



# Estudio MULTI SECTORIAL

sobre el estado de  
la responsabilidad  
corporativa de la gran  
empresa en España

2 0 0 9

Con la colaboración de:





# Estudio MULTI SECTORIAL

sobre el estado de  
la responsabilidad  
corporativa de la gran  
empresa en España

2 0 0 9

## Colaboraciones

### Director del Estudio

**Ángel Ibisate**

*Director de Responsabilidad Corporativa y Calidad,  
Grupo Red Eléctrica de España  
Director de Estudios del Club de Excelencia en Sostenibilidad*

### Redacción

**Isabel Castillo**

*Club de Excelencia en Sostenibilidad  
isabel.castillo@clubsostenibilidad.org*

### Grupo de Trabajo

**Juan Alfaro**

*Club de Excelencia en Sostenibilidad*

**Charo Fernández**

*Club de Excelencia en Sostenibilidad*

**Raquel García**

*Club de Excelencia en Sostenibilidad*

**Laura Ovies**

*Club de Excelencia en Sostenibilidad*

**Alicia Romera**

*Club de Excelencia en Sostenibilidad*

## Tratamiento y obtención de datos

**ALGOR, S.L.  
NETQUEST**

	<b>7</b>	
		Carta del equipo
	<b>10</b>	
		Principales hallazgos
	<b>13</b>	
		Introducción al contexto actual
	<b>17</b>	
<b>1. Responsabilidad corporativa, misión y visión y estrategia</b>		Misión y visión Estrategia y planificación Estructura Valores y Códigos de Conducta Sistemas de incentivos Indicadores de RC
	<b>31</b>	
<b>2. Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones</b>		Identificación de los grupos de interés y marcos de relaciones Comunicación: informes y otras herramientas
	<b>41</b>	
<b>3. Gestión técnico-económica</b>		Presupuesto y cuantificación de resultados Innovación responsable Consumo responsable Ratings de RC Reputación La RC en los procesos de fusión y adquisición
	<b>51</b>	
<b>4. Gestión de gobierno corporativo</b>		Política y principios Composición del Consejo de Administración Diversidad en el Consejo Gestión de riesgos Informe de gobierno corporativo

# Índice

**61**

- 5. Gestión social externa** Acción social y filantropía  
Proveedores y clientes  
Compras responsables

**73**

- 6. Gestión social interna** Política de recursos humanos y derechos humanos  
Accesibilidad  
Empleo y creación de puestos de trabajo  
Seguridad y salud laboral  
Igualdad y no discriminación  
Desarrollo, empleabilidad y gestión del talento  
Participación e implicación de empleados  
Voluntariado corporativo  
Conciliación de la vida personal y laboral

**97**

- 7. Gestión ambiental** Política y sistema de gestión ambiental  
Gestión de consumos y residuos  
Ecoeficiencia

**105**

- 8. Análisis sectorial**

**109**

- 9. Conclusiones**

**114**

- Anexos**
1. Cuestionario
  2. Evolución de la RC
  3. Ficha técnica
  4. Listado de empresas participantes







# Estudio MULTI SECTORIAL

sobre el estado de  
**la responsabilidad  
corporativa de la gran  
empresa en España**

2 0 0 9



## Carta del equipo

**Expectativas del Estudio** **El Club de Excelencia en Sostenibilidad** ha querido poner, una vez más, a disposición de las empresas su conocimiento y recursos para evaluar la situación actual de la responsabilidad corporativa en la gran empresa española. De nuevo, el objetivo del estudio se ha centrado en las grandes empresas españolas como motores de la responsabilidad corporativa, sin que por ello se quiera excluir de este movimiento a las pequeñas y medianas empresas sino que, por el contrario, se pretende, por una parte, mostrar la evolución que en esta materia se ha producido en los dos últimos años y, por otra, servir de estímulo y guía para la adopción de políticas e iniciativas de responsabilidad corporativa en el seno de estas pequeñas y medianas empresas. Por otra parte, siendo las grandes empresas principales clientes de estas otras de menor tamaño, resulta crucial entender su posicionamiento en esta materia para atender mejor a sus requerimientos.

**Ante esta situación**, el objetivo principal que persigue el presente estudio es mostrar la situación actual de la responsabilidad corporativa en la gran empresa española desde el enorme esfuerzo que ha hecho para atender los requisitos de sus grupos de interés y reconocer el posicionamiento mundial de las empresas españolas como líderes en cada una de las distintas vertientes de la RC.

**Metodología** **El estudio se ha realizado** mediante el envío de un cuestionario a las **500 empresas que operan en España**, independientemente del país de origen de la empresa matriz, más importantes por su volumen de facturación, procurando a través de su selección que estuvieran representados los dieciséis sectores de actividad definidos por los índices Dow Jones. Se ha obtenido respuesta de 121 empresas, que han cumplimentado el cuestionario dentro del plazo estipulado. En los anexos se incluye la información relativa al procedimiento seguido; así, en el anexo 1 el cuestionario empleado para la obtención de los resultados, en el anexo 2 la tabla que muestra la evolución de la RC en comparación con el estudio anterior, en el anexo 3 se incluye la ficha técnica del estudio y en el cuarto y último anexo, el listado de empresas participantes en el mismo.

**Para la interpretación de las respuestas**, se ha asignado una **puntuación** y una **ponderación** a cada pregunta y a sus correspondientes respuestas según su criticidad y peso en la gestión empresarial, de forma que el valor máximo, suma total de todas las puntuaciones de todas las preguntas, pueda alcanzar 250 puntos para la "empresa virtual óptima" (1000 puntos si se utiliza el factor multiplicador de 4). En las páginas siguientes, se muestra para cada pregunta la puntuación máxima asignada a la misma.

**Una vez obtenidas** las respuestas por parte de las empresas y analizados los resultados, se ha procedido a una **categorización de las empresas** en tres segmentos según las puntuaciones alcanzadas conforme a dicha ponderación y su relación con sus características y valores en el ámbito de la RC:



- Grupo 1, formado por las 21 empresas con una puntuación superior a 750 puntos, las más avanzadas en la materia, que se catalogan como **“líderes”**. Las líderes representan aproximadamente el 17% de la muestra. Estas empresas son las que presentan sistemas de gestión de la RC más maduros y consolidados y unos resultados de mayor nivel en cada una de las vertientes que constituyen la responsabilidad corporativa.
- Grupo 2, formado por las 84 empresas con puntuación entre 450 y 750 puntos, que constituyen la mayoría del colectivo analizado, y que se denomina **“en consolidación”**. En estas empresas la consolidación de los sistemas de RC no es total, quedando algunas áreas de la responsabilidad corporativa en una situación menos avanzada. Este segmento supone casi un 70% del total de las empresas participantes en el estudio.
- Grupo 3, formado por las 16 empresas con puntuación por debajo de 450 puntos, que se configuran como empresas **“en desarrollo”**. Este segmento representa un 13% del total de empresas. En general, estas empresas tienen las bases para el desarrollo del sistema de RC asumidas en sus planteamientos, habiendo ya iniciado su diseño e implantación, en mayor o menor grado, con algunas de las áreas de la responsabilidad corporativa en fase incipiente o inicial.

**Cabe señalar** que en el estudio similar realizado hace dos años, se consideró la apertura de las empresas al entorno físico-social en el que operan, como un elemento clave de la responsabilidad corporativa y base principal para su segmentación. Y así, se consideraron dos categorías: “empresas líderes”, aquellas que mantenían canales de diálogo con todos sus grupos de interés, al conceder un carácter estratégico a dicho diálogo, y “mayoría de empresas” a las que mantenían canales de diálogo sólo con algunos grupos de interés. A través del análisis de la situación actual de la RC en el colectivo ahora analizado, se constató que esa posible segmentación no permitiría un agrupamiento reflejando los actuales patrones de la RC en la gran empresa española tras su evolución en estos dos años. Por ello se optó por la segmentación en los mencionados tres grupos y con la horquilla de puntuación establecidos.

**Gracias a esta segmentación**, el estudio tiene, igual que se pretendía con el anterior, un valor no sólo descriptivo sino también proyectivo, puesto que, por un lado, aporta una descripción del estado actual de la responsabilidad corporativa en las grandes empresas españolas y, por otro, el comportamiento de las empresas líderes con sistemas consolidados ofrece una clara indicación de cuál puede ser la situación a medio plazo de las que están en fase de desarrollo o inicial.

**A nivel sectorial**, se ha seguido la misma metodología para los sectores contemplados, que han sido:

- Aeronáutica, automoción y autopistas
- Alimentación, bebidas, tabacos
- Constructoras e inmobiliarias
- Electricidad, gas, petróleo, derivados, residuos y aguas
- Entidades de financiación
- Hostelería, turismo
- Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas
- Informática, telecomunicaciones, operadoras
- Maquinaria, equipos
- Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado
- Medios de comunicación, editoriales, ocio y entretenimiento, publicidad
- Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio
- Servicios a empresas, ingenierías
- Siderurgia y metalurgia
- Seguros
- Transporte, materiales

**También se ha dado cabida** a otros sectores que se han contemplado en el apartado “otros”.



**Novedades del cuestionario** El cuestionario se ha ampliado y reformulado en casos puntuales para que, sin perder la trazabilidad de las preguntas del estudio anterior, se pudiera adaptar su contenido a la realidad y madurez de la temática en el mercado español. Por eso, se ha considerado oportuno introducir algunas preguntas que, como se observa en el anexo 1, atañen a las siguientes materias:

- Incorporación de la responsabilidad corporativa a los sistemas de gestión.
- Inclusión de las expectativas de los grupos de interés y su opinión en los informes, reconocimiento de la importancia de las herramientas de diálogo y del empleado como interlocutor básico de la empresa.
- Presupuestos y cuantificación de los resultados tangibles e intangibles.
- Aspectos relacionados con la responsabilidad corporativa como son el consumo responsable, la reputación, las compras responsables y el comercio justo, el control de la cadena de suministro, la accesibilidad, la movilidad...
- La responsabilidad corporativa en las decisiones de los Consejos de Administración, la aplicación de criterios de responsabilidad en los procesos de fusión y adquisición, la introducción de la RC en el máximo órgano de gobierno de la empresa, el papel que desempeña el Consejo en la gestión de riesgos corporativos.
- El control de las medidas adoptadas: auditorías contables, auditorías a grupos de interés, sanciones por incumplimiento de la política de responsabilidad corporativa...
- Algunos aspectos relacionados con los recursos humanos, como la igualdad, con la influencia que haya podido tener la promulgación de la ley de igualdad efectiva entre mujeres y hombres.
- Políticas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

**Limitaciones** Además de las limitaciones mencionadas en el estudio anterior, hay que añadir ahora la dificultad de acceder a la información y atención de las empresas en un entorno cada vez más competitivo, en el que se han multiplicado los estudios de esta clase. Ante esta proliferación de encuestas, a lo que hay que añadir la información requerida por los distintos índices internacionales de responsabilidad y de reputación, en los que cada día están más presentes a nivel global las empresas españolas, pues bien, ante esta situación es importante demostrar a las empresas el valor añadido que tiene la presentación de los resultados que, como el presente estudio, pretenden hacer una radiografía lo más fiel posible al estado actual de la responsabilidad corporativa en España, tanto a nivel global como sectorial.

**Presentación de resultados: gráficos y tablas** El estudio presenta los resultados para cada pregunta, mostrándose el principal indicador de medición de las respuestas, que es normalmente el “porcentaje de contestaciones” afirmativas, negativas e intermedias en su caso, segmentadas para los tres grupos y también el resultado agregado de cada una de ellas. Por ello, en cada una de las preguntas se presentan dos gráficos, el primero de ellos muestra precisamente los resultados globales o agregados y el segundo las respuestas segmentadas en cada uno de los grupos mencionados. Cabe señalar, que al mostrarse los resultados redondeados a cifras porcentuales enteras, puede ocurrir que la suma de todas ellas no sea 100.

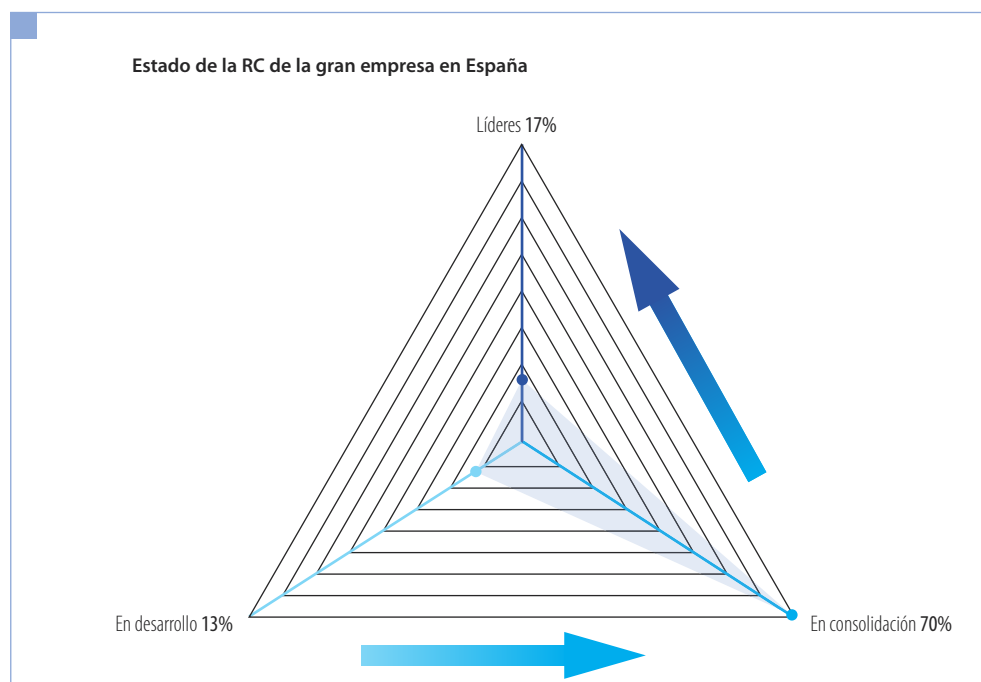
Además, existen estudios sectoriales a disposición de las empresas participantes en los que quedan reflejados los resultados individuales de la empresa interesada en relación con su sector, que pueden solicitarse en el Club de Excelencia en Sostenibilidad<sup>1</sup>.

1. isabel.castillo@clubsostenibilidad.org

## Principales hallazgos

- **Las empresas con mejor puntuación** están claramente en un escalón superior en tres campos: recursos humanos, riesgos y gestión de la reputación. Para medir el impacto real de las actuaciones que se realizan en estos campos, y en otros que implica la responsabilidad corporativa, es importante que la empresa desarrolle indicadores e implante herramientas adecuadas de medición, control, seguimiento y valoración y una vez obtenidos los resultados, los comunique con carácter interno y externo.
- **Existe el peligro** de que las empresas que están diseñando ahora su estrategia de responsabilidad corporativa busquen sólo un retorno inmediato a sus inversiones y lo hagan a través de la proyección externa de sus actuaciones en la materia. Es decir, lo realizan para mejorar su imagen emulando a las empresas más avanzadas de su sector. La responsabilidad corporativa como sistema de gestión integral debe estar equilibrada en sus diferentes vertientes.
- **La diferencia competitiva** que implica la responsabilidad toma como base de partida los valores, la apuesta por la tecnología y la innovación, el conocimiento y la formación.
- **Destacan las prácticas** de las empresas españolas en responsabilidad corporativa en las áreas de estrategia, comunicación y diálogo con los grupos de interés, gestión social interna y externa y medio ambiente. Por el contrario, los campos relativos a la gestión técnico- económica, sobre todo en el ámbito de la innovación, el despliegue de las mejores prácticas de gobierno corporativo y la gestión de RC en la cadena de suministro están menos desarrollados con respecto a otros países.

Definición de la actuación de las empresas españolas en responsabilidad corporativa





### Resumen de las características de los diferentes segmentos de empresas según resultados obtenidos

LÍDERES	EN CONSOLIDACIÓN	EN DESARROLLO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incorporación de la RC en la estrategia de la empresa: planificación plurianual</li> <li>- Estructura organizativa en distintos niveles</li> <li>- Código ético completo</li> <li>- Valores corporativos definidos y desplegados</li> <li>- Presupuesto específico</li> <li>- Amplia comunicación: memorias y otras herramientas internas/externas</li> <li>- Cuando participan en índices de sostenibilidad están entre los mejores</li> <li>- Medición con indicadores (BSC)</li> <li>- Sistema de gestión integral de riesgos</li> <li>- Política de gestión ambiental/ compensación GEI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemas de incentivos para la participación de los empleados en RC</li> <li>- Comunicación interna y externa</li> <li>- Mejora notable en el sistema de gestión integral de riesgos, mapa de riesgos y participación del Consejo de Administración</li> <li>- Sistematización de las actuaciones en acción social</li> <li>- Actuaciones específicas de formación, información a la plantilla de principios y actuaciones relacionadas con la RC</li> <li>- Adhesión a estándares internacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No aplicación de estándares internacionales</li> <li>- Reconocimiento de la necesidad de los Códigos de Conducta</li> <li>- Edición de memorias de RC como informe específico o bien dentro de la memoria anual</li> <li>- Los informes apenas se verifican y no tienen en cuenta la opinión de los grupos de interés</li> <li>- Poca comunicación externa</li> <li>- Destacan por la creación de empleo directo</li> </ul>
<p><i>Aunque todas tienen política de RRHH, es en la gestión social interna donde más marcan la diferencia con respecto al resto</i></p>	<p><i>Mejora en la política y actuaciones en materia de RRHH. Siguen de cerca las actuaciones de las líderes</i></p>	<p><i>Parecen incorporar la RC desde la óptica externa, en busca de un retorno rápido de la inversión como imagen y proyección</i></p>

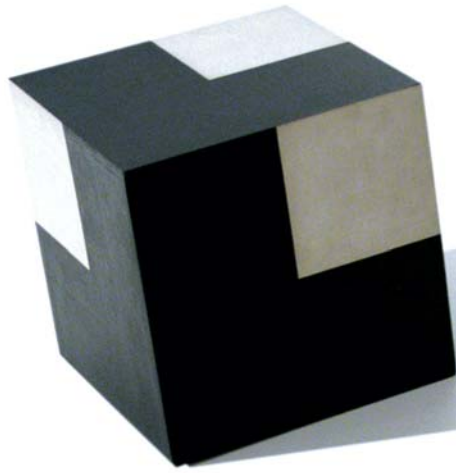
#### Aspectos ya consolidados de la RC en los tres segmentos

- Política de RRHH
- Seguridad y salud laboral
- Acción social
- Plan de reducción de consumos de materias básicas









## Introducción al contexto actual

**La empresa responsable** **Del anterior estudio** resulta que las notas que caracterizan la empresa responsable y que han servido de punto de partida del actual son las siguientes:

- Ser una empresa abierta y orientada a todos sus grupos de interés.
- Con una vocación de permanencia en el tiempo, lo que la obligaba a una adecuada gestión de sus bienes tangibles e intangibles y a evaluar los riesgos, así como a integrar la sostenibilidad en su estrategia.
- Su capacidad de innovación y adaptación a las necesidades del contexto.
- Incluir en sus políticas de responsabilidad corporativa, además de la tradicional clasificación de la triple cuenta de resultados (medioambiental, social y económica), prácticas avanzadas relacionadas con la gestión responsable de los recursos humanos, sistemas desarrollados de gestión de seguridad y salud laboral, la acción social, el buen gobierno corporativo, el diálogo con todos sus grupos de interés y la avanzada comunicación de sus actividades, transparente y de confianza, todo ello sustentado en unos valores poderosos, definidos e integrados en la organización.
- Hacerse responsable no sólo del desarrollo de su organización interna, donde reconoce la importancia de la formación e involucración de los empleados, sino también de sus repercusiones externas, en todo lo relacionado con la construcción de su marca y reputación, el control de sus colaboradores y proveedores y la implicación en el desarrollo de las comunidades en que opera, así como dependencia del medio físico y económico en que desarrolla su actividad diaria, entorno que cada día adquiere más relevancia, como se muestra a continuación.

**Entorno económico y social actual** **El contexto en que se ha procedido** a la recopilación de información para el presente estudio y el análisis de los resultados obtenidos difiere en gran parte del entorno en que se gestó y publicó el anterior. A grandes rasgos, hay que destacar en primer lugar el contexto actual de crisis al que se enfrenta el sector empresarial global. Algunos efectos que ha provocado esta crisis y que afectan al estudio actual serían todos aquéllos que tienen que ver con los reajustes salariales y de plantilla, los recortes presupuestarios, el acuse de falta de transparencia que ha vuelto a poner en evidencia a algunas empresas y a organismos de control, el aumento del paro, la inseguridad en el trabajo, la rigidez de las instituciones, la interdependencia de los mercados que hoy actúan a nivel mundial...

## Avances en responsabilidad corporativa

**En los dos últimos años** ha habido numerosos avances en el campo de la responsabilidad corporativa, tanto a nivel nacional como internacional. A nivel global, ha habido una consolidación y potenciación de rankings de sostenibilidad, creación de fondos de inversión responsable, especialmente en EEUU y norte de Europa, una mayor concienciación sobre la sostenibilidad y la gestión mediante estructuras y cuadros de mando y se ha hecho mayor hincapié sobre la importancia de una adecuada gestión de la reputación y otros intangibles. La particularidad de las empresas españolas reside en que, por un lado, ha aumentado la presencia de las mismas en este tipo de índices y, por otro, las que lo hacen quedan normalmente muy bien posicionadas, cuando no son las líderes. Las empresas españolas, sobre todo algunos sectores, parecen haber basado su estrategia de internacionalización en la buena gestión de la responsabilidad corporativa.

**La responsabilidad y la sostenibilidad** son dos conceptos que van entrelazados y que es muy difícil diferenciarlos en la actualidad y que han sido mencionados en numerosos foros internacionales, como en las reuniones de líderes mundiales o desde las instituciones de la Unión Europea, que han convocado en 2009 el Multistakeholder Forum, como un reconocimiento al entorno global en que se mueve la empresa y donde expresamente se ha reconocido el modelo español del Consejo Estatal como una iniciativa loable para construir un marco de responsabilidad corporativa con la participación de todos los grupos de interés. Precisamente, el esquema español parece tender al modelo nórdico caracterizado por el diálogo con todos los grupos de interés, y precisamente ésa ha sido la intención con la que se ha querido constituir el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas en el que se ha dado cabida a los grandes protagonistas, como lo son las empresas, el gobierno, los sindicatos, la sociedad civil, el tercer sector y el mundo académico y de los expertos en la materia.

**En estos dos últimos años** también se ha hablado mucho de la conveniencia, o no, de regular la responsabilidad corporativa. Pero el carácter voluntario de la responsabilidad corporativa sigue siendo uno de sus valores básicos, donde reside el verdadero compromiso de las empresas con la sociedad y, a su vez, donde la sociedad reconoce la capacidad transformadora de las empresas. Pero ello no quiere decir que la responsabilidad corporativa sea ajena a la ley. Todo lo contrario, ambas se complementan e incluso la regulación de algunos aspectos de la misma sirven de estímulo. Uno de los campos que sí ha tendido hacia su normalización en países de nuestro entorno ha sido el de la forma en que la responsabilidad corporativa debe comunicarse y al respecto se han pronunciado Francia, que lo lleva haciendo desde 2001, Reino Unido y Dinamarca, que lo incluirá a partir de 2010.

**En España se ha optado** por la voluntariedad de la responsabilidad corporativa, sin perjuicio de algunas iniciativas que sin embargo guardan relación con la misma, como son la ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres; la ley de contratos del sector público, que admite la previsión de mecanismos que permitan introducir en la contratación pública consideraciones de tipo social y medioambiental. Hay que tener en cuenta además otras iniciativas públicas, como lo son la estrategia española de movilidad sostenible, el borrador de ley de eficiencia energética, el plan de contratación pública verde, el plan director de la cooperación española 2009- 2012 y también privadas, como la norma “Ética. Requisitos de los instrumentos financieros éticos y socialmente responsables” (UNE 165010 Ex).

**Por último, merece la pena** mencionar algunos de los aspectos dentro de la responsabilidad corporativa que han cobrado relevancia en el panorama actual, como pueden serlo las iniciativas relativas al control y responsabilidad de la cadena de suministro en su gestión, la supervisión y transparencia de los mercados, las energías alternativas y su interacción con las necesidades tanto de los países más desarrollados como de los países en vías de desarrollo y la medición y cuantificación de la responsabilidad corporativa, así como la innovación “colaborativa”, abierta a los requerimientos de la sostenibilidad: económica, en respuesta a la búsqueda de un nuevo modelo que permita afrontar la crisis actual y no caer en los errores del pasado; ambiental, de manera que a la vez que se lucha contra el cambio climático se pueda dar respuesta a la demanda creciente del mercado global; y social, para solucionar los retos que plantea el envejecimiento de la población en los países del norte frente a la explosión demográfica y al crecimiento sistemático del poder adquisitivo de las economías del sur y se adopten las medidas necesarias a favor de la inclusión social y contra la pobreza.





## Resultados del ESTUDIO





1.

## Responsabilidad corporativa, misión y visión y estrategia

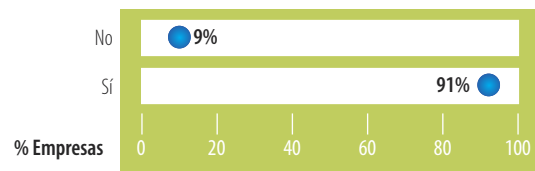
La **responsabilidad corporativa** considerada como un elemento estratégico en la gestión de la empresa se incorpora en cada una de las actividades que constituyen la cadena de valor de la organización. Por tanto, los primeros signos que debemos tener en cuenta son los relativos a la integración de la RC en su visión, estrategia, estructura, valores corporativos, códigos éticos y de conducta empresarial, planificación y programación, sistemas de incentivos y procesos y sistemas de gestión de indicadores que afectan a toda la estructura empresarial.

**Misión y visión** Especialmente la **misión y visión** de la empresa deberían reflejar el compromiso de la empresa con la responsabilidad corporativa. En este sentido, la totalidad de las empresas **líderes** y un alto porcentaje de las empresas que conforman el segmento **en consolidación** y las que están **en desarrollo** tiene integrados en su misión, visión y estrategia los principios de la responsabilidad corporativa.

Gráfico 1

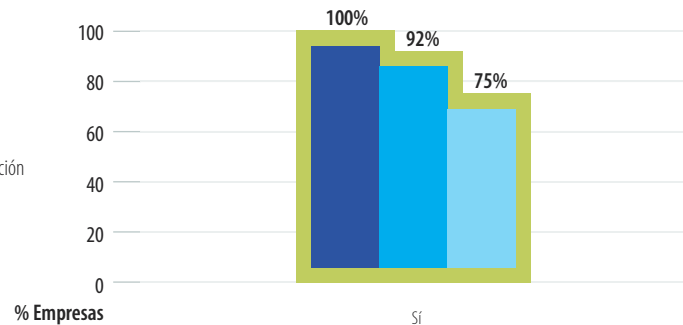
¿Están explícitos en la visión, misión y estrategia de la empresa los principios de la responsabilidad corporativa?

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

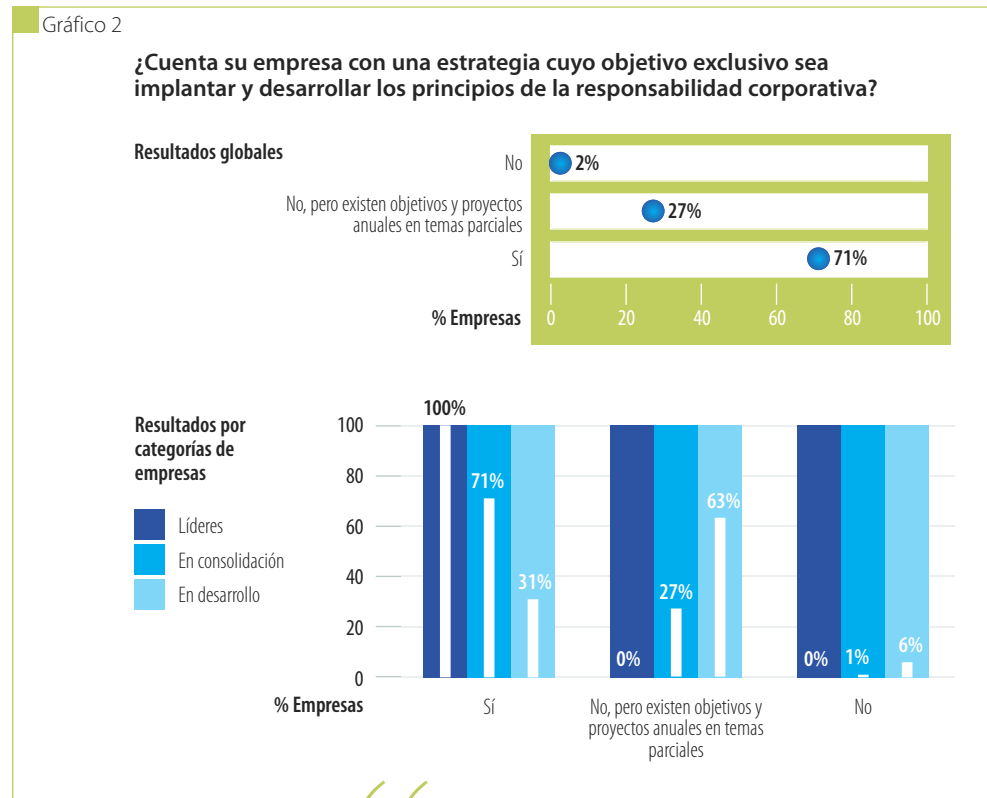
■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



Las empresas **en desarrollo** están incorporando de forma estratégica la responsabilidad corporativa

## Estrategia y planificación

La **totalidad** de las empresas líderes tiene una estrategia de responsabilidad corporativa. Como cualquier estrategia, necesita de una política explícita y difundida y de una planificación, ya sea con carácter anual, como es el caso del 95 % de las empresas líderes o mediante planes plurianuales, como ocurre en el 76% de los casos. Por el contrario, entre las empresas en desarrollo sólo un 31% afirma contar con dicha estrategia.



