ocio y entretenimientos y publicidad |
| <input type="checkbox"/> Construcción e Inmobiliarias | <input type="checkbox"/> Hostelería, turismo |
| <input type="checkbox"/> Informática, telecomunicaciones, operadoras | <input type="checkbox"/> Electricidad, gas, petróleos, derivados, residuos y aguas. |
| <input type="checkbox"/> Aeronáutica, automoción y autopistas | <input type="checkbox"/> Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado. |
| <input type="checkbox"/> Alimentación, Bebidas, tabacos | <input type="checkbox"/> Maquinaria, equipos |
| <input type="checkbox"/> Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas | <input type="checkbox"/> Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio |
| <input type="checkbox"/> Transporte, materiales | <input type="checkbox"/> Servicios a Empresas, Ingenierías |

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y ESTRATEGIA

Misión, visión y estrategias

1. ¿Cuenta su empresa con una estrategia cuyo objetivo sea implantar y desarrollar los principios de la Responsabilidad corporativa?

- Sí.
 No, pero está previsto su análisis y definición.
 No.
-

Política de responsabilidad corporativa o sostenibilidad

2. ¿Cuenta su empresa con una política sobre responsabilidad corporativa?

- Sí.
 No, pero está prevista su elaboración.
 No.
-

Estructura organizativa

3. ¿Existe un comité o similar, constituido por miembros de la dirección, que se encargue de establecer políticas o impulsar las líneas de actuación en materia de responsabilidad corporativa?

- Sí, y se denomina: ...
 No, pero está prevista su creación.
 No.
-

4. ¿Existe una unidad organizativa específica que se responsabilice de la gestión y seguimiento de la responsabilidad corporativa?

- Sí, y denominada: ...
 - No, pero las funciones están integradas en la unidad ...
 - No, pero está prevista su creación.
 - No.
-

5. ¿Existe algún representante del máximo órgano ejecutivo de la empresa (consejo de administración o similar) que sea experto y esté encargado de los temas de la responsabilidad corporativa?

- Sí.
 - No, aunque está previsto.
 - No.
-

6. ¿Con qué frecuencia anual en las reuniones del máximo órgano ejecutivo de la empresa se incluyen temas relacionados con la responsabilidad corporativa?

- Siempre.
 - Con mucha frecuencia (> de 4 veces).
 - De forma ocasional (\leq 4 veces).
 - Nunca.
-

7. ¿Posee su empresa una fundación que desarrolle actividades de carácter social, medioambiental, etc.?

- Sí.
 - No, pero está prevista su creación.
 - No.
 - No parece necesario.
-

Valores corporativos, códigos éticos y de conducta empresarial

8. ¿Cuenta su empresa con unos valores corporativos definidos?

- Sí. Estos valores:
 - Incluyen la responsabilidad corporativa.
 - No incluyen la responsabilidad corporativa.
 - No, pero está previsto su diseño.
 - No.
-

9. ¿Cuenta su empresa con un código ético o de conducta?

- Sí. Los campos tratados son:
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Corrupción y sobornos. | <input type="checkbox"/> Seguridad y salud laboral. |
| <input type="checkbox"/> Discriminación. | <input type="checkbox"/> Violencia / acoso. |
| <input type="checkbox"/> Confidencialidad de la información. | <input type="checkbox"/> Igualdad. |
| <input type="checkbox"/> Productos / servicios. | <input type="checkbox"/> Entorno de trabajo. |
| <input type="checkbox"/> Relaciones con la competencia. | <input type="checkbox"/> Uso de recursos. |
| <input type="checkbox"/> Conflictos de intereses. | <input type="checkbox"/> Otros: |
- No, pero está previsto su diseño e implantación en los próximos ... meses.
- No.
- No parece necesario.
-

10. ¿Dispone la empresa de herramientas para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos de los principios del código ético?

- Sí.
- No, pero está previsto su diseño e implantación.
- No.
-

11. Existe en su empresa la figura del gestor ético/defensores del pueblo, del ciudadano, del cliente/defensor de los grupos de interés u otra figura responsable de gestionar las denuncias y sugerencias recibidas de los diferentes grupos de interés.

