



universidad
de león



Máster Universitario en Gestión del Personal y Práctica
Laboral

Facultad de Ciencias del Trabajo

Universidad de León

Curso 2015/2016

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN
EL SECTOR ALIMENTARIO**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE
FOOD SECTOR**

Realizado por: ANA CORRAL HOSPITAL

Tutor: D. JESÚS GARCÍA GONZÁLEZ

ÍNDICE

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

RESUMEN/ABSTRACT	5
JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO	7
OBJETIVOS	8
METODOLOGÍA.....	9

SEGUNDA PARTE: ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. CONCEPTUALIZACIÓN	10
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA	11
3. MARCO POLÍTICO Y NORMATIVO	14
3.1. PRINCIPIOS Y DIRECTRICES	15
3.1.1. <i>Declaración Universal de Derechos Humanos</i>	15
3.1.2. <i>Pacto Mundial</i>	15
3.1.3. <i>Organización Internacional del Trabajo</i>	16
3.1.4. <i>Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico</i>	18
3.1.5. <i>Global Reporting Initiative</i>	19
3.1.6. <i>Libro Verde</i>	22
3.2. CERTIFICACIONES Y ESTÁNDERES TÉCNICOS	23
3.2.1. <i>Business for Responsibility</i>	23
3.2.2. <i>ISO 14000</i>	23
3.2.3. <i>ISO 26000</i>	25
3.2.4. <i>SA 8000</i>	26
3.2.5. <i>AA 1000</i>	27
4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ESPAÑA	27

TERCERA PARTE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

5. QUÉ ES Y QUE NO ES LA RSC	30
6. PRINCIPIOS DE LA RSC.....	33
7. GRUPOS DE INTERÉS.....	34
7.1. INTERNOS.....	35
7.1.1. <i>Empleados</i>	35
7.1.2. <i>Propietarios</i>	35
7.2. EXTERNOS	36
7.2.1. <i>Clientes</i>	36
7.2.2. <i>Proveedores</i>	36
7.2.3. <i>Administración Pública</i>	36
7.2.4. <i>Agentes Sociales</i>	37
7.2.5. <i>Comunidad</i>	37

8.	IMPLANTACIÓN	37
8.1.	DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN	38
8.2.	IMPLANTACIÓN	38
8.3.	EVALUACIÓN Y CONTROL	39
8.4.	COMUNICACIÓN	39
8.5.	REVISIÓN Y MEJORA CONTINUA	39

CUARTA PARTE: RSC EN EL SECTOR ALIMENTARIO

9.	DANONE	40
9.1.	HISTORIA Y EVOLUCIÓN	40
9.2.	MISIÓN	41
9.3.	CERTIFICACIONES	41
9.4.	GRUPOS DE INTERÉS	42
9.4.1.	<i>Empleados</i>	43
9.4.2.	<i>Consumidores</i>	43
9.4.3.	<i>Proveedores y clientes</i>	43
9.4.4.	<i>Accionistas</i>	43
9.4.5.	<i>Administración Pública y Comunidad Local</i>	44
9.5.	IMPLANTACIÓN Y MEDIDAS RESPONSABLES	44
10.	CENTRAL LECHERA ASTURIANA	44
10.1.	HISTORIA Y EVOLUCIÓN	45
10.2.	MISIÓN	45
10.3.	CERTIFICACIONES	46
10.4.	GRUPOS DE INTERÉS	46
10.4.1.	<i>Empleados</i>	46
10.4.2.	<i>Consumidores</i>	47
10.4.3.	<i>Proveedores y ganaderos</i>	48
10.4.4.	<i>Accionistas</i>	48
10.4.5.	<i>Sociedad</i>	48
10.5.	IMPLANTACIÓN Y MEDIDAS RESPONSABLES	49
	CONCLUSIONES	51
	BIBLIOGRAFÍA	53
	WEBGRAFÍA	54

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.1: Pirámide de la responsabilidad social de la empresa	11
--	-----------

INDICE DE CUADROS

CUADRO 3.1: Principios del Pacto Mundial.....	16
--	-----------

CUADRO 5.1: Diferencias de qué es y qué no es la RSC	31
---	-----------

CUADRO 7.2: Grupos de interés dentro de la RSC	35
---	-----------

CUADRO 8.1: Fases de implantación de la RSC	37
--	-----------

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.2: Cómo elaborar medidas de sostenibilidad	21
---	-----------

GRÁFICO 3.3: Siete grupos fundamentales de la ISO 26.000	25
---	-----------

GRÁFICO 10.1: Aportación de Central Lechera Asturiana al PIB.....	49
--	-----------

PRIMERA PARTE

RESUMEN

A pesar de la crisis económica en la que nos hemos encontrado en el último periodo de tiempo, observamos que la Responsabilidad Social Corporativa (a partir de ahora la denominaremos RSC) ha tenido un crecimiento y una repercusión constante en todos los sectores. En este trabajo nos centramos en el sector alimentario.

Las organizaciones entienden la RSC como una nueva forma de gestión, en la que contribuyen de manera activa, a la mejora voluntaria sobre la situación social, económica, y ambiental (que se denomina triple bottom line), tomando conciencia de la importancia de las conductas éticas, realizándolo con el objetivo de mejorar su situación competitiva. Aunque todavía hay empresas que siguen concibiendo la RSC como un gasto, en vez de como una inversión, que generara ventaja competitiva frente a otras empresas.

El trabajo lo estructuraremos en tres partes, en las que hablaremos de los antecedentes, en la segunda en rasgos generales nos centraremos básicamente en lo que es la responsabilidad social corporativa, y por último analizaremos un sector concreto para ver cómo influye este tema, que en concreto será el alimentario.

Palabras clave: responsabilidad, social, corporativa, grupos de interés, alimentación, económico y medioambiental.

ABSTRACT

Despite the economic crisis which we have been living the last period, we observe that the Social Responsibility Corporative (known as RSC) has grown affecting constantly all sectors. This mainly focused in food sector.

Organizations understand RSC as a new way of management where they contribute actively in voluntary improvements in social, economic and environmental situation (called bottom line), being conscious of the importance of ethic behaviors doing with the goal of achieving a better competitive situation. Even though, there are still some companies which conceive the RSC as a way of wasting money and resources instead of seeing it as an investment which generates competitive advantages from another companies.

This study is structured in three parts. We will start speaking about the project background. The second part, general aspects, is basically focused in Social Responsibility Corporation and we will finish analyzing a particular sector (food sector in our case) to see how this subject has consequences on it.

Keywords: responsibility, social, corporate, interest groups, food, economic and environmental.

JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

El presente Trabajo Fin de Master se centra en analizar la Responsabilidad Social Corporativa, estudiando la evolución que ha llevado a cabo a lo largo de los años hasta centrarse en lo que conocemos hoy en día.

Seleccione este tema para el trabajo ya que personalmente tengo una gran inquietud por el medio ambiente y por políticas sociales y económicas, y aún más si se intentan implantar de una manera éticamente responsable.

Como veremos a lo largo de la estructura del trabajo la RSC ha cambiado mucho desde sus inicios en las empresas hasta lo que tenemos ahora mismo, por lo que creo que es de interés ver todas esas modificaciones y analizarlas para ver cómo se modifican a la vez que lo hacen los puestos de trabajo, y las situaciones medioambientales entre otros aspectos relacionados. Además cada día son más las empresas que se suman al cambio hacia la economía sostenible.

El tema elegido es la “Responsabilidad Social Corporativa en el sector Alimentario”, me he centrado en este sector ya que creo que es uno de los que más cambios ha realizado, y es uno de los que más empresas tiene recogidas dentro de la responsabilidad, por lo que para analizarlo me parece que es uno de los sectores donde más información podemos exprimir.

Algunas de las asignaturas impartidas en el Master Universitario de Gestión de Personal y Práctica Laboral que se ven relacionadas con el trabajo a realizar son:

- Prevención y promoción de la Salud en el Medio Laboral
- Nuevas Tendencias en Dirección de Recursos Humanos y Organización
- Investigación en Ciencias Jurídicas y Sociales
- Entorno Económico Responsable y Sostenible

OBJETIVOS

El objetivo de este Trabajo Fin de Master es proporcionar una imagen de la situación que ocupa la responsabilidad social corporativa.

Pretendo abarcar los puntos más característicos, ver cómo ha crecido con el paso del tiempo y como se ha convertido en un pilar fundamental en la economía española.

Los objetivos principales que queremos alcanzar son:

- Conocer los orígenes de las Responsabilidad Social Corporativa, ver cuáles eran las primeras medidas que se llevaron a cabo y la evolución que han sufrido hasta llegar a lo que conocemos hoy en día. Y también centrarnos en estos cambios sobre todo en nuestro país.
- Conocer como esta esta materia en el sector que nos centramos, el alimentario, ya que es uno de los más importantes en España, y además uno de los que más desarrollan y llevan a cabo este tipo de medidas.
- Conocer las ventajas que supone disponer de un sistema de gestión basado en normas éticas, sociales y medioambientales, y cuál son los cambios que repercuten; conociendo los rasgos característicos que presentan las empresas socialmente responsables.
- Potenciar y conocer más sobre la contribución a la preservación del medio ambiente y al desarrollo del entorno local en que operan las empresas, y mejore la calidad de vida del personal empleado.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para este trabajo se basa en un estudio sobre la Responsabilidad Social Corporativa. Se ha realizado un análisis pormenorizado de la estructura y organización de las empresas y de la implantación de las políticas responsables, haciendo un especial énfasis en las empresas del sector alimentario, siendo un trabajo mayoritariamente teórico.

La base teórica del trabajo resulta de la recopilación de información a través de una investigación bibliográfica, tanto de manuales como de revistas, tanto en soporte papel como en soporte electrónico; pero también se alude a casos prácticos, por lo que el trabajo es resultado de:

Primero: Localización y estudio de las normas y certificaciones vigentes sobre el tema relacionado. Además del análisis de los antecedentes para la consolidación de las medidas responsables.

Segundo: A partir de la base teórica, estudio e implantación de las medidas, primero de manera teórica, y después de forma práctica sobre dos empresas concretas.

Por lo que los pasos para dar como resultado este trabajo son:

1. Recopilación de información.
2. Estructuración y esquematización de los temas a tratar.
3. Interpretación y estudio de la información ya ordenada.
4. Búsqueda de manuales y revistas para ofrecer opiniones de autores que han profundizado sobre el tema.
5. Búsqueda de casos prácticos, es decir, empresas que lleven a cabo estas medidas.
6. Redacción de los resultados y conclusiones del trabajo.

SEGUNDA PARTE: ANTECEDENTES DE LA RSC

1. Conceptualización

La RSC es “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”, además explica que “ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de sus comportamiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores”, (Libro Verde de la Comisión Europea, 2001:7.)¹

Según Carrol (1991) la responsabilidad de las empresas se puede desglosar en cuatro componentes:

- Responsabilidad económica: Este ítem es evidente dado que las empresas se mueven en un mercado de compra y venta de bienes y servicios a cambio de un precio justo con los consumidores. Por lo que observamos que el objetivo de maximización de beneficios sea el primero dentro de la responsabilidad.
- Responsabilidad legal: Las empresas actúan en función de unas leyes y normas que regulan el mercado y sus actuaciones.
- Responsabilidad ética: La ética es la manera de llevar a cabo los compartimientos a través de principios y acuerdos morales.
- Responsabilidad filantrópica: Este tipo de responsabilidad se basa en que las empresas actúen como buenos ciudadanos, y comprometan parte de sus recursos al bienestar de todos.