La totalidad de las empresas reconoce la importancia de contar con una estrategia corporativa para el desarrollo de la RC

Gráfico 3

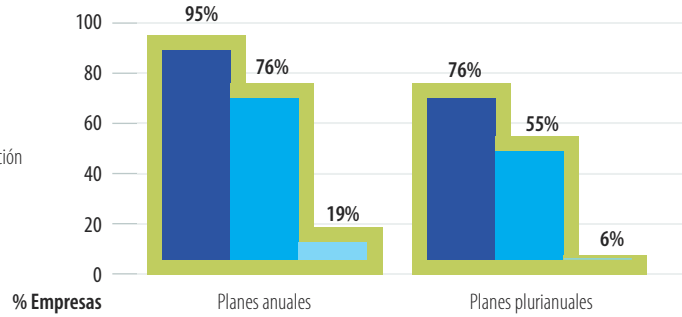
### Existencia de planes para el desarrollo de la responsabilidad corporativa

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“ La participación de las empresas **en desarrollo** en la elaboración de planes plurianuales de RC es aún incipiente

Gráfico 4

### ¿Consideran estos planes las expectativas de los grupos de interés?

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

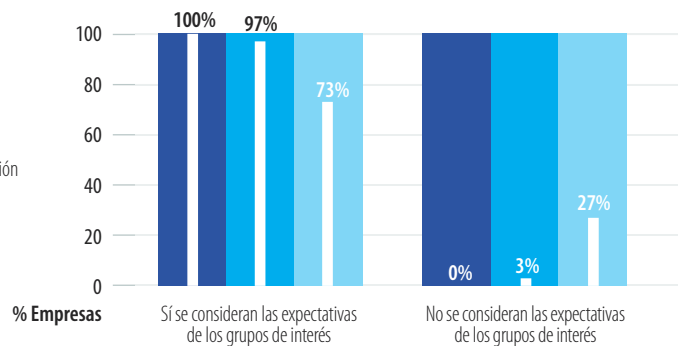
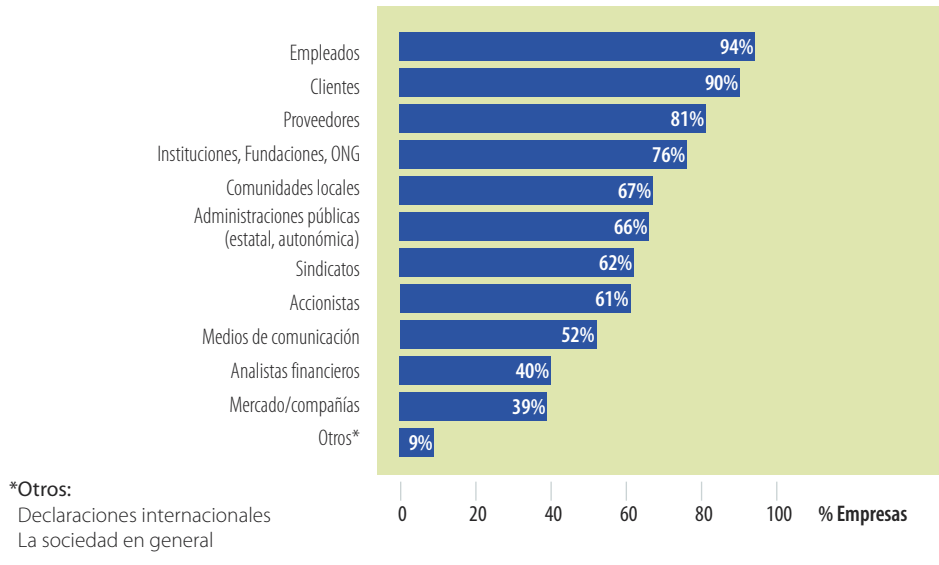


Gráfico 5

**En caso afirmativo, señale cuáles de ellos**



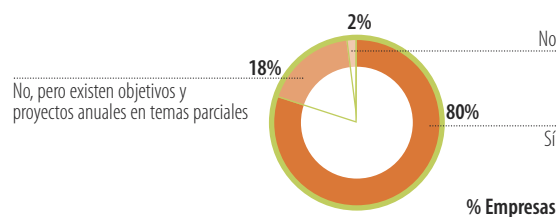
En el caso de la política de RC, la totalidad de empresas líderes dice tener definida una política relativa a la responsabilidad corporativa, mientras que en caso de las empresas en desarrollo este porcentaje se reduce considerablemente (31%). A nivel global, la definición de políticas específicas de responsabilidad corporativa se ha incrementado un 3% respecto al estudio anterior.

Considerando el segmento de empresas integradas en el índice IBEX-35<sup>2</sup>, el 89% de empresas tiene definida una política de responsabilidad corporativa, valor algo superior al del segmento de en consolidación.

Gráfico 6

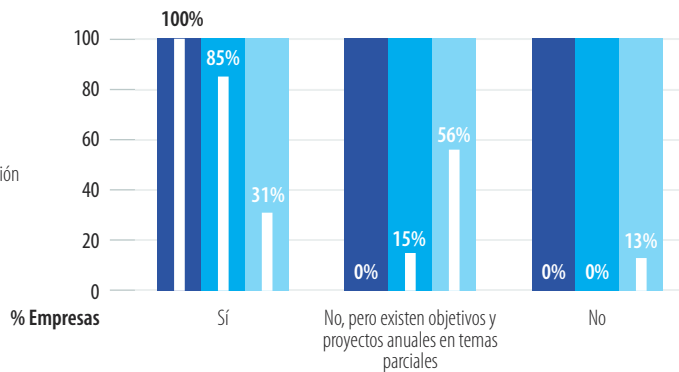
**¿Cuénta su empresa con política o políticas sobre responsabilidad corporativa?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“ La existencia de una política de RC responde a la exigencia y requerimientos de los estándares internacionales, administración y tercer sector. Por ello, aumenta el porcentaje en el segmento en consolidación ”

2. El listado de empresas del IBEX-35 que han participado en el estudio se incluye en el anexo 4. El total de empresas asciende a 27



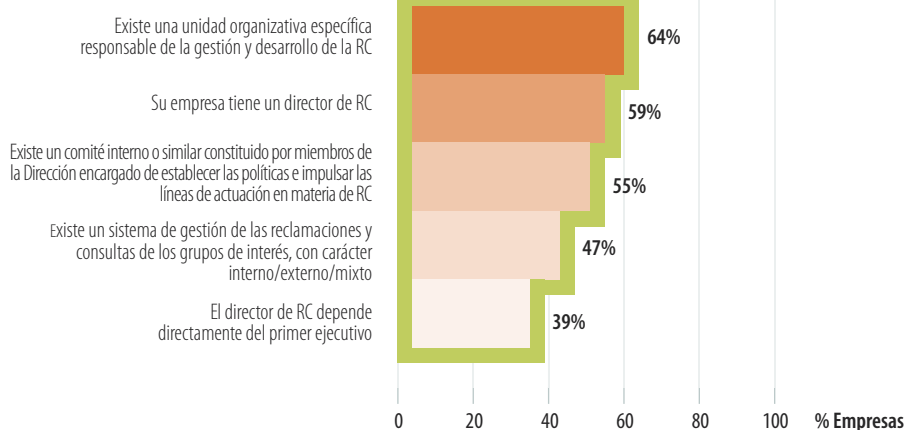
**Estructura** A la hora de valorar los elementos estructurales de apoyo a la estrategia de la responsabilidad corporativa se han propuesto tres figuras, que son:

- El **director de RC**
- La constitución de un **comité interno** o similar formado por miembros de la Dirección, encargado de establecer las políticas e impulsar las líneas de actuación en materia de responsabilidad corporativa
- La existencia de una **unidad organizativa específica** responsable de la gestión y desarrollo de la responsabilidad corporativa

Gráfico 7

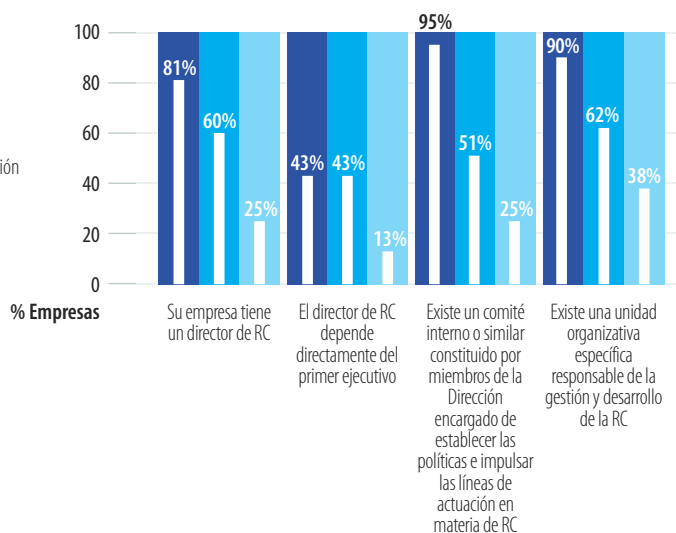
**Señale una o varias de las afirmaciones que corresponden con su modelo organizacional de RC:**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“ La secuencia que han seguido las empresas en la creación de una estructura organizativa es la siguiente:  
 1) Unidad organizativa específica  
 2) Director de RC  
 3) Comité interno

Un 95% de las empresas líderes ha establecido un comité interno, constituido por miembros de la Dirección, encargado de establecer políticas o líneas de actuación en materia de responsabilidad corporativa. Sólo el 51% del segmento en consolidación y el 25% de las empresas en desarrollo reconoce tener constituido un comité similar.

Un alto porcentaje de las empresas líderes (90%) afirma haber creado una unidad organizativa específica responsable de la gestión de la responsabilidad corporativa, porcentaje que baja hasta el 62% entre las empresas en consolidación y hasta el 38% en el segmento de empresas en desarrollo.

Igualmente, un 81% de las empresas líderes tiene designado un ejecutivo a cargo de la responsabilidad corporativa en la empresa, si bien, mayoritariamente, no tiene una dependencia jerárquica directa del máximo ejecutivo de la entidad. En el caso de las empresas en consolidación, un 60% tiene reconocida esta figura en su estructura organizativa, mientras que sólo el 25% del segmento en desarrollo dice tener un director de RC en su empresa. En el 61% de las empresas participantes el director de RC no depende del máximo ejecutivo.

## Valores y Códigos de Conducta

### Valores

Los valores son cualidades únicas de la empresa y de sus empleados que se reflejan en conductas determinadas que identifican a la empresa y guían su gestión, así como el desarrollo de sus políticas, estrategias y procesos. Los valores influyen, por tanto, en todas las actividades de la empresa y deben marcar la pauta del comportamiento de todos sus integrantes.

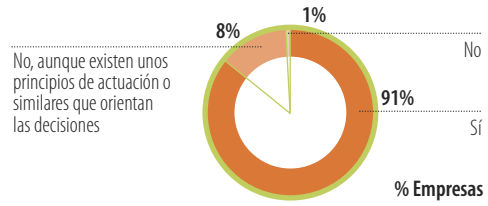
La importancia de los valores ha sido reconocida por todas las empresas, de los tres segmentos. Por eso, el 100% de las empresas líderes y el 92% y el 75% de las empresas en consolidación y en desarrollo respectivamente tienen unos valores corporativos definidos. Además, el 95% de las empresas líderes incorporan en ellos la responsabilidad corporativa. Estos porcentajes bajan al 87% y 67% respectivamente en el caso de empresas en consolidación y en desarrollo. El segmento de empresas que integran el IBEX-35 tiene resultados muy similares a las empresas en consolidación. Son las empresas líderes las que han hecho hincapié en la incorporación de la responsabilidad corporativa en sus valores, como demuestra el hecho que han alcanzado el 95%, lo que supone un ligero aumento con respecto a los resultados de 2007. El resto de empresas sigue también esta tendencia, si bien en este último caso ha disminuido el porcentaje de empresas que cuentan con unos valores corporativos definidos con respecto al estudio anterior.



Gráfico 8

### ¿Cuenta su empresa con unos valores corporativos definidos?

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

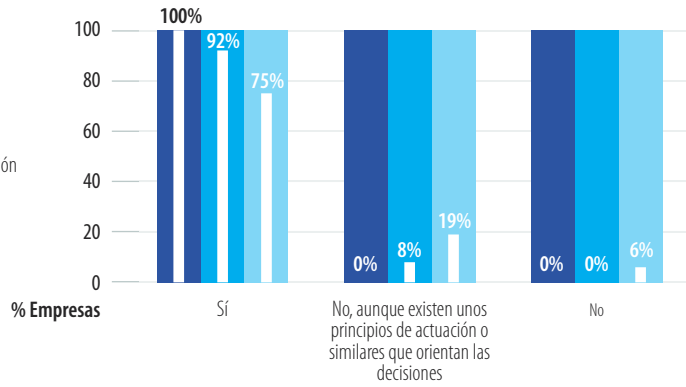
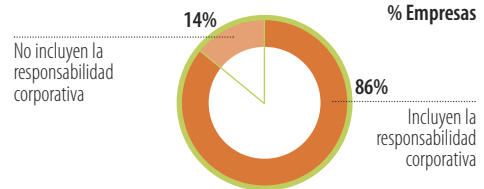


Gráfico 9

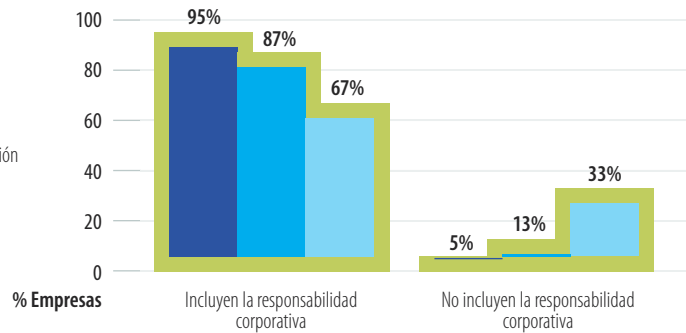
### Si la empresa cuenta con unos valores corporativos definidos, tales valores:

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



## Códigos de Conducta

El **código de conducta** es una herramienta de gestión que contribuye al despliegue y aplicación de los valores organizativos de la empresa, concretado en las pautas de comportamiento de sus integrantes en su actividad diaria.

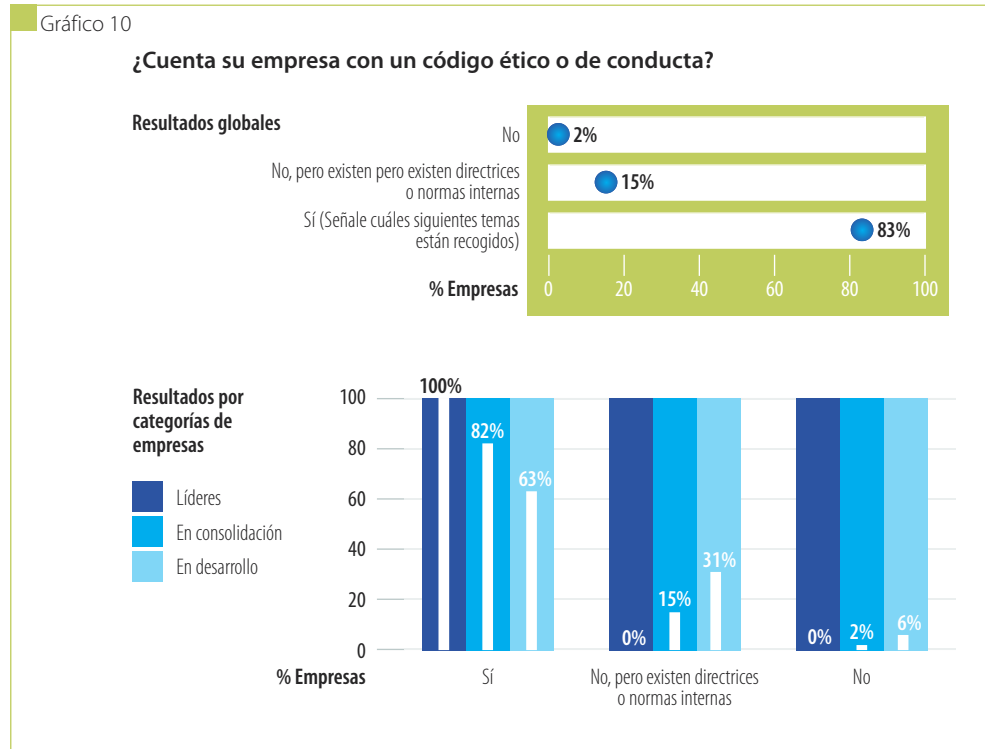




Tabla 1

**Si la empresa cuenta con un código de conducta, señale cuales de los siguientes temas están recogidos**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

	Líderes %	En consolidación %	En desarrollo %
Corrupción y sobornos	95	75	50
Confidencialidad de la información	95	76	50
Mal uso o apropiación indebida de recursos	90	71	38
Discriminación	95	75	31
Igualdad	95	70	31
Seguridad y salud laboral	90	70	63
Conflictos de intereses	90	67	31
Relaciones con GI como clientes, proveedores, etc	90	73	50
Entorno de trabajo	90	67	44
Violencia/acoso	86	67	25
Medio Ambiente	86	69	50
Productos/servicios	86	52	44
Relaciones con la competencia	95	49	38
Otros	14	8	0

“ La discriminación, la igualdad y los conflictos de intereses son los elementos menos desarrollados en los códigos de las empresas **en desarrollo** ”



El estudio ha puesto de manifiesto las importantes diferencias existentes entre las empresas líderes y las que están en desarrollo. Como puede apreciarse, la totalidad de empresas líderes dice tener un código de conducta, mientras que este porcentaje baja al 63% de las empresas en desarrollo. Esa diferencia también queda patente en los temas que recogen los diferentes códigos, ya que en las empresas en desarrollo la preocupación principal es la seguridad y salud laboral, frente a las tendencias de las empresas líderes que, además de recoger en un alto porcentaje la casi totalidad de las materias, marcan cinco pautas principales:

- Corrupción y sobornos
- Discriminación
- Confidencialidad de la información
- Igualdad
- Relaciones con la competencia

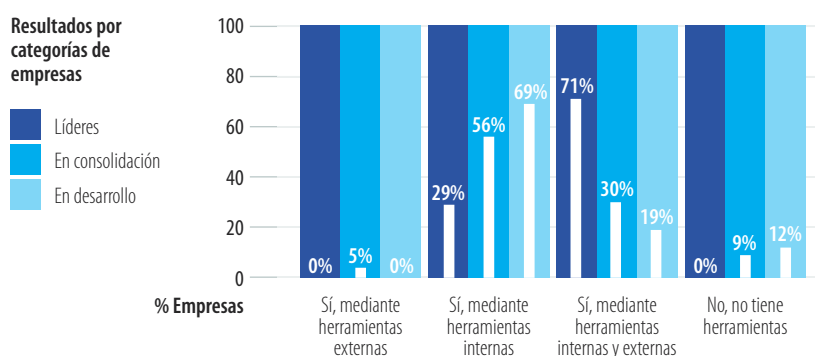
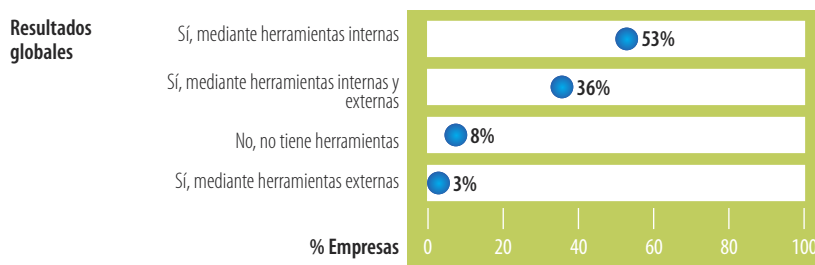
Esta tendencia también es seguida por las empresas en consolidación salvo en este último punto de relaciones con la competencia que es donde más alejadas están de las tendencias de las líderes, dando más importancia a otras cuestiones como el mal uso o apropiación indebida de recursos o la seguridad y salud laboral. La diferencia entre las empresas líderes y las que están en fase en consolidación radica en que las primeras se preocupan de fortalecer y apoyar el desarrollo de su sector.

El 89% de las empresas del índice IBEX-35 tiene elaborado un código de conducta.

Además esta tendencia que reconoce la importancia de los códigos de conducta está reforzada por el hecho que la mayoría de empresas han puesto en marcha mecanismos internos (comités corporativos de cumplimiento, responsables de cumplimiento, gestores éticos o árbitros de ética), externos (canal anónimo de denuncias externo, Ombudsman) o mixtos (internos y externos simultáneamente, a los que se suman en algunos casos auditorías de conducta y ética empresarial) para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos. Sólo un 12% del segmento en desarrollo y un 9% de las que están en consolidación no tiene herramientas de control. El concepto “herramientas internas y externas simultáneamente” es el criterio más discriminatorio entre segmentos y favorable hacia las líderes. (71% vs. 19% de las en desarrollo). Un 96% de empresas del IBEX-35 reconocen haber implantado alguna de estas medidas.

Gráfico 11

**En caso de incumplimiento de estos principios, ¿tiene la empresa las herramientas para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos?**



“ Las empresas **en desarrollo** han optado por los controles internos más fáciles de implantar frente a la opción de las empresas **líderes** que abogan por la dualidad de los controles mixtos

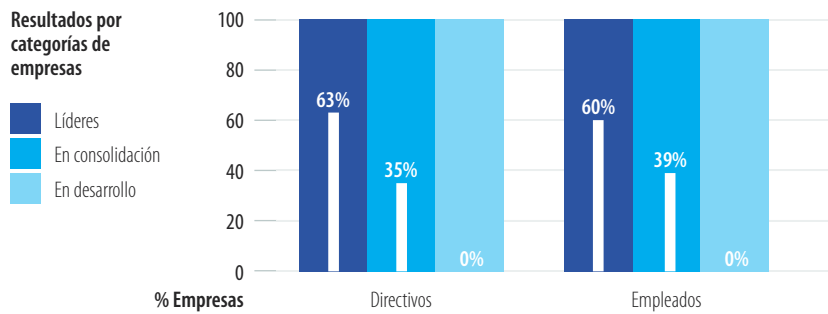
**Destaca el significativo crecimiento** respecto al estudio de 2007 de empresas que reconocen tener herramientas para identificar y gestionar los incumplimientos del código de conducta, ya sean herramientas internas, externas o mixtas (36%).

**La tendencia evolutiva** de los códigos de conducta se dirige a extender su conocimiento y ámbito de aplicación también a los proveedores o colaboradores de la empresa, dada la importancia que tiene el control de la cadena de suministro, sobre todo desde el punto de vista de la reputación de la empresa. A ello se une también la tendencia de incorporar a los grupos de interés en la elaboración y seguimiento de estos códigos.

**Sistemas de incentivos** **Tan sólo el 35%** de las empresas **en consolidación** reconoce tener un sistema de incentivos alineado con la responsabilidad corporativa para sus directivos, y del 39% para sus empleados. Estos porcentajes suben al 63% y 60%, respectivamente, en el segmento de empresas **líderes**. En el segmento de empresas **en desarrollo**, ninguna empresa reconoce tener implantado un sistema de incentivos ni para sus directivos, ni para sus empleados. También es muy bajo (47%) en el caso de las empresas integradas en el índice IBEX-35.

Gráfico 12

¿Existe algún sistema de incentivos asociados a la participación de los empleados en alguna o todas de sus categorías?



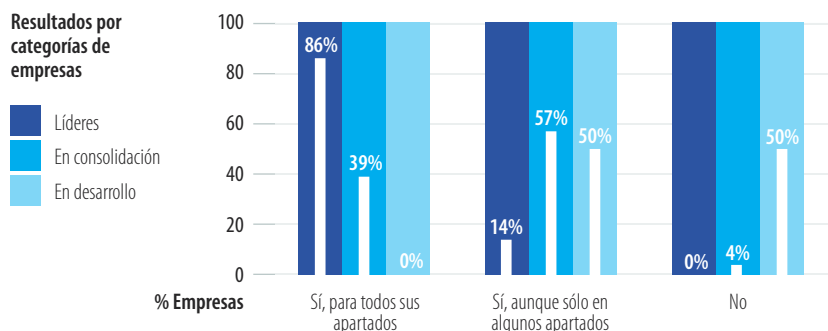
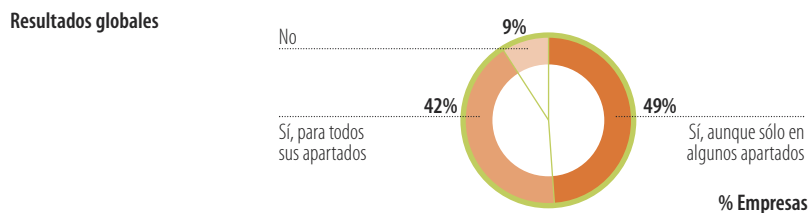
“ En el segmento **en consolidación** aumenta el número de empresas con sistemas de incentivos asociados a la participación de empleados como una forma de impulso de la responsabilidad corporativa

**Indicadores de RC** Es importante que los objetivos propuestos y los esfuerzos y proyectos realizados en RC puedan tener el seguimiento oportuno gracias al establecimiento y utilización de indicadores. Estos indicadores reflejarán cada uno de los aspectos relativos a la misma y que de forma global deben permitir una mejor implantación y seguimiento de la estrategia de RC de la empresa alineándola con los valores y objetivos de la misma e introduciéndolo en su actividad diaria.

Como puede apreciarse en el gráfico siguiente, son muchas las empresas que ya tienen desarrollado un sistema de indicadores para la responsabilidad corporativa.

Gráfico 13

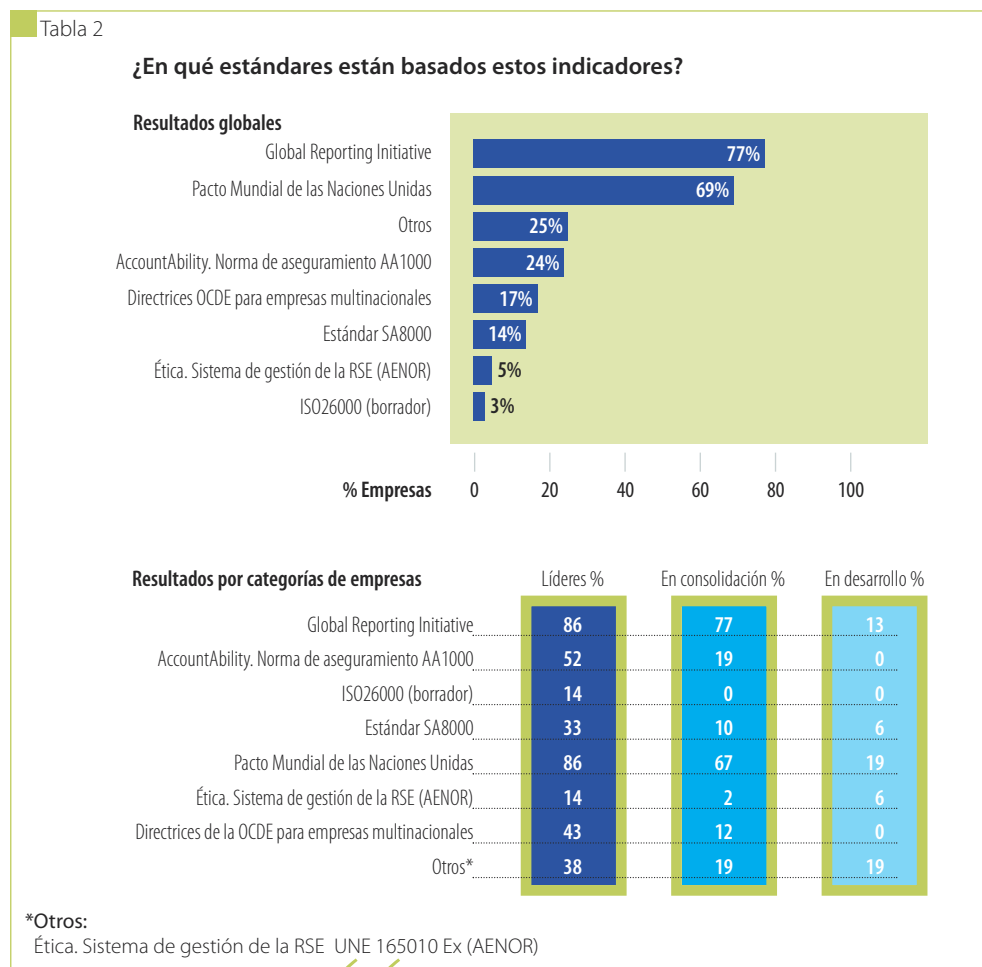
¿Existen indicadores que le ayuden a evaluar el progreso y resultado de su empresa en materia de responsabilidad corporativa?



“ Importante crecimiento de empresas que han implantado indicadores en materia de responsabilidad corporativa respecto al estudio anterior (45%)

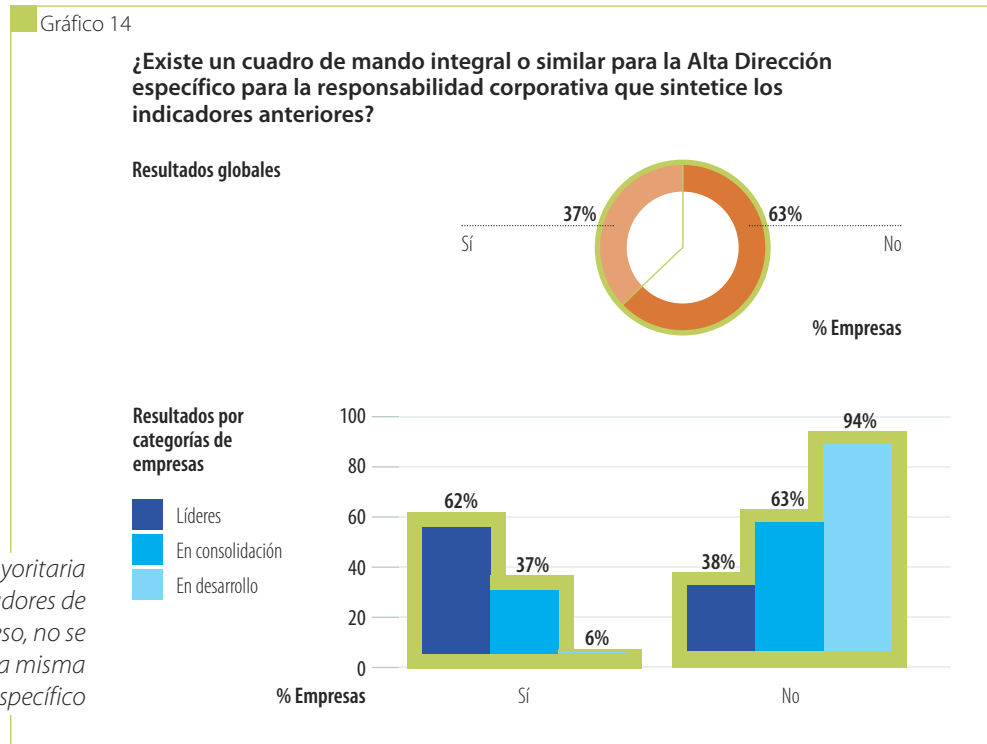
Todas las empresas líderes tienen definidos indicadores que permitan evaluar el progreso de la responsabilidad corporativa, y un 86%, los tienen definidos para todos los apartados. Es importante la diferencia frente a la situación actual de las empresas en desarrollo, de las cuales sólo un 50% tiene definidos estos indicadores, y ninguna para todos los apartados.

Como puede verse en la tabla siguiente, los sistemas de indicadores utilizados se basan mayoritariamente en las propuestas de Global Reporting Initiative (GRI) y del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, aunque en el caso de las empresas en desarrollo se presentan porcentajes muy bajos.