- Sí. La recogida, análisis previo y comunicación de posibles denuncias al código ético son realizadas por una entidad o persona:
- Interna.
- Externa.
- Mixta.
- Otros: ...
- No, pero está prevista su creación.
- No.
-

Planificación y programación

12. Para el desarrollo de la Responsabilidad corporativa, ¿su empresa diseña un plan de actividades a medio plazo?

- Sí, el programa recoge los proyectos a desarrollar en ... años.
- No, pero está previsto su diseño.
- No.
-

13. ¿Cuenta su empresa con un programa anual con el fin de desarrollar los proyectos específicos en materia de responsabilidad corporativa en cada ejercicio?

- Sí.
 - No, pero está previsto su diseño.
 - No.
-

14. ¿Dispone su empresa de un sistema de incentivos a la participación de sus empleados en proyectos de responsabilidad corporativa?

- Sí, para los siguientes:
 - Consejo de Administración
 - Equipo Directivo
 - Empleados
 - No, pero está previsto.
 - No.
-

Procesos y sistema de gestión de indicadores

15. ¿Existe un cuadro de mando integral específico para la responsabilidad corporativa o similar?

- Sí.
 - No, pero está previsto su creación.
 - No.
-

16. ¿Existen indicadores que evalúen el grado de compromiso con la responsabilidad corporativa?:

- Sí y en base a los siguientes estándares, guías o recomendaciones:
 - Global Reporting Initiative.
 - AccountAbility. Norma de aseguramiento AA1000.
 - Estándar SA8000.
 - Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
 - Otros: ...
 - No, pero está previsto su diseño.
 - No.
-

GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS: COMUNICACIÓN Y RELACIONES

Proceso de gestión de los grupos de interés

17. ¿Su empresa tiene identificados y segmentados sus grupos de interés?

- Sí,
 - Totalmente,
 - Parcialmente
 - No, pero está previsto su análisis.
 - No.
-

18. ¿Tiene su empresa definido un marco de relaciones o de actividades (tipo de actuación, periodicidad, resultados, etc.) para los grupos de interés?

- Sí, para todos.
 - Sí, aunque solamente para los siguientes grupos de interés:
 - Accionistas.
 - Empleados.
 - Clientes.
 - Proveedores.
 - Comunidades locales.
 - Instituciones, Fundaciones, ONG.
 - Administración.
 - Sindicatos.
 - Mercado/compañías.
 - Otros (indicar): ...
 - No, pero está previsto su definición.
 - No.
-

Información de responsabilidad corporativa

19. ¿La empresa elabora y edita un informe de responsabilidad corporativa o de sostenibilidad?

- Sí y con las siguientes características:
 - Informe específico de RC o sostenibilidad.
 - Integrado en el informe anual.
 - No, pero está prevista esta publicación.
 - No.
-

Si la respuesta 19 ha sido positiva, conteste las siguientes preguntas. Si no, continúe con la pregunta nº 22.

20. Este informe se elabora conforme a:

- La guía del Global Reporting Initiative.
 - El estándar AA1000.
 - Otros: ...
 - Sin adoptar ningún estándar.
-

21. La Información que se presenta en estos informes de responsabilidad corporativa o sostenibilidad se validan y verifican:

- Sí, para toda la información incluida.
 - Sí, pero solo parcialmente.
 - No, pero está previsto esta verificación.
 - No.
-

22. ¿Dispone de sistemas para dar a conocer sus prácticas de responsabilidad corporativa?

Sí y son los siguientes:

Información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés.

Información relativa a la RC en la Intranet para los empleados

Entrega algún tipo de información en soporte papel.

Participa en foros o estudios con otras empresas u organizaciones.

Participa en estudios comparativos (benchmarking) específicos en materia de Responsabilidad corporativa.

Otros: ...

No, pero está previsto.

No.

GESTIÓN TÉCNICO - ECONÓMICA

Triple cuenta de resultados

23. ¿Posee su empresa una triple cuenta que identifique de forma separada los resultados económicos, sociales y ambientales?

Sí.

No, pero está previsto su diseño.

No.