Matizando lo dicho por Carrol y el Libro Verde, Davis (1960:70) dijo que “las decisiones y acciones tomadas por razones, que al menos, parcialmente, se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la empresa”.²

¹ <http://eur-lex.europa.eu/>

² Se plantea que la empresa pueda tener intereses, motivaciones y competencia sobre asuntos sociales, que no se correspondan estrictamente con la simple actividad productiva y comercial entendida como generadora de beneficios.

Figura 1.1 Pirámide de la responsabilidad social de la empresa.



Fuente: Elaboración propia según datos de Carrol (1991)

En función de lo anterior vemos que la empresa puede centrar su interés sobre asuntos sociales o medioambientales, que no se correspondan con la propia actividad productiva y económica de las empresas, sino que van un paso más allá centrándose en otros temas que puedan generar ventaja competitiva a la empresa alcanzándolo a través de sus clientes, empleados, proveedores, accionistas, es decir, los stakeholders³.

2. Evolución histórica

La RSC no es un concepto nuevo, a pesar de los que muchas personas piensan hoy en día, podemos retroceder varios siglos atrás, donde se observan algunos ápices de filantropía empresarial.

En las antiguas civilizaciones, estaban sometidos a la esclavitud, obligados a realizar labores en contra de su voluntad, privándoles de todo tipo de libertades.

En Inglaterra en el siglo XVIII nace la Revolución Industrial, la población sufría bruscos cambios sociales y sobretodo económicos, creando una nueva sociedad dividida entre capitalistas y obreros. La clase capitalista se formaba por grandes propietarios de los

³ El término Stakeholders agrupa a los trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos actores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa.

medios de producción, es decir grandes fortunas; y los obreros eran la clase más baja de toda la sociedad que realizaban grandes jornadas laborales para la burguesía recibiendo un salario pésimo destinado únicamente para la alimentación.

Es precisamente por causas y situaciones de dureza extrema como estas por las que empiezan a aparecer personas que van a cambiar estas condiciones, base del nacimiento de la RSC.

Uno de los primeros en encaminar este cambio fue Robert Owen, su propósito era reformar la sociedad capitalista para crear un nuevo mundo moral.⁴ Se opuso al trabajo infantil denunciando la explotación de niños, además estaba convencido de que el carácter del hombre se formaba en función de las circunstancias, por lo que era necesario modificar el medio social. Owen implantó esto en su fábrica de New Lanark (Escocia) mejorando las condiciones de vida y trabajo de sus obreros.

Los Cadbury eran empresarios ingleses, ellos también llevaron a cabo alguno de estas actuaciones centrándolas en la alimentación. Compraron tierras alrededor de sus fábricas que estaban a las afueras, y construyeron un pueblo llamado Bournville repartiendo todos los beneficios para los trabajadores, mejorando y promocionando viviendas. Algo similar hicieron los Will, tenían fábricas de algodón también en Inglaterra, y en vez de llevarlas a las afuera ya que el coste de las fábricas era más barato, decidieron permanecer e invertir los beneficios en Bristol que era su ciudad natal.⁵

En España también tenemos algunos ejemplos de la iniciación de la Responsabilidad Social, en concreto datamos del año 1890, en el término municipal de Santa Coloma de Cervelló (Barcelona). Eusebi Güell creó una colonia obrera trasladando su industria textil desde Sants (Barcelona). Eusebi quería alejarse de los conflictos sociales que se daban en la ciudad, y además quería que los trabajadores vivieran cerca de la fábrica. Creó un núcleo urbano que estaba bajo la tutela de la empresa, en el que notó enseguida mejoras sociales de los obreros que por supuesto reportaban beneficios en la empresa.

Pero es a partir del siglo XX, y en Estados Unidos, donde podemos decir que se empezó a usar el término Responsabilidad Social como tal. Esto se debió a la Guerra de Vietnam

⁴ *Book of the New Moral World 1836-1844.*

⁵ En 1992, se publica en el Reino Unido el Informe Cadbury, (su rotulo inicial era "Informe del Comité sobre los aspectos financieros del Gobierno Corporativo"). Pero finalmente se quedó con el nombre de Informa Cadbury en honor a estos empresarios ingleses. El informe habla en rasgos generales sobre el Buen Gobierno.

y otros conflictos como el de Apartheid (año 1950-1960). Donde debido a estos acontecimientos se plantea la idea de reparar la sociedad.

Uno de los impulsores de estas políticas, fue Howard R. Bowen, el cual publicó en el año 1953 “*Social Responsibilities of the Businessman*”. Establece en su libro las primeras nociones de la relación entre la empresa y la sociedad, viendo la responsabilidad empresarial como “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la responsabilidad” (Bowen, 1953:6).⁶

Henry Ford⁷ también se adelantó a su época, consciente de las necesidades de consumo de la sociedad contemporánea. Realizó actos tales como duplicar los salarios de sus trabajadores, poner en marcha un sistema de producción a gran escala, reducir costos, y por lo tanto el precio de sus productos, luchó por la paz y donó una buena parte de su fortuna para combatir la pobreza.

En la década de los sesenta y los setenta aparecen dos posturas enfrentadas sobre la RSC:

Por un lado esta T. Leavitt que publicó en Septiembre de 1958 en la Harvard Business Review su artículo “*The dangers of social responsibility*” en el que defendía que la única función de las empresas era la actividad económica, decía que “el negocio es el negocio”. También advirtió de los peligros de la asignación de responsabilidades a las empresas, sobre todo en términos de competitividad. Siguiendo esta línea se enclavaría Milton Friedman señalando en el año 1970 que la “única responsabilidad social de la empresa es ganar dinero”.

En el lado opuesto economistas afirmaban que las empresas deberían generar beneficio y repartirle principalmente para sus stakeholders, que a fin de cuentas son los que se dedicaban y formaban las empresas.

En este periodo comprendido entre los sesenta y los setenta, la sociedad empieza a generar un interés sobre las acciones de empresas y organizaciones en su entorno, demandando a estas empresas más control y revisión sobre los impactos que generan.

⁶ Bowen también señala que la doctrina de la responsabilidad social se refiere a la idea de que su aceptación voluntaria por parte de los empresarios en el largo plazo, puede repercutir en una disminución de los problemas económicos y una mayor posibilidad de alcanzar los objetivos.

⁷ Fundador de la compañía Ford Motor Company.

Posteriormente en los años ochenta, las empresas se centraban en el enriquecimiento rápido, pasando a segundo plano temas sociales o medioambientales, volviendo a tener de nuevo más importancia en la época de los noventa y principios del siglo XXI.

La revista económica *The Economist* afirmaba en el año 2001 que el triunfo de la noción de RSC aumentaría artificialmente los costes de las empresas y favorecería el desarrollo de las leyes y reglamentos gubernamentales que harían retroceder la competitividad de las empresas.

Esta misma revista volvía a publicar nueve años más tarde, en 2010 un titular que decía “RSC: Sencillamente es un buen negocio”, realizaron una encuesta en la que analizaron que solo el 4% de los lectores encuestados consideraban la RSC como una pérdida de tiempo y recursos. Por lo que podemos afirmar que en la actualidad cada vez se incorpora más la RSC a los modelos de gestión empresariales.

3. Marco político y normativo

Como hemos observado en la evolución histórica, este concepto no ha hecho más que crecer a lo largo de los años, haciéndolo desde todos los ámbitos, es decir, organismos nacionales, internacionales, europeos, empresas grandes y pymes, sindicatos, ONG´s, en general, se aborda desde todo el conjunto de la ciudadanía.

Una de las principales características y principios básicos de la Responsabilidad Social Corporativa es la aplicación voluntaria de la misma, pese a que existe un intenso debate, ya que hay materias que no se pueden dejar de legislar.⁸

Por lo tanto conviene fijar algún punto de partida que oriente desde el principio sobre el tipo de relación que pueda establecerse, ya que la RSC representa un nuevo modelo de gestión organizacional, ampliando los límites de la responsabilidad puramente legal.

Por lo que a continuación centraremos en este apartado los principios, directrices y certificaciones internacionales más relevantes, relacionados con la materia estudiada.

⁸ Una de las cuestiones más complejas que está actualmente de debate es cómo y en qué medida la responsabilidad social desborda la responsabilidad legal.

3.1 Principios y Directrices

Son iniciativas que se han promovido a nivel internacional y que se dirigen a instaurar los valores básicos y fundamentales, en relación a los compromisos responsables de cualquier organización.

3.1.1 Declaración Universal de los Derechos Humanos

En un documento aprobado y proclamado por la Asamblea General de las Naciones Unidas, el 10 de Diciembre de 1948 en París.⁹

Es uno de los documentos más importantes del Siglo XX, ya que está traducido a 337 idiomas siendo ratificada por todos los países del mundo, lo que no ocurre con ningún otro tipo de documento.¹⁰ Lo que se pretende fundamentalmente con este documento es evitar los abusos de las organizaciones.

La Declaración se recoge “como un ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones, inspirándose constantemente en ella, promuevan, mediante la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, y aseguren, por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos, tanto entre los pueblos de los Estados Miembros como entre los de los territorios colocados bajo su jurisdicción.” (Declaración Universal de los Derechos Humanos, Preámbulo, 1948).

3.1.2 Pacto Mundial

El Pacto Mundial o también denominado Pacto Global, es un instrumento de las Naciones Unidas, que está en funcionamiento desde Julio del año 2000. Es un instrumento de libre adhesión, la entidad que adhiere el Pacto Global asume voluntariamente el compromiso de implantar sus 10 Principios:¹¹

⁹ <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

¹⁰ Constitución Española (1978), Artículo 10.2: “Las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce se interpretarán de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las materias ratificadas por España”.

¹¹ <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

En el siguiente gráfico encontramos los principios, los cuales el Pacto Mundial los divide en cuatro grupos, que son Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción.

Cuadro 3.1 Principios del Pacto Mundial.