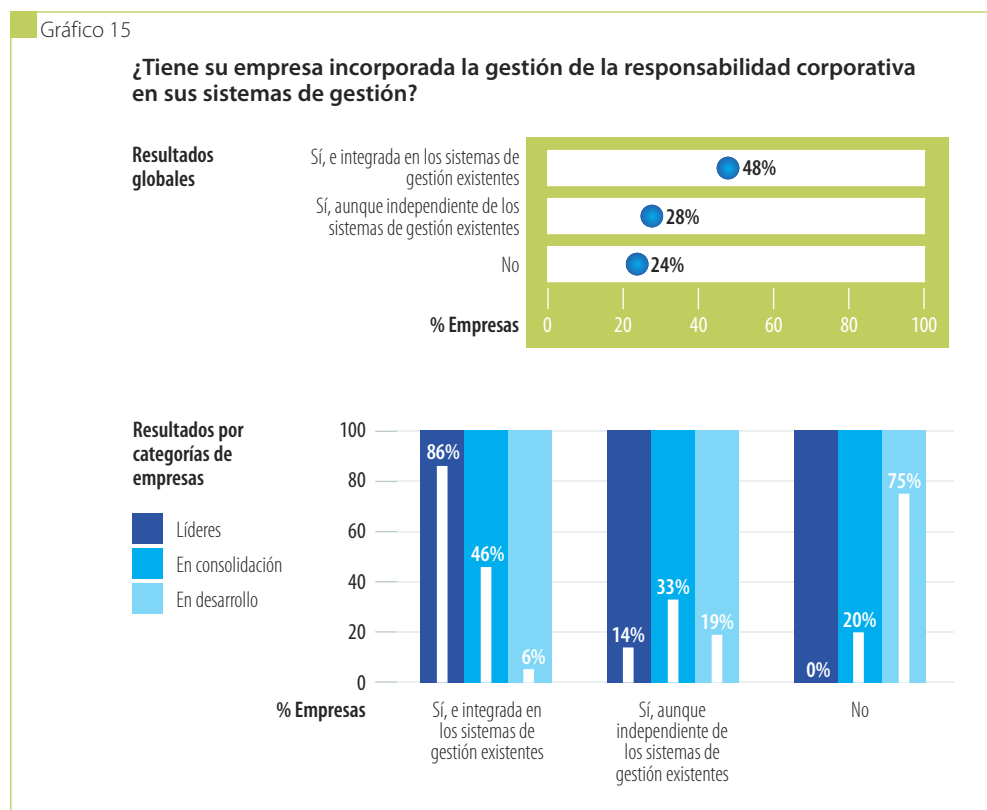


“ Se consolida el GRI como estándar de referencia en la implantación de indicadores, con la norma AA1000 como complementaria en algunos casos. El pacto mundial es tomado como referencia por las empresas en desarrollo por el carácter abstracto de sus principios, más fáciles de adoptar

Una de las “buenas prácticas” en el campo de los indicadores es el uso de un Cuadro de Mando Integral (CMI) que informe a la Alta Dirección de forma sistemática sobre los aspectos clave de la RC. En este aspecto, el margen de mejora es importante. Tan solo un 62% de las empresas líderes y un 37% de las empresas en consolidación tienen un CMI con estas características. El porcentaje baja hasta el 6% para las empresas del segmento en desarrollo. El porcentaje es del 44% para las empresas integradas en el índice IBEX-35.



“ Pese a la mayoritaria adopción de indicadores de medición de progreso, no se incorporan en la misma medida al CMI específico







2.

## Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones

La **gestión eficiente de los grupos de interés** tiene una connotación que va más allá de mantener buenas relaciones con los colectivos que rodean a la empresa. Los resultados de esta gestión deben formar parte de la información de partida para definir, ajustar e impulsar la estrategia de la compañía.

### Identificación de los grupos de interés y marcos de relaciones

Al igual que en el estudio anterior, las empresas líderes son aquellas que tienen relaciones de valor con todos sus grupos de interés, mientras que las empresas en consolidación reconocen que no siempre establecen relaciones con todos ellos.

Gráfico 16

**¿Tiene su empresa identificados y segmentados sus grupos de interés?**

Resultados globales

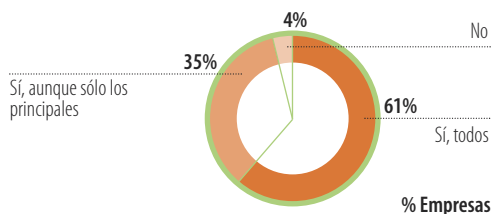


Gráfico 17

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

Resultados globales

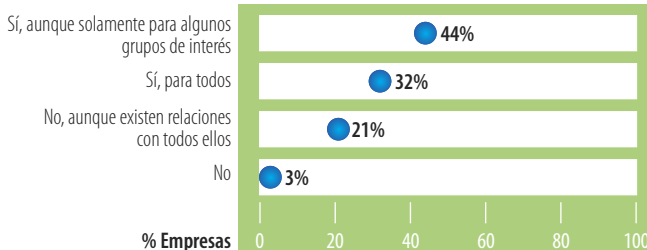


Tabla 3

**Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Con qué grupos de interés tiene su empresa definido un marco de relaciones?**

Resultados globales	En consolidación %	En desarrollo %
Accionistas	40	25
Empleados	62	50
Clientes	60	44
Proveedores	52	38
Comunidades locales	42	19
Instituciones, Fundaciones, ONG	50	25
Administraciones públicas (estatal, autonómica)	42	19
Sindicatos	39	19
Mercado/compañías	21	13
Analistas financieros	20	6
Medios de comunicación	27	13
Otros	10	0

“ En las empresas **en consolidación** y **en desarrollo** parece que hay un amplio margen para la mejora de las relaciones con los grupos de interés en general, aunque ha aumentado el porcentaje de empresas que mantienen diálogo con todos los grupos de interés, incluso en las empresas **en desarrollo**”

**Comunicación: informes y otras herramientas** La **comunicación de la responsabilidad corporativa** es una de las bases de sustentación de esta gestión en las empresas. Una comunicación fluida, transparente y de valor que refleje las actuaciones llevadas a cabo a nivel interno y externo. En este sentido, los informes de responsabilidad corporativa se han convertido en la práctica más común para transmitir a los grupos de interés, y al público en general, los avances en la materia. Como puede verse en los gráficos siguientes, ya sea como informe específico de RC o integrado en su informe anual, la totalidad de las empresas **líderes** y un porcentaje muy alto de empresas **en consolidación** lo elaboran. El porcentaje es, sin embargo, poco significativo todavía para el segmento de empresas **en desarrollo**. Un 93% de empresas del IBEX-35 participantes elabora y edita un informe de responsabilidad corporativa o sostenibilidad. Respecto al estudio anterior, se ha producido un incremento del 9% en el número de empresas que elabora y edita el informe.

Gráfico 18

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

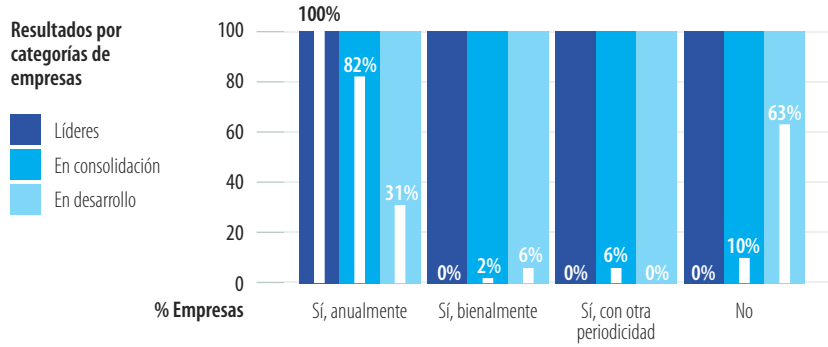
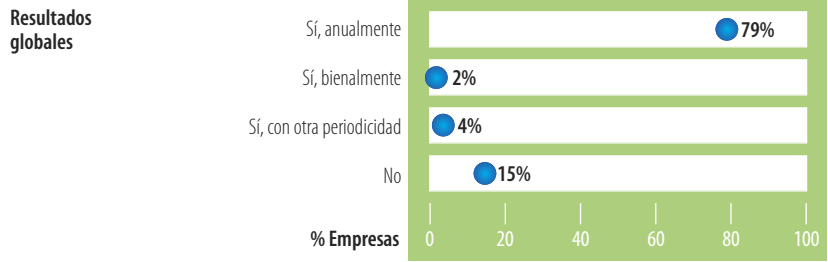
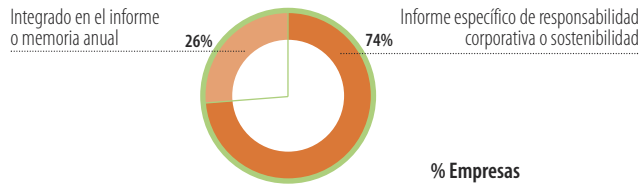


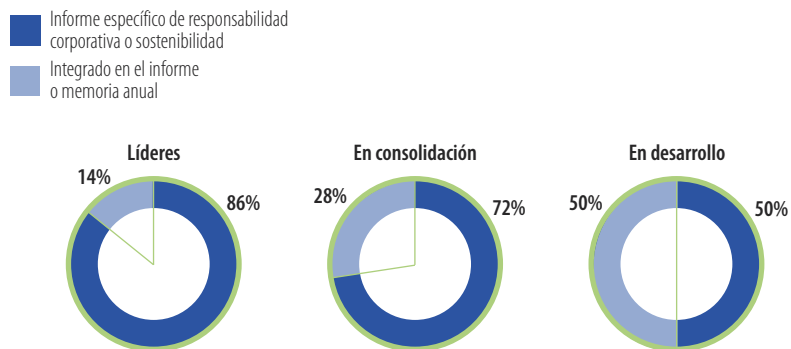
Gráfico 19

### Características del informe de responsabilidad corporativa

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**



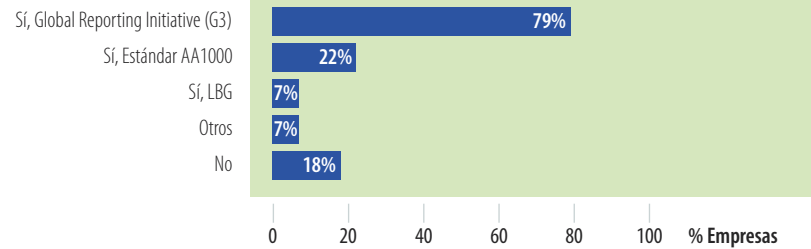
“ Se consolida la tendencia a presentar informes específicos de responsabilidad corporativa. El 100% de las empresas líderes lo elaboran con carácter anual

En cuanto a la metodología para la elaboración de dichos informes, hay una clara tendencia a adoptar estándares internacionales de reconocido prestigio, como GRI o la norma AA1000. Las empresas líderes suelen incluso utilizar ambos estándares de forma complementaria. No obstante, esta tendencia todavía no es tan evidente en las empresas en desarrollo.

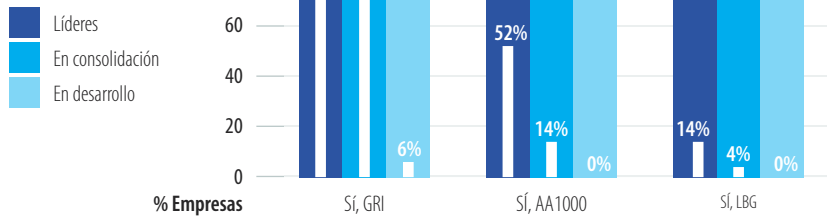
Gráfico 20

**¿El informe sigue las recomendaciones de estándares internacionales?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**



“GRI sigue siendo la opción principal de las empresas españolas. España es el principal emisor de memorias de responsabilidad corporativa siguiendo GRI por encima de países como EEUU o Reino Unido”

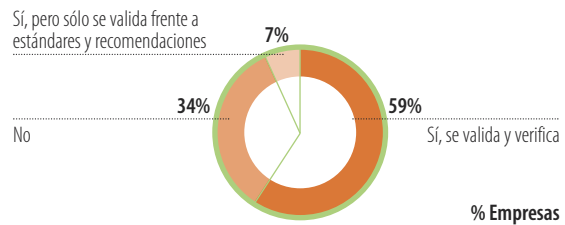


Por otra parte, teniendo en cuenta la mayor atención que los grupos de interés prestan a la información proporcionada por las empresas y al igual que sucede con los datos incluidos en los informes anuales de las empresas, se refuerza la tendencia a la verificación externa por parte de organismos acreditados para ello. Así queda patente en la totalidad de las empresas del IBEX-35 que han participado en la encuesta dicen someter el informe de responsabilidad corporativa a la revisión de expertos independientes. Sin embargo, todavía un 35% de las empresas **en consolidación** y un 83% en el caso de empresas **en desarrollo** dice no someter sus informes a la verificación de expertos independientes externos. Destaca el importante crecimiento del número de empresas que somete su informe a la comprobación externa respecto a los resultados del informe anterior.

Gráfico 21

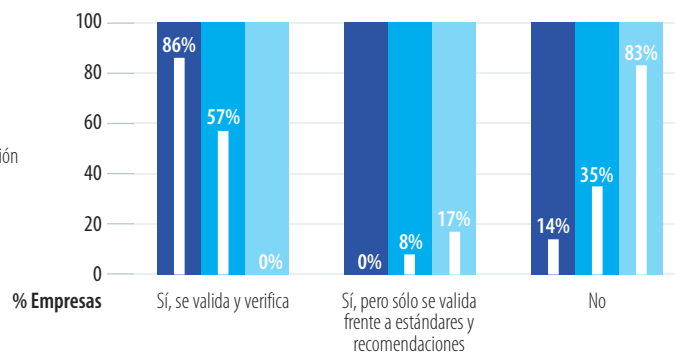
**¿La información que se presenta en este informe de responsabilidad corporativa o sostenibilidad está revisada/comprobada por profesionales externos independientes?**

**Resultados globales**



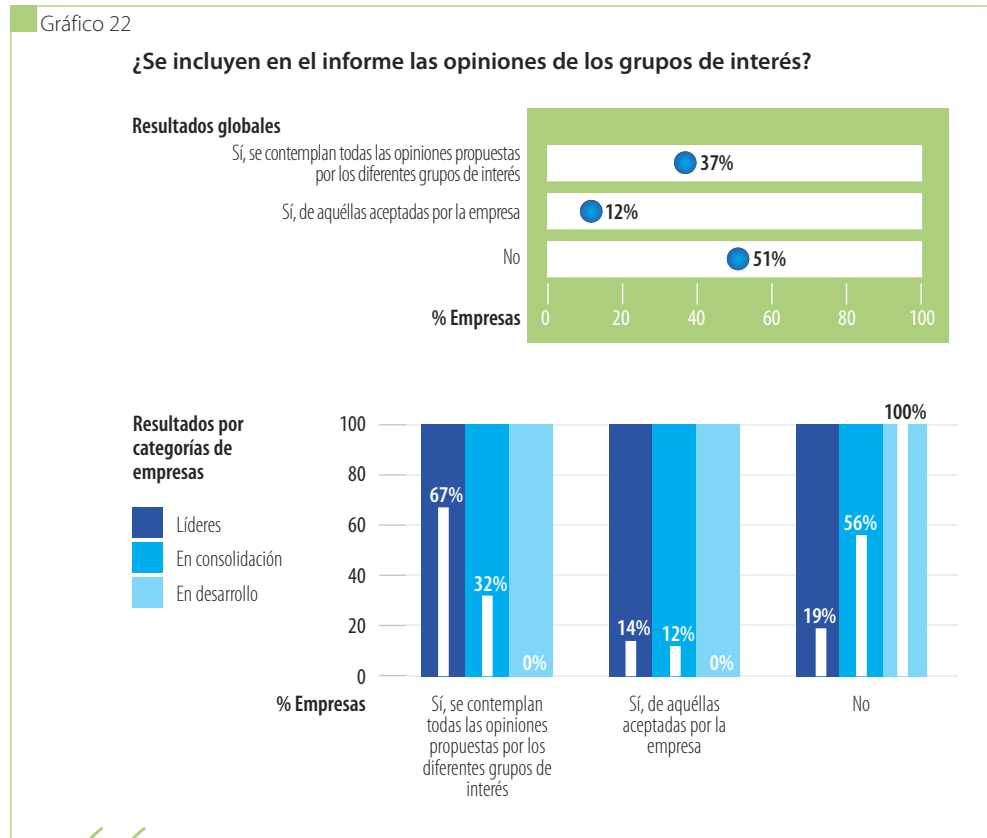
**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



*Se consolida la verificación, que es además un requisito para obtener la máxima calificación de GRI (A+). Casi la mitad de los informes que se presentan a nivel mundial y obtienen el máximo reconocimiento corresponden a empresas españolas*

De igual forma, existe mucho margen de mejora para incorporar la opinión de los grupos de interés en los informes de RC elaborados por las empresas puesto que el 19% de las **Líderes** afirman no incluir dichas opiniones y tampoco lo hacen el 56% de las empresas **en consolidación**. Ninguna de las empresas **en desarrollo** contempla la opinión de sus grupos de interés.



“ Por el bajo porcentaje registrado, parece deducirse que las empresas sólo incorporan las opiniones de sus grupos de interés cuando así se lo exige el estándar conforme al que se verifican

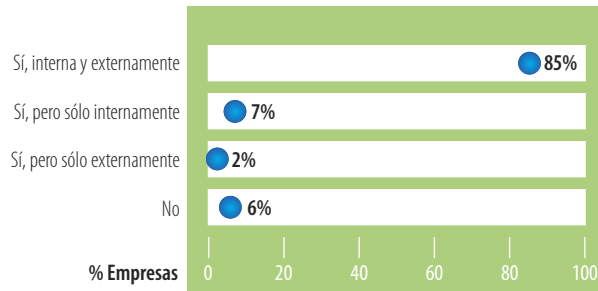


Pese a la alta calidad de las memorias de las empresas líderes, reconocidas muchas de ellas en este campo en distintos foros, existen otras herramientas de comunicación. Así, la totalidad de empresas líderes (100%) y en consolidación (99%) reconoce tener herramientas para dar a conocer sus prácticas en responsabilidad corporativa a sus grupos de interés. El porcentaje es también alto en el grupo de empresas en desarrollo (62%), así como en las integradas en el índice IBEX-35 (93%).

Gráfico 23

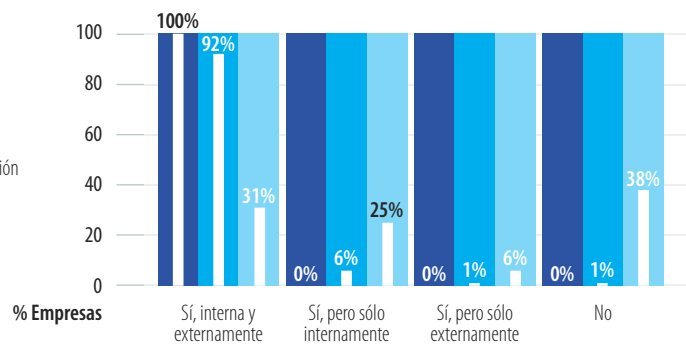
**¿Dispone de herramientas para dar a conocer sus prácticas de responsabilidad corporativa?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

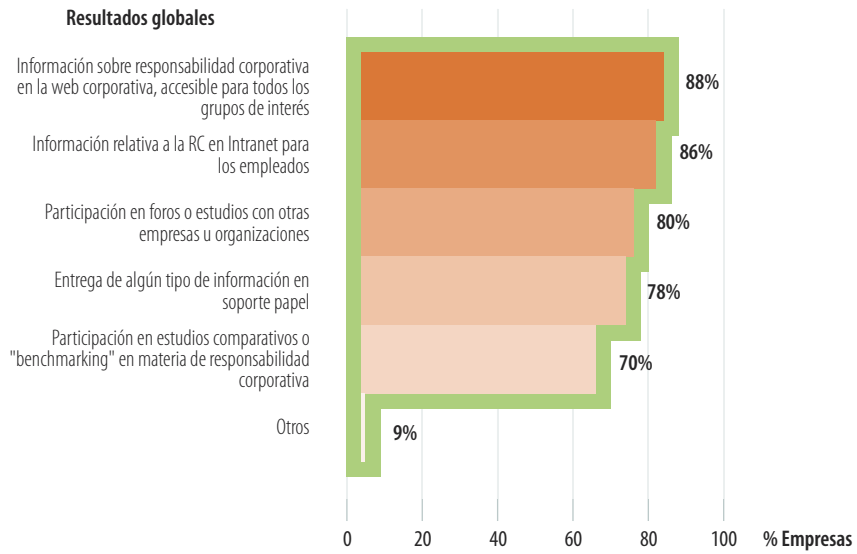


“Las empresas líderes y en consolidación han desarrollado herramientas internas y externas que coinciden con la necesidad de dar respuesta a los marcos de relación establecidos con sus grupos de interés

Gráfico 24

**Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿qué herramientas emplea para comunicar estas prácticas?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

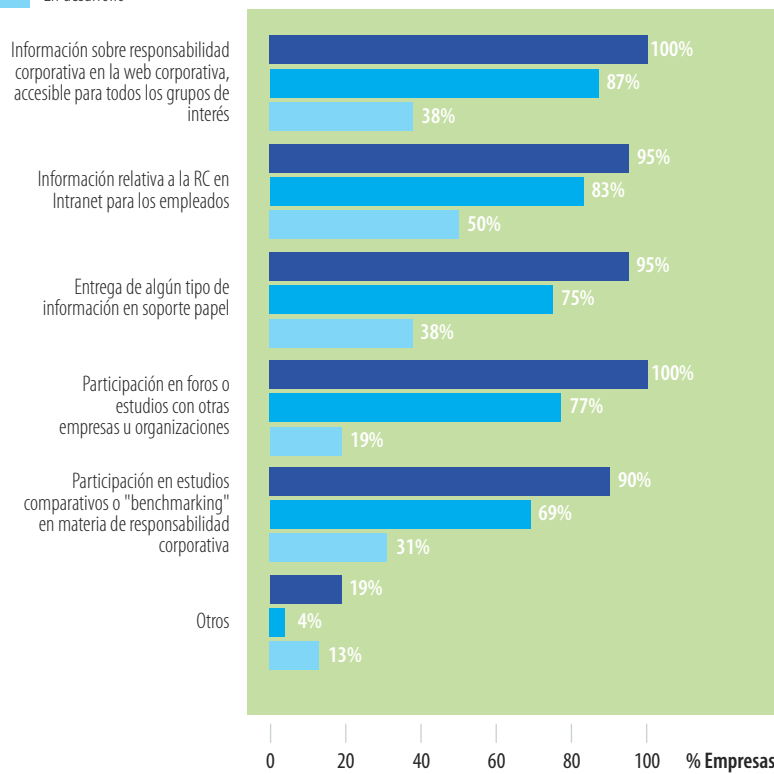
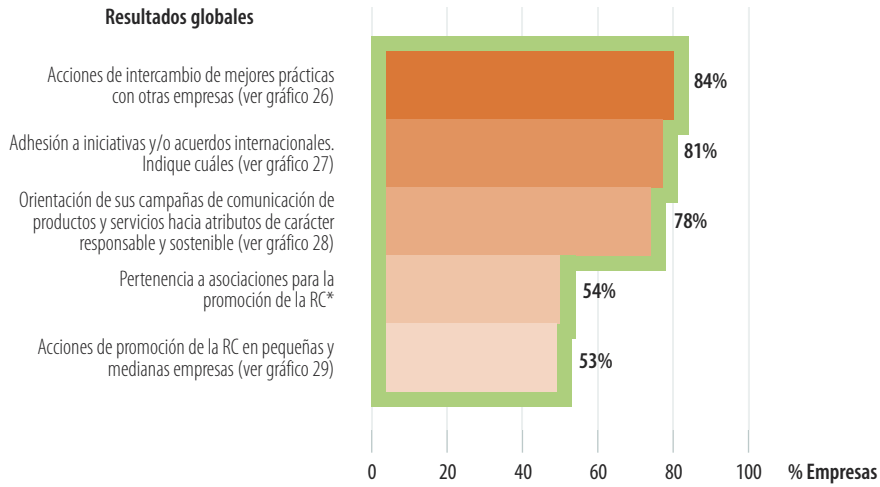


Gráfico 25

### Promoción externa de la responsabilidad corporativa

#### Resultados globales



\*Algunas de las asociaciones mencionadas han sido:

AENOR; AROHE; Arpel; Asepam/ Pacto Mundial; Asociación Española para la Calidad; Ayuntamientos; Building and Wood Workers' International Clean Cargo Working Group Better Cotton Initiative (BCI); Business for Social Responsibility; Cámaras de Comercio; CECA; Cement Sustainability Initiative; CEOE; Club de Excelencia en Gestión; Club de Excelencia en Sostenibilidad; Club Español del Medio Ambiente; CONAMA; Confederación de Empresarios Andaluces; Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial; COTEC - Fundación para la innovación tecnológica; CSR Europe; FORCEM Fundación tripartita para la formación en el empleo; Forética; Foro de Empresas Ferroviarios para la Sostenibilidad; Foro de Reputación Corporativa; Framework Agreement; Fundación Broseta; Fundación Carolina; Fundación Entorno; Fundación ETNOR; Fundación Lealtad; Fundación Más Familia; GeSI; Green Power Market Development Group Business for Social Responsibility; GRI; Instituto de Análisis de Intangibles; IPIECA; Madrid Excelente; Network; Refrigerants, Naturally! (RN); WBCSD

Gráfico 26

### Acciones de intercambio de mejores prácticas con otras empresas

#### Resultados globales

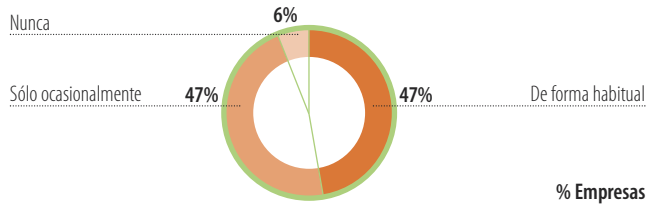
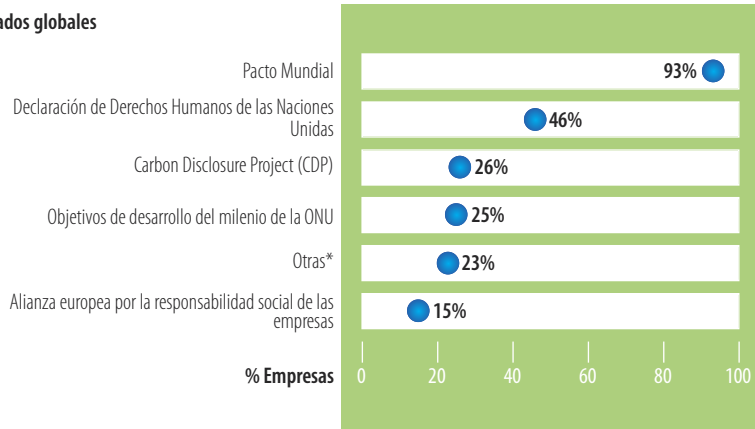


Gráfico 27

### Adhesión a iniciativas internacionales

#### Resultados globales



\*Otras iniciativas internacionales:

ESBG; WBCS; BSCD Portugal; Carta de principios para un negocio bancario responsable; Green gas emissions; eiti; Carig for Climate: The Business Leadership Platform; MFA Forum; Better Factories Cambodia; Fibre Citoyenne

Gráfico 28

### Orientación de sus campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible

#### Resultados globales

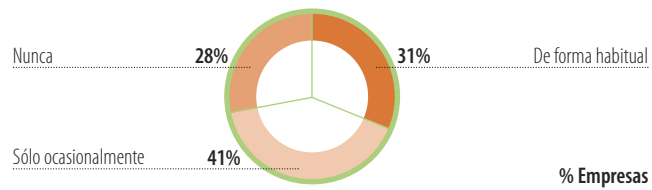
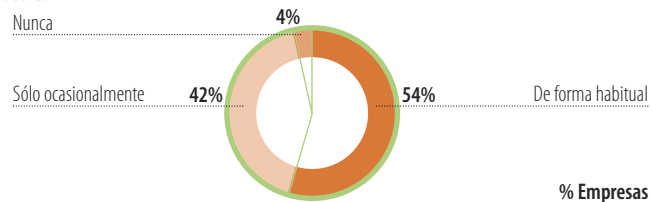


Gráfico 29

### Acciones de promoción de la RC en Pequeñas y Medianas empresas

#### Resultados globales



## Gestión técnico-económica



**Este apartado** trata de medir el impacto de la RC en la gestión y en los resultados de la empresa y lo hace contemplando distintos aspectos como son la asignación de un presupuesto específico, la medición de los resultados tangibles e intangibles que reporta a la empresa, la ventaja que supone la incorporación de la innovación en los procesos y servicios, la introducción de pautas de consumo responsable, la valoración de la situación de la empresa conforme a los diferentes indicadores de sostenibilidad y reputación, así como la importancia que se está dando a la inversión socialmente responsable en la propia empresa y la incorporación de criterios de responsabilidad en los procesos de fusión y adquisición.

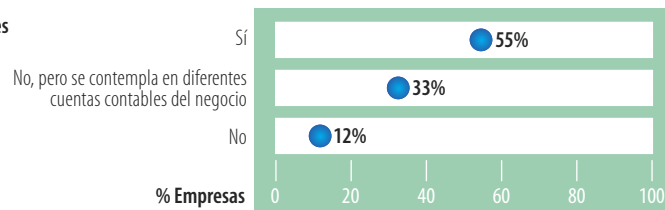
### Presupuesto y cuantificación de resultados

Como puede apreciarse en el gráfico siguiente, es importante el número de empresas líderes que elaboran un presupuesto específico y poseen una cuenta de resultados que incluye los económicos, los medioambientales y los sociales. Los porcentajes son bajos en el segmento en consolidación, pero al tratarse de una práctica relativamente novedosa, los resultados pueden considerarse satisfactorios. El porcentaje es del 70% en el segmento de empresas del IBEX-35.