Tecnología, investigación, desarrollo e innovación

24. ¿Realiza la empresa actividades de innovación responsable, entendido como tal aquella que considera en la cadena de valor aspectos ambientales y sociales?

Sí.

No, pero está previsto su desarrollo.

No.

25. ¿Posee su empresa estándares de fabricación que contemplen aspectos sociales y ambientales?

Sí.

No, pero está previsto.

No.

Ratings de responsabilidad corporativa e inversión socialmente responsable (ISR)

26. ¿Participa su empresa en algún índice selectivo de sostenibilidad?

- Sí. Los índices son:
 - Dow Jones Sustainability Indexes
 - FTSE4Good
 - Otros (indicar): ...
 - No, pero está prevista la participación en alguno de ellos.
 - No aplica.
 - No.
-

27. ¿Dispone su empresa de planes de pensiones para empleados que incorporen criterios socialmente responsable (ISR)?

- Sí.
 - No, pero está previsto.
 - No.
-

GESTIÓN DE GOBIERNO CORPORATIVO

Política y principios de gobierno corporativo

28. ¿Adopta su empresa criterios de buen gobierno corporativo?

- Sí, completamente.
 - No, pero está prevista su adopción.
 - No.
-

Composición y funcionamiento del consejo de administración

29. ¿Cuántos miembros forman el consejo de administración?

- ... miembros, de los cuales:
 - ...son consejeros ejecutivos.
 - ...son consejeros no ejecutivos (excluidos los independientes).
 - ...son consejeros independientes.
 - Otros: ...
 - No aplica.
-

30. ¿El presidente del consejo de administración coincide con el máximo responsable de la organización (presidente o similar)?

- Sí, el presidente del consejo es al mismo tiempo el máximo responsable.
 - No, el presidente del consejo es no ejecutivo.
 - No, el presidente del consejo es un consejero no ejecutivo e independiente.
 - Otros: ...
-

31. Respecto a los siguientes indicadores de diversidad, complete de acuerdo con la situación de su consejo de administración:

- Consejeros mujeres: ...%
- Consejeros con nacionalidad diferente a la de la sociedad: ...%

Gestión de riesgos

32. ¿Dispone su empresa de un sistema de gestión integral de riesgos (identificación, valoración y actuación)?

- Sí.
 - No, pero está previsto su diseño e implantación.
 - No.
-

Si la respuesta 32 ha sido positiva, conteste las siguientes preguntas. Si no, continúe con la pregunta nº 36.

33. ¿El sistema de gestión de riesgos corporativos incluye los riesgos sociales, ambientales y éticos (RSAE)?

- Sí.
 - No, pero está previsto su diseño e implantación.
 - No.
-

34. ¿Dispone su empresa de un mapa de riesgos en base a escalas (probabilidad, gravedad, etc)?

- Sí.
 - No, pero está previsto su diseño e implantación.
 - No.
-

35. ¿El consejo de administración tiene un liderazgo visible en la gestión de riesgos corporativos?

- Sí, a través de las siguientes actuaciones:
 - Realiza revisiones regulares de los riesgos económicos, sociales, ambientales y éticos cada ... meses.
 - Participan en las actividades de sensibilización y formación del equipo directivo sobre gestión de riesgos.
 - El pago o incentivos de los directivos o gestores está relacionado con la actuación vinculada con los riesgos sociales, ambientales y éticos.
 - No, aunque no se opone en su desarrollo.
 - No y no lo consideran necesario.
-

Informe de gobierno corporativo

36. Indique si su compañía publica un informe sobre gobierno corporativo

- Sí
 - No, pero está prevista su publicación.
 - No.
-

GESTIÓN SOCIAL EXTERNA

Acción social y filantropía

37. ¿Su empresa desarrolla de forma sistemática acciones de carácter social?

- Sí, y además está gestionada a través de los siguientes elementos:
 - Política que recoge los principios y directrices en el desarrollo de este tipo de acciones.
 - Proceso y procedimiento o metodología en la gestión de la acción social.
 - Unidad organizativa responsable de su coordinación y desarrollo (indicar): ...
 - Presupuesto asignado (indicar): ...
 - Sistema de indicadores que miden el impacto y los resultados de las acciones.
 - Otros (indicar): ...
 - No, pero está previsto su estudio y definición.
 - No.
-

Si la respuesta 37 ha sido positiva, conteste las siguientes preguntas. Si no, continúe con la pregunta nº 39.