	Derechos Humanos <ul style="list-style-type: none">•Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.•Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos
	Normas Laborales <ul style="list-style-type: none">•Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.•Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.•Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.•Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.
	Medio Ambiente <ul style="list-style-type: none">•Principio 7 :Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.•Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.•Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
	Lucha contra la corrupción <ul style="list-style-type: none">Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Fuente: www.pactomundial.org

Esta iniciativa de responsabilidad social empresarial persigue dos objetivos complementarios:¹²

- Incorporar los 10 Principios en las actividades empresariales de todo el mundo.
- Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

3.1.3 Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Es un organismo especializado de las Naciones Unidas fundado el 11 de Abril de 1919, en virtud del Tratado de Versalles. Está formada por un gobierno tripartito, integrado por los representantes de los gobiernos, de los sindicatos y de los trabajadores. Su constitución

¹² <http://www.pactomundial.org/global-compact/>

se sancionó en 1919, complementándose con la Declaración de Filadelfia de 1944, en esta figuran los fines de la OIT.¹³

- “El trabajo no es una mercancía”
- “La pobreza constituye un peligro para la prosperidad de todos”
- Todos los seres humanos tienen derecho a perseguir su bienestar material y su desarrollo espiritual en condiciones de libertad y dignidad, de seguridad económica y en igualdad de oportunidades”
- “Cualquier política y medida de índole nacional e internacional, particularmente de carácter económico y financiero, deben juzgarse desde este punto de vista y aceptarse solamente cuando favorezcan, y no entorpezcan, el cumplimiento de este objetivo fundamental”
- “Fomentar el pleno empleo”

Dentro del funcionamiento de la OIT, están los convenios y las recomendaciones. Los convenios son tratados internacionales de obligatorio cumplimiento para sus estados miembros, en cambio las recomendaciones, no son obligatorias, son solo sugerencias. En total existen 189 convenios internacionales y 198 recomendaciones.¹⁴

Algunos de los convenios más importantes son:

- Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948 (núm. 87)
- Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva, 1949 (núm. 98)
- Convenio sobre el trabajo forzoso, 1930 (núm. 29)

¹³ <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang-es/index.htm>

¹⁴ Los Convenios y las Recomendaciones son preparados por representantes de los gobiernos, de los empleadores y de los trabajadores, y se adoptan en la Conferencia Internacional del Trabajo de la OIT, que se reúne anualmente. Una vez adoptadas las normas, se requiere de sus Estados Miembros, en virtud de la Constitución de la OIT, que las sometan a sus autoridades competentes (normalmente el Parlamento) para su examen. . En el caso de los convenios, se trata de examinarlos de cara a su ratificación. Si un país decide ratificar un convenio, en general éste entra en vigor para ese país un año después de la fecha de la ratificación. Los países que ratifican un convenio están obligados a aplicarlo en la legislación y en la práctica nacional, y tienen que enviar a la Oficina memorias sobre su aplicación a intervalos regulares. Además, pueden iniciarse procedimientos de reclamación y de queja contra los países por violación de los convenios que han ratificado.

- Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso, 1957 (núm. 105)
- Convenio sobre la edad mínima, 1973 (núm. 138)
- Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil, 1999 (núm. 182)
- Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951 (núm. 100)
- Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958 (núm. 111).

3.1.4 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

La OCDE aprobó las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales en 1976. Se componen de una serie de principios y normas en materia de RSC, tienen un carácter voluntario para las compañías, aunque no son obligatorias las empresas que las suscriben deben aplicarlas en todos los países que operen.¹⁵

Según se refleja en el prólogo, las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales tienen la preferencia de “garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible”.¹⁶

Los principios generales que establecen las Líneas Directrices y que deben inspirar la conducta de las empresas multinacionales, son once que dicen textualmente:

1. Contribuir al proceso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos de las personas afectadas por sus actividades de conformidad con las obligaciones y compromisos internacionales del gobierno de acogida.
3. Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad, incluidos los sectores empresariales locales,

¹⁵ Estas recomendaciones representan unos valores compartidos por los 37 países que se han adherido a ella y que en la actualidad son los 30 que componen la OCDE y otros 7 no miembros (Argentina, Brasil, Chile, Estonia, Israel, Lituania y Eslovenia).

¹⁶ El prólogo y el texto completo se pueden encontrar en la página Web de la OCDE <http://www.oecd.org>

desarrollando al mismo tiempo las actividades de la empresa en los mercados interiores y exteriores de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.

4. Fomentar la formación del capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el ofrecimiento de formación a los empleados.
5. Abstenerse de buscar o aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamento relacionadas con el medio ambiente, la salud, la seguridad e higiene, el trabajo, la fiscalidad, los incentivos financieros u otras cuestiones varias.
6. Apoyar y defender unos correctores principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo.
7. Desarrollar y aplicar prácticas auto disciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y la sociedad en la que ejercen su actividad.
8. Promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su conformidad con ellas, mediante una difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de formación.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias contra los trabajadores que elaborar, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las Directrices, o a las políticas de la empresa.
10. Alertar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices.
11. Abstenerse de cualquier injerencia en actividades políticas locales.

3.1.5 Global Reporting Initiative (GRI)

La Global Reporting Initiative es un acuerdo de alcance internacional suscrito en 1997, es un proyecto conjunto entre el PNUMA¹⁷ y la organización CERES¹⁸. Este proyecto se creó con el fin de impulsar la calidad de la elaboración de las memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.¹⁹

¹⁷ Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

¹⁸ Coalition for Environmentally Responsible Economies

¹⁹ <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Su misión se constituye por el desarrollo y la promoción de unas Directrices para la elaboración de memorias de sostenibilidad en la cuales se establecen definiciones y sistemas de medición de conformidad sobre la realidad económica, medioambiental y social de las empresas, denominada triple bottom line. GRI está comprometido con la mejora continua y el incremento del uso de estas guías.

Los principios generales de estas guías son:

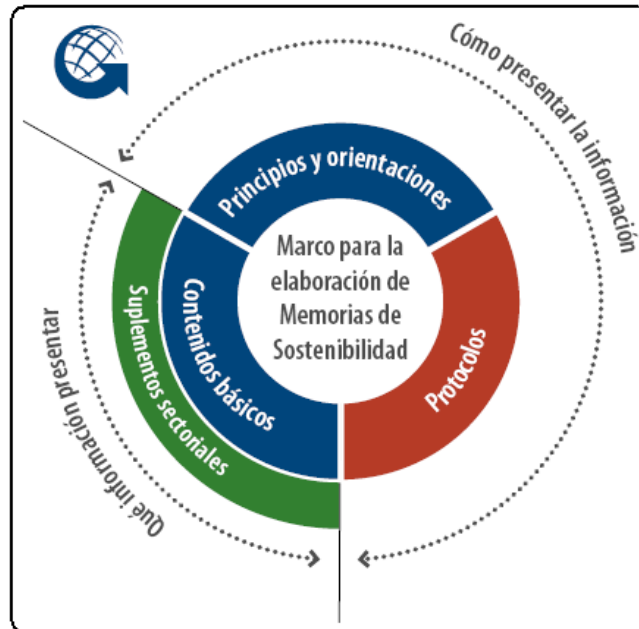
- Transparencia.
- Naturaleza integradora.
- Carácter auditable.
- Amplitud de contenido.
- Relevancia.
- Contexto de sostenibilidad.
- Neutralidad.
- Comparabilidad.

El contenido de un informe basado en las Directrices GRI debe incluirse una serie de información y datos que se presentan agrupados en cinco apartados:

1. Visión y estrategia de la organización en función a su contribución al desarrollo sostenible, donde se especifiquen los asuntos que afectan a los stakeholders.
2. Perfil: Visión general de la organización, nombre, productos y servicios que ofrece, estructura, empresas, países en los que opera, naturaleza jurídica, dimensión, etc. y una lista de sus stakeholders.
3. Estructura de gobierno y sistema de gestión: Estructura establecida, identificación y gestión de riesgos y oportunidades en el ámbito económico, medioambiental y social por parte de la alta dirección; así como políticas globales y sistemas de gestión de la empresa.
4. Índice de contenido GRI: Esta parte consistirá en una tabla donde se identificaran la localización de cada elemento e indicador.

5. Indicadores de actuación: Se dividen en centrales y adicionales. Los centrales son los más relevantes, los adicionales se corresponden con prácticas^{20 21}

Gráfico 3.2: Cómo elaborar medidas de sostenibilidad



Fuente: www.globalreporting.org

El gráfico 3.2 para la elaboración de medidas de sostenibilidad GRI, describe el contenido general y el específico, acordado por una amplia gama de grupos de interés.

Esta guía consta de unos principios que tienen como objetivo definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de la información divulgada. También incluyen los contenidos básicos, formados por los indicadores del desempeño, así como una serie de pautas sobre aspectos técnicos.

Existe una serie de protocolos de indicadores que proporcionan definiciones, asesoramiento para la recopilación de información y otras sugerencias para ayudar a la redacción de las memorias y garantizar la consistencia de la interpretación de los indicadores del desempeño.

²⁰ Los indicadores recogidos en las Directivas GRI están organizados en primer lugar según la categoría o área a la que perteneces: económica, medioambiental y social. En cada una de estas categorías habrá varios aspectos a analizar. Los indicadores constituyen medidas específicas de un aspecto concreto que pueden ser utilizados para conocer las actuaciones de las empresas al respecto y efectuar un seguimiento.

²¹ Las empresas que deseen que su memoria de sostenibilidad sea considerada acorde con las Directrices GRI deberán informar sobre todos los elementos recogidos en las secciones 1,2 y 3, deberán incluir un índice de contenido según se especifica en la sección 4

Los suplementos sectoriales aportan interpretaciones y asesoramiento sobre cómo aplicar la guía en un sector concreto e incluyen indicadores de desempeño específicos para el sector.

Los protocolos técnicos proporcionan indicaciones específicas sobre algunos aspectos de la elaboración de memorias como por ejemplo la delimitación de la cobertura de la memoria.²²

3.1.6 Libro Verde²³

El Libro Verde se presentó en el año 2001 por la Comisión de las Comunidades Europeas. Este documento como hemos visto anteriormente entiende el concepto de RSC como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Libro Verde, 2001:7).²⁴

Tiene por objeto “iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación” (Libro Verde, 2001:7).

En el Libro Verde se reconoce que la RSC tiene una esencia fundamentalmente voluntaria, puesto que es la iniciativa de las propias compañías la que les lleva a introducir consideraciones sociales y medioambientales en sus actividades empresariales. Divide su contenido en dimisión interna y dimisión externa.

- Dimisión interna: son las prácticas responsables de la empresa en lo relativo a sus empleados y al medio ambiente. Abordan puntos como la gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio y gestión del impacto medioambiental y de los recursos naturales.

²² El gráfico y su explicación se pueden encontrar en la página web www.globalreporting.org, en el documento “Guía para la elaboración de medidas de sostenibilidad”.

²³ En su título entero es denominado el *Libro Verde de la Responsabilidad Social de las Empresas: Una Contribución empresarial al desarrollo sostenible*.

²⁴ Se puede consultar el texto completo en la página de los Derechos de la Unión Europea: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>

- Dimisión externa: es la relación con los stakeholders, derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales. Se abordan materias como las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales.

Una vez que se traten ambas dimisiones, el Libro Verde para a tratar unos aspectos mucho más concretos que de forma esquemática son: la gestión integrada de la RS, informes y auditorias sobre la RS, calidad en el trabajo, etiquetas sociales y ecológicas e inversiones socialmente responsables.

3.2 Certificaciones y estándares técnicos

“Las certificaciones y estándares técnicos van encaminados a la definición y articulación de criterios armonizados con los que no sólo incentivar conductas responsables, sino también poder disponer de herramientas fiables para valorar hasta qué punto es responsable el comportamiento de una entidad”. (García, 2015:14).

3.2.1 Business for Social Responsibility

“La Business for Social Responsibility (BSR) es una asociación de empresas de carácter no lucrativo y establecida en 1992 con Sede en San Francisco (EEUU).²⁵

El objetivo es ayudar a todo tipo de empresas a desarrollar su actividad respetando los valores éticos, al medioambiente y a la comunidad. Para ello se encarga de proporcionar a sus miembros información, asesoría jurídica y herramientas para convertir la responsabilidad social en una parte integral de sus operaciones cotidianas”. (García, 2015:15).