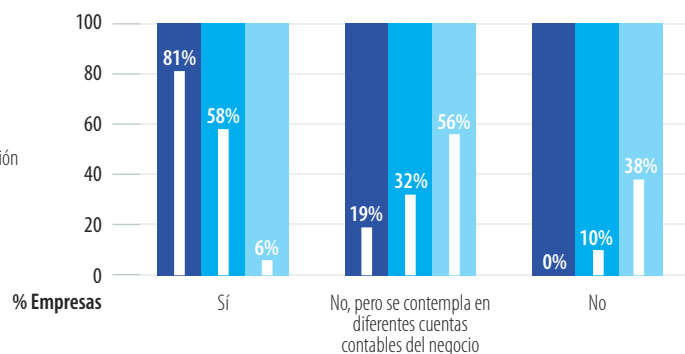
Gráfico 30

#### ¿Existe un presupuesto específico para los proyectos o actividades de responsabilidad corporativa?

##### Resultados globales



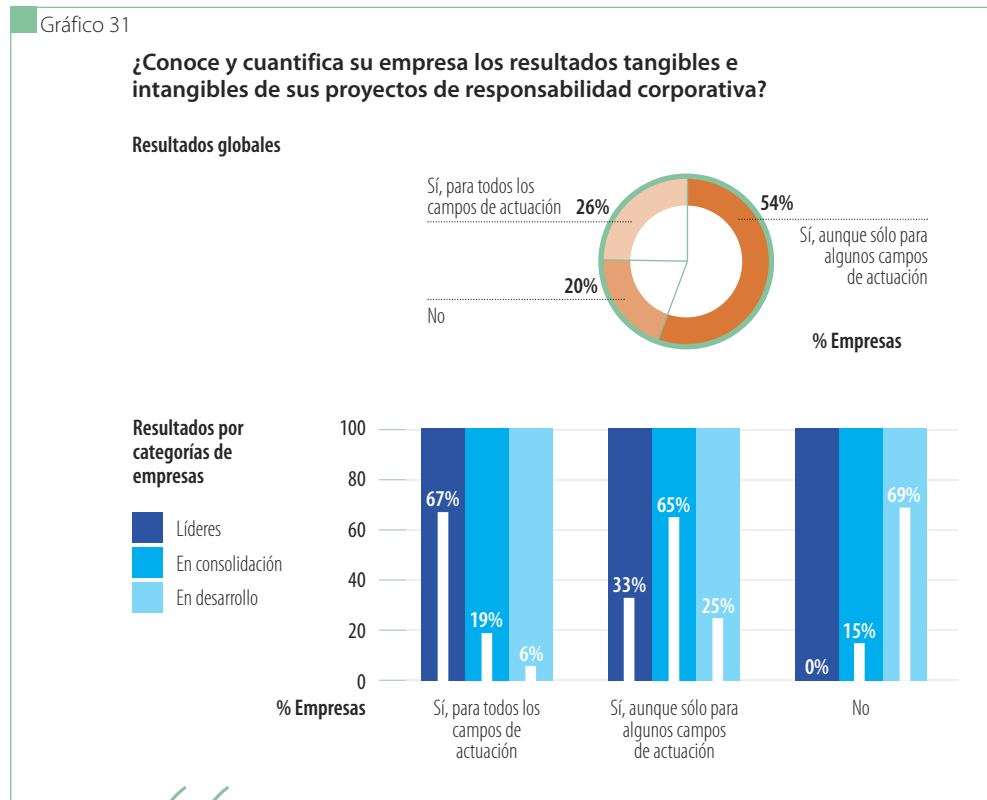
##### Resultados por categorías de empresas



“ La existencia de un presupuesto específico para las actividades de RC es una de las características de las empresas líderes

No obstante, aunque aproximadamente el 50% del total de las empresas reconoce tener un presupuesto específico, sólo 40 de ellas han dado la cifra exacta que destinan a esta partida, cuya media ronda el 1.40% frente a la facturación, aunque la cifra más frecuente es el 1%.

El 100% de las empresas líderes conocen y cuantifican los resultados tangibles e intangibles de sus proyectos de RC, aunque el 33% de ellas sólo para algunos campos. En el caso de las empresas en consolidación este porcentaje es del 84%, pero sólo el 19% lo hace para todos los campos. El porcentaje baja hasta el 31% para el segmento de empresas en desarrollo, y de éste, tan sólo el 6% lo hace para todos los campos.



“ Las empresas líderes y en consolidación ya han reconocido el valor que aporta la responsabilidad corporativa en sus resultados tangibles e intangibles



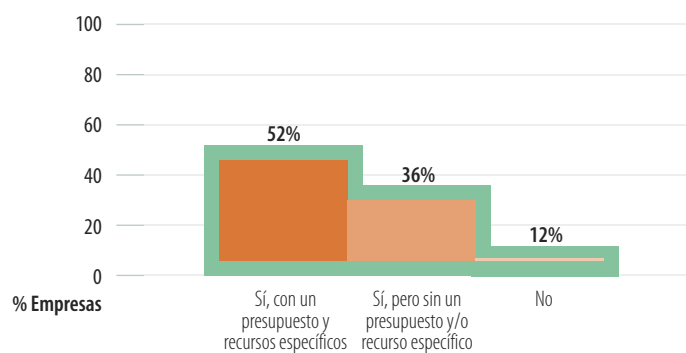
## Innovación responsable

La **Responsabilidad Corporativa** puede configurarse como una vía hacia la innovación, entendida en su triple dimensión: social, medioambiental y económica. Como se muestra en el gráfico siguiente, la totalidad de empresas **líderes** afirma realizar innovación responsable al considerar los aspectos medioambientales y sociales en sus procesos de innovación y haber establecido estándares que aseguren una adecuada atención a dichos temas en los procesos de fabricación. Sin embargo, estas cifras disminuyen en el caso de empresas **en consolidación** (88%) y **en desarrollo** (75%). Se refleja una tendencia similar en cuanto a la existencia de presupuesto y recursos específicos, siendo del 90% en el caso de las empresas **líderes**, 46% de las empresas **en consolidación** y 31% de las empresas **en desarrollo**.

Gráfico 32

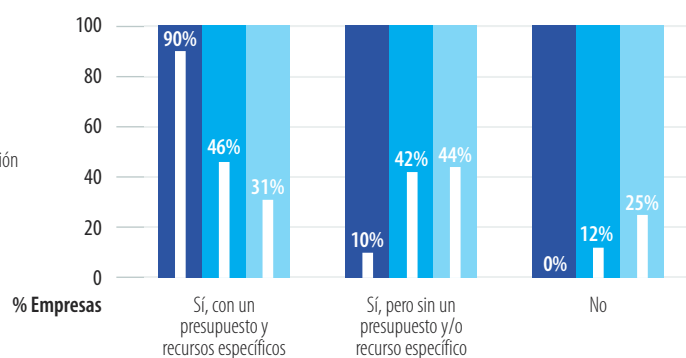
### Actividades de innovación responsable que realiza la empresa, entendiendo como tales aquéllas que consideran en la I+D+i aspectos ambientales y sociales

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

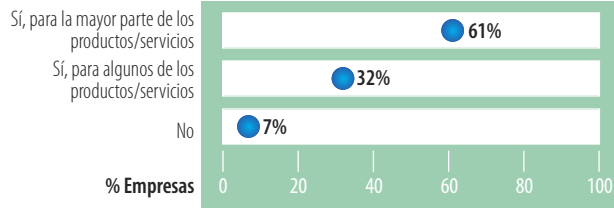


Relacionando la inversión en I+D+i con la cuantificación de los resultados tangibles e intangibles anteriormente mencionados, hay que tener en cuenta que el estudio *European Cartography on CSR Innovations, Gaps and Future Trends* de CSR Europe, estima que el 45% de las innovaciones en el negocio generan beneficios, reflejados en una mejora de los resultados en general, ahorro de costes, mayor eficiencia operacional y nuevas oportunidades de negocio. Además ese impacto es todavía mayor en el caso de los intangibles (62%), a través de una mejora de la credibilidad, en la valoración del fondo de comercio y en un reforzamiento de la reputación y las relaciones de la empresa.

Gráfico 33

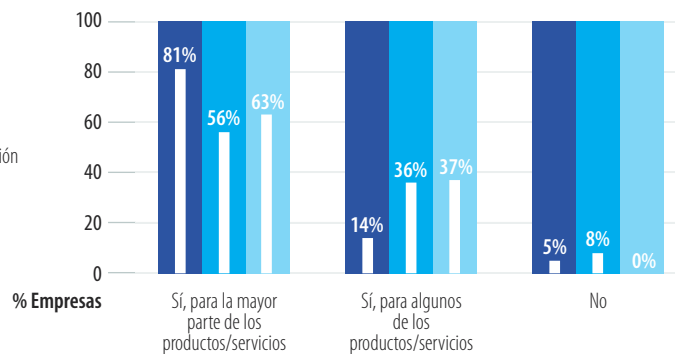
**Estándares de fabricación de productos y/o de prestación de servicios que contemplan aspectos sociales y ambientales implantados por la empresa**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

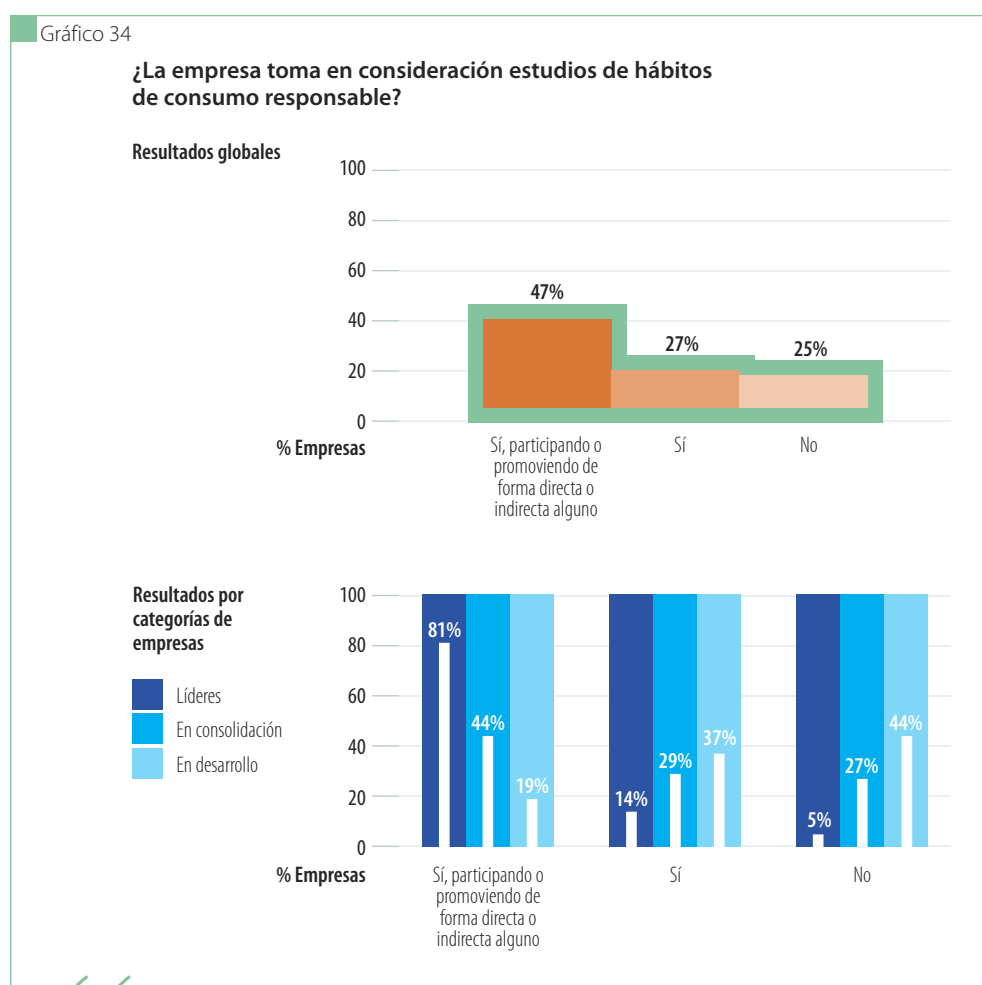


Las empresas **en desarrollo** tienen aquí mejores resultados que las empresas **en consolidación**, motivada por la orientación a los procesos externos de la empresa en su estrategia de RC

## Consumo responsable

Existe un importante margen de mejora en la consideración de estudios de hábitos de consumo responsable para las empresas en consolidación y en desarrollo. El 73% de las empresas en consolidación reconoce que considera los estudios de consumo responsable existentes, 56% en el caso de las empresas en desarrollo; si bien de ellas sólo el 44% de las empresas en consolidación reconoce participar o promover algún hábito de consumo responsable y el 19%, en el segmento de empresas en desarrollo.

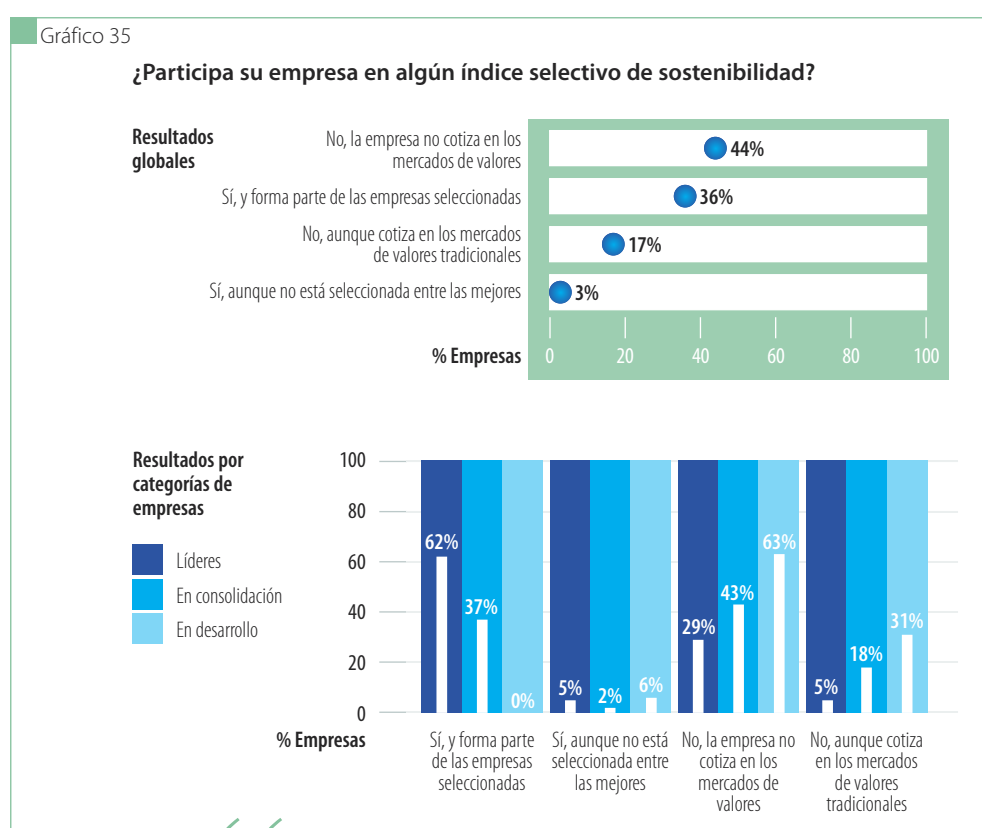
Por el contrario, los porcentajes son significativos en el caso de las empresas líderes. El 95% dice analizar hábitos de consumo responsable, y el 81% lo hace participando de forma directa o indirecta en alguno.



“Las empresas líderes son conscientes del desconocimiento del ciudadano en sus actuaciones sobre consumo responsable y apuesta por su promoción”

**Ratings de RC** La participación en los ratings de responsabilidad corporativa sigue en aumento, aunque queda todavía mucho terreno que recorrer para su desarrollo. El 67% de las empresas líderes participa en algún índice de sostenibilidad. El porcentaje desciende hasta el 39% en el segmento de empresas en consolidación, y es de tan sólo el 6% en las empresas en desarrollo. El porcentaje de participación es alto en el segmento de empresas del IBEX-35 (81%).

Estos ratings pueden servir como referencia de la percepción que sobre el comportamiento en RC tienen las empresas tanto a nivel general como en relación a cada uno de los aspectos tenidos en cuenta en su valoración. Por ello, estos índices de sostenibilidad son utilizados en muchos casos como una herramienta de comunicación complementaria de los propios informes, ayudando a posicionar a la empresa a efectos de reputación o bien de captación de capital por parte de fondos de inversión socialmente responsables.



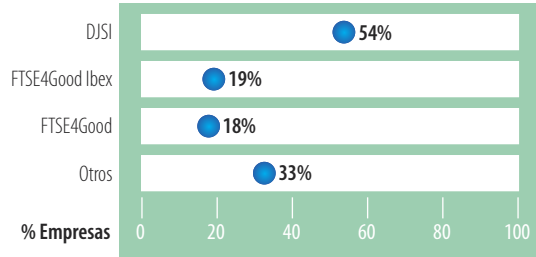
“Las empresas que participan en estos índices lo hacen cuando están seguras de estar seleccionadas entre las mejores. Por eso, muchas de las empresas españolas que aquí aparecen en el segmento líderes y en consolidación son líderes en los distintos rankings e índices

Según los resultados de la encuesta, el índice Dow Jones de Sostenibilidad es en el que más empresas participan en España, seguido del FTSE4Good. Como novedad respecto al anterior estudio, destaca la creación del índice FTSE4Good Ibex, que como muestra el gráfico siguiente ha tenido una buena acogida entre las empresas líderes y ligeramente superior al índice europeo de la misma categoría entre las empresas en consolidación.

Gráfico 36

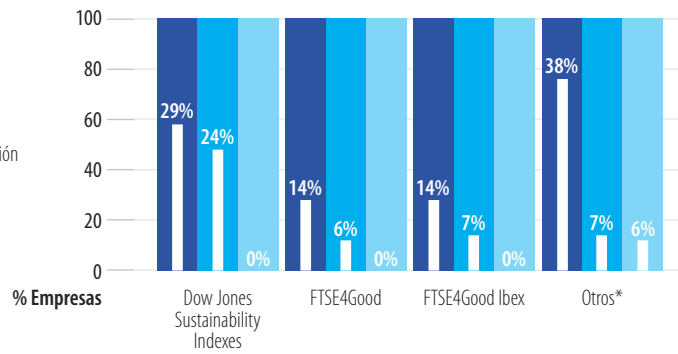
**¿A qué índices selectivos de sostenibilidad pertenece la empresa?**

**Resultados globales**

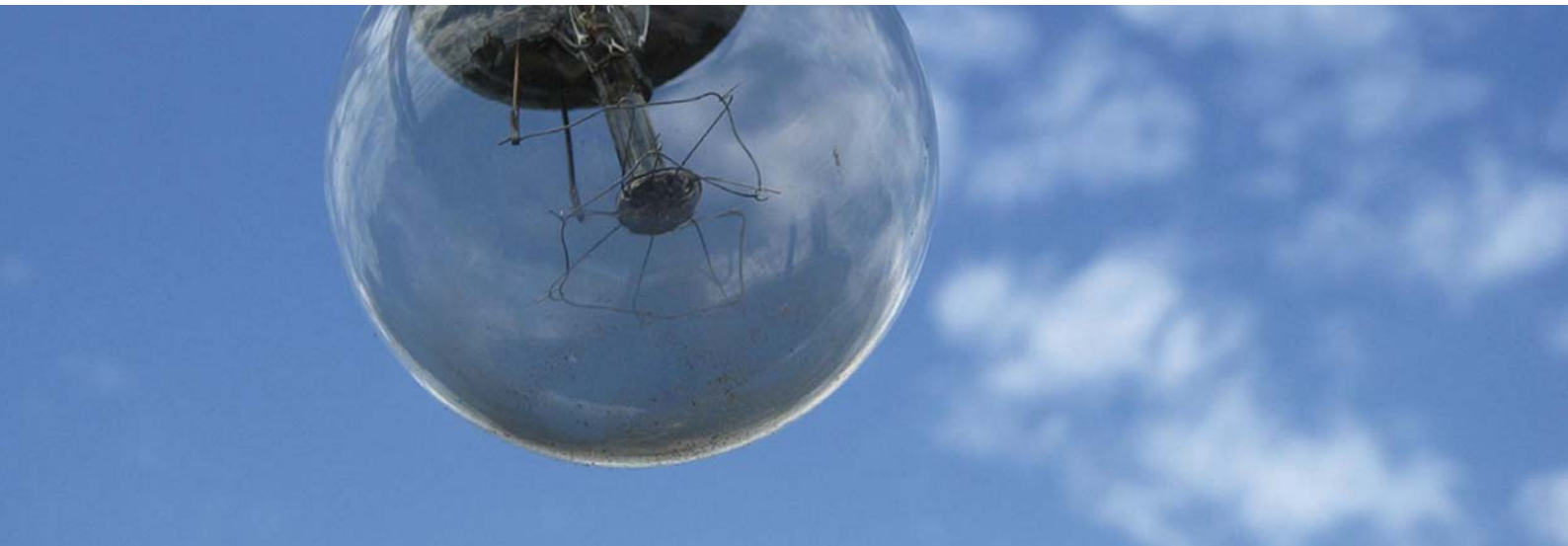


**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

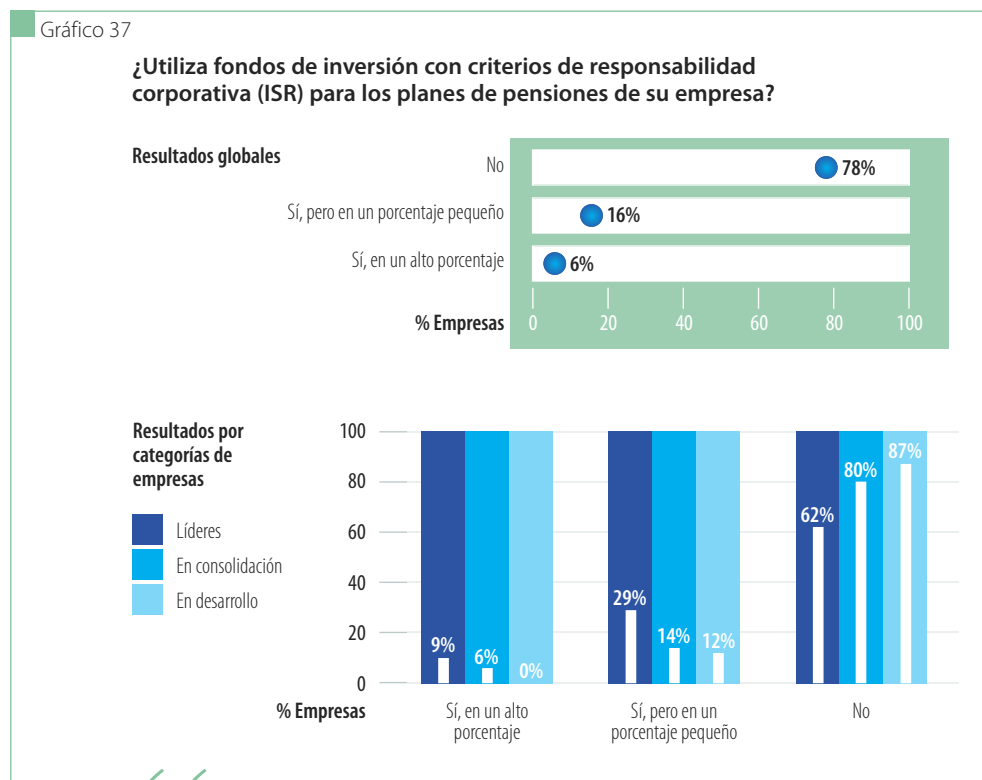


\*Como se observa en el gráfico, el apartado "otros" es mayor que los anteriores en el segmento de empresas líderes y ello es así porque en muchos casos las empresas o bien cotizan en los tres o cotizan en otros índices, aunque las respuestas también han puesto de manifiesto que a las empresas les cuesta diferenciar los índices bursátiles de otro tipo de rankings de reputación y sostenibilidad





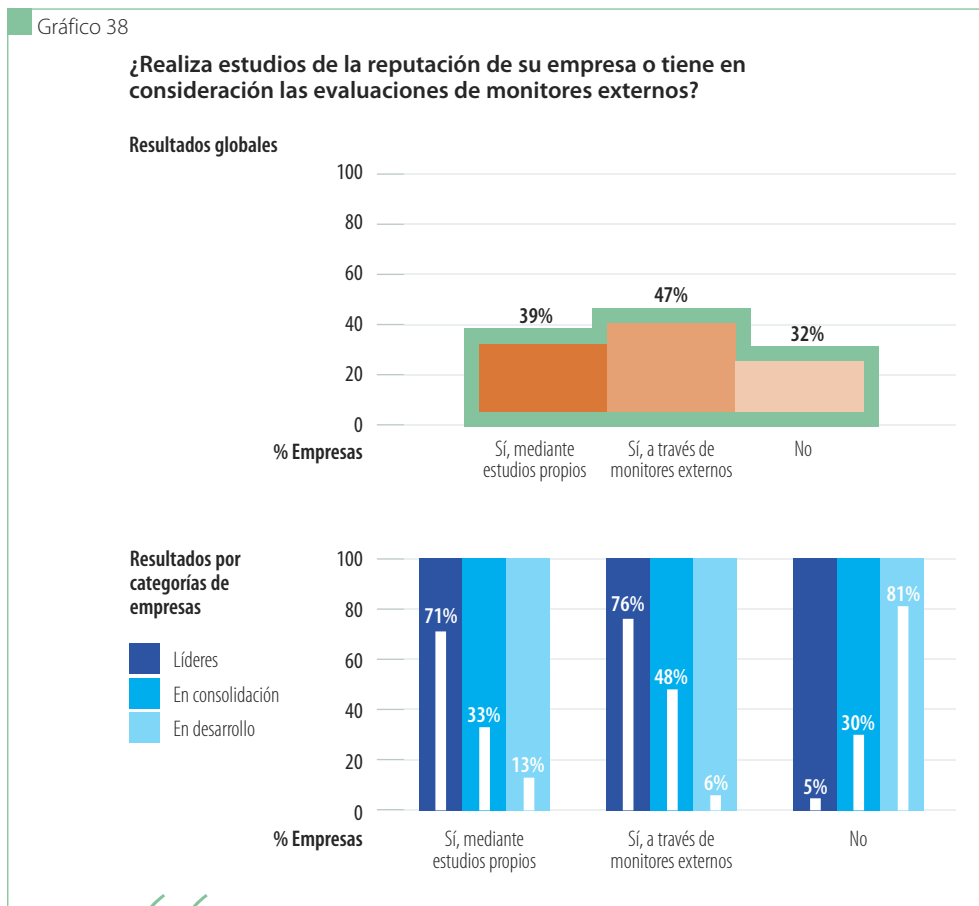
**Sin embargo**, no existe una correlación entre la participación de las empresas en los índices de sostenibilidad y la inversión de sus fondos de pensiones en fondos con criterios ASG<sup>3</sup>: sólo el 38% de las empresas **líderes**, el 20% de las empresas **en consolidación**, y el 12% de las empresas **en desarrollo** dice utilizar fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa para sus planes de pensiones. El porcentaje se reduce al 4% en las empresas del IBEX-35.



“ Aunque aumenta la inversión de los fondos de pensiones incorporando criterios de responsabilidad, es una opción que no termina de consolidarse entre las empresas españolas

**Del conjunto de empresas** que han contestado afirmativamente, que representa poco más del 20% del total, una tercera parte son entidades de financiación, de las cuales sólo 2 invierten en fondos de pensiones con criterios ASG en un alto porcentaje.

**Reputación** Es considerable el número de empresas que dice hacer estudios de reputación. En la mayoría de los casos, estos estudios son realizados por monitores externos, siendo el MERCO el más extendido. Este resultado concuerda con los resultados antes mencionados relativos a cuantificación de intangibles, siendo las empresas líderes las que más tenían en cuenta su valoración en todos los campos de actuación, frente a las empresas en desarrollo que sólo valoraban algunos aspectos, entre los que no parece contarse la reputación siempre.

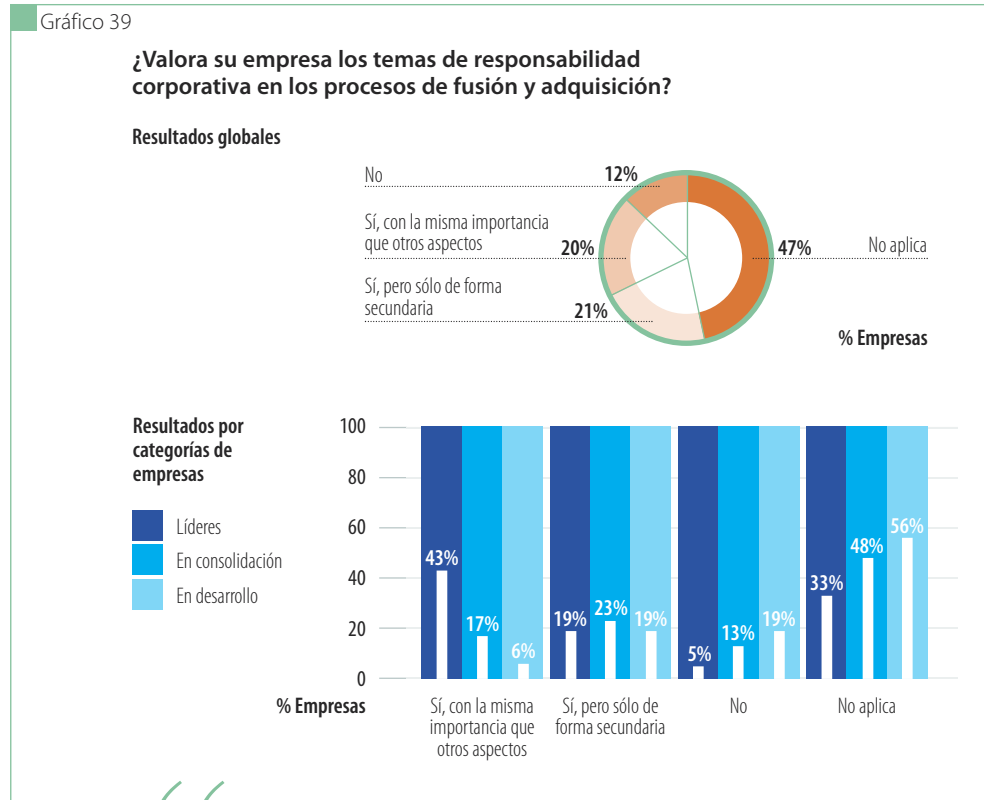


“ Las empresas líderes otorgan mayor importancia a la evaluación de su reputación como activo intangible clave

Otros monitores externos mencionados, pero de forma minoritaria, han sido: Reprack, Best Place to Work o Global Pulse.

La RC en los procesos de fusión y adquisición

El 62% de las empresas líderes valora la responsabilidad corporativa en procesos de fusión y adquisición. El porcentaje de empresas en consolidación en este campo disminuye hasta el 40% y más aún para las empresas en desarrollo (25%).



“ Las empresas líderes tienen en cuenta criterios de RC en los procesos de fusión y adquisición ”





4.

## Gestión de gobierno corporativo

**España ocupa actualmente** la octava posición en el ranking sobre gobierno corporativo que que anualmente realiza la firma Heidrick & Struggles, por detrás de Holanda, Suecia, Suiza, Finlandia, Francia e Italia, siendo el líder en la materia, el Reino Unido. A continuación se muestra cuál es la situación de las empresas españolas y los avances respecto a la situación descrita en el primer estudio, publicado en 2007.

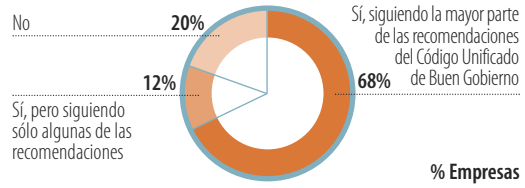
**Política y principios** **La RC como tema estratégico** está adquiriendo cada vez más una mayor presencia en las reuniones del Consejo de Administración, con la consecuente implicación de los consejeros en temas relacionados con la responsabilidad corporativa, gobierno corporativo, ética y cumplimiento. En consecuencia, los consejeros tienen que estar al corriente de las tendencias en materia de RC y revisar y aprobar la estrategia de la compañía en la materia.