38. ¿Cuáles son las formas de colaboración más comunes en acción social que desarrolla su empresa?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Acciones de sensibilización | <input type="checkbox"/> Donación de materiales |
| <input type="checkbox"/> Aportación económica para la cofinanciación de proyectos | <input type="checkbox"/> Donación de productos terminados |
| <input type="checkbox"/> Aportación económica para la financiación de proyectos | <input type="checkbox"/> Prestación de servicios gratuitos |
| <input type="checkbox"/> Cesión de activos (espacios físicos, publicitario, etc.) | <input type="checkbox"/> Integración laboral de discapacitados o con riesgo de exclusión social |
| <input type="checkbox"/> Compras solidarias | <input type="checkbox"/> Marketing con causa |
| <input type="checkbox"/> Donación de equipos usados: equipos informáticos | <input type="checkbox"/> Tiempo de empleados y directivos |
| <input type="checkbox"/> Donación de equipos usados: equipos ofimáticos | <input type="checkbox"/> Vacaciones solidarias |
| <input type="checkbox"/> Donación de equipos usados: mobiliarios y enseres | <input type="checkbox"/> Voluntariado |
| | <input type="checkbox"/> Otros (indicar): ... |
-

GESTIÓN SOCIAL INTERNA

Política de recursos humanos y derechos humanos

39. ¿La política de recursos humanos está alineada con los principios de responsabilidad corporativa?

- Sí y contempla las siguientes áreas:

| | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Diversidad, multiculturalidad. | <input type="checkbox"/> Trabajo infantil/forzados. |
| <input type="checkbox"/> Integración de discapacitados. | <input type="checkbox"/> Derechos humanos. |
| <input type="checkbox"/> No discriminación. | <input type="checkbox"/> Derechos de negociación colectiva. |
| <input type="checkbox"/> Seguridad y salud. | <input type="checkbox"/> Conciliación de la vida laboral y personal |
| <input type="checkbox"/> Libertad de asociación. | <input type="checkbox"/> Otros: ... |
- No, pero está previsto.
- No.

Empleo y creación de puestos de trabajo

40. Cumplimente los siguientes datos:

- Empleados con contrato fijo: ... %.
 - Creación de empleo:
 - Directo: ... % con respecto al 2005.
 - Indirecto (por ejemplo en actividades de outsourcing): ... % con respecto al 2005.
 - Tasa anual de rotación no deseada: ... %.
-

Seguridad y salud laboral

41. ¿Dispone su empresa de un sistema de gestión de la seguridad y salud laboral (SSL)?

- Sí y con los siguientes aspectos:
 - Certificado de acuerdo con el estándar OHSAS 18001 o similar (indicar): ...
 - Formación de los empleados en cuestiones de SSL.
 - Objetivos en cuestiones de SSL.
 - Indicadores para su seguimiento y evaluación.
 - Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados.
 - No, pero está previsto.
 - No.
-

Igualdad y no discriminación

42. Complete los siguientes indicadores:

- Diversidad y no discriminación:
 - Porcentaje total de mujeres: ... %.
 - Porcentaje de mujeres en puestos directivos: ... %.
 - Porcentaje de discapacitados: ... %.
 - Porcentaje de empleados extranjeros: ... %.
 - Otros indicadores (indicar): ...
- Igualdad:

| Aspecto | Nivel directivo | Nivel gerencial | Nivel técnico | Nivel administrativo |
|------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|----------------------|
| Salario medio mujeres | € | € | € | € |
| Salario medio hombres | € | € | € | € |
| Otros indicadores (indicar): | | | | |

Desarrollo, empleabilidad y gestión del talento

43. ¿Dispone su empresa de planes de carrera para sus empleados?

- Sí, para los siguientes colectivos:
 - Directivos.
 - Mandos intermedios.
 - Técnicos.
 - Administrativos / operarios.
 - Otros: ...
 - No, pero está previsto su estudio y análisis.
 - No.
-

44. ¿Evalúa sistemáticamente las necesidades de formación y de capacitación de sus empleados para llevar a cabo las estrategias de la empresa?