3.2.2 ISO 14000

Antes de entrar en las normativas, debemos explicar la ISO, sus siglas significan Organización Internacional de Estandarización. La ISO es una organización fundada en 1947, está formada por la red de institutos de normas nacionales de 163 países del mundo, teniendo su sede en Ginebra (Suiza).²⁶

²⁵ <http://www.bsr.org/>

²⁶ <http://www.iso.org/>

Su objetivo primordial es fomentar el desarrollo mundial de actividades de normalización, para hacer más fácil el intercambio de bienes y servicios entre países. Sus funciones principales consisten en elaborar proyectos de normas técnicas internacionales, elaborar las normas internacionales, y colaborar de forma activa con organizaciones internacionales que promuevan la estandarización.

La ISO 14000 es una norma voluntaria que establece la gestión medioambiental de las organizaciones. Su objetivo básico es promover la estandarización de formas de producir y prestar servicios que protejan al medio ambiente, minimizando los efectos dañinos que pueden causar las actividades organizacionales.

Esta norma intenta establecer una serie de condiciones sobre los sistemas de trabajo que deben cumplir las entidades, en aquellas actividades que vayan a ocasionar impacto ambiental.

La ISO 14000 es la primera norma dentro de la “familia” medioambiental pero no la única:

- ISO 14000: Guía a la gerencia en los principios ambientales, sistemas y técnicas que se utilizan.
- ISO 14001: Sistema de Gestión Ambiental.
- ISO 14010: Principios generales de Auditoría Ambiental.
- ISO 14011: Directrices y procedimientos para las auditorías.
- ISO 14012: Guías de consulta para la protección ambiental. Criterios de calificación para los auditores ambientales.
- ISO 14013/15: Guías de consulta para la revisión ambiental. Programas de revisión, intervención y gravámenes.
- ISO 14020/23: Etiquetado ambiental.
- ISO 14024: Principios, prácticas y procedimientos de etiquetado ambiental.
- ISO 14031/32: Guías de consulta para la evaluación de funcionamiento ambiental.
- ISO 14040/4: Principios y prácticas generales del ciclo de vida del producto.
- ISO 14060: Guía para la inclusión de aspectos ambientales en los estándares de productos.

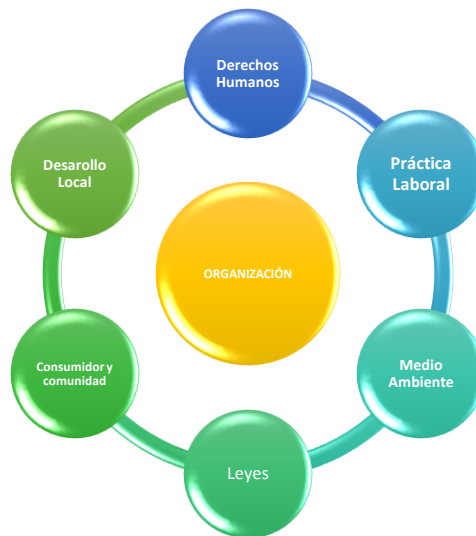
3.2.3 ISO 26000

La Guía ISO 26000 fue publicada el 1 de Noviembre de 2010. Establece líneas y recomendaciones en materia de Responsabilidad Social, aplicables a todo tipo de organizaciones sin importar su carácter público o privado, tamaño, cultura, etc.²⁷

ISO 26000 pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible, intentando ir más allá del cumplimiento de la ley. Es una norma voluntaria y a diferencia de otras ISO no es certificable.²⁸

En ella se recogen siete grupos fundamentales sobre responsabilidad corporativa que son: organización, derechos humanos, relaciones y condiciones de trabajo (práctica laboral), medio ambiente, legislación, consumidores y comunidades, y desarrollo local.

Gráfico 3.3: Siete grupos fundamentales de la ISO 26000



Fuente: Elaboración propia según datos www.iso.org

²⁷ Su texto entero se puede encontrar en el siguiente PDF de la página oficial ISO http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

²⁸ La página oficial de la ISO recoge que “no es una norma de sistema de gestión. No es adecuada, ni pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual. Dado que ISO 26000 no contiene requisitos, ninguna certificación constituirá una demostración de conformidad respecto a esta Norma Internacional”. (Organización Internacional de Estandarización, 2010:4).

3.2.4 SA 8000

La Norma SA 8000 fue publicada en 1997 por el SAI²⁹. Es una norma internacional, y voluntaria, sobre las condiciones y derechos laborales, desarrollada con el fin de ayudar a las organizaciones a crear y gestionar sistemas de responsabilidad social enfocada a aspectos laborales. Para el desarrollo de esta norma, el SAI convocó un Comité Internacional formado por sindicatos, empresas y ONG's.

Es el estándar de gestión más extendido a nivel mundial, actualmente ha expedido 285 certificados en 36 países, las cuales han dado cobertura a unos 171.307 empleados.

Las entidades acreditadas no deben cumplir simplemente la normativa básica, sino que además deben apoyarse en normativa internacional como puede ser la Declaración Universal de los Derechos Humano o normas de la OIT entre otras.

Básicamente esta normativa establece condiciones mínimas para alcanzar un ambiente de trabajo seguro y saludable.

Los temas que incluye esta normativa entre otros son:

- Justicia social.
- Retribución.
- Duración de jornada.
- Trabajo infantil.
- Trabajo forzoso.
- Salud y seguridad.
- Libertad de asociación.
- Negociación colectiva.
- Discriminación.

²⁹ Las siglas SAI significan Social Accountability International, su página web <http://www.sa8000.org/>

3.2.5 AA 1000

La norma AA 1000 se presentó en 1999 por el Institute of Social and Ethical AccountAbility. Es “un estándar sobre RSC que se centra en asegurar la calidad de la contabilidad social, la auditoría y la actividad informática”. (Fernández, 2005:74).³⁰

Su objetivo es ayudar a las organizaciones a marcar los indicadores, objetivos, metas, y medir su progreso, consiguiendo así un marco de referencia con el que puedan mejorar el funcionamiento ético, siendo además un medio para justificar las actuaciones del grupo.

Tiene carácter auditor, y es certificable, es decir, es un método de evaluación que usa un conjunto específico de principios y referentes para evaluar la calidad de los informes elaborados por las distintas entidades, siendo considerada completaría a otras guías como puede ser la GRI. (Cohen et al. 2003, Zadek y Raynard, 2004).

La AccountAbility se define en torno a tres requisitos que son transparencia, responsabilidad por los actos u omisiones y el cumplimiento de los requisitos legales, es decir, una empresa es responsable cuando su rendición de cuentas cumple esos tres ítems.

4. Responsabilidad Social Empresarial en España

En España la llegada de la RSE y su correspondiente debate, llevo años más tardes que en el resto de países de la Unión Europea. Siendo a partir de 2001 con la publicación del Libro Verde por la Comisión Europea cuando entra en auge.

La incorporación de la acción del gobierno al discurso de la RSE, es todavía más reciente, correspondiendo los primeros desarrollos al campo de la regulación de la divulgación de información medioambiental, donde ya desde 2002 existen normas precisas de aplicación obligatoria por la generalidad de las empresas, como manifiesta Larringa (2002).

También tuvo gran importancia en el crecimiento de la RSE, la crisis económica y el “estadillo” de la burbuja inmobiliaria del 2007. Con esta crisis se relevaron abundantes casos de corrupción y abusos éticos en la gestión de multitud de organizaciones, por lo que fue otra de las razones de reflexión y cambio hacia un modelo más responsable.

³⁰ AccountAbility (AA), es un instituto sin ánimo de lucro dedicado a la promoción de la responsabilidad, social, ética y global de las organizaciones. <http://www.accountability.org/>

Con estos antecedentes se crearon en España nuevas organizaciones sobre el desarrollo y la gestión de la RSC, como son el Observatorio de la RSC³¹, la organización Forética³², el Club de Excelencia³³, la Red del Pacto Mundial³⁴, el Foro español de inversiones socialmente responsables³⁵, o el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE)³⁶, que actúa como órgano consultivo del Ministerio de Trabajo.

Pero sin embargo las medidas gubernamentales más destacadas en relación con la RSC son:

- Subcomisión parlamentaria: Se creó en el Congreso de los Diputados, con el fin de analizar las nuevas tendencias que surgieron en base a los principios de responsabilidad social por parte de las empresas. Tuvieron presencia en este acto representantes públicos, sindicales, empresariales, medios de comunicación, firmas de auditoría de grandes empresas y fundaciones relacionadas con la RSE³⁷. En 2006 finalizó esta subcomisión habiendo conseguido elaborar un informe en el que constaban 58

³¹El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (Observatorio de RSC), es una organización sin ánimo de lucro que nace en el año 2004 de la mano de varias organizaciones de la sociedad civil con el objetivo de trabajar en el impulso de la correcta aplicación de la responsabilidad social corporativa (RSC). <http://observatoriorsc.org>

³² Organización Forética es la asociación de empresas y profesionales de la responsabilidad social empresarial / sostenibilidad, que tiene como misión fomentar la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. www.foretica.org

³³ El Club de Excelencia en Sostenibilidad es una asociación empresarial compuesta por un grupo de grandes empresas que apuestan por el crecimiento sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental. www.clubsostenibilidad.org

³⁴ Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover la responsabilidad social empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. www.pactomundial.org

³⁵ Foro español de inversiones socialmente responsables, o Spainsif es una asociación sin ánimo de lucro constituida por entidades interesadas en promover la Inversión Socialmente Responsable en España, creando una plataforma en la que se integran entidades financieras, entidades gestoras, proveedores de servicios ISR, organizaciones sin ánimo de lucro vinculadas a la ISR y sindicatos. www.spainsif.es

³⁶ Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE), órgano asesor y consultivo adscrito al Ministerio competente en materia de políticas públicas de impulso y fomento de la responsabilidad social de las empresas del Gobierno de España (actualmente el Ministerio de Empleo y Seguridad Social). www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/consejo_rse/

³⁷ Algunas de estas fundaciones de Responsabilidad Social Corporativa fueron las nombradas en el apartado anterior.

recomendaciones.³⁸ Este documento que se elaboró se sometió a la Comisión Parlamentaria del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, y publicada en el BOE a finales de 2006.³⁹ (SP, 2006).

- Foro de expertos: Fue constituido en 2005 y es presidido por el Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales, su objetivo es conocer y canalizar hacia el gobierno las demandas e iniciativas surgidas en España en el marco de la RSE. Se constituye por 35 expertos y 14 representantes ministeriales⁴⁰. En Julio de 2007 se aprobó por unanimidad un documento que recoge 29 recomendaciones dirigidas a fomentar la RSE en España. (FE, 2007).⁴¹

- Mesa de Diálogo Social: Se constituye en 2007, en un foro tripartito donde se reunieron representantes del gobierno, de las organizaciones empresariales, COE, y CEPYME, y de los sindicatos CCOO y UGT. Su finalidad fue trabajar para alcanzar unos mayores niveles de desarrollo económico y competitividad empresarial, de calidad en el empleo, de bienestar social, de cohesión territorial y de sostenibilidad ambiental, en el marco de RSE. En Diciembre de ese mismo año se terminó el documento que incluía los objetivos y principios generales de la RSE, además de una serie de propuestas políticas para dirigir las implicaciones de las empresas en sus prácticas. (MD, 2007).

- Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas: Se crea en Febrero de 2008, cómo un órgano colegiado interministerial, de carácter asesor y consultivo del Gobierno. Su composición es cuatripartita y paritaria, se forma por un Presidente que será el Ministro de Trabajo e Inmigración y por catorce vocales que representan a las organizaciones empresariales y sindicales más representativas. Su objetivo principal es fomentar las iniciativas de RSE, proponiendo al Gobierno medidas acordes; sus funciones impulsar y fomentar las políticas de RSE, constituyendo un marco de referencia para el desarrollo de esta materia en España.

³⁸ De estas 58 recomendaciones, 19 eran dirigidas a las empresas y asociaciones empresariales, 30 al sector público, 2 a inversores y consumidores, y el resto a los medios de comunicación, entidades del Tercer Sector y centros de investigación.

³⁹ Su texto completo se puede leer en el BOE del 4 de Agosto de 2006 http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/BOCG/D/D_424.PDF

⁴⁰ Las organizaciones sindicales y empresariales estaban invitadas, pero se autoexcluyeron del Foro.

⁴¹El informe completo del Foro se puede encontrar completo en el siguiente enlace http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/resposocempresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf

Hoy en día podemos observar que cada vez más, las empresas españolas se están internacionalizando, lo que provoca una cierta preocupación por el comportamiento de estas fuera de nuestras fronteras. Los grupos de interés han presionado para conseguir transformar los valores y perspectivas de la actividad empresarial, haciendo ver a los empresarios el éxito comercial y los beneficios duraderos para sus accionistas a través de un comportamiento responsable.

Progresivamente, un mayor número de empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones con el fin de favorecer el crecimiento económico y aumentar su competitividad, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores. Esto unido a las recientes tendencias de transparencia e información que, en la actualidad se exigen a las empresas, ha dado lugar a que muchas de ellas hayan comenzado a elaborar y publicar informes con las actuaciones responsables en los ámbitos laboral, social y medioambiental que han llevado a cabo durante el año, como así lo manifiesta el autor Herrera Boxo (2012).⁴²

TERCERA PARTE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

5. Qué es y qué no es la RSC

5.1 Qué es la RSC

En la parte anterior hemos visto cual es el origen y la evolución de la Responsabilidad Social Corporativa, pero el concepto de la RSC ha ido ampliándose e incorporando diferentes aspectos según han ido desarrollándose diversas teorías. Son muchas las definiciones que han ido apareciendo a lo largo de estos últimos años, de las cuáles repetimos la primera ya que se considera la más importante y la más completa, y añadimos la dada por el Foro de Expertos en RSC:

El Libro Verde de la Comisión Europea define la RSC como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”, además explica que “ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente obligaciones

⁴² Blog de la Escuela de Organización Industrial <http://www.eoi.es/>

jurídicas, sino también ir más allá de sus comportamiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores” (Libro Verde de la Comisión Europea, 2001:7.)

Por otro lado, el Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas constituido define la RSC de la siguiente manera: “La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”. (F.E, 2007), (Sajardo, 2009:29).

De estas dos definiciones especificamos que la RSC, es algo fundamental en las organizaciones, y desde mi punto de vista necesario ya que no es un coste sino que contribuye al impulso de la excelencia competitiva, centra su objetivo fundamental en la economía, la sociedad, el medioambiente, y en los trabajadores, estos entre algunos de los amplios factores a los que beneficia la RSC.

5.2 Qué no es la RSC

Es frecuente que en el día a día se confunda el concepto de RSC con acciones que lleven a cabo las organizaciones, por lo que creo que es necesario en este trabajo dicha aclaración.

Cuadro 5.1 Diferencias de lo qué es y lo qué no es la RSC



Fuente: elaboración propia según las definiciones de RSC/RSE

En el cuadro superior observamos de manera rápida y visual que sí es y que no es la RSC, ahora de manera más textual y completa analizaremos lo que no es considerado como RSC y nos puede llevar a error.

- No es una donación: las acciones puntuales que se realizan a través de los beneficios a obras sociales no es RS, ya que las acciones que se llevan a cabo en las empresas responsables son acciones perdurables en el tiempo, no una actividad concreta.
- No es una estrategia de marketing: su función no es subir ventas o captar nuevos clientes, reiteramos que la RSC o RSE no es una acción puntual, sino una estrategia a largo plazo.
- No es un lavado de cara: no es una estrategia para mejorar la imagen de la empresa tras una mala acción que les haya repercutido en pérdida de clientes.
- No es un factor complementario a sus políticas de negocio: ya que las empresas que apliquen códigos de buen gobierno, como principios éticos o el incremento de la transparencia, son algunos de los elementos que deben defenderse desde las empresas éticamente responsables a largo plazo y no como materias complementarias.
- No es ser transparente: la transparencia si es un aspecto encuadrado dentro de la responsabilidad social, pero matizamos que es ser transparente en acciones y datos en todos los ámbitos y sectores de la empresa, no solo en alguno aspectos eso no es ser éticamente responsable.

También hacemos hincapié en que las acciones responsables consisten en llevar a cabo buenas acciones en el ámbito económico, social y medioambiental en bloque, cualquier actividad descoordinada o acciones de un solo ámbito de los tres no es responsabilidad social. Por lo tanto observamos que no es RSE aquellas acciones puntuales, que no perduren en el tiempo, y que no tengan una visión global de los tres ámbitos ya mencionados.

Cuando más se confunde la responsabilidad social, es sobre todo en materia de “lavado de cara” de las empresas, cuando generan una buena acción concreta y puntual, estas acciones las suelen desarrollar tras cometer algún error que desemboque en repercusión mediática; la medida que utilizan para solucionarlo suele ser las donaciones o el marketing social, por lo que se considera muy importante distinguir cuando una empresa

está realizando una campaña de “lavado de cara” para mejorar la reputación que se ha visto dañada, y cuando se llevan a cabo políticas de RSC, en todos sus ámbitos, bajo un plan concreto y estudiado, para mejorar a largo plazo.

6. Principios de la RSC

Después de analizar en la primera parte de este trabajo la definición, su historia y su normativa; y ver en esta segunda parte del trabajo un análisis de lo que es y no es, podemos extraer de todo ello cuáles son los principios o pilares fundamentales por los que se rige la Responsabilidad Social Corporativa:⁴³

- Transparencia: probablemente sea el principio más importante de todos. “Consiste en facilitar el acceso a la información sobre las políticas y prácticas llevadas a cabo, y sobre los ámbitos de la triple bottom line (económico, social y medioambiental), en los colectivos afectados y sobre todo a sus stakeholders”. (FOMIN, 2009:24)⁴⁴

- Rendición de cuentas: este principio va enlazado con el de transparencia, ya que en todos los informes que emitan sobre RSC, debe rendir cuentas a todos los grupos de interés que formen parte de la organización. Además deberán estar dispuestos a escuchar demandas de dichos grupos.

- Voluntariedad: La RSC no es una medida exigida por ley, como ya hemos dicho consiste en ir más allá. Es algo que las organizaciones deciden incorporar libremente en su gestión. También es verdad que aunque sea voluntario, el Gobierno puede incentivar su implantación a través de políticas públicas, pero no es algo que se pueda imponer.

- Integración: Las medidas de responsabilidad deben estar integradas dentro de los planes organizacionales de las empresas, y dentro de todas las áreas y negocios.

- Consistencia: Como hemos visto en la parte que llevamos del trabajo las organizaciones que implanten la RSC debe tener por objetivo la perduración en el tiempo, no deben ser medidas concretas en momentos determinados. La razón principal es la credibilidad, si las medidas llevadas a cabo son consistentes y prolongadas en el tiempo darán una imagen más creíble y será a sus grupos de interés.

⁴³ Diciéndolo de otra manera las directrices generales para todas las organizaciones, para la elaboración de memorias de sostenibilidad, y por lo tanto para ser socialmente responsables.

⁴⁴ Esta información se la pueden facilitar a sus grupos de interés a través de consultas periódicas, de publicaciones, o por balances.

- Diálogo: La naturaleza de la RSC es ver la organización como un actor que funciona dentro de la sociedad, no consiste en contemplarlo de manera independiente. Una organización responsable debe cooperar y dialogar con sus grupos de interés.

- Verificabilidad: Las actuaciones socialmente responsables de las organizaciones deben someterse a una verificación externa. Como hemos visto en la parte del marco político, hay una gran variedad de certificaciones, que expertos independientes a las organizaciones verifican, para comprobar que sea socialmente responsable.

- Participación: La RSC no solo funciona implantando las medidas, sino que todos sus grupos de interés, sus stakeholders deben participar en cumplir las medidas y llevarlas a cabo.

- Cumplimiento legislativo: En primer lugar las empresas deben cumplir la legislación vigente (a nivel Nacional e Internacional como por ejemplo la Declaración Universal de Derechos Humanos), aunque la RSC sea ir más allá de esas leyes. Cumplir la ley es el primer paso para llegar a ser empresas responsables.

- Comportamiento ético: El diccionario de la RAE⁴⁵ define la ética como el conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida. Por lo que las organizaciones deben tener una práctica ética, basándose en la integridad y en la honestidad. Para ello las empresas crean y promueven códigos de conducta para el mejor funcionamiento de la organización y en las interacciones con sus grupos de interés.

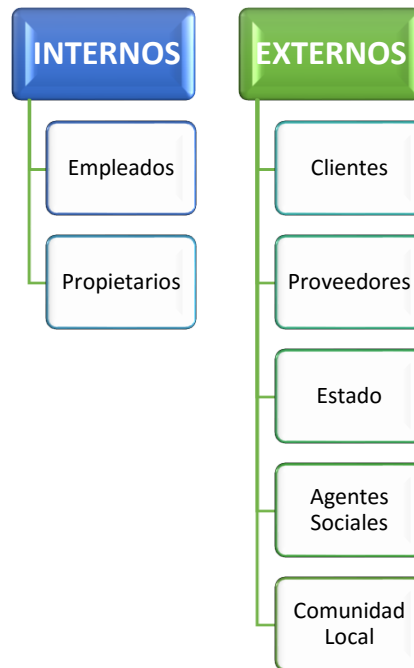
7. Grupos de interés

Los grupos de interés, son individuos o colectivos con los que la empresa tiene relación, que se ven afectados por sus actividades, productos o servicios, o que pueden afectarlos, por las acciones de la empresa.⁴⁶ (AccountAbility, 2006:25).

⁴⁵ Real Academia Española

⁴⁶ A la hora de centralizar como se forman los grupos de interés no hay una lista concreta para ello, varía mucho en función del tipo de organización, tamaño y estructura.

Cuadro 7.2: Grupos de interés dentro de la RSC



Fuente: Elaboración propia

7.1 Grupos de interés internos

Los grupos de interés internos son los que se hallan dentro de la estructura de la organización, o en este caso de la empresa.