**El 90% de las líderes** adopta criterios de gobierno corporativo, y tan sólo el 5% lo hace sin tener en consideración las recomendaciones del Código Unificado de Buen Gobierno. Los porcentajes descienden considerablemente en el caso del segmento **en consolidación**. El 85% adopta criterios de gobierno corporativo, pero el 17% lo hace sin seguir las recomendaciones del Código Unificado. Tan solo el 38% de las empresas **en desarrollo** adopta las recomendaciones, aunque todas ellas lo hacen siguiendo el Código Unificado. Finalmente, los criterios de gobierno corporativo están muy presentes entre el segmento de empresas del IBEX-35 (96%).

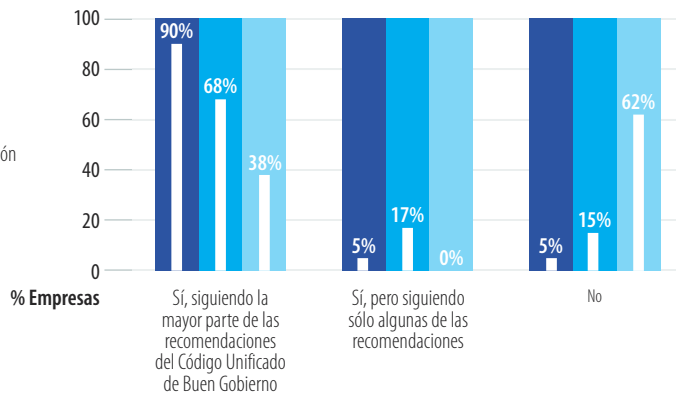
Gráfico 40

### ¿Adopta su empresa criterios de gobierno corporativo?

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas



“ La mayoría de las empresas **líderes** y buena parte de las que están **en consolidación** adoptan los criterios de buen gobierno corporativo porque son cotizadas. Pese a no ser obligatorio, las empresas optan mayoritariamente por seguir las directrices del Código Unificado



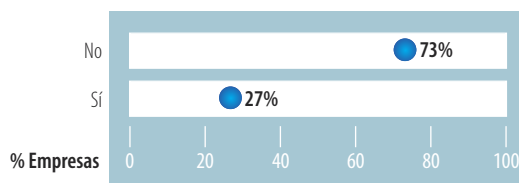
## Composición del Consejo de Administración

Un 27% de las empresas de la muestra tienen un *consejero independiente experto* en materia de responsabilidad corporativa. El porcentaje es mayor entre las empresas líderes, puesto que un 43% de ellas ya cuenta con una figura similar. En el caso de las empresas en consolidación y en desarrollo, los porcentajes son del 27% y 6%, respectivamente.

Gráfico 41

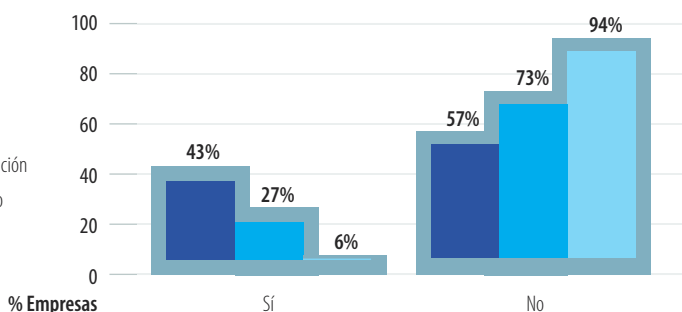
¿Tiene su empresa un consejero independiente dentro del Consejo de Administración que sea experto y esté encargado de los temas de responsabilidad corporativa?

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



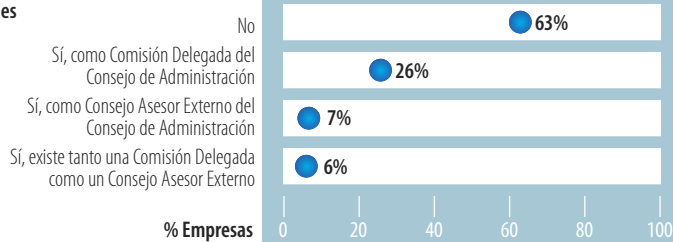
Aunque el porcentaje es aún bajo, se reconoce poco a poco la necesidad de introducir consejeros independientes dentro del Consejo de Administración que sean expertos en RC

El 26% de las empresas ya cuenta con una *Comisión Delegada* que trata temas de responsabilidad corporativa del Consejo de Administración y un 6% tiene tanto una *Comisión Delegada* como un *Consejo Asesor Externo*. Estas cifras aumentan en el caso de las empresas líderes, con un 52% de ellas con una Comisión Delegada y un 19% con un Consejo Asesor Externo. En el caso de las empresas del IBEX-35, el 30% tiene un órgano asesor en materia de responsabilidad corporativa.

Gráfico 42

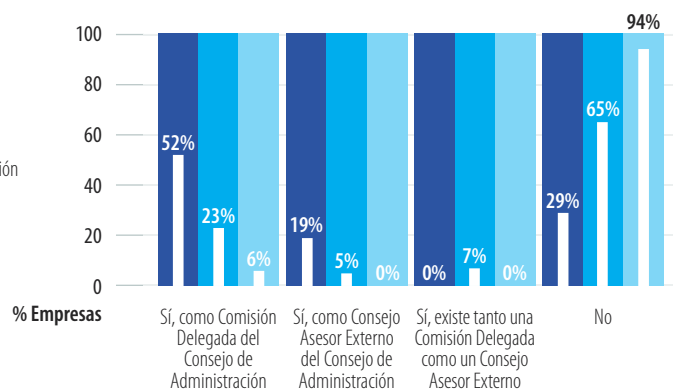
¿Existe una Comisión/ Consejo sobre responsabilidad y gobierno corporativo?

Resultados globales



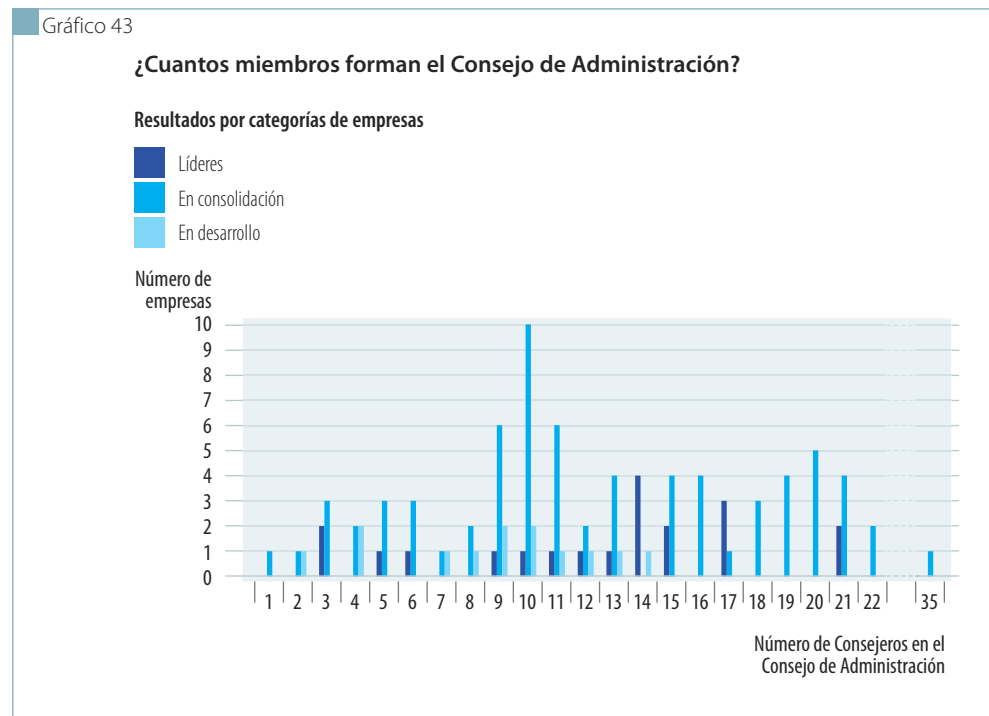
Resultados por categorías de empresas

■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



Estas cifras contrastan con la realidad en otros países de nuestro entorno, donde por primera vez Alemania se ha situado como líder en empresas con comités de ética, gobierno corporativo y/o RC, seguida del Reino Unido y Francia.

En cuanto al número de *consejeros*, en el gráfico puede observarse la disparidad de datos entre los tres segmentos de empresas. Son las empresas en desarrollo las que presentan Consejos de Administración más numerosos.

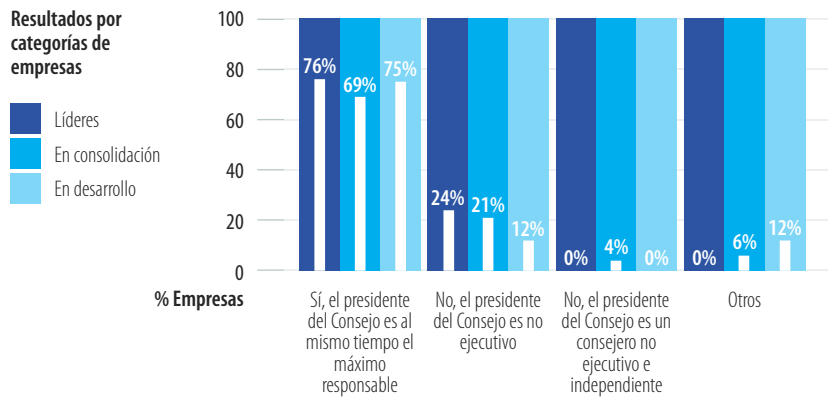
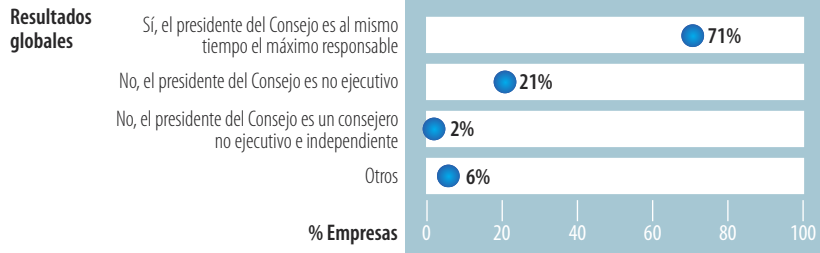




La *separación de responsabilidades* entre el primer ejecutivo y el presidente del Consejo todavía es una práctica poco común entre las empresas españolas. El porcentaje de empresas que presentan tal coincidencia es incluso mayor (93%) en el caso de empresas participantes que forman parte del IBEX-35.

Gráfico 44

**¿El presidente del Consejo de Administración coincide con el máximo responsable de la organización (presidente o similar)?**

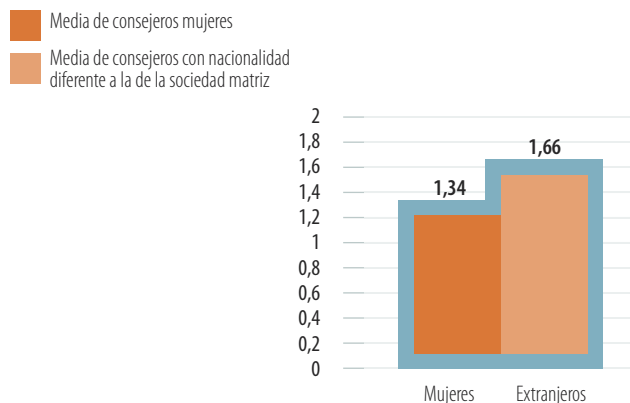


“La responsabilidad corporativa no entra a valorar la conveniencia o no de separar los cargos de presidente y primer ejecutivo, siendo la tendencia mayoritaria en España la coincidencia entre ambas figuras

**Diversidad en el Consejo** Apenas la mitad de las empresas que han respondido el cuestionario cuenta con alguna mujer en el Consejo de Administración, frente a la situación de otros países, como Suecia, por ejemplo, donde según el Informe Heidrick & Struggles 2009 no hay ninguna compañía que no tenga alguna mujer en su Consejo de Administración.

Gráfico 45

**Indicadores de diversidad en el Consejo de Administración**



## Gestión de riesgos

La **gestión del riesgo** es una de las responsabilidades ineludibles del Consejo de Administración y uno de los puntos clave de la estrategia de RC de la empresa. Así parecen haberlo entendido las empresas, pues como se aprecia en los gráficos siguientes, la totalidad de empresas **líderes** y un porcentaje significativo de empresas **en consolidación** (80%) cuentan con un sistema de gestión de riesgos acorde con lo apuntado en el párrafo anterior; además, el 96% de las empresas **líderes** y el 89% de las empresas **en consolidación** dispone de un mapa de riesgos, aunque en ocasiones sólo parcial. Casi la totalidad de las **líderes** y el 92% de las empresas **en consolidación** incluye tanto los riesgos económicos como los medioambientales y sociales. Estos porcentajes son claramente mejores en el segmento de empresas **en desarrollo**.

Gráfico 46

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

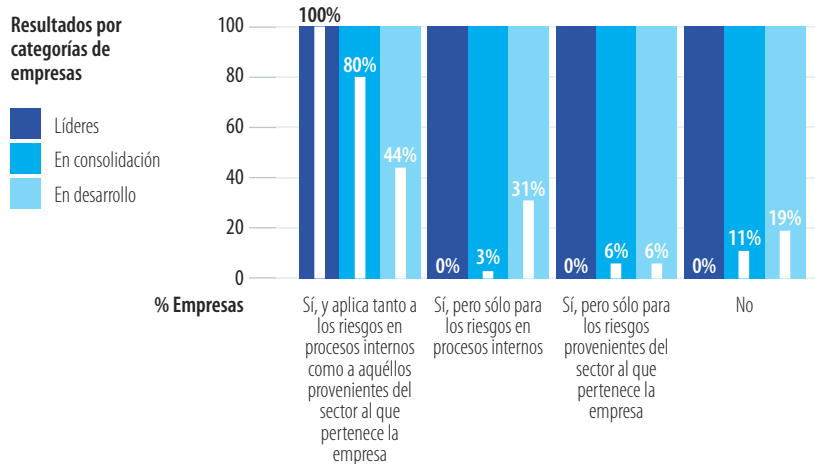
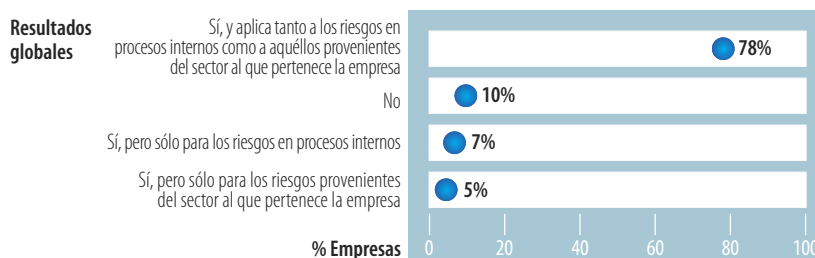
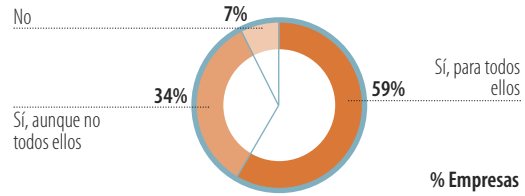


Gráfico 47

**¿Evalúa la empresa sus riesgos sociales, ambientales, de seguridad y salud de las personas y éticos, realizando proyectos para su control y minimización?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

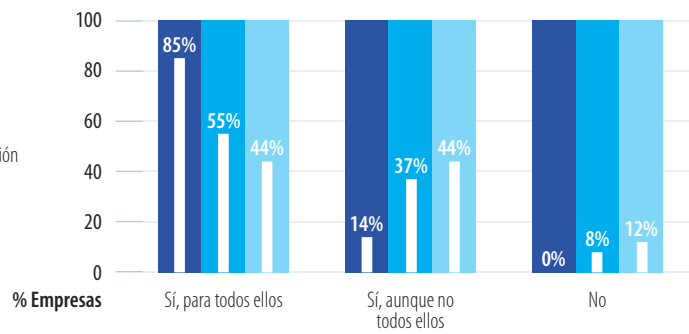
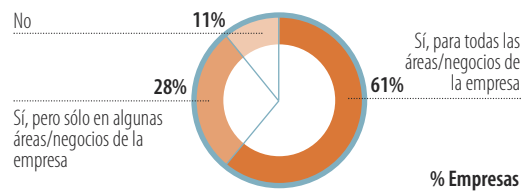


Gráfico 48

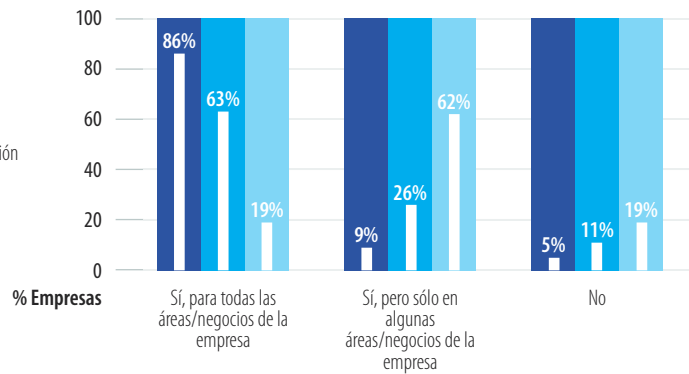
**¿Dispone su empresa de un mapa de riesgos en base a escalas (probabilidad, gravedad, etc) que le sirve para desarrollar proyectos de minimización o erradicación de ellos?**

**Resultados globales**



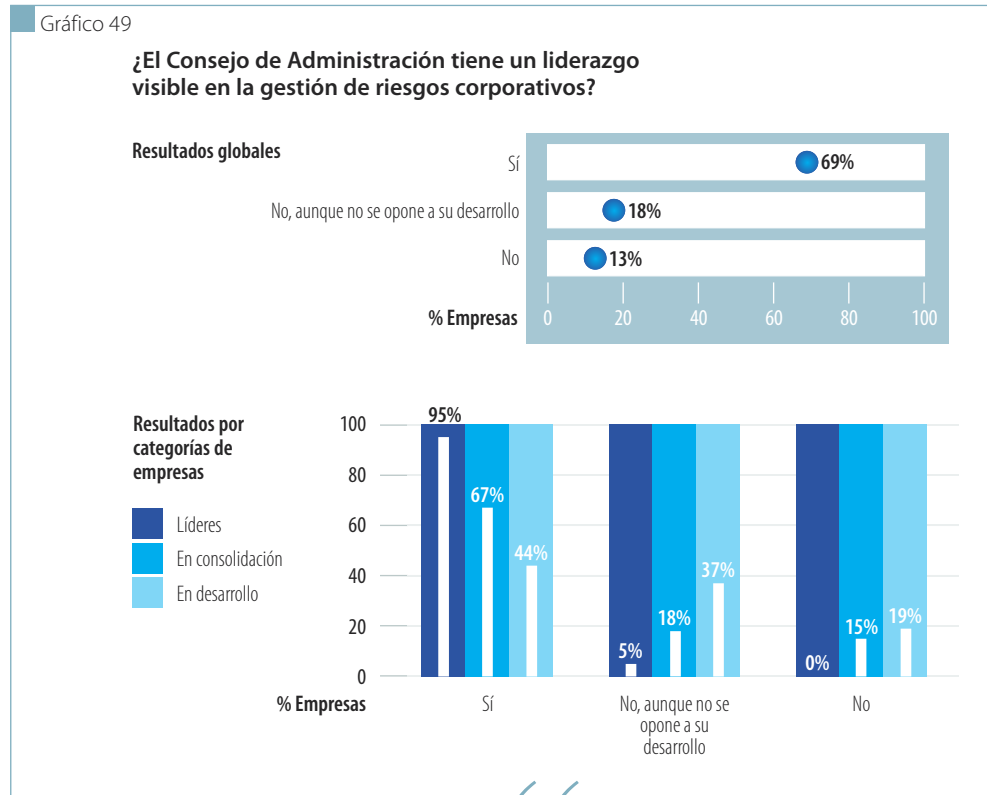
**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



Notable aumento de las empresas **en consolidación** que disponen de un sistema de gestión integral, evaluación y mapa de riesgos

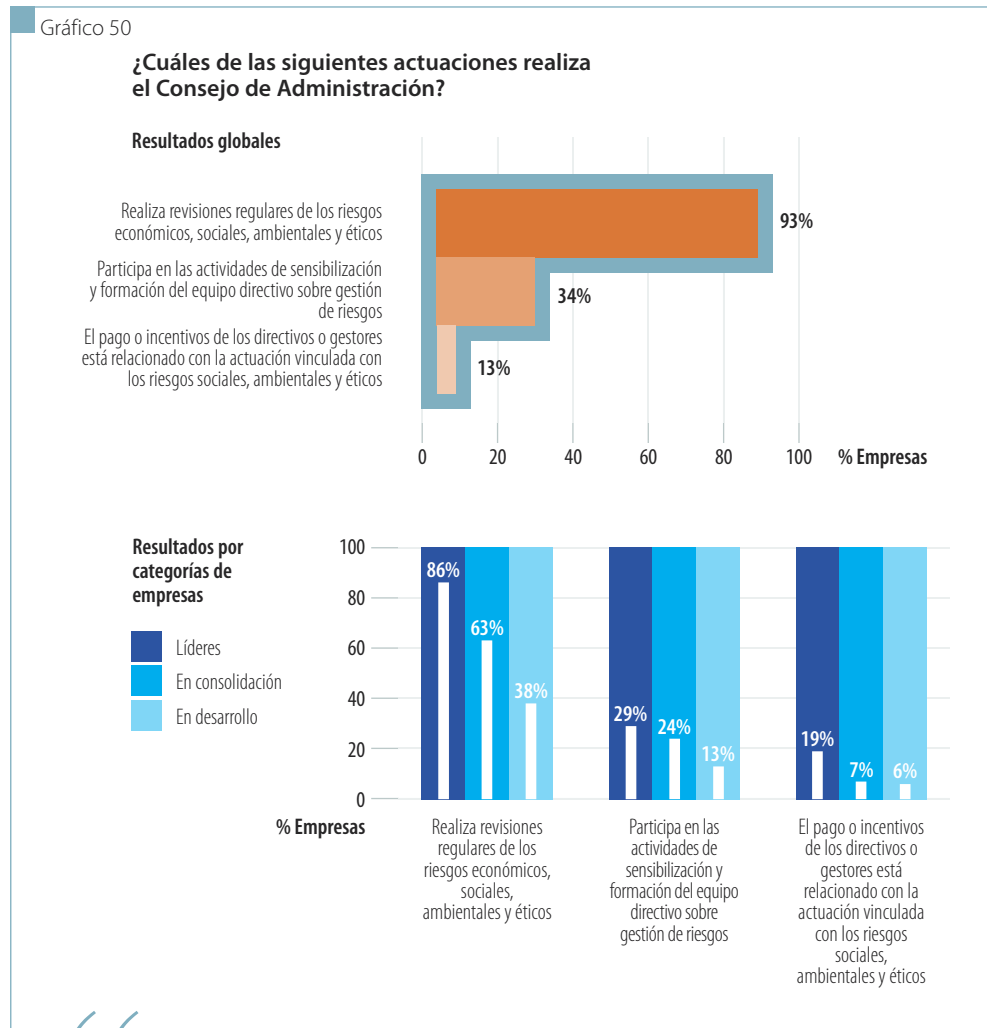
Se ha experimentado un avance muy significativo en el liderazgo de los Consejos de Administración en la gestión de los riesgos corporativos en las empresas líderes (95%). El porcentaje es bajo para los segmentos en consolidación (67%) y en desarrollo (44%).



“Aumenta el liderazgo del Consejo de Administración en la gestión de riesgos corporativos”



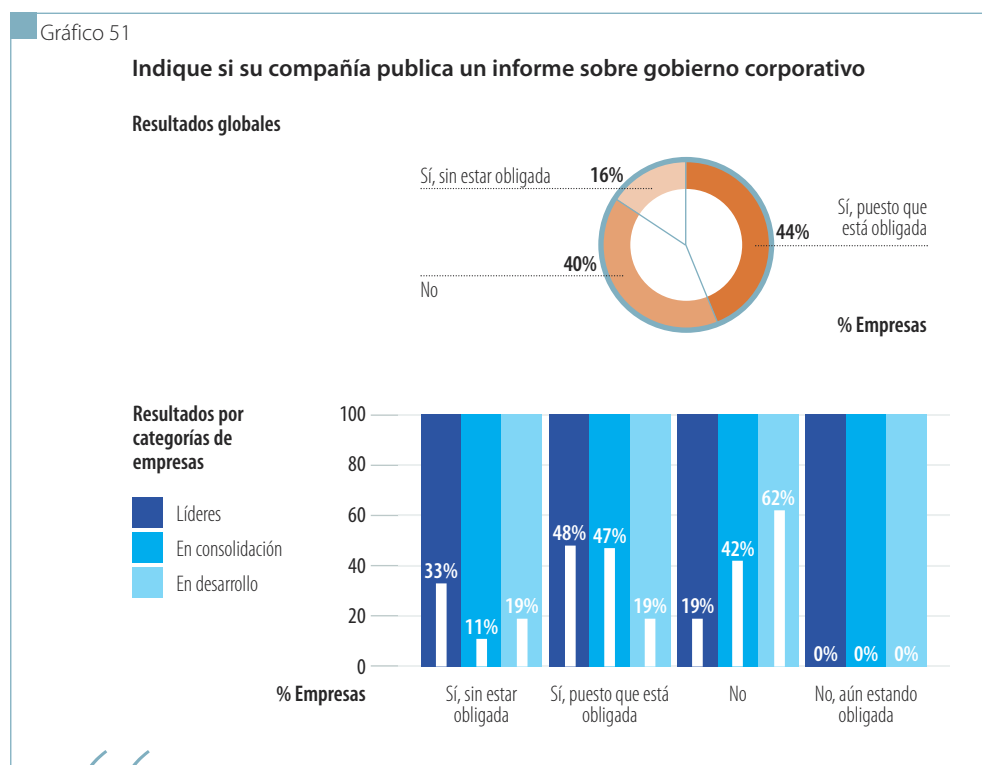
Un 86% de empresas líderes realiza revisiones regulares de sus riesgos corporativos. Los porcentajes descienden al 63% y al 38% en el caso de los segmentos de empresas en consolidación y en desarrollo, respectivamente. Sin embargo, es bajo el número de empresas que involucra a sus consejeros en actividades de sensibilización y formación del equipo directivo en estos temas (29%, 24% y 13%, respectivamente). Son muy pocas las que han establecido sistemas de incentivos para su equipo directivo relacionados con su actuación en la gestión de los mencionados tipos de riesgos.



“ A pesar de la implicación del Consejo en la gestión del riesgo, es baja la participación de consejeros en la sensibilización y formación del equipo directivo al respecto

**Informe de gobierno corporativo**

En cuanto a la publicación de informes de gobierno corporativo, el estudio presenta una evolución positiva respecto al realizado en 2007, ya que el 81% de las empresas líderes ya lo presenta, de las cuales un 33% sin estar obligadas. También el 59% y el 38% de las empresas en consolidación y en desarrollo presentan un informe de estas características.



“Aumenta el porcentaje de empresas que presentan informes de gobierno corporativo en los tres segmentos de empresa





## Gestión social externa

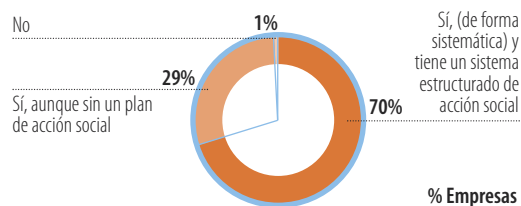
### Acción social y filantropía

La acción social alineada con la estrategia del negocio puede potenciar el valor generado de la empresa en la sociedad. Para ello, debe además tener en cuenta las políticas de actuación de las administraciones públicas en la materia y las necesidades de la comunidad en que opera. En cualquier caso, el grado de sofisticación de la acción social de las empresas españolas tiene una gran oportunidad de mejora.

Gráfico 52

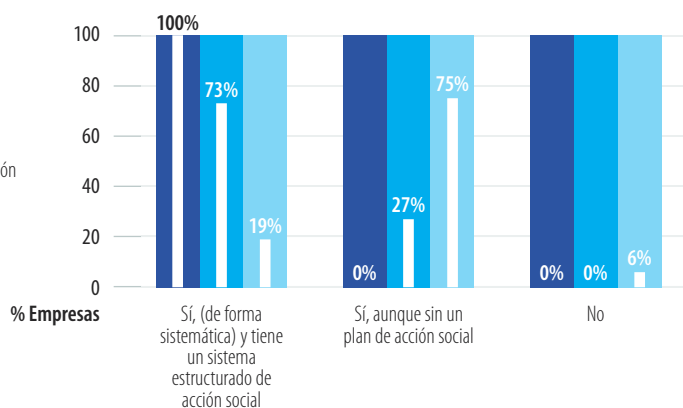
#### ¿Su empresa desarrolla acciones de carácter social?

##### Resultados globales



##### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



La casi totalidad de las empresas desarrollan actividades de carácter social

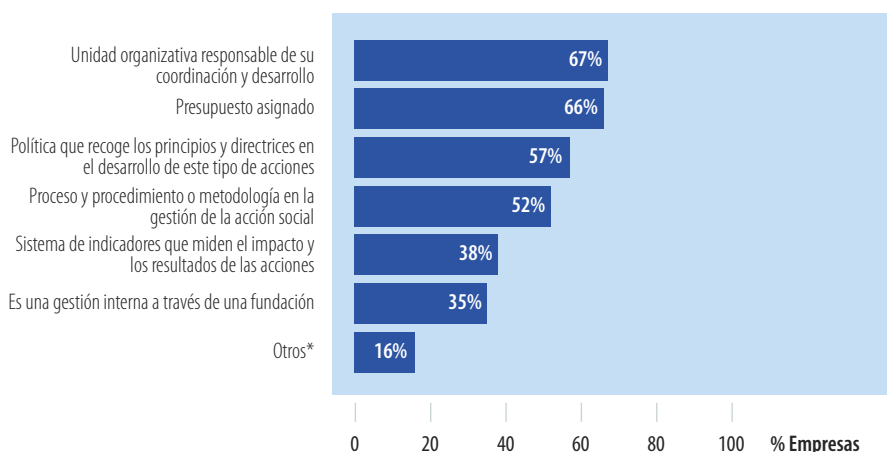


La mayoría de empresas desarrollan acciones de carácter social, aunque en el segmento de empresas **en desarrollo**, no respondan en gran parte a un plan de acción social. Como puede apreciarse en la tabla siguiente, la mayoría de las empresas **líderes** han definido una política o línea de actuación (90%), se han dotado de una estructura apropiada (95%) y establecen un presupuesto (90%). Para este segmento, las oportunidades de mejora se centran en el establecimiento de indicadores que ayuden a medir el retorno de la inversión efectuada.