- Sí.
 - No, pero está previsto su estudio y análisis.
 - No.
-

45. ¿Desarrolla sistemáticamente planes de formación para desarrollar a los empleados?

- Sí. Los principales indicadores relativos al ejercicio 2005 fueron:
 - Horas de formación: ...
 - Horas de formación por empleado: ... (sobre plantilla media).
 - Inversión en formación por empleado: ...
 - Inversión en formación frente a gastos de personal: ...
 - No, pero está previsto su estudio y análisis.
 - No.
-

46. ¿La empresa desarrolla proyectos de empleabilidad?

- Sí.
 - No, aunque están previstos.
 - No.
-

Participación e implicación de empleados

47. ¿Desarrolla la empresa actuaciones específicas para sensibilizar, formar e informar a la plantilla en los principios y actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa?:

- Sí, a través de las siguientes actuaciones:
 - Formación específica en temas de RC para el ... % de los empleados.
 - Comunicación interna.
 - Otros ...
 - No, pero está prevista su realización.
 - No.
-

48. ¿Su empresa evalúa el nivel de satisfacción de los empleados e identifica sus requerimientos y expectativas (por ejemplo a través de encuestas de clima laboral)?

- Sí, periódicamente.
 - Sí, pero de forma puntual.
 - No, pero está prevista su realización.
 - No.
-

49. ¿Dispone su empresa de un programa de participación de los empleados en la gestión, los resultados y la mejora continua?

Sí y los mecanismos son:

Participación de los empleados en el diseño de las estrategias y políticas de la empresa.

Entrega y/o facilidades para adquirir acciones de la compañía.

Sistemas de evaluación del desempeño basados en:

Remuneración variable o compensación.

Bonus ligados al desempeño ambiental y social.

Stock options o similar.

Pagas de beneficios.

Comisiones por ventas u otros.

Sistema de gestión de sugerencias. Complete los siguientes datos:

Número de sugerencias por empleado durante el ejercicio 2005: ...

¿Dispone de un sistema de reconocimiento o recompensa para los empleados que presenten sugerencias?

Sí

No

No, pero está previsto su estudio y análisis.

No.

Voluntariado corporativo

50. ¿Tiene su empresa un programa de voluntariado corporativo?

Sí.

No, pero está previsto.

No.

Si la respuesta 50 ha sido positiva, conteste las siguientes preguntas. Si no, continúe con la pregunta nº 54.

51. ¿En que consiste principalmente la colaboración de los empleados en los proyectos de voluntariado que se realizan en su empresa?

Aportación material.

Aportación económica.

Dedicación de tiempo en trabajos en acciones sociales.

Dentro de la jornada laboral.

Fuera de la jornada laboral.

Mixto.

Otros.

52. ¿Dispone de herramientas de diálogo específicas para recoger comentarios de los empleados e informarles sobre los distintos proyectos y acciones de voluntariado?

- Sí y las herramientas son:
 - Web interna o apartado específico.
 - Buzón del voluntariado.
 - Encuestas de valoración regulares.
 - Otros (indicar):
 - No, pero está previsto.
 - No.
-

Conciliación de la vida personal y laboral

53. ¿Dispone su empresa de políticas familiarmente responsables?

- Si, se han elaborado e implantado diversas políticas y se evalúan su implantación.
 - Se han elaborado e implantado algunas políticas de empresa.
 - El desarrollo de iniciativas familiarmente responsables está en fase de diseño.
 - No.
-

54. ¿Qué iniciativas en materia de conciliación de la vida personal y laboral desarrolla su empresa?

- Flexibilidad:
 - Horaria
 - Modalidades de permisos más allá de la ley (por maternidad, paternidad, excedencia, bancos de tiempo libre, etc.)
 - De espacio (trabajo a distancia, teletrabajo, etc.):
 - Otras (indicar): ...
 - Servicios:
 - Guardería
 - Servicios para el cuidado de familiares
 - Otros servicios: ...
 - Préstamos especiales. Apoyo extrasalarial, financiero y material.
 - Apoyo profesional (asesoramiento profesional, personal, familiar, legal, etc.)
 - No, pero está previsto.
 - No.
-

GESTIÓN AMBIENTAL

Política y sistema de gestión ambiental

55. ¿Dispone su empresa de una política de gestión ambiental?