7.1.1 Empleados

Son aquellas personas que “desarrollan voluntariamente sus servicios retribuidos (dinerariamente o en especie) por cuenta ajena, dentro del ámbito de organización y dirección de otra persona, física o jurídica, denominada empleador o empresario”, así lo define el artículo 1.1 del Estatuto de los Trabajadores.⁴⁷ El tipo de contrato que tienen estas personas puede ser laboral o profesional, y también varían mucho las características de estas personas en función del sector de actividad.

7.1.2 Propietarios

A este grupo de personas les podemos denominar propietarios o empresarios. El Estatuto también los define a ellos en su artículo 1.2 como “las personas físicas o jurídicas, o comunidades de bienes que reciban la prestación de sus servicios de las personas referidas

⁴⁷ El Estatuto de los Trabajadores, define así a los trabajadores a los que se les aplica dicha ley. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de Marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

en el apartado anterior, así como de las personas contratadas para ser cedidas a empresas usuarias por empresas de trabajo temporal legalmente constituidas”.⁴⁸

También podemos encajar en este grupo a los accionistas, que ambos grupos son personas que tienen participaciones en la propiedad de la empresa. Tenemos que resaltar que los empleados o trabajadores también pueden adquirir propiedades de la empresa por lo que también pueden ser accionistas.

7.2 Grupos de interés externos

Los grupos de interés externos están constituidos por personas que no pertenecen a la estructura interna de la organización.

7.2.1 Clientes

En economía se refiere a la persona o personas que acceden a un producto o servicio a partir de un pago, en este caso acceden a los productos de la empresa. Es uno de los grupos de interés externo más importante ya que es a quien se orienta la explotación del negocio, y es imprescindible para la supervivencia de la empresa. La gestión empresarial se dirige a este sector a través de captación, satisfacción y fidelización de los clientes, estas son algunas de las medidas que se pueden tomar hacia dicho colectivo.

7.2.2 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Siendo un poco más concretos son personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella.

7.2.3 Administraciones Públicas

“Son los Poderes públicos de la Unión Europea, el Estado, las Comunidades Autónomas y las Administraciones locales con potestad para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades. Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones. Las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria y/negocio, la otorgación de licencias y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente”. (Martínez, R, 2014:59).

⁴⁸ El Estatuto de los Trabajadores, define así a los empresarios en el artículo 1.2. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de Marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

7.2.4 Agentes Sociales

Se conforman básicamente por los sindicatos, que han ocupado siempre un lugar explícito en el discurso de la RSE. Son grupos de interés públicos que con su acción pueden influir de manera determinante en la forma de gestionar las empresas.

7.2.5 Comunidad Local

Se compone por las entidades (públicas o privadas) del entorno local cercano a la actividad desarrollada por la empresa o la organización, con el que tiene una estrecha relación. Pueden ser por ejemplo la Iglesia, asociaciones de vecinos, fundaciones, partidos políticos, ONG's, entre otras muchas.

8. Implantación

Dentro de la metodología de la implantación de la RSC, lo más importante es el compromiso por parte de la organización, sobre todo por parte de la directiva, ya que son necesarios para conseguir cambios sobre la cultura organizativa. Otro de los puntos para que estas políticas sean exitosas deben ser las expectativas de los grupos de interés. Todo el personal que forme parte de la organización deberá disponer de los recursos necesarios además de conocer unas nociones básicas para llevar a cabo la RSC. Además se deberá constituir un equipo que lleve a cabo esta responsabilidad, abarcando como siempre el ámbito social, económico y medioambiental.

Gráfico 8.1 Fases de implantación de la RSC



Fuente: Elaboración propia

8.1 Diagnóstico y planificación

Lo primero que debemos realizar es un estudio sobre la organización y su situación. La manera más completa de hacerlo es a través de un análisis interno y externo; ya que así es más fácil conocer las expectativas de los grupos de interés. Y a través de la planificación podremos establecer los objetivos que se quieren alcanzar para lograr ser responsables.

Este proceso consta de dos etapas principales:

- Planificación estratégica:
 - o Consiste en establecer las orientaciones estratégicas de la empresa, la misión y visión que vaya a llevar a cabo la organización.
 - o Consiste en plantear la cultura de la empresa, desarrollar cual van a ser los valores que se quieren desarrollar y por lo tanto implantar el código de conducta y las políticas.
- Planificación operativa: permite identificar y establecer los objetivos y metas operativos de la organización, además de las acciones necesarias para llevarlo a cabo.

Por lo tanto habrá que elaborar un plan de acción, en el que se mezclen las dos etapas, y así poder diagnosticar; y a continuación implantar la RSC. Las fases a seguir en esta tesitura serían:

- Seleccionar los temas prioritarios.
- Formular objetivos y metas.
- Establecer indicadores.
- Proponer acciones de mejora.
- Asignar responsabilidades.
- Establecer plazos de ejecución.

8.2 Implantación

Para una buena implantación lo más importante es reforzar a los trabajadores que estén en relación con los planes y políticas, y formarles en ellas, se puede hacer a través de la sensibilización con alguna de las materias de la triple bottom line. Si todos los trabajadores que están en contacto lo conocen y además están concienciados, será más fácil implantar las medidas de responsabilidad y alcanzar los objetivos y metas.

8.3 Evaluación y control

La organización tiene que confeccionar al inicio, un plan de acción, en el que debe realizar una serie de mediciones. Es decir consiste en realizar una evaluación base, al inicio de la implantación, y repetir de manera periódica, con esto lo que las organizaciones consiguen es evaluar de manera continua lo que se había planificado en el punto anterior y así poder compararlo con lo que se va ejecutando.

8.4 Comunicación

Una vez analizados y evaluados, debemos comunicar los resultados obtenidos. Esta información (económica, social y medioambiental) suele ser publicada para que tanto los agentes internos, como los externos puedan poseerla. Alguno de los medios más utilizados como ya hemos visto en la segunda parte de este trabajo es la GRI. También como hemos mencionado antes realizar la comunicación es instrumento imprescindible para que funcione el plan de acción, ya que es una de las maneras de seguir adelante y conseguir los objetivos y metas fijados.

8.5 Revisión y mejora continua

Esta fase va muy en relación con la de evaluación, ya que en función del informe con los datos analizados, veremos cual son las medidas que deben llevarse a cabo. En función de estos análisis mencionados la organización deberá llevar a cabo medidas correctivas, si no se consiguen los objetivos propuestos, o reforzar aquellos que se están llevando cabo tal y como se planificaron.

Por lo tanto vemos en este apartado que las políticas de responsabilidad social corporativa tienen un carácter de “mejora continua” ya que como podemos observar en el gráfico 8.1, son dinámicas y cíclicas.

CUARTA PARTE: RSC EN EL SECTOR ALIMENTARIO

9. Danone

Danone es una multinacional agroalimentaria francesa, con sede en París. Sus productos característicos son los lácteos, en especial se conoce la marca por sus yogures. Esta empresa es fundada en el año 1919 por Isaac Carrasco en Barcelona, con el concepto de fábrica artesanal situada en la calle de Dels Àngels.

9.1 Historia y Evolución

En 1919 Isaac Carrasco crea el primer yogur Danone basándose en los estudios de fermentación de Elie Metchnikoff por lo que ganó el Premio Nobel de Medicina en 1908. Al principio sus productos eran distribuidos en las farmacias, ya que su función principal era luchar contra los trastornos intestinales de los niños.

En 1923 el Excelentísimo Colegio de Médicos reconoce las virtudes farmacéuticas de este producto, por lo cual autorizan su prescripción médica. Siete años después, en 1931 se crea el primer centro de reparto en Barcelona, llevando los pedidos de manera diaria a los clientes en furgonetas frigoríficas para no deteriorar el producto.

En 1939 fallece Isaac, siendo su hijo Daniel⁴⁹ el que se pone a cargo de la empresa. Este último se ve obligado a exiliarse a Estados Unidos, como consecuencia del estallido de la Segunda Guerra Mundial, siendo su abogado el que dirigirá la empresa los próximos 40 años (1941 - 1981). Creando al otro lado del charco la primera compañía americana de yogures: Dannon Milk Products Inc.

En 1963 se abre la planta de Valencia con la última tecnología del sector. En 1968 Danone se estrena en la televisión, bajo el eslogan “Quiero Danone, dame Danone”, llegando a ser el patrocinador oficial de las Olimpiadas de Barcelona en el año 1992, además de la Expo de Sevilla ese mismo año.

Un año después, 1993, se crea el Instituto Danone, estructurándose como una asociación científica sin ánimo de lucro.

⁴⁹ Daniel Carrasco, hijo del fundador de Danone Isaac Carrasco, cursó los estudios de Comercio y Bacteriología.

En año 2006 gana el premio a la protección del medio ambiente otorgado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, por sus múltiples medidas sobre todo por la renovación de la normativa ISO 14001.

En los años posteriores la empresa no deja de crecer, creando productos nuevos, abriendo en Barcelona un local dedicado a promover hábitos saludables o incluso instalando en la T4 del aeropuerto de Madrid dos yoghourterías.

9.2 Misión

La misión de Danone es “aportar salud a través de la alimentación, al mayor número de personas posible con un producto adecuado a las necesidades nutricionales de la sociedad”. Esto se materializa en dos principios básicos que son: un enfoque rigurosamente científico y basado en pruebas; y autorregulación conforme a normas más exigentes que las normas oficiales de cada país.

Desarrolla su misión a través de estos 5 compromisos:

- Proponer soluciones de nutrición que se ajusten a las necesidades de las personas y a las recomendaciones científicas.
- Desarrollar productos que proporcionen beneficios para la salud, científicamente probados.
- Informar a los consumidores de forma clara, objetiva y mediante una publicidad responsable.
- Promocionar dietas y estilos de vida saludables.
- Enfrentarse a grandes retos sociales relacionados con la salud y la nutrición.

9.3 Certificaciones

Tiene acreditadas la calidad y la gestión medioambiental a través de las Certificaciones ISO 9001 e ISO 14001⁵⁰. Las cepas de Danone para la elaboración de las leches fermentadas están registradas en todo el mundo y reconocidas por la FAO⁵¹ y la OMS⁵².

⁵⁰ Cuentan con la certificación ISO 14001 por el cumplimiento de su normativa desde 1997.

⁵¹ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

⁵² Organización Mundial de la Salud,

El estudio IPSOS KAR⁵³, premia a la empresa Danone como la más valorada y con mayor reputación corporativa de España en el año 2009, consiguiendo sobre todo por su estrategia corporativa y sensibilidad medioambiental.

En ese mismo año, también se reconoce su labor, concediéndole el premio Elsevier Galien⁵⁴,

En 2010 se le otorga el premio estrella de la feria Alimentaria, Best Pack, por la labor innovadora y el afán por la alimentación y la salud. Además en estos mismos premios consigue el oro a la mejor promoción (con la Patrulla Actimel), la plata (por los yogures Densia) y el bronce por el mejor envase.

9.4 Grupos de interés

9.4.1. Empleados

Dentro de los planes de responsabilidad, el grupo empresarial se compromete a respetar los convenios de la OIT, en cuánto al trabajo de los niños, el trabajo forzoso, la no discriminación, el derecho a la negociación entre otros. Además de proporcionar un entorno laboral sano y un acceso igualitario a la formación profesional continua.