Gráfico 53

**Si la empresa desarrolla acciones de carácter social, señale las principales características de la gestión de la acción social de la empresa**

**Resultados globales**



\*Otros:

Actividades adicionales de la fundación, acciones aisladas y sin tutela corporativa, iniciativa solidaria, a demanda, acciones sociales a través de las unidades de negocio, actividades periódicas sin un proceso determinado, alianza estratégica con ONG: UNICEF, Save the Children, Economistas sin Fronteras, Fundación Lealtad, etc.

Tabla 4

Resultados por categorías de empresas	Líderes %	En consolidación %	En desarrollo %
Política que recoge los principios y directrices en el desarrollo de este tipo de acciones	90	57	25
Proceso y procedimiento o metodología en la gestión de la acción social	76	49	19
Unidad organizativa responsable de su coordinación y desarrollo	95	68	25
Presupuesto asignado	90	68	19
Sistema de indicadores que miden el impacto y los resultados de las acciones	62	37	13
Es una gestión interna a través de una fundación	43	35	19
Otros	19	10	50

“Sistematización y profesionalización de la acción social de las empresas, sobretudo en **líderes** y **en consolidación**, mediante el establecimiento de procesos y metodología, presupuestos, indicadores y política específicos

También hay oportunidades de mejora para todas las empresas en la tipología de acciones que desarrollan. En la tabla siguiente puede apreciarse cómo, exceptuando las aportaciones económicas para la cofinanciación de proyectos y los proyectos propios específicos de acción social en el caso de las empresas líderes, en todas las demás posibilidades de acciones apuntadas en el cuestionario el grado de asunción por las empresas es limitado. Por su significación, merece un comentario el apoyo por parte de la empresa a las acciones de voluntariado de sus integrantes, con el retorno que supone para la empresa a efectos de sentimiento de pertenencia y de atracción y retención del talento. Las empresas han detectado que a la hora de reclutar directivos senior éstos empiezan a preguntar por los compromisos de la compañía en materia de RC.

Tabla 5

**¿Qué tipo de acciones de carácter social desarrolla su empresa?**

Resultados por categorías de empresas	Líderes %	En consolidación %	En desarrollo %
Proyectos propios específicos de acción social	57	38	31
Aportación económica para la cofinanciación de proyectos	57	44	38
Aportación económica para la financiación de proyectos	52	42	19
Voluntariado corporativo	43	35	25
Compras solidarias	19	27	13
Marketing con causa	14	19	19
Cesión de activos (espacios físicos, publicitarios, etc)	19	25	19
Donación de equipos informáticos y ofimáticos	38	32	25
Donación de mobiliario y enseres	24	23	19
Donación de materiales o servicios de la empresa	29	31	13
Donación de productos terminados	24	21	31
Otros	19	8	13

“Disminuyen las aportaciones económicas (sobre todo en las líderes) y aumenta el voluntariado en las empresas en desarrollo”

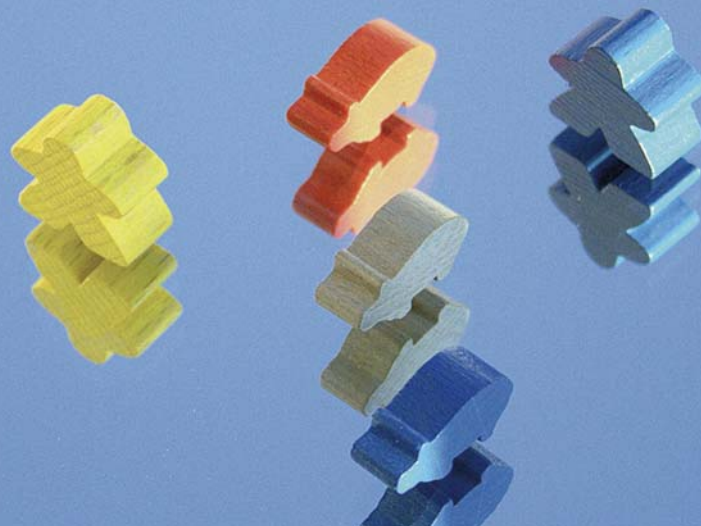
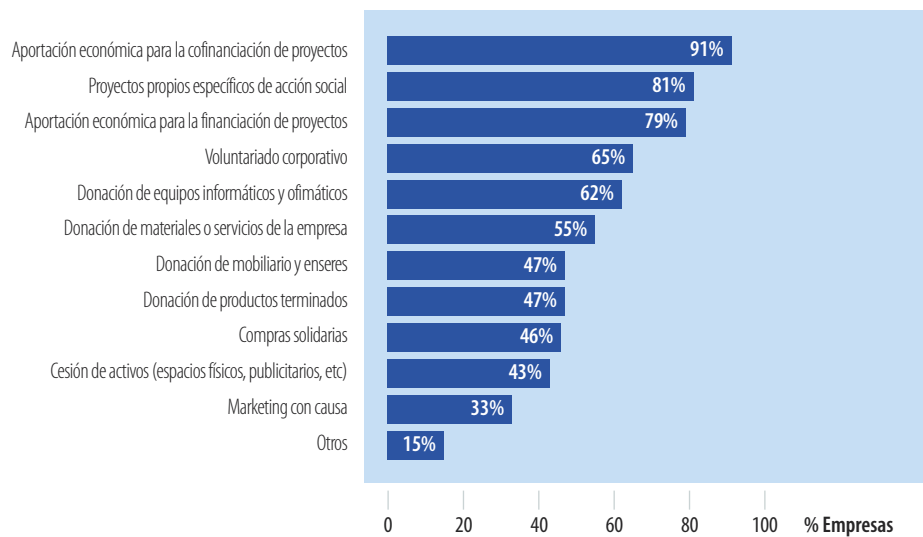


Gráfico 54

**Si su empresa efectivamente desarrolla acciones de carácter social, ¿cuál es la forma de colaboración empleada?**



• **Aportación económica para la financiación/cofinanciación:**

- Donación anual con motivo de la navidad
- Patrocinio y desarrollo de proyectos sociales locales con socios de los distintos países en que operan: instituciones, asociaciones, ONG, universidades
- Patrocinio de proyectos orientados al apoyo a la educación, al fomento de la riqueza cultural, la promoción de la cultura musical, la acción social orientada a colectivos desfavorecidos, etc
- A través de ONG
- Cooperación en las comunidades en que opera la compañía
- Proyectos de investigación y desarrollo
- A fundaciones externas
- Aportación económica para desarrollo de proyectos sociales locales
- Aportación de recursos a proyectos
- Creación de puestos de trabajo en países en vías de crecimiento
- Mecenazgo de proyectos orientados a colectivos vulnerables

• **Proyectos específicos de acción social**

- Convenios de integración laboral
- Bancarización de colectivos en riesgos de exclusión
- Proyectos educativos y de desarrollo de programas de formación en medio ambiente
- Proyectos de escolarización
- Campañas de sensibilización y concienciación
- Impulso de programas de salud e investigación
- Becas
- Desarrollo de productos y servicios accesibles a todos y orientados a colectivos vulnerables
- Proyectos propios de acción social asistencial, cultural, investigación, medio ambiente, patrimonio y culturales
- Alianzas con las principales ONG / agencias para el desarrollo de proyectos
- Voluntariado y cooperación internacional
- Servicios gratuitos o con grandes descuentos a colectivos desfavorecidos

• **Cesión de activos:**

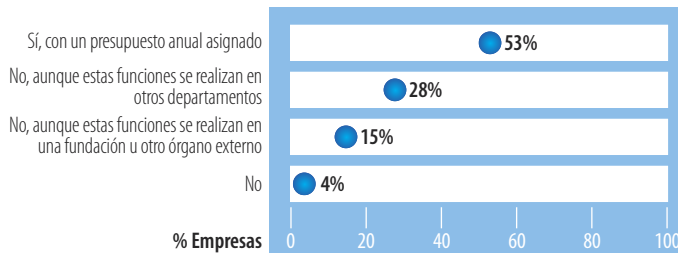
- Donación de terrenos
- Centros propios para la realización de eventos
- Cesión de espacio en estaciones para campañas de sensibilización en valores y difusión artística y cultural

Un porcentaje importante de empresas líderes (86%) tiene identificado en su estructura organizativa un departamento para la gestión y desarrollo de la acción social y/o ha constituido una fundación para tal fin (9%). En el caso de empresas en consolidación, estos porcentajes son del 52% y 17%, respectivamente. En el caso de empresas en desarrollo, el 14% tiene un departamento interno responsable de la coordinación y desarrollo de las acciones de carácter social y un 13% una fundación u otro órgano externo.

Gráfico 55

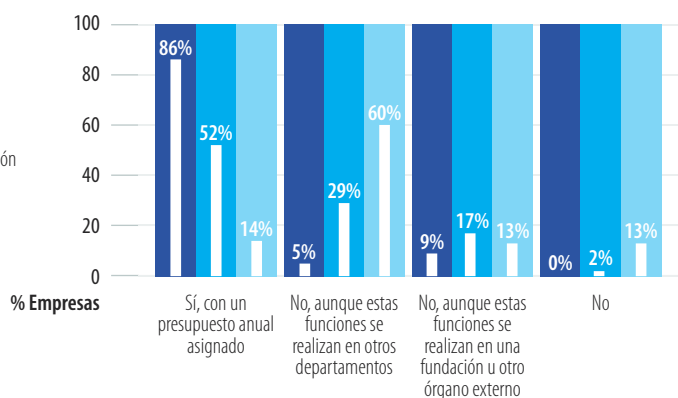
**¿Existe un departamento interno especialmente responsable de la coordinación y el desarrollo de las acciones de carácter social?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

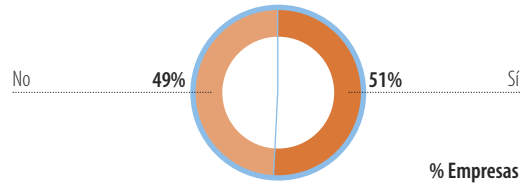


*Sólo han facilitado las cifras del presupuesto anual frente a facturación 28 de las 64 empresas que respondieron afirmativamente. En tal caso, el presupuesto anual en caso de contestación positiva ha sido 1,16% (frente a facturación) de media*

Gráfico 56

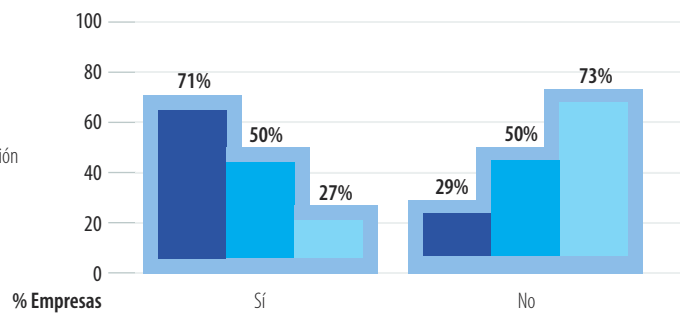
**¿Posee su empresa una fundación que desarrolle actividades de carácter social, medioambiental, etc?**

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



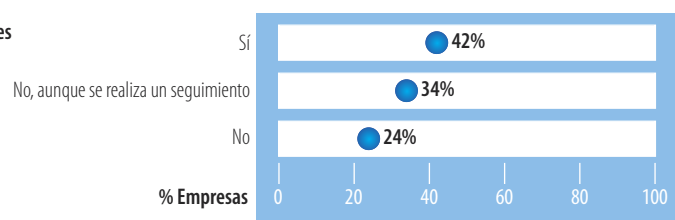
“Aumentan las empresas **en consolidación** que tienen una fundación para el desarrollo de actividades de carácter social, ambiental y otras

El 90% de empresas líderes y el 77% de empresas en consolidación realizan un seguimiento de las entidades del tercer sector con las que colaboran. De ellas, el 71% y 37%, respectivamente, exigen auditorías contables. El porcentaje disminuye en el segmento de empresas en desarrollo (47%), de las cuales el 27% realiza auditorías contables.

Gráfico 57

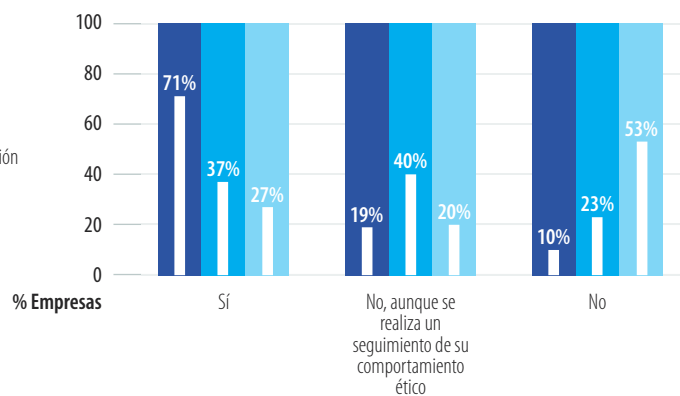
**¿Exige su empresa la presentación de auditorías contables u otro tipo de controles a las entidades del tercer sector con las que colabora?**

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



“Las empresas **líderes** exigen mayores controles a sus entidades colaboradoras en aras de una mayor transparencia

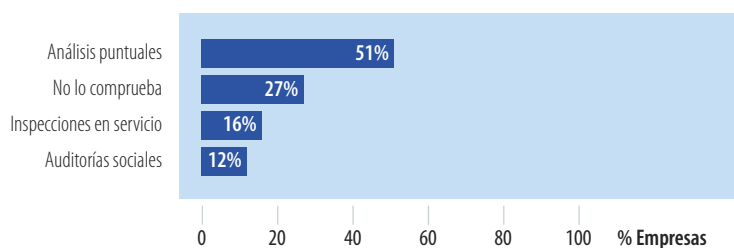
## Proveedores y clientes

Existe mucho margen de mejora en el control que las empresas españolas hacen del comportamiento de sus proveedores y clientes en materia de responsabilidad corporativa. El 56% de las empresas **en desarrollo** reconoce no hacer comprobación alguna, y otro 38% dice hacerlo mediante análisis puntuales. No son mejores los porcentajes de las empresas **en consolidación** aunque el porcentaje de empresas que reconoce no hacer control alguno sea del 26%. El 48% de las empresas **líderes** que dice hacer algún control, reconoce que se trata de acciones puntuales de comprobación.

Gráfico 58

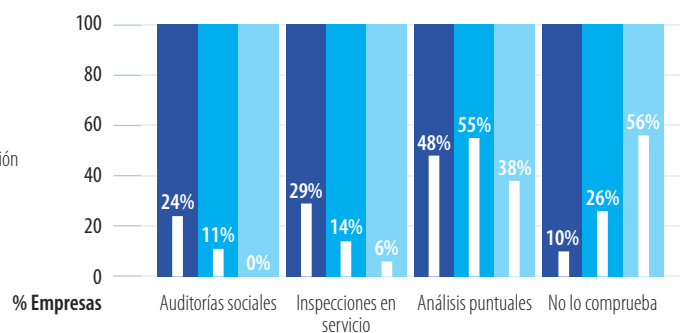
### ¿Cómo comprueba su empresa que sus proveedores y/o subcontratas cumplen la política de RC de la compañía?

#### Resultados globales



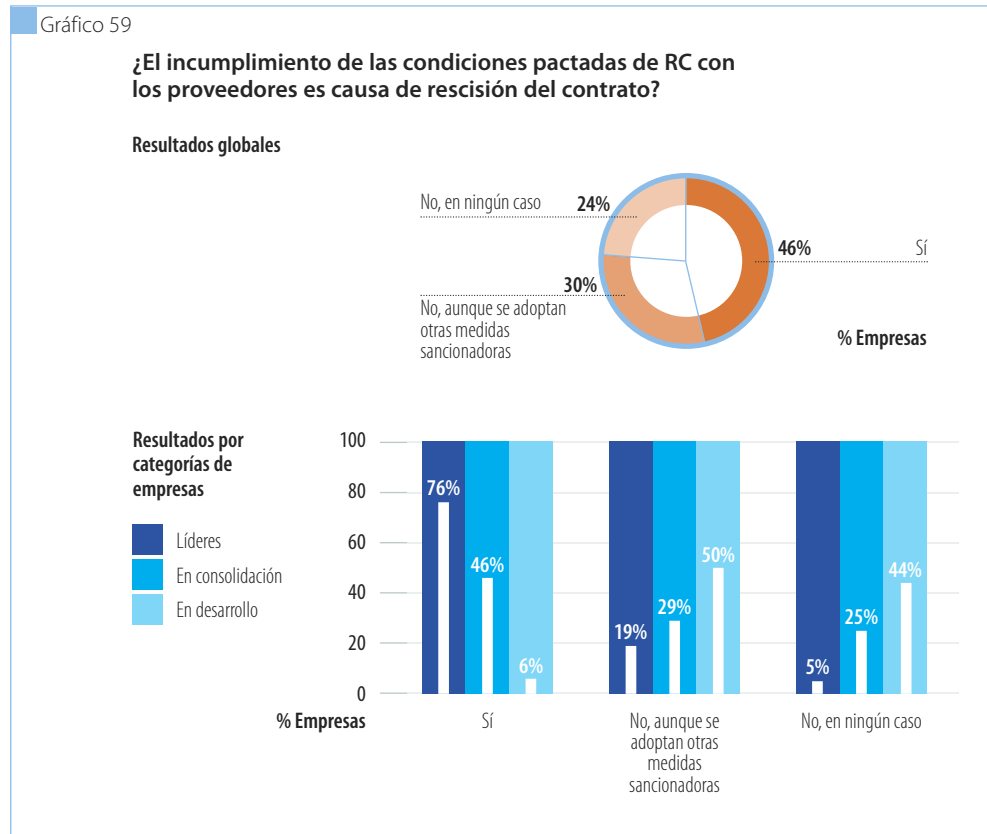
#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



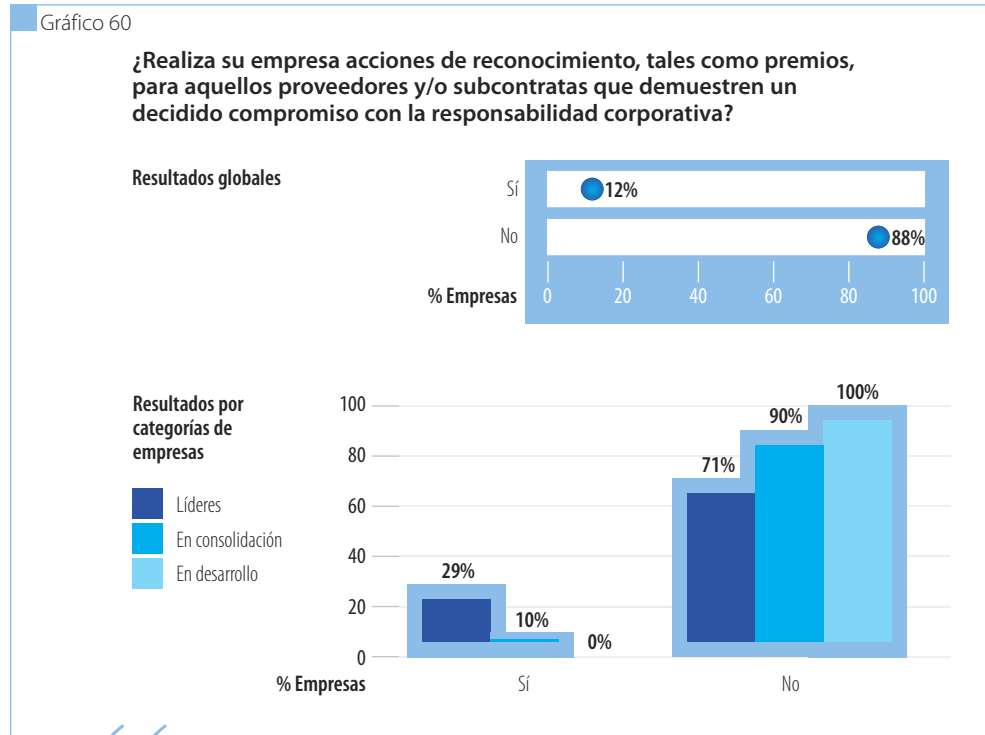
La revisión del cumplimiento de la política de RC de la empresa en la cadena de valor está aún en una fase incipiente, con predominio de los controles puntuales

El 76% de las empresas líderes considera causa de rescisión de sus contratos con proveedores los incumplimientos de las condiciones pactadas en materia de responsabilidad corporativa. Tan sólo el 46% del segmento en consolidación y el 6% de las empresas en desarrollo adoptan medidas similares.





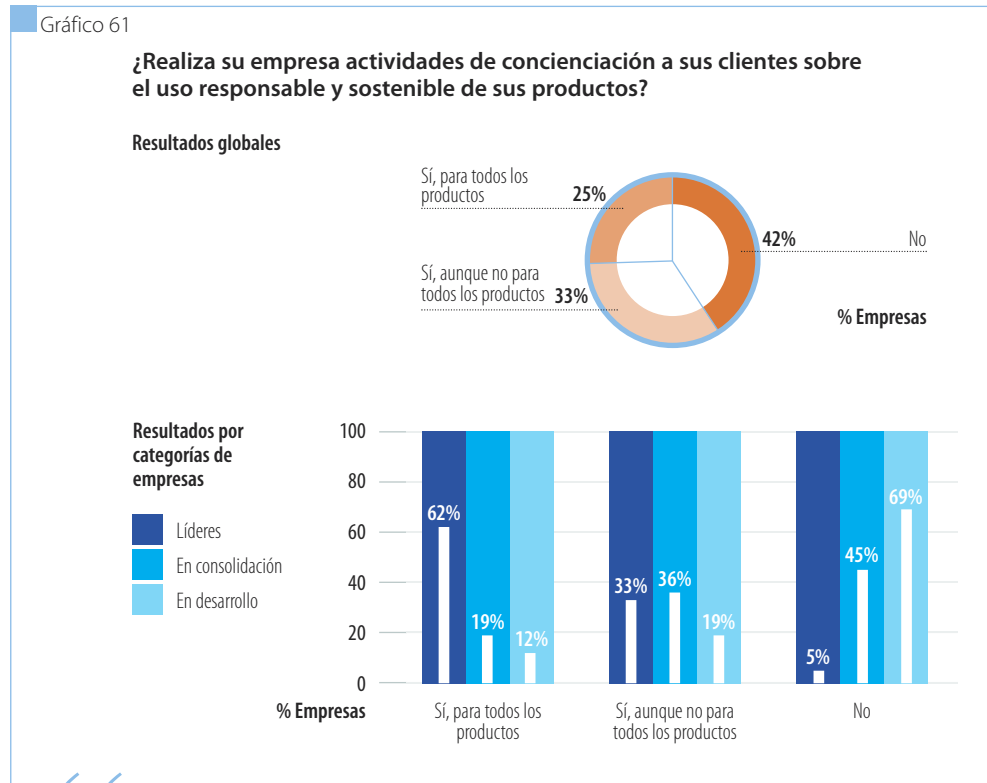
Muy pocas empresas españolas introducen acciones o herramientas de reconocimiento para los proveedores y subcontratas realmente comprometidos con los principios de la responsabilidad corporativa.



“Las sanciones en caso de incumplimiento de la política de RC entre los proveedores se revelan más estrictas que los procedimientos de control y que las actividades de reconocimiento



Un alto porcentaje de empresas líderes (95%) lleva a cabo acciones de concienciación para el uso responsable de sus productos por parte de sus clientes, aunque el 33% reconoce no hacerlo en todos los casos. El porcentaje baja significativamente en el caso de los otros dos segmentos. Hasta un 45% de las empresas en consolidación y un 69% de empresas en desarrollo reconoce no llevar a cabo acción alguna de concienciación. También es muy bajo el índice de empresas del IBEX-35 que dice ocuparse del uso responsable de sus productos (26%).



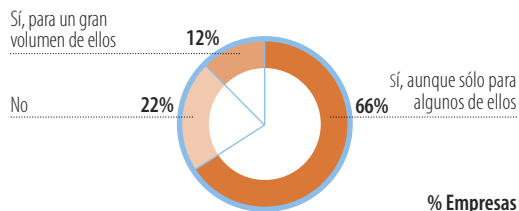
“Las empresas líderes participan en estudios de hábitos de consumo responsable en la misma proporción que promueven la concienciación de sus clientes en el mismo sentido”

**Compras responsables** Un amplio porcentaje de las empresas españolas (87%) realizan compras de sus productos o servicios procedentes de centros especiales de empleo, pero sólo el 12% lo hace para un gran volumen de los mismos.

Gráfico 62

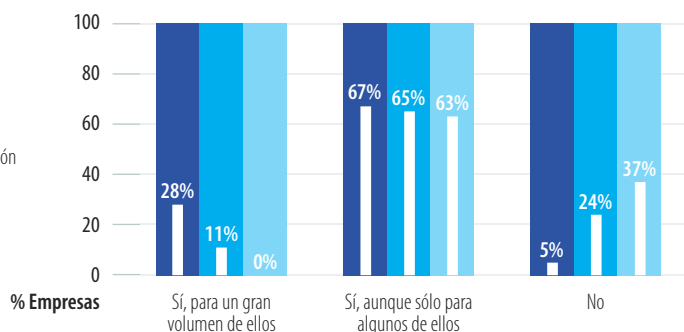
**¿Realiza su empresa compras de productos o servicios, asociados con los procesos propios de su actividad, procedentes de centros especiales de empleo?**

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



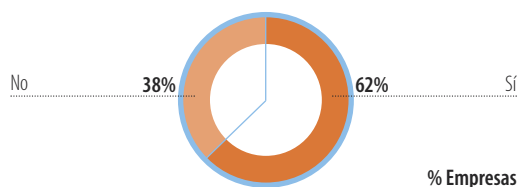
“ Las compras a centros especiales de empleo se perfilan como una medida alternativa mayoritaria para el cumplimiento de la LISMI (Ley de Integración Social del Minusválido)

También existe un amplio recorrido de mejora en el caso de compras procedentes de comercio justo. El 67% de empresas líderes, el 32% de empresas en consolidación, y el 25% de empresas en desarrollo realizan este tipo de compras.

Gráfico 63

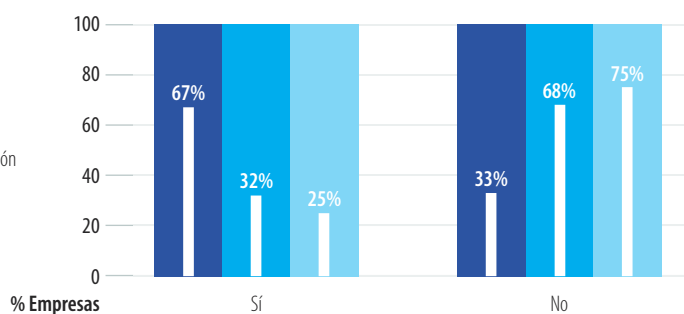
**¿Realiza su empresa compras de comercio justo (por ejemplo en comedores o máquinas de vending o café)?**

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

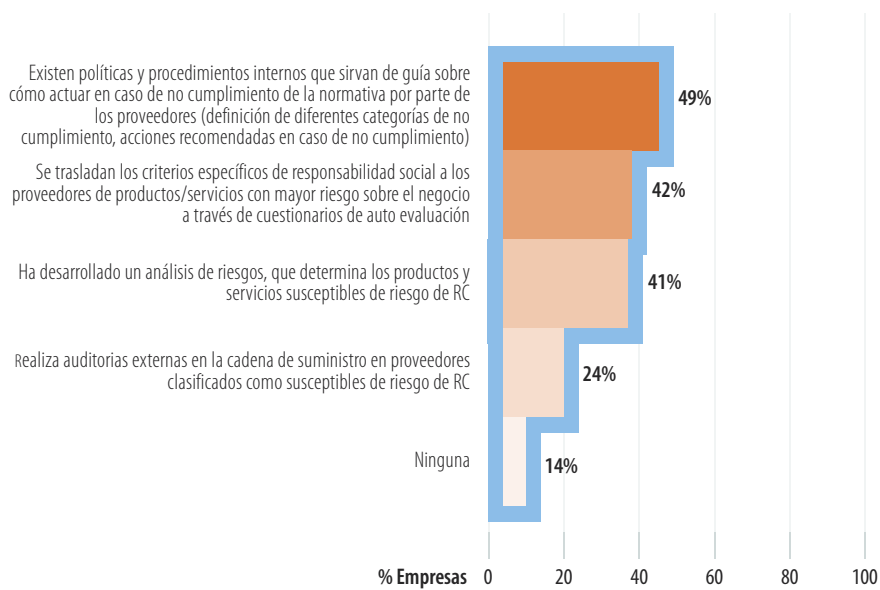
- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



Actualmente, son ya muchas las empresas que imponen requerimientos sociales y medioambientales a sus proveedores. Esta tendencia va en aumento, tanto en el sector privado como desde el sector público, lo que puede convertirse en el gran impulsor de la transmisión de prácticas responsables en toda la cadena de valor. España ha sido precisamente reconocida por los logros que ha hecho en esta materia, teniendo en cuenta las novedades introducidas por el Plan de Contratación Pública Verde de la Administración General del Estado y sus organismos públicos y por la Ley de Contratos del Sector Público.

Gráfico 64

**Por favor, indique si ha implantado alguna de las siguientes medidas para el control de la cadena de suministro**

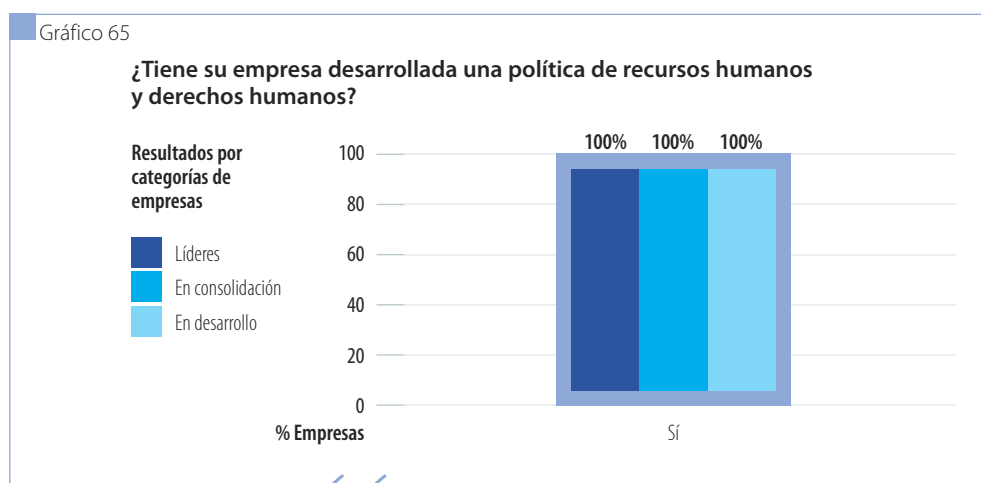




6.

## Gestión social interna

**Política de recursos humanos y derechos humanos** **Identificados los empleados** como el principal grupo de interés en la empresa, resulta congruente que, tal y como puede apreciarse en el gráfico siguiente, todas las empresas, sean del sector que sean, tengan definida una política de recursos humanos.