- Sí.
 - No, pero está previsto su diseño e implantación.
 - No.
-

56. ¿Dispone su empresa de un sistema de gestión ambiental certificado / registrado?

- Sí, en base del estándar:
 - ISO 14001. El alcance del certificado es del ... % (Calculado en base a la cifra de negocio)
 - EMAS. El alcance del certificado es del ... % (Calculado en base a la cifra de negocio)
 - No, pero está previsto su certificación / registro.
 - No.
-

Gestión de consumos

57. ¿Dispone su empresa de un plan de reducción de consumos de materias básicas?

- Sí, para las siguientes:
 - Agua.
 - Toner.
 - Electricidad.
 - Material informático.
 - Papel.
 - Otros: ...
 - No, pero está previsto su análisis y estudio.
 - No.
-

Gestión de residuos

58. ¿Dispone su empresa de un plan de minimización de residuos?

- Sí.
 - No, pero está previsto su análisis y estudio.
 - No.
-

Ecoeficiencia

59. ¿Dispone su empresa de acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia?

- Sí.
 - No, pero está previsto su análisis y estudio.
 - No.
-

PREGUNTA ABIERTA

En la implantación de los principios de la responsabilidad corporativa en su empresa, ¿cuáles han sido las principales dificultades o retos que han dificultado el proceso?

COMENTARIOS

En este apartado puede incluir los comentarios y sugerencias que considere necesaria:

Anexo 4

Denominaciones de los Comités de Responsabilidad Corporativa:

A continuación, se detallan las denominaciones del comité de RC, constituido por miembros de la dirección, que se encarga de establecer políticas o impulsar las líneas de actuación en materia de responsabilidad corporativa, en las empresas del estudio

Acción Social

Comisión de Control

Comisión de Nombramientos, retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de intereses

Comisión de RC

Comisión de Responsabilidad Corporativa y Buen Gobierno

Comisión del Consejo de RRHH y Reputación Corporativa

Comisión Directiva RC

Comisión Interdepartamental

Comité Comunicación y Acción Social

Comité CSR

Comité de RSC

Comité de Sostenibilidad

Comité desarrollo sostenible (CDS)

Comité Ejecutivo

Comité Ética Corporativa

Comité Ético

Comité Institucional

Comité RC

Comité RSC

Comité Sostenibilidad

Community Investment Committee

Consejo Social

Comité de Desarrollo Directivo

Comité de Dirección

Comité de Ética y Arbitraje

Comité de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible

Comité de RC

Comité de Reputación

Comité de Reputación Corporativa

Comité de Reputación Corporativa y Comisión del Código de Conducta

Comité de Responsabilidad Corporativa

Comité de Responsabilidad Social Corporativa

Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas

DAS

Dirección de Comunicación

Dirección de RSC

Equipo de Responsabilidad Social Corporativa

Global Bussines Committee

Governance and Nominating Committee / Public Issues Committee

Group Fuction/ Corporate Responsibility (GF/CR)

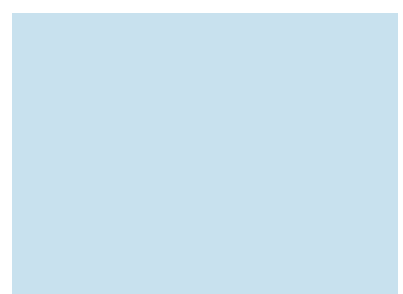
Grupo de Trabajo RSC

Proyecto Estratégico RSC

RSC

Steering Committe for Corporate Responsibility

Subdirección General de Reputación Corporativa



Club de Excelencia en Sostenibilidad
Ronda de Europa, 5
28760 Tres Cantos (Madrid)
www.clubsostenibilidad.org
www.responsabilidadimas.org
Tel: 91 5149251
Fax: 91 5148358