Igualmente Danone tiene especial preocupación por mantener la igualdad y la diversidad entre sus trabajadores, unos ejemplos de estos planes son:

- Plan de igualdad: Concreta las medidas de la compañía sobre la materia de igualdad, la no discriminación, y la integración, pretende favorecer el desarrollo de las personas dentro de la empresa favoreciendo principalmente la conciliación de la vida personal y profesional. Consiste en un plan en el que vienen previstas varias material como puede ser la formación, comunicación, prevención entre otras, con unos protocolos de actuación conjuntamente.

- Plan de diversidad: Entienden la diversidad como una fuente de riqueza y un objetivo constante, opinan que favorece la igualdad de oportunidades además de estimular la creatividad y la innovación, contribuyendo a mejorar las expectativas de los consumidores. Por lo que con este plan se pretende inculcar el valor de la diversidad,

⁵³ Ipsos es una empresa líder en investigación de mercados a nivel global, que concede los premios KAR (Key Audiences Research), que reconoce a las empresas con mayor reputación corporativa del país.

⁵⁴ El premio Galien se otorga a la investigación farmacéutica, creados en Francia en 1970 y vigentes en España desde 1990.

luchar contra la discriminación, implantar acciones de diversidad y favorecer el acceso a empleo.

- Huellas: Danone mediante este proyecto pone a disposición de sus empleados 50 horas laborales para que puedan dedicarlas a iniciativas solidarias, como pueden ser cuenta cuentos en hospitales infantiles, o voluntariado profesional mediante ONG.

- Plan Familia Danone: Este plan va destinado a familiares con discapacidad de los empleados, con el objetivo de mejorar las posibilidades de empleo, mejorar su calidad de vida, a través de la integración socio laboral.

9.4.2. Consumidores

Lo que más destaca esta organización es la calidad de sus productos, siendo reflejado es sus acreditaciones alimentarias, informaciones transparentes (sobre todo en lo relativo a la composición y alérgenos).

Fomenta el contacto con este grupo de interés a través de charlas sobre los beneficios nutricionales, alimentación, además de transmitir todo tipo de información en su servicio de atención al consumidor (disponible todos los días del año), en el que se da información sobre alimentación equilibrada, colesterol, mitos y realidades de la alimentación, entre otras muchas consultas.

9.4.3. Proveedores y clientes

Danone realiza muchos proyectos con sus proveedores, ya que son una pieza fundamental en la obtención de productos tan saludables y beneficiosos. Algunos de estos proyectos son:

- Proyecto Ruta Verde: Asegurar el cumplimiento de la legislación medioambiental y la implantación de buenas prácticas en sus bases logísticas.

- Proyecto Gota Verde: Facilitan a todos los ganaderos la legislación medioambiental, además de asesorarles

9.4.4. Accionistas

Para mantener al día a uno de sus grupos más importantes, les facilita de manera periódica toda la información financiera de manera contrastada y transparente, además de la contabilidad. Danone tiene prohibido posicionarse tanto política como religiosamente, ya

que como hemos mencionado, prevalece la transparencia por encima de todos los principios.

9.4.5. Administración Pública y Comunidad Local

Mantiene encuentros frecuentes con las autoridades de la administración central y autonómica para mantener un intercambio de información acerca de los planes de la compañía en cada ámbito de actuación, también con los órganos de las localidades donde tienen implantadas sus fábricas.

- Ayuntamiento de Tres Cantos (mayor fábrica del Grupo Danone), colabora con desempleados, a través de bolsas de empleo, charlas de inserción laboral, etc.

9.5 Implantaciones y medidas responsables

La mayoría de las medidas de Responsabilidad Social Corporativa que este grupo empresarial lleva a cabo están centradas en el medioambiente, algunos ejemplos son:

- Ahorro de millones de litros de agua al año.⁵⁵
- Depura el agua equivalente al consumo de 250.000 habitantes.
- Danone utiliza un 30% menos de agua que el resto del sector.
- Ahorra energía equivalente a 1200 hogares.
- Reducción de consumos de energía técnica y eléctrica como indica el Protocolo de Kyoto. En 2010 redujeron un 30% de los ratios energéticos en función al año anterior.
- Persigue una variedad de iniciativas para conseguir un transporte más sostenible (económico, social y medioambiental), varias de las medidas utilizadas son motores ecológicos y/o combustibles alternativo.

10. Central Lechera Asturiana

Central Lechera Asturiana es una sociedad agraria de transformación de Asturias. Su sede central se encuentra en la parroquia de Granda, en el concejo de Siero. El precedente de esta empresa fue un grupo sindical de colonización de ganaderos asturianos que crearon en 1967 su propia marca.

⁵⁵ En el año 2008 las fábricas de Danone consumieron 23.948.000 litros menos que en el año 2007.

10.1 Historia y Evolución

En 1968, se creó un grupo sindical de colonización en Asturias, con el objetivo de crear sus propios productos. Fue dirigida por Jesús Sáenz de Miera y Zapico. Al año siguiente de su creación, se produjo la apertura de la fábrica de Granda, lanzando la primera botella de este producto.

En 1970, se amplían de nuevo las instalaciones, haciendo a esta empresa una de las más grandes de Europa, además diversifican sus productos añadiendo a la leche, la producción de mantequilla, yogures y queso. Exportándose en el año 1974 los primeros productos, ya que se instalaron sistemas de refrigeración mucho más avanzados.

En 1982, Central Lechera Asturiana, se convierte en una Compañía de Procesamiento Agrícola.

En 1997 se produce un importante cambio en la imagen corporativa, con una incorporación de la empresa Sociedad Agrogenadora de Asturias, la empresa de recogida de Cantabria CRLC, la compañía de quesos de Ferrol Quegalsa⁵⁶ y la compañía asturiana Galeastur.

Al año después, se incorpora CAPSA⁵⁷, LARSA⁵⁸ y ATO⁵⁹, y así crear el primer grupo lácteo de España. La organización sigue creciendo llegando a incorporar Cajastur y Caja Rural como accionistas. En el año 2009, se abre la nueva fábrica de Zarzalejo (Madrid).

10.2 Misión

La misión es desarrollar una serie de políticas centradas sobre todo en las personas, con el objetivo de crear un clima de motivación, gestionado a través del talento de los empleados, que es el principal recurso de creación de valor de la empresa.

La estrategia se basa en las personas, centrándose sobre todo en el talento y en las relaciones.

⁵⁶ Quesos de Galicia, S.A.

⁵⁷ Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A.

⁵⁸ Empresa gallega dedicada a la elaboración de productos lácteos y derivados.

⁵⁹ Empresa catalana dedicada a la elaboración de productos lácteos y derivados.

10.3 Certificaciones

Obtiene la certificación, por su sistema de I+D, bajo la norma UNE 166002 EX, siendo la primera empresa española en conseguir tal distinción.

Certificación de empresa sana, otorgado por AENOR⁶⁰.

En el año 2015 consiguió las siguientes certificaciones:

Marca láctea que mejor conecta con los consumidores, otorgado por el Brand Footprint⁶¹.

Primera empresa láctea nacional con mejor reputación, Reputation institute.⁶²

Premio de Oro de la Semana Española de Movilidad Sostenible en la categoría de Organizaciones, Instituciones y Empresas, otorgado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Primer finalista en los II Premios R Ecoembes⁶³, en la categoría de Mejor Iniciativa Empresarial en Ecodiseño.

Mención de Honor a la mejor trayectoria en materia de energías renovables, ahorro y eficiencia energética, otorgada por ENERAGEN⁶⁴.

Como reflejo de la apuesta por la igualdad y la conciliación, se les otorgó el certificado EFR Empresa⁶⁵. Algunas de las políticas que se llevan a cabo son sobre prevención del acoso, inserción de la mujer en el mundo laboral son las que más destacan.

10.4 Grupos de interés

10.4.1. Empleados

- Formando en habilidades y conocimientos: Central lechera asturiana considera una de las mejores maneras de inversión, la de la formación, actualizando conocimientos y desarrollando habilidades. Por lo que se desarrolla un Plan de Formación y Planes de Desarrollo Individual.

⁶⁰ AENOR: Asociación Española de Normalización y Certificación.

⁶¹ <http://www.brandfootprint-ranking.com/>

⁶² <http://www.reputationinstitute.es/>

⁶³ <https://www.ecoembes.com/es/premios-r-de-ecoembes>

⁶⁴ Asociación de Agencias Españolas de Gestión de Energías

⁶⁵ Empresa Familiarmente Responsable

- Premios Excelencia Capsa Food: estos premios se dan con el objetivo principal de reconocer a aquellas personas que son ejemplo a través de los valores corporativos⁶⁶, por su actitud o por su desempeño.
- Beneficios Sociales: Además de luchar dentro de estos beneficios por la igualdad interna y la compensación externa, para que los empleados tengan un bienestar económico y social, también implantan beneficios sociales consistentes en compensación flexible, servicios y seguros médicos, ocio o guarderías son algunas de las medidas que tomamos.
- Cuida tu salud aprendiendo a alimentarse: son unas jornadas consistentes en promocionar los hábitos saludables tanto para los trabajadores como para sus familias, que tienen dos actividades principales la primera son talleres de cocina saludables impartidos por nutricionistas y la segunda ejercicio físico consiste en clases de Pilates.
- Días sin cole: Consiste en unas jornadas lúdicas, a base de juegos, y talleres, para los hijos de los empleados con edades entre los 3 y los 12 años.

10.4.2. Consumidores

El objetivo principal frente a este grupo de interés, es conseguir una conexión con la realidad social, pudiendo centrar así los esfuerzos de innovación, comunicación y gestión, en lo que los consumidores realmente demanden.

- Disponen de un club de fidelización, consistente en premios, sorteos, descuentos y regalos para todos los consumidores de estos productos que estén dados de alta.
- Para que tus hijos crezcan como se merecen: Después de la crisis económica en el que se encontró el país, decidieron crear en el año 2013 esta iniciativa, consistente en facilitar el consumo de los productos de la marca a todas esas familias afectadas económicamente, para ello pusieron en marcha acciones promocionales como por ejemplo vales descuento, o productos de regalo. En esta misma línea se crean otras iniciativas denominadas Calidad accesible y Ahorro familiar.

⁶⁶ Valores corporativos: compromiso, profesionalidad y liderazgo.

10.4.3. Proveedores y Ganaderos

- "Mimando la materia prima desde el origen". Central Lechera Asturiana tiene una doble responsabilidad respecto a este grupo de interés, ya que los principales proveedores, los ganaderos, son también los propietarios mayoritarios de la compañía.

- En el año 2013, la aportación de valor que se hizo al sector ganadero fue de 435 millones de euros, siendo en términos de contribución económica al sector un 17%. Además se suscribió un convenio con el Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente, de Lácteos Sostenibles, colaborando con ganaderías, industria y distribución, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del sector.

- Se ofrecen programas de asesoramiento a ganaderos, en concreto son 5 que consisten en nutrición para vacuno de leche, control reproductivo, mejora integral de la calidad de la leche, ayuda de defensa sanitaria ganadera (ADGS), y gestión técnico económica (TAGEL).

10.4.4. Accionistas

Central Lechera Asturiana tiene muy centradas sus políticas sobre todo económicas ante la crisis, como ya hemos mencionado anteriormente, en este caso estiman que para salir activos es necesario satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés, generando principalmente valor.