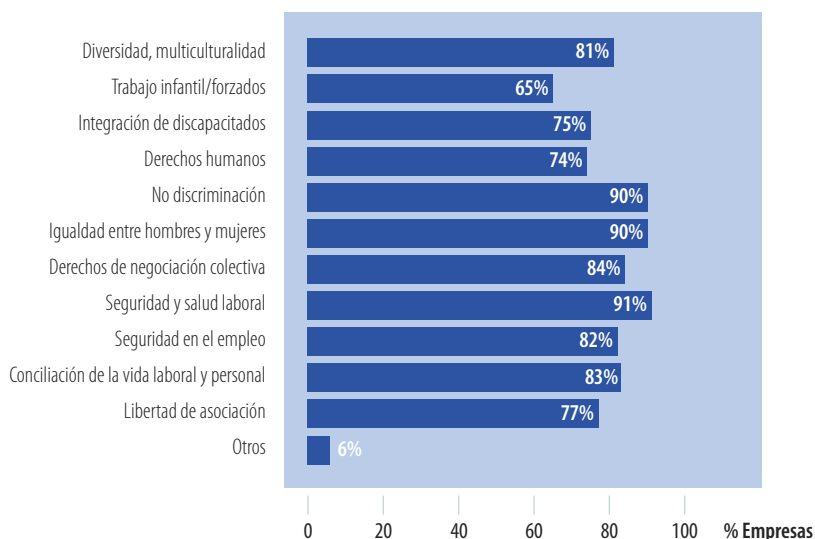
“ La **totalidad** de las empresas tienen una política de RRHH

En el caso de las empresas que han contestado afirmativamente, éstas son las áreas contempladas por segmentos de empresa:

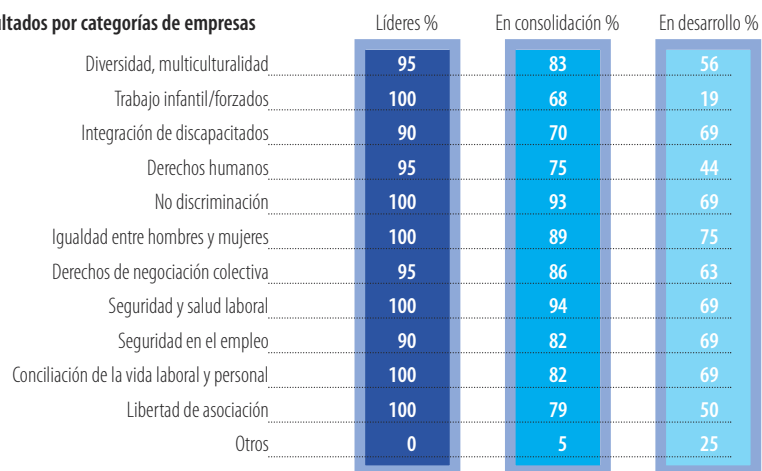
Tabla 6

**En caso de que su empresa tenga una política de recursos humanos y derechos humanos, indique cuáles de los siguientes aspectos contempla dicha política**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

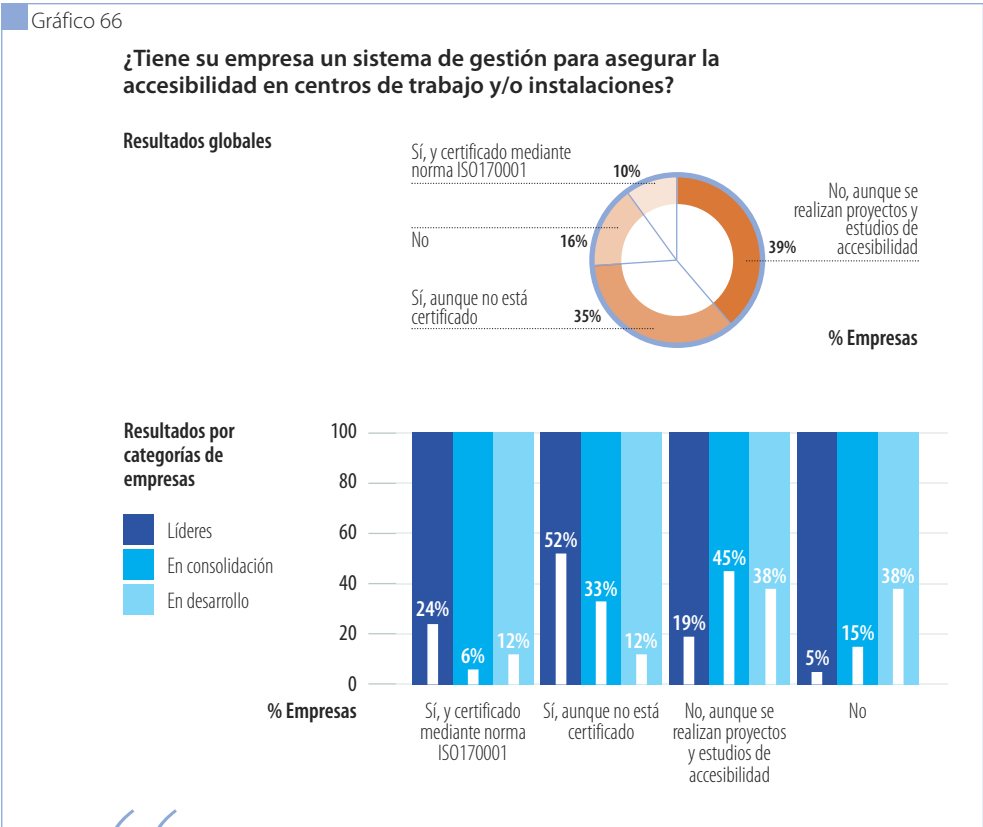


“Las áreas que más han mejorado han sido aquellas sobre las que versaban las recomendaciones del anterior estudio, a saber: trabajo infantil/forzados, igualdad entre hombres y mujeres, conciliación de la vida personal y laboral y libertad de asociación

La tabla muestra en el segmento de empresas líderes una mejoría generalizada en todas las áreas, si bien en el estudio actual hay que sumar a los dos aspectos que ya contemplaban la totalidad de los líderes en el año 2007 (seguridad y salud y no discriminación) otros cuatro: trabajo infantil/forzados, igualdad entre hombres y mujeres, derechos de negociación colectiva y libertad de asociación y conciliación de la vida personal y laboral.

En los otros dos segmentos también se dan mejores resultados, puesto que todas las áreas están por encima de las cifras recogidas en 2007, incluso en muchos casos en el apartado de empresas en desarrollo, con mención especial a los logros en este último segmento en materia de derechos humanos y libertad de asociación.

**Accesibilidad** **No obstante**, a pesar de que las empresas **líderes** dicen contemplar en su política de RRHH las áreas de no discriminación (100%) e integración de discapacitados (90%) pocas empresas españolas han desarrollado un sistema de gestión que asegure el acceso a sus instalaciones a personas con algún tipo de discapacidad. El 76% de las empresas líderes ya tiene desarrollado e implantado un sistema de gestión que contemple tales aspectos y el 24% lo tiene certificado en base a la norma ISO correspondiente. Por el contrario, el 15% de las empresas **en consolidación** y el 38% de empresas **en desarrollo** no lo tienen previsto.



“Baja implantación de la norma de certificación de accesibilidad. Las empresas optan por no certificar las medidas adoptadas”



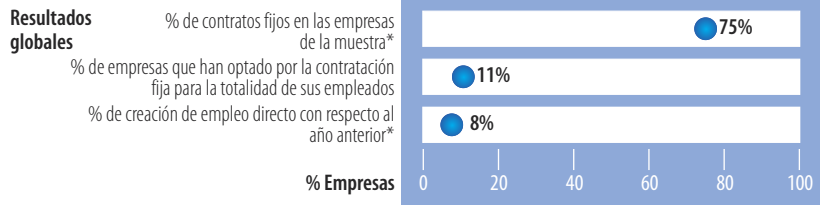


## Empleo y creación de puestos de trabajo

Pese a que los datos sobre empleo hay que contextualizarlos en la diferente situación de las empresas españolas con respecto a 2007, es interesante apreciar los altos porcentajes de contratación fija de los tres segmentos. También destacan los bajos porcentajes de contratación en el ejercicio 2008.

Gráfico 67

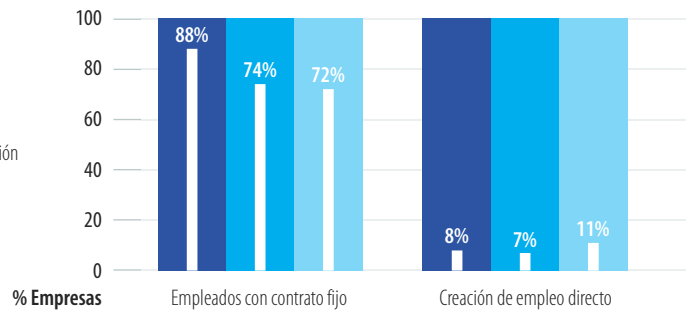
### Datos de empleabilidad



\*Promedio de los resultados del conjunto de empresas de la muestra

### Resultados por categorías de empresas

■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



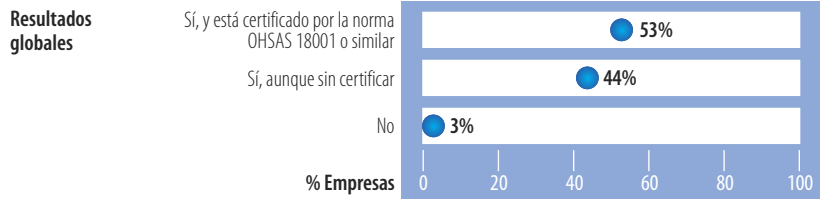
“Las empresas **en desarrollo** han sido las que más empleo directo han creado

## Seguridad y salud laboral

Al igual que en el estudio de 2007, la práctica totalidad de las empresas que han participado en la encuesta dispone de un sistema de gestión de la seguridad y salud laboral (SSL), más de la mitad de ellas lo tiene certificado.

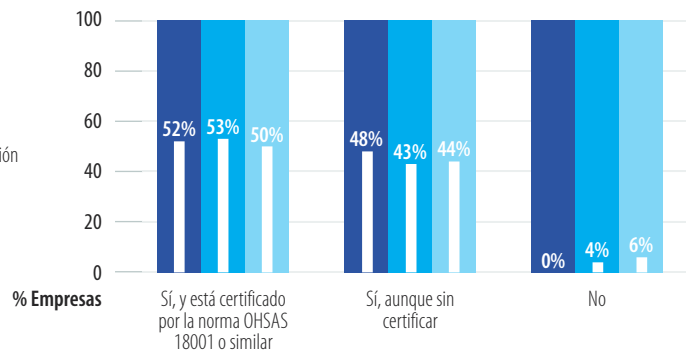
Gráfico 68

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



### Resultados por categorías de empresas

■ Líderes  
■ En consolidación  
■ En desarrollo



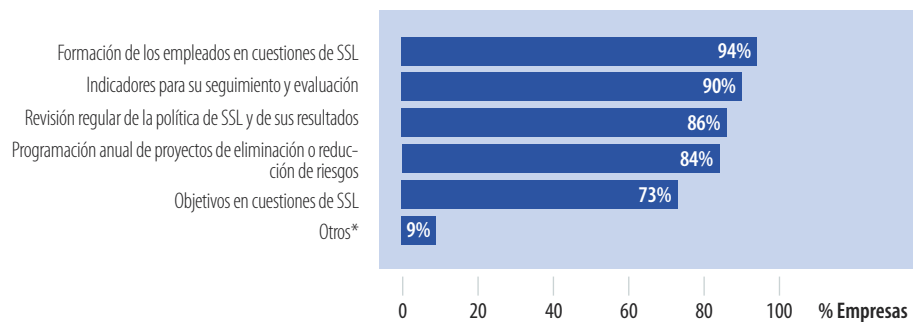
“La seguridad y la salud laboral se han convertido en una “commodity” en todas las empresas

En la tabla siguiente se puede observar la alta calidad de los sistemas de gestión de la seguridad y salud laboral (SSL) en las empresas líderes, y el nivel alcanzado por los sistemas de los dos segmentos restantes. En todos los casos, se registran unos datos mejores que en la edición anterior, sobre todo en el segmento de empresas líderes. Destaca la valoración dada por los tres grupos a la formación de los empleados y que en algunos casos las empresas en desarrollo muestran mejores resultados que las empresas en consolidación.

Gráfico 69

### Aspectos contemplados en el sistema de seguridad y salud laboral

#### Resultados globales



**\*Otros:**

salarios variables relacionados con la SSL; igualdad y no discriminación; sistema propio: con indicadores y auditorías propios; certificados OHSAS 18001; planes de seguridad y salud; inspecciones de seguridad; coordinación empresarial; plan de prevención riesgos laborales; vigilancia de la salud; coordinación empresarial

Tabla 7

Resultados por categorías de empresas	Líderes %	En consolidación %	En desarrollo %
Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados	95	83	93
Programación anual de proyectos de eliminación o reducción de riesgos	100	84	73
Indicadores para su seguimiento y evaluación	100	89	93
Formación de los empleados en cuestiones de SSL	100	93	100
Objetivos en cuestiones de SSL	90	72	67
Otros	0	11	7



*Aumentan los porcentajes respecto al anterior estudio en todas las áreas contempladas por los sistemas de seguridad y salud laboral*

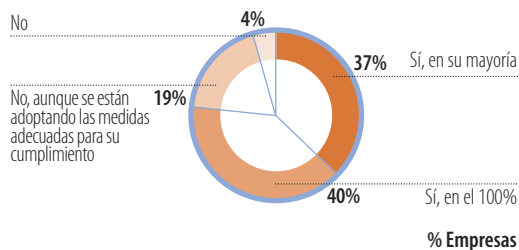
## Igualdad y no discriminación

El área de igualdad y no discriminación, dentro del apartado de RRHH es otra de las que registra un 100% de respuestas afirmativas entre las empresas líderes y un alto porcentaje en el resto. Sin embargo, aunque las empresas líderes superen en puntos porcentuales a los segmentos de empresas en consolidación y en desarrollo en su apreciación de cumplimiento global de la Ley de Igualdad, los resultados en los aspectos parciales de la no discriminación son muy similares para todos los segmentos, salvo en lo que se refiere al número de mujeres en puestos directivos, aspecto para el cual las empresas en desarrollo presentan una mayor oportunidad de mejora.

Gráfico 70

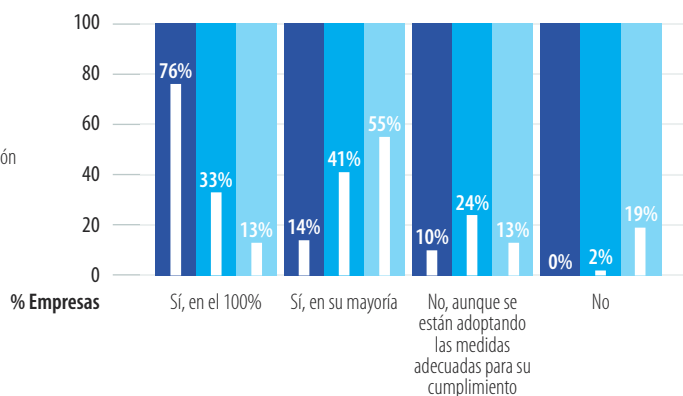
### ¿Cumple su empresa todos los aspectos de la ley de igualdad?

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

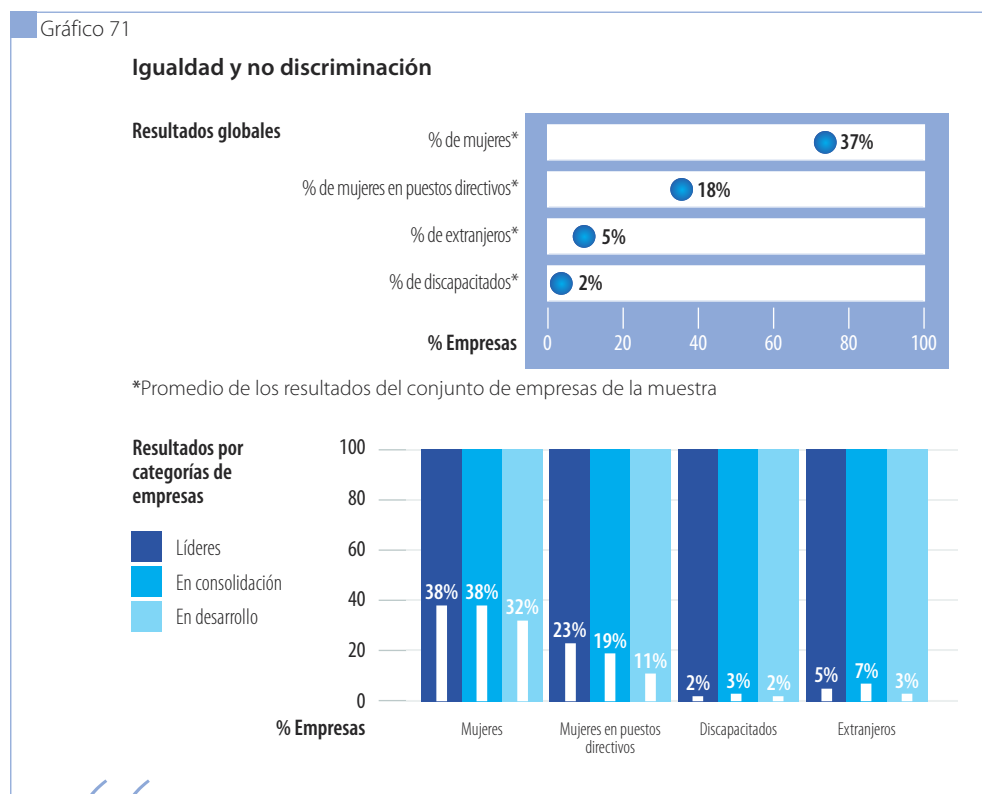
- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



Destaca el esfuerzo de las empresas **en consolidación** para adaptarse a los requisitos de la ley de igualdad



El **European Test Panel** organizado por la Comisión Europea en 2008 detectó que el 56% de las empresas tienen prácticas de igualdad y diversidad de algún tipo y que en el 63% de ellas, la diversidad ha contribuido a la innovación y creatividad en la empresa.



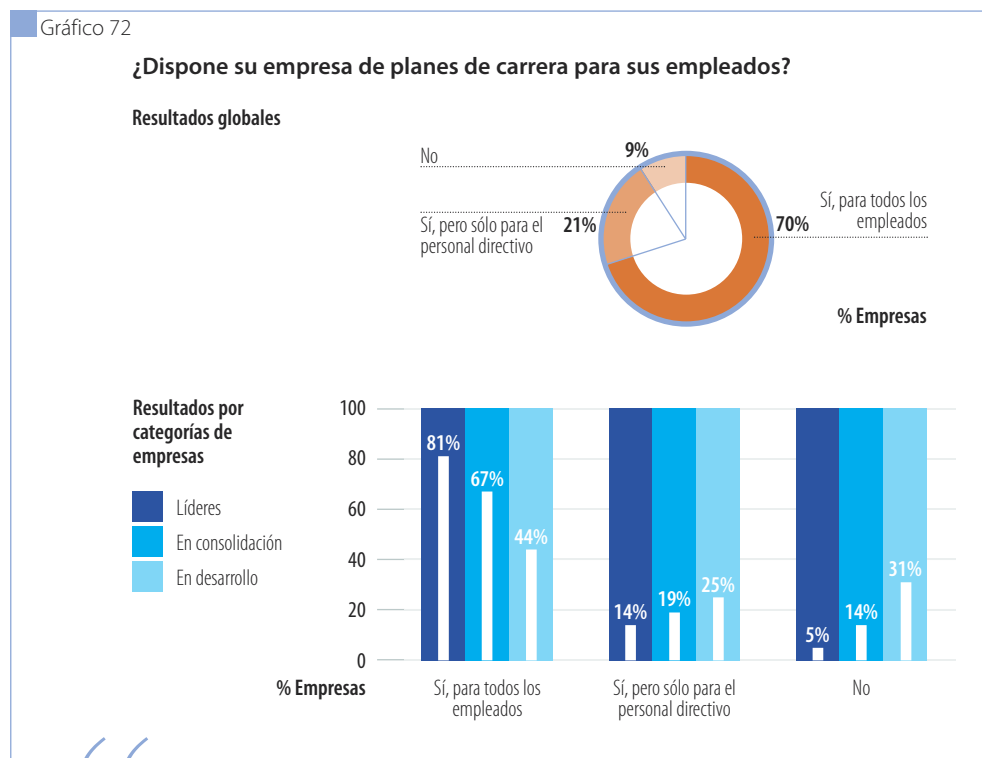
“Equiparación del porcentaje total de mujeres en empresas **líderes** y **en consolidación**, pero sin variación significativa respecto a 2007

## Igualdad salarial

La **escasez de respuestas** (15% del total de empresas participantes) con contenido definido dificulta las conclusiones en esta pregunta, pero en una minoría de empresas se revela aún un desequilibrio salarial entre hombres y mujeres que se acentúa cuánto mayor es la responsabilidad que conlleva el cargo; así, en el nivel director la diferencia salarial roza el 18%; en el gerencial el 16% y en el técnico, el 12%, siendo mínima la diferencia en el nivel administrativo.

**Desarrollo,  
empleabilidad y  
gestión del talento**

**El talento es considerado hoy en día** como uno de los activos intangibles que la empresa debe cuidar y potenciar. Por ello, no es de extrañar que, como puede observarse en las gráficas siguientes, un porcentaje muy alto de las empresas líderes (95%) y en consolidación (86%) afirma tener planes de carrera para sus empleados, porcentaje que baja hasta el 69% en el caso de las empresas en desarrollo.

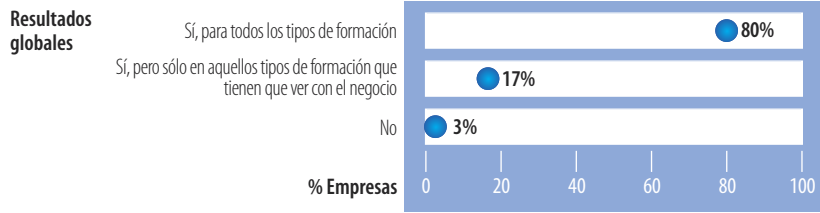


“ Las cifras se mantienen constantes en el porcentaje de empresas que disponen de planes de carrera para sus empleados con respecto al estudio anterior

Prácticamente todas las empresas evalúan sistemáticamente las necesidades de formación de sus empleados y desarrollan planes de formación para sus trabajadores. Los porcentajes son igualmente altos para el segmento de empresas del IBEX-35.

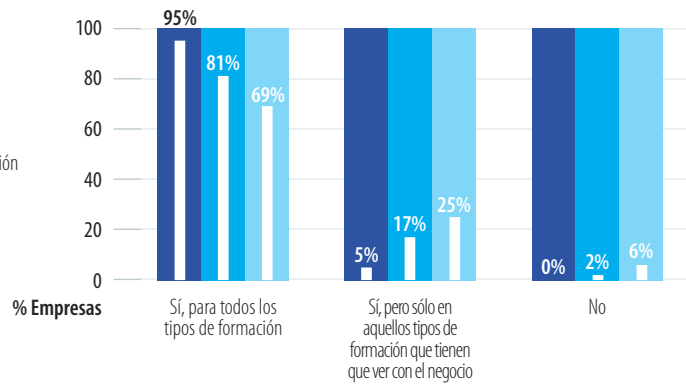
Gráfico 73

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



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

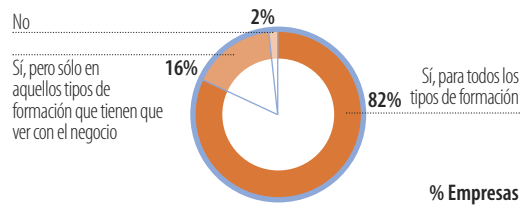


“ Las estrategias de la empresa integran las expectativas de sus grupos de interés

Gráfico 74

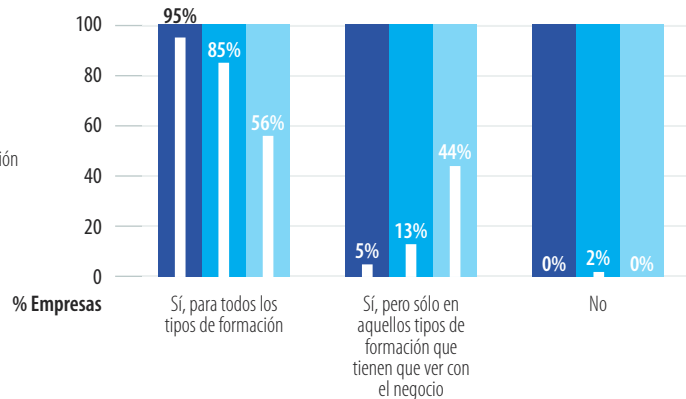
**¿Desarrolla sistemáticamente planes de formación para desarrollar a los empleados?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“ La formación de los empleados es un tema prioritario para la empresa

Tabla 8

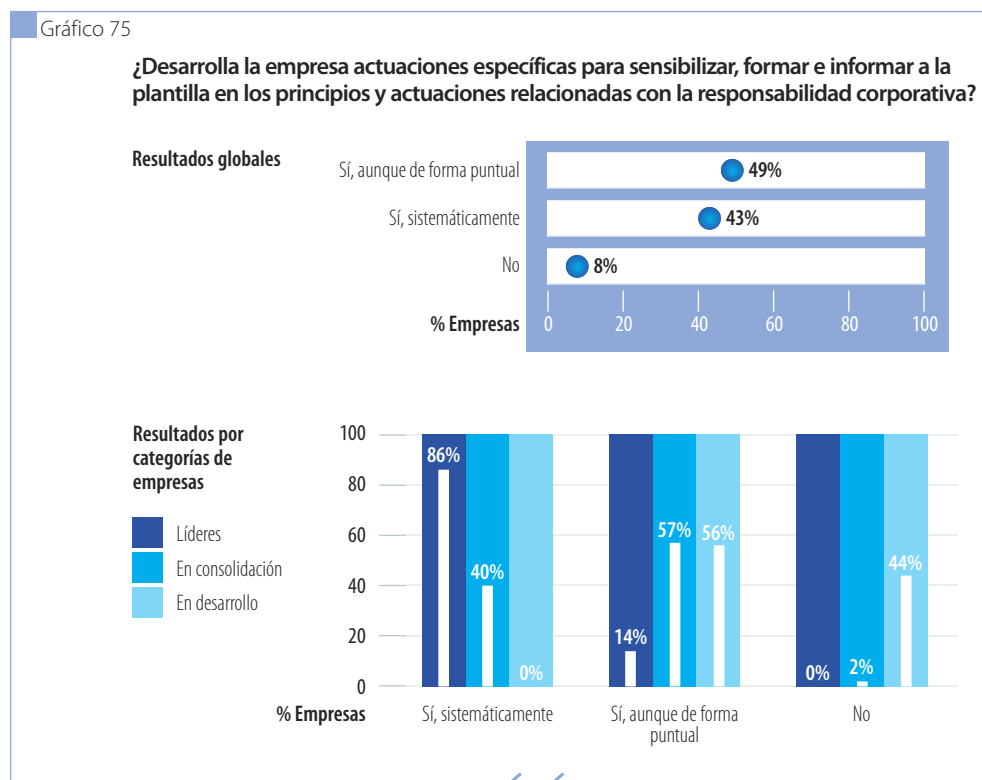
**Principales indicadores relativos a la formación de los empleados relativos al ejercicio anterior**

	Líderes	En consolidación	En desarrollo	Global
Horas de formación por empleado/año	40	26	21	28
Inversión en formación por empleado/año (euros)	5.536	458	340	1.324

## Participación e implicación de empleados

Es fundamental que la empresa lleve a cabo actividades de *sensibilización, información y formación* de los empleados para conseguir una mayor implicación en las actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa. Así lo reconoce la totalidad de las empresas líderes (100%) y de las empresas en consolidación (97%), que afirman que desarrollan acciones de sensibilización de su plantilla. También lo hacen, de manera puntual, el 56% de las empresas en desarrollo.

Destaca la positiva evolución registrada respecto a los resultados obtenidos en el estudio de 2007 (23%)

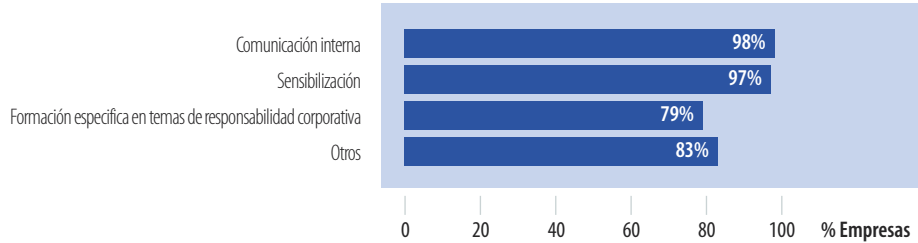


“Mejora de las actuaciones sistemáticas de la empresa para sensibilizar y formar a sus empleados en el segmento de empresas **en consolidación** con respecto al estudio anterior”

Gráfico 76

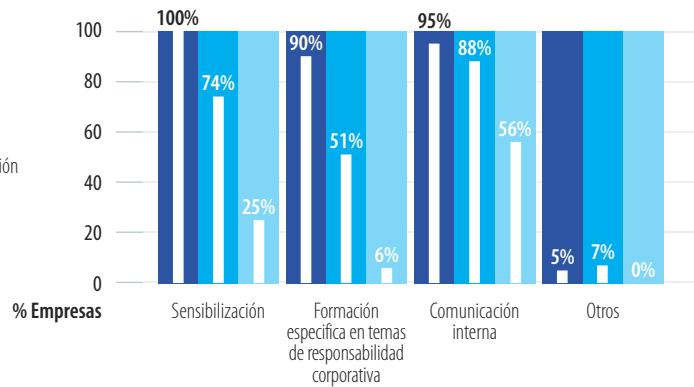
**Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Qué actuaciones realiza su empresa?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

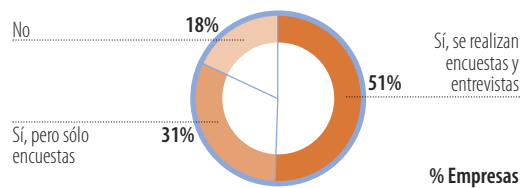


Del mismo modo que la formación y sensibilización, la *satisfacción* de los empleados ayuda también a conseguir una mayor implicación de la plantilla. De ahí la necesidad de medir esa satisfacción y adaptarse a los nuevos requerimientos y necesidades que se revelan en los resultados. La totalidad de empresas líderes mide la satisfacción del empleado, así como el 80% de las empresas en consolidación y el 69% de las empresas en desarrollo.