10.4.5 Sociedad

Consideran de manera rotunda que las empresas son el motor principal de nuestra economía, y por lo tanto del avance de la sociedad, por lo que luchan y se comprometen a luchar por el desarrollo del país, realizando una serie de programas que apoyen a las comunidades, sociedad y medio ambiente.

- Un ejemplo claro de esta iniciativa conjunta con las ideas de la empresa, contribuyendo al desarrollo es la recogida de 100% leche española, además de todo el proceso productivo. Por lo que estiman que así se genera valor económico mediante la distribución directa de la comunidad, a través de empleo directo a personas de esa procedencia.

- Aportación de valor a la economía española: cuantificado en términos de PIB⁶⁷. El grupo empresarial aporta a la industria alimentaria 113 millones de euros, siendo en total la

⁶⁷ Producto Interior Bruto

aportación al PIB Asturiano un 6,64% del total, aportando la mayor cantidad de valor sin lugar a duda en el sector ganadero, ya que es el principal dentro de su funcionamiento.

Gráfico 10.1: Aportación de Central Lechera Asturiana al PIB



Fuente: Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de CLA⁶⁸ (2013)

10.5 Implantaciones y medidas responsables

- Fomentación de alimentación y actividad física: a través de actividades educativas para escolares, como pueden ser los Desayunos Saludables⁶⁹, Desayunos cardiovasculares⁷⁰
- Patrocinadores del Premio Hipócrates sobre Nutrición Humana: apoyando la labor de investigación nutricional.

La mayoría de las medidas de RSC que toma este grupo empresarial consisten en proyectos sociales, algunos de ellos son:

- Campaña La Alimentación no tiene desperdicio aprovéchala: para reducir el desperdicio de alimentos en nuestro país, de manera conjunta con al AECOC⁷¹.
- Entrega de alimentos a colectivos desfavorecidos a través de los bancos de alimentos.

⁶⁸ Central Lechera Asturiana

⁶⁹ Desarrollada en la Comunidad de Madrid con la Conserjería de Salud

⁷⁰ Desarrollada con la Cofradía del Colesterol y la Concejalía de Educación de Avilés

⁷¹ Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores.

- Lucha contra el cáncer de mama: siendo el patrocinador principal de la carrera de la mujer, siendo considerada la carrera femenina más importante de Europa.
- Fundación Princesa de Asturias: formando parte del patronato de la fundación, como miembro protector, que contribuyen a la promoción de los valores científicos, culturales, y humanísticos que abanderan los premios.
- Violencia de género: Firma del Acuerdo Marco en Asturias, desarrollando y difundiendo medidas de sensibilización, como por ejemplo la carrera por la igualdad en el deporte, No sin nosotras.
- Cooperación con sociedades menos desarrolladas: Colaborando con Senegal en la posibilidad de implantación de un modelo lácteo, explicando e impartiendo jornadas sobre nuestro funcionamiento, y los conocimientos para crecer de manera sostenible.
- Hora del Planeta: Iniciativa global en defensa del medio ambiente, organizada por WWF, apagando la luz de las oficinas y carteles luminosos para promover la concienciación de los efectos del cambio climático⁷².
- Donaciones: De sangre a través de la Hermandad de Donantes de sangre del Principado de Asturias, ropa a través de Cáritas, juguetes a través de la Fundación La Caixa. En valor numérico han sido 205 extracciones de sangre, 300 kilos de ropa y más de 400 juguetes.
- Medio Ambiente: en el año 2013 la inversión que se realizó fue de 4,5 millones de euros destinados a la protección ambiental, con implementación de medidas eficientes desde el diseño de nuestros productos hasta la gestión final.
- Propósito principal: que la temperatura de la tierra no siga incrementándose, para ello llevan a cabo una serie de iniciativas: instalaciones más eficientes, autogeneración de propia energía eléctrica y térmica, uso de combustibles menos contaminantes, compras de energía a empresas con la certificación de origen renovable.

⁷² Fondo Mundial para la Naturaleza.

CONCLUSIONES

Como hemos analizado a lo largo de todo el trabajo, la responsabilidad social corporativa ha aumentado su reputación y compromiso de manera notable en todos los ámbitos y sectores, principalmente, esto se ha dado por el cambio experimentado en la realidad, tanto empresarial como social.

Cada vez más empresas cambian su mentalidad, dejan de pensar solamente en el incremento de sus beneficios sobre todo en dirección a sus accionistas, para dar valor a muchos más grupos de interés (empleados, clientes, proveedores, comunidades, etc), a través de un comportamiento transparente y responsable.

El crecimiento de estas medidas se ha dado principalmente por la preocupación por parte de los clientes, después de todos los escándalos surgidos en nuestro país desde hace unos años hacia aquí, esto crea una gran repercusión en la sociedad, por lo que cada vez se demanda más cierta información sobre las prácticas de las empresas en base a la triple bottom line (económica, social y medioambiental).

Por lo tanto, llevar a cabo una estrategia de RSC, no consiste solo en el desarrollo de unas acciones puntuales, sino hacerlo de manera responsable y prolongada en el tiempo, además este nuevo modelo afecta a toda la organización, involucrando a todos los grupos de interés, pero contribuye a la mejora de la competitividad empresarial, además de fidelizar a los clientes y crear confianza en la marca de la empresa.

La RSC en el sector de la industria de la alimentación ha crecido con gran importancia en los últimos años, sobretodo basándonos en el gran número de consumidores que tiene junto con la preocupación cada más por lo que se compra, y se come.

Las dos empresas estudiadas en este trabajo, Danone y Central Lechera Asturiana, son un referente en el mundo de la alimentación, en cuanto a su gestión socialmente responsable, muestra de ello en ambos casos es el crecimiento de sus empresas en los últimos años, que se puede ver reflejado en el reconocimiento de sus clientes.

En ambos casos hemos podido observar que están comprometidas tanto con la conciliación laboral (creando actividades y talleres no solo para sus empleados sino también para las familias de estos), la estabilidad en los puestos de trabajo, las iniciativas que organizan para sus proveedores, y sobre todo con su accionistas, haciendo todo ello en cómputo global que sean de las mejores empresas para trabajar hoy en día en España como así demuestran sus estudios.

A pesar de ello, no presentan una memoria de RSC que cumpla con las pautas y estándares fijados por el Global Reporting Initiative, sino que las dos lo que presentan en sus bases de datos son Memorias Anuales donde manifiestan las políticas que llevan a cabo y que afectan a sus grupos de interés, al medioambiente, balances económicos, y la misión y visión del grupo.

Por consiguiente, y como conclusión final, estimo, que las empresas estudiadas son socialmente responsables, poniendo de manera pública su transparencia, pudiendo crear así una mayor reputación y credibilidad. Además es muy importante, y ellos así lo estiman centrarse en todos sus grupos de interés y no solo en los accionistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Archel, P y Husillos, J. (2009). Últimos desarrollos sobre RSE en España: ¿Un avance hacia la sostenibilidad?, Universidad Pública de Navarra.
- Argandoña, A. e Isea, R. (2011). ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. IESE Business School, Pamplona.
- Arrieta, B. y de la Cruz, C. (2005). La dimensión ética de la responsabilidad social, Universidad de Deusto.
- Ayuso, S y Mutis, J. (2010). El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ¿una herramienta para asegurar la responsabilidad global de las empresas? Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad 4(2):28-39.
- Bajo, A. y Villagra, N. (2013). Nuevos diálogos y relaciones entre la empresa y la sociedad. Universidad de Comillas, Cátedra de Ética Económica y Empresarial.
- Ballvé, A y Debeljuh, P. (2000). Misión y valores, La empresa en busca de su sentido.
- Benavides, J y Fernández, J.L. (2003). Reflexiones sobre la Responsabilidad Social, de la empresa y el tercer sector. Universidad Pontificia de Comillas, Madrid.
- Bosch, C. y Gutiérrez de Tena, V. (2014). La comunicación de Danone: combinando medios y contenidos, respetando la sensibilidad social. Madrid ESIC.
- Caballero, I. y Balaguer, A.I. (2005). NTP 647. Responsabilidad social de las empresas: Modelo SAI 8000 (Social Accountability). Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, Madrid.
- Capsa Food. (2013). Cuidamos nuestro mundo, Memoria de Responsabilidad Social Corporativa. Capsa Food.
- Colegio de Economistas de Cataluña (2008). Responsabilidad Social Corporativa. Barcelona ACCID.
- Danone S.A. (2011), Informe anual de Responsabilidad Social Corporativa de Danone. Gráficas Monterreina.
- Fernández, E. (2009). Gobierno corporativo y responsabilidad social de las empresas. Editorial Marcial Pons.
- Fernández, J.J. (2012). De la condicionalidad social a los acuerdos marco internacionales sobre la evolución de la responsabilidad social empresarial. Aranzadi, Pamplona

- Fernández, R. (2005). Administración de la Responsabilidad social corporativa. Editorial Thomson, Universidad de León Departamento de dirección y economía de la empresa.
- García, J. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión, diagnóstico e impacto en la empresa. Editorial Pirámide.
- Granda, G. (2006). Gestión y Comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial: claves para un desarrollo competitivo y sostenible. Forética y Ediciones Cinca, Madrid.
- Heras, I. (2011). ¿Qué fue de la isomanía? ISO 9000, ISO 14000 y otros meta estándares en perspectiva. *Universia Business Review* (29):66-79.
- Luelmo, M.A. (2002). Responsabilidad Social Corporativa: una aplicación a España. *Economistas sin fronteras*, Universidad a Distancia, Madrid.
- Navarro, F. (2014). Responsabilidad social corporativa, teoría y práctica. Esic Editorial.
- Olcese, A. (2013) Informe sobre la RS de la empresa en España. Comisión Europea.
- Ramos, E, Korim, M, García, A y Pérez J. (2009). Guía de aprendizaje sobre la implementación de Responsabilidad Social Empresarial en pequeñas y medianas empresas: Promover la competitividad a través de la Responsabilidad Social Empresarial. Banco Interamericano de Desarrollo y FOMIN, Washington D.C.
- Sajardo, A. (2009). La Responsabilidad Social Interna de las empresas en España. Tirant Lo Blanch, Valencia.

WEBGRAFÍA

Business for Social Responsibility

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

Ciriec Revista Económica

http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/6503_Archel_y_Husillos.pdf

Club de Excelencia en Sostenibilidad

www.club sostenibilidad.org

Global Reporting Initiative

<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Harvard Business Review

<https://hbr.org/>

Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa de Central Lechera Asturiana

http://www.centralecheraasturiana.es/conocenos/empresa/memorias/memoria_2013.pdf

Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa de Danone

<http://www.slideshare.net/alimentummedioambiente/informe-anual-de-responsabilidad-social-corporativa-danone>

International Organization for Standardization

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

http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

Foro Español de Innovación Socialmente Responsable

www.spainsif.es

Legislación Europea

<http://eur-lex.europa.eu/>

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social

http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/consejo_rse/

http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/BOCG/D/D_424.PDF

http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/resposocempresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa

<http://observatoriorsc.org>

Organización Internacional del Trabajo

<http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/leg/declarations.htm>

<http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--es/index.htm>

Pacto Mundial

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

Social Accountability International

<http://www.sa8000.org/>

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

The Economist

<http://www.economist.com/>