Gráfico 77

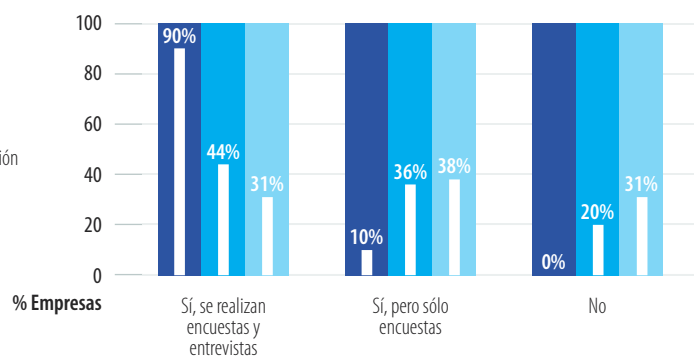
**¿Su empresa evalúa el nivel de satisfacción de los empleados e identifica sus requerimientos y expectativas (por ejemplo a través de encuestas de clima laboral)?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“Las empresas líderes otorgan gran importancia a la satisfacción de los empleados”

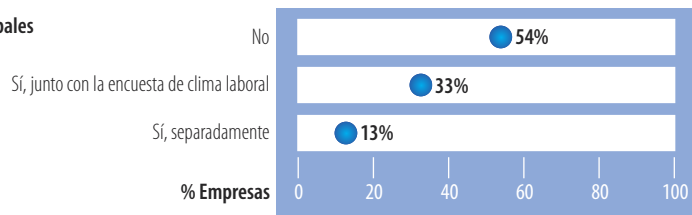


Existe un **amplio margen de mejora** en la realización de encuestas internas para evaluar el posicionamiento de la empresa en materia de responsabilidad corporativa. El 81% de las empresas **líderes** realiza encuestas sobre responsabilidad corporativa, pero sólo en un 10% de los casos se trata de encuestas específicas. En el caso de las empresas **en consolidación**, hay un 55% de organizaciones que no realizan encuestas, y tan solo el 17% realiza encuestas específicas en materia de responsabilidad corporativa. No hay empresas **en desarrollo** que realicen encuestas en esta materia.

Gráfico 78

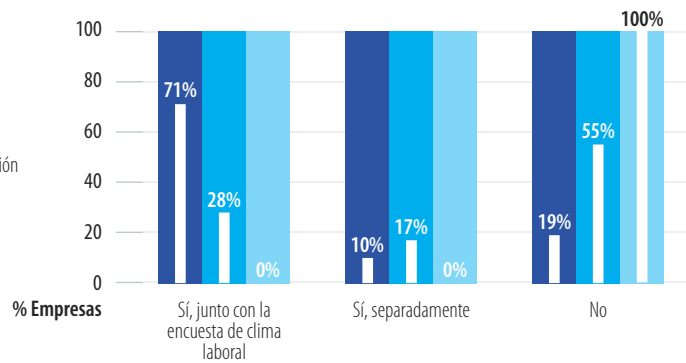
**¿Realiza encuestas internas a empleados sobre responsabilidad corporativa con el fin de evaluar el posicionamiento de la empresa en estos temas?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

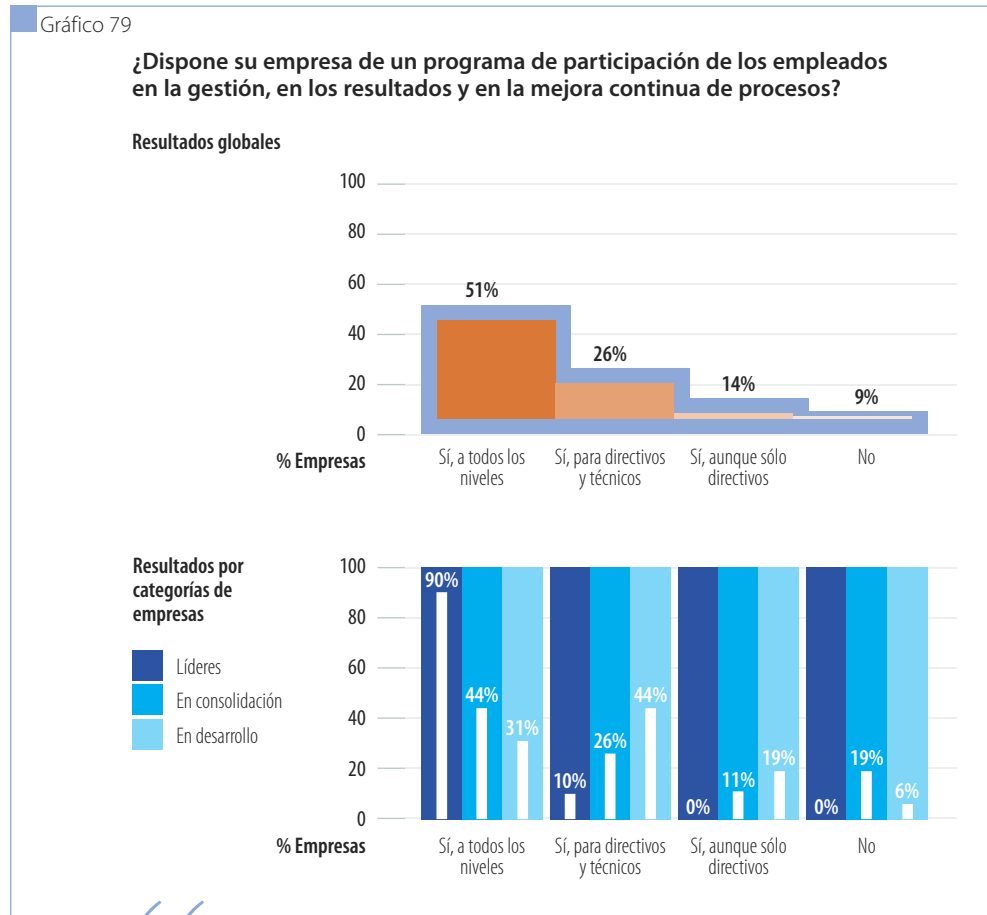
- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“ Para las empresas **líderes** la percepción de los empleados sobre el posicionamiento de la empresa en RC es una forma de medir la reputación interna de la empresa



La mayoría de empresas (91%) dispone de un programa de **participación** de sus empleados en la gestión, en los resultados y en la mejora continua de los procesos. Asimismo, la mayoría de ellas (78%) parece decantarse por los sistemas de retribución basados en la evaluación del desempeño como principal mecanismo para conseguir dicha participación, y en las empresas **líderes** (86%) también se fomenta el sistema de gestión de sugerencias.



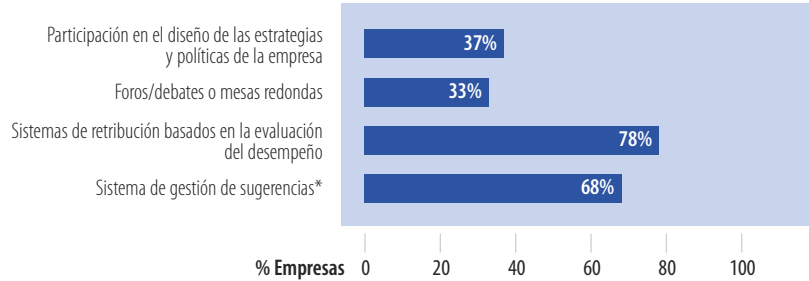
“Las empresas **líderes** fomentan la participación de los empleados a todos los niveles. Para las empresas **en desarrollo** destaca la importancia reconocida también a los técnicos



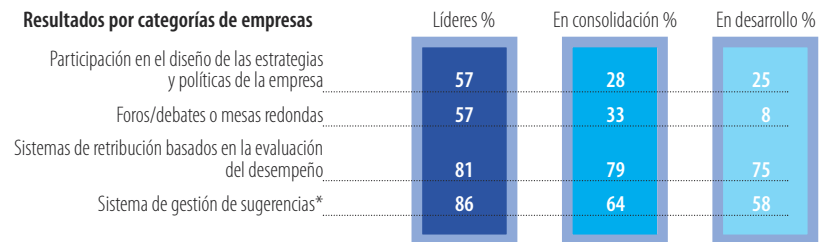
Tabla 9

**Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Cuáles son los mecanismos de participación?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**



\* Ver tabla n° 10

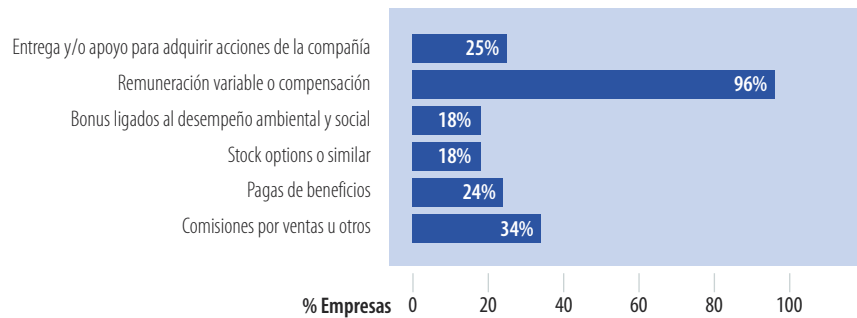
“ En las empresas que no son líderes destaca la promoción de la participación a través de sistemas de retribución basados en el desempeño

Las empresas que han desarrollado sistemas de retribución basados en la evaluación del desempeño, basan mayoritariamente esta retribución en un bono o compensación, sobretodo en el segmento **en desarrollo** (100%). Las **líderes**, si bien la casi totalidad (94%) sigue también esta medida, contemplan, además, otras, aunque en menor porcentaje, como los bonus ligados al desempeño ambiental o social (35%), stock options (35%) o comisiones por ventas (35%).

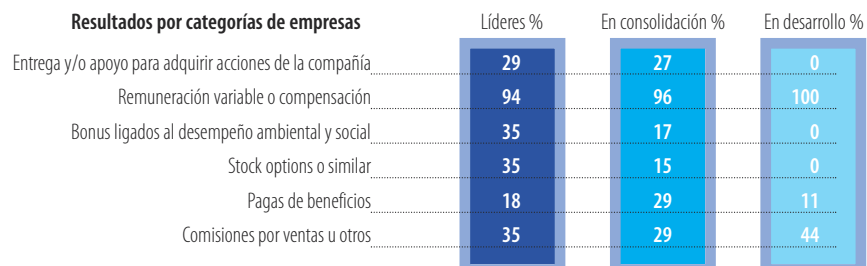
Tabla 10

**Si ha contemplado como mecanismo de participación la retribución basada en la evaluación del desempeño, ¿qué criterios se han seguido?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

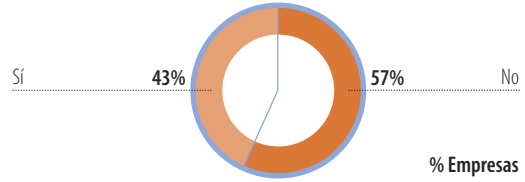


“ Disminuyen las pagas de beneficios a favor de la remuneración variable o compensación y se incorporan con fuerza las opciones de entrega (y/o apoyo) para adquirir acciones de la compañía

Gráfico 80

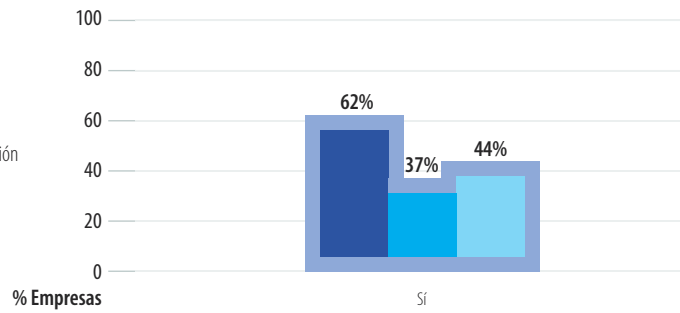
### ¿Existe un sistema de reconocimiento o recompensa para los empleados que las presenten?

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

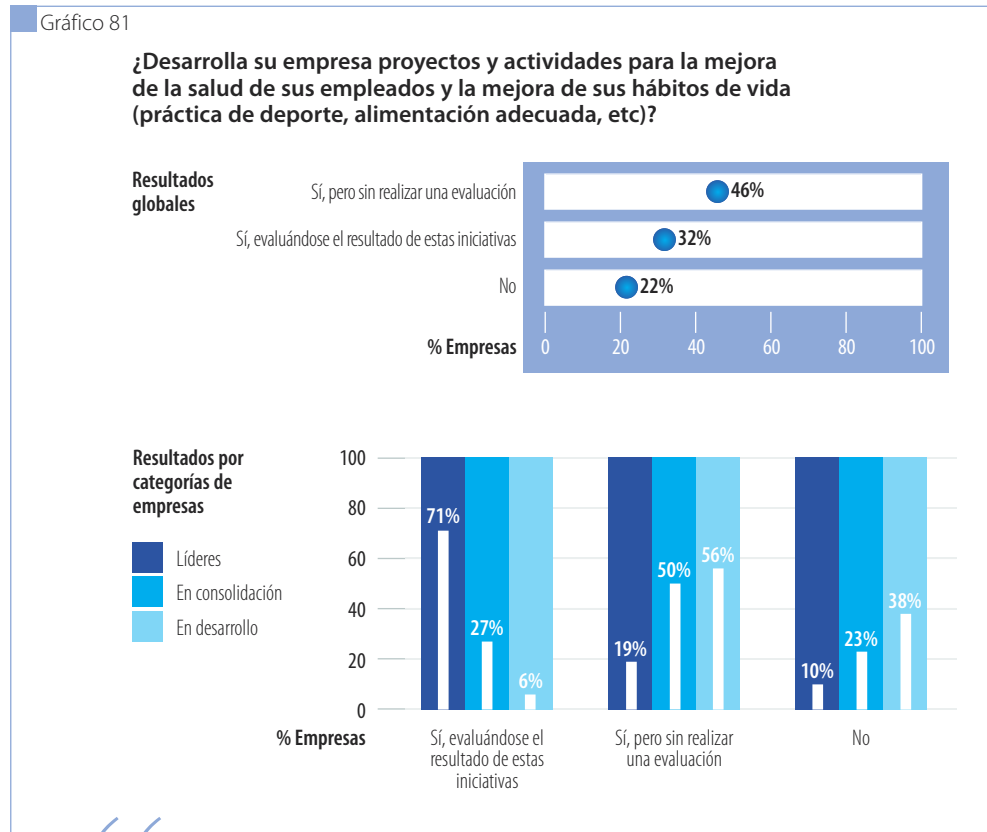
- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



Se han presentado una media de 3 sugerencias por empleado y 963 por empresa

Un pequeño porcentaje de empresas ha desarrollado un buzón de sugerencias como herramienta de fomento de la participación de los empleados, a lo que han añadido un sistema de recompensa y reconocimiento para quienes las presenten.

En cuanto al porcentaje de empresas que desarrollan actividades de *mejora de la salud de los trabajadores y hábitos de vida*, éste tiene un amplio margen de mejora en las empresas **en consolidación** y **en desarrollo**. El porcentaje en el segmento de empresas **líderes** es del 90%, de las que el 71% evalúan los resultados.



“ No hay una evaluación y seguimiento sistemáticos de estas actividades en las empresas **en consolidación** y **en desarrollo** frente a las empresas **líderes** que sí lo hacen

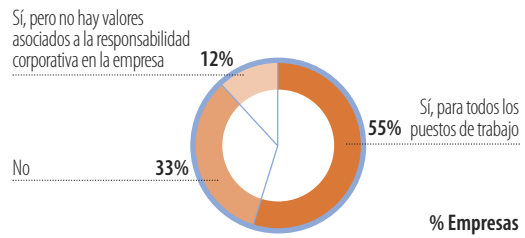


El 90% de las empresas líderes introduce criterios de valoración del compromiso con la responsabilidad corporativa en sus *procesos de selección*. Los porcentajes bajan hasta el 63% en las empresas en consolidación y hasta el 50% en las empresas en desarrollo. Además, en este último segmento el 31% de las organizaciones no tiene valores asociados a la RC.

Gráfico 82

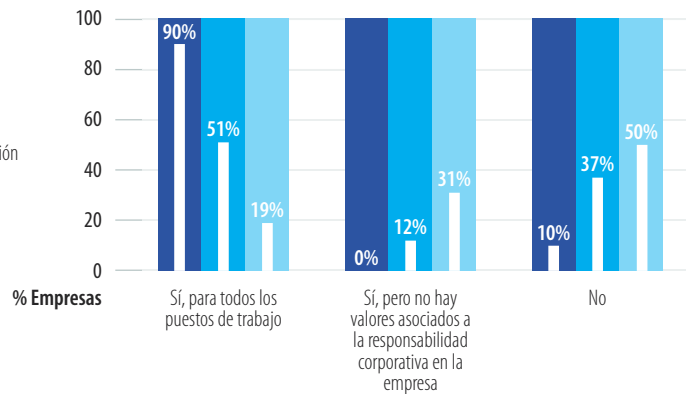
**¿Valora su empresa, en los procesos de contratación, el compromiso personal de los candidatos con la ética y los valores asociados a la responsabilidad corporativa existentes en la empresa?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



*Las empresas incorporan los valores poco a poco también en sus procesos de contratación. En una encuesta reciente entre estudiantes de MBA publicada por Aspen Institute (2008), el 26% de los encuestados manifestaron que la posibilidad de contribuir a la sociedad sería un factor importante en la elección de empleo*



## Voluntariado corporativo

Es importante señalar que aquellas empresas que tienen programas de voluntariado claramente favorecen el que sus integrantes dediquen tiempo, y por tanto compartan sus conocimientos y habilidades, colaborando en la realización de acciones sociales. El beneficio que se obtiene con ello es múltiple: para la empresa, en cuanto que fortalece la incorporación de valores en actividades concretas y aumenta el orgullo de pertenencia a la empresa; para la comunidad, que se beneficia del conocimiento y las aportaciones de la compañía y, por supuesto, para el propio empleado que la desempeña, tanto a nivel individual, de satisfacción y compromiso, como a nivel de grupo, puesto que es una herramienta eficaz en la construcción de equipos.



*Destaca el fuerte crecimiento de los programas de voluntariado de las empresas con respecto a 2007*

Este **voluntariado consiste**, en la mayor parte de los casos, en dedicación de tiempo de los empleados, que es la opción más común en los tres segmentos de empresas, como muestra la tabla siguiente, además de la importante aportación económica que también contemplan buena parte de las empresas **líderes** y un porcentaje considerable de empresas **en consolidación**.

Gráfico 84

**¿En qué consiste el programa de voluntariado corporativo?**

**Resultados globales**

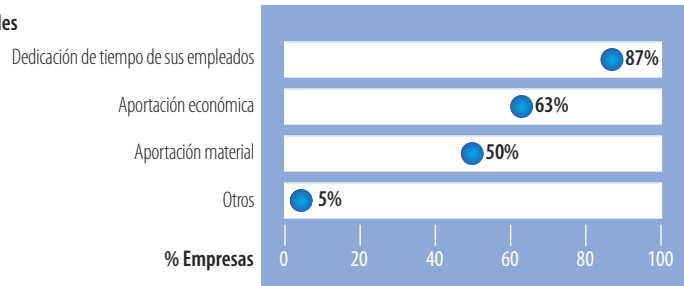


Tabla 11

**Resultados por categorías de empresas**

	Líderes %	En consolidación %	En desarrollo %
Aportación material	68	43	25
Aportación económica	74	65	25
Dedicación de tiempo de sus empleados	79	92	75
Otros	0	8	25

“Aumentan todos los porcentajes en relación con el estudio anterior, salvo el del número de empresas **líderes** en sus aportaciones económicas

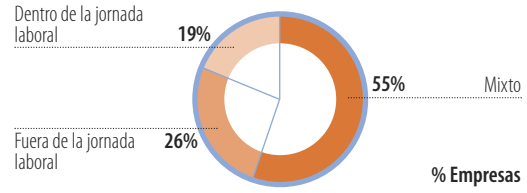




Gráfico 85

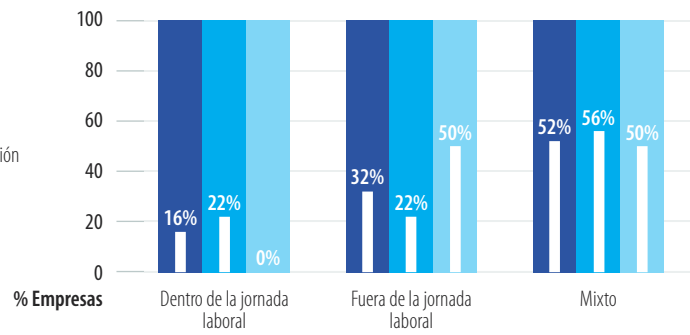
### En caso de que su empresa dedique tiempo en trabajos en acciones sociales, esto se realiza:

#### Resultados globales



#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo

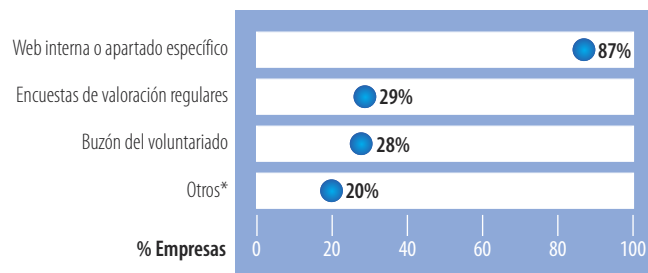
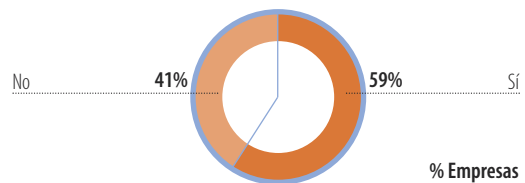


El 90% de las empresas líderes y prácticamente la mitad de las empresas de los otros dos segmentos que han puesto en marcha programas y acciones de voluntariado disponen de herramientas para su divulgación entre los empleados y para la recogida de sus propuestas. El 70% de las empresas del IBEX-35 divulga sus programas. Como una herramienta más puesta a disposición de los empleados por la empresa, es importante medir su valoración, dentro de la misma encuesta de satisfacción antes mencionada o por separado, pero en cualquier caso, es importante recabar la opinión de los empleados sobre cada una de las actividades de voluntariado puestas en marcha.

Gráfico 86

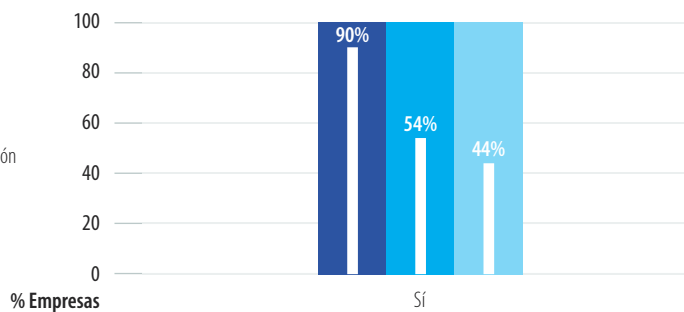
**¿Dispone de herramientas de diálogo específicas para recoger comentarios de los empleados e informarles sobre los distintos proyectos y acciones de voluntariado?**

**Resultados globales**



**Resultados por categorías de empresas**

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



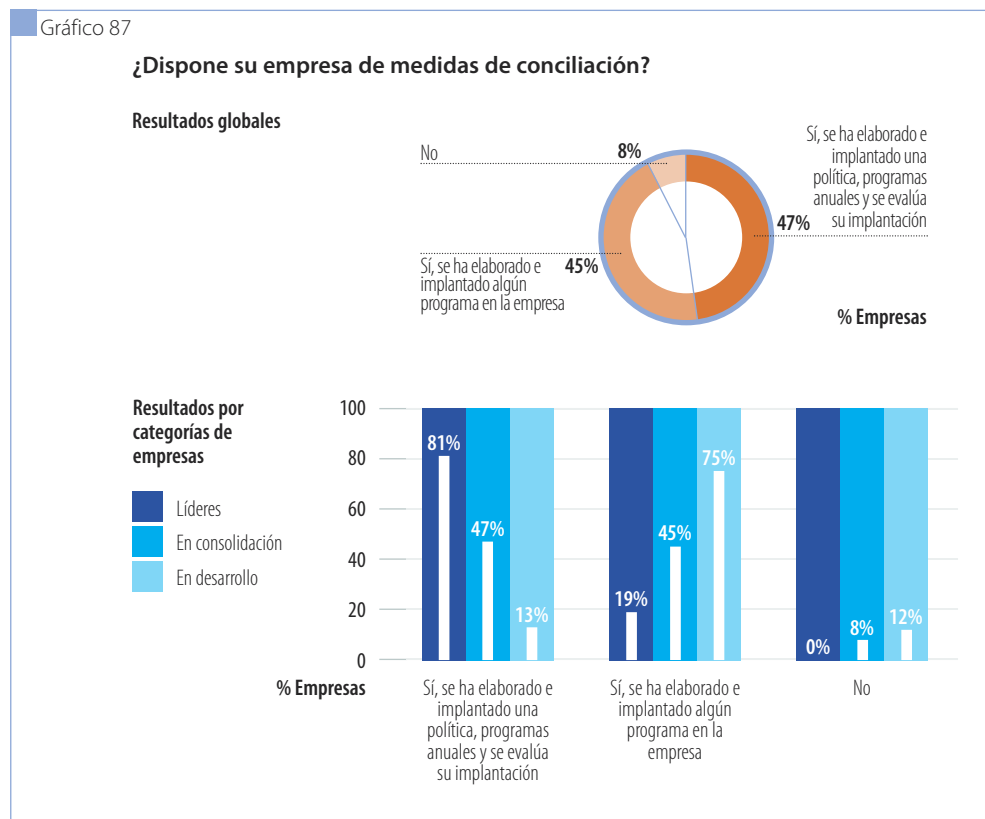
\*Otros:

Revista corporativa, buzón de RC, web externa, marketing directo, comunicados internos, blog, correo electrónico, oficina específica, comité multidisciplinar

## Conciliación de la vida personal y laboral

La **conciliación** es uno de los temas fundamentales que más preocupa a los españoles. Como reflejaba la tabla relativa a políticas de RRHH, la conciliación es un área que cubren el 100% de las empresas líderes y el 82% y 69% en consolidación y en desarrollo, respectivamente. Y si bien estos porcentajes ya eran altos en el estudio anterior, lo cierto es que las empresas han reforzado sus actuaciones al respecto.

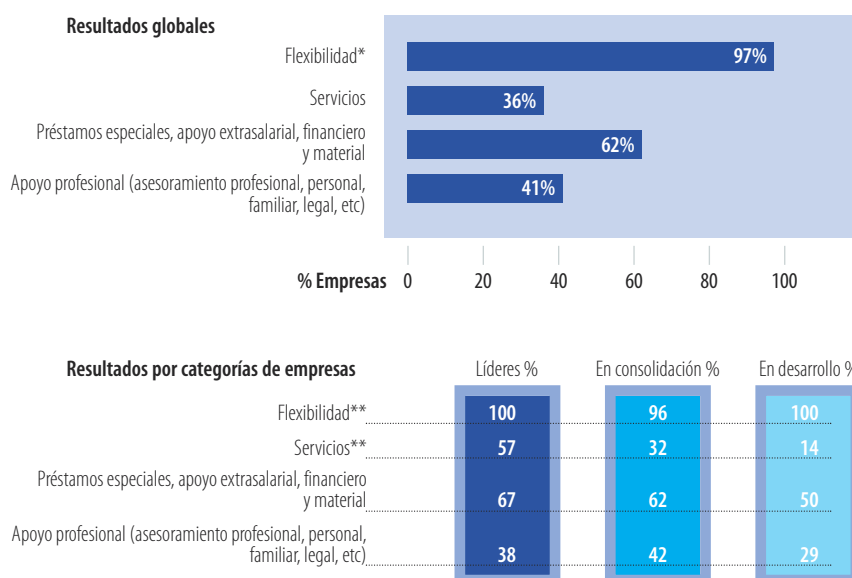
Según los datos obtenidos en la encuesta, la práctica totalidad de las empresas de la muestra han desarrollado e implantado medidas de conciliación de la vida personal y laboral, aunque en el 45% de las organizaciones en consolidación y en el 75% de las que están en fase de desarrollo las han realizado de forma esporádica.



Entre las distintas modalidades implantadas para favorecer la conciliación en todas las empresas, la más general es la “flexibilidad”, sobre todo horaria, y en la ampliación de permisos laborales más allá de los requerimientos legales. Además, se consolida la tendencia ya detectada en 2007, en las empresas líderes, de fomentar otras formas de flexibilidad relacionadas con las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación. Otra medida bastante extendida son los préstamos especiales.

Tabla 12

**Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Cuáles son las iniciativas de su empresa en materia de conciliación?**



\* Ver gráfico 88

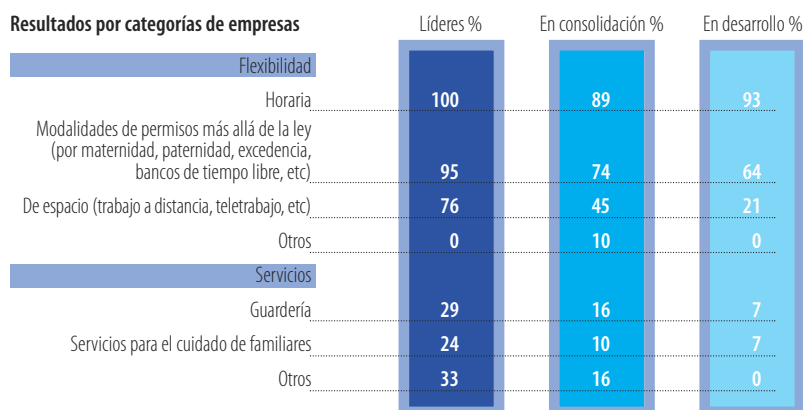
\*\* Ver tabla 13



Notable aumento de las iniciativas en servicios y apoyo profesional en el segmento **en consolidación** respecto a 2007

Tabla 13

**Flexibilidad y servicios**

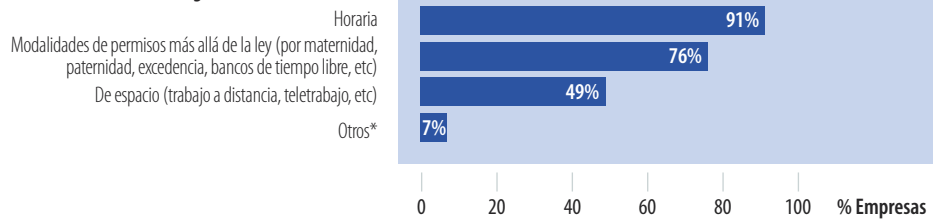


La mayoría de empresas cuenta con medidas de flexibilidad horaria y se extiende la opción de los servicios entre las empresas **en consolidación**

Gráfico 88

### Flexibilidad

#### Resultados globales



**\*Otros:**

Sistema de retribución flexible en algunos casos o a la carta, periodo sabático, más vacaciones/compra de vacaciones, jornada intensiva, viernes tarde libre, cheques- guardería, préstamos bonificados o anticipos para adopciones, sustituciones por maternidad, reducción de jornada para cuidado de menores y discapacitados, traslado temporal por causas familiares graves o por razón de embarazo y a petición de la empleada.

**Otros beneficios sociales** que han implantado las empresas son:

- Descuentos y ayudas en la gestión de viajes personales
- Becas de ayuda para guarderías y escolares, tickets de guardería
- Comedor de empresa y ticket restaurante
- Ayudas por nacimiento, ayuda de estudios, ayuda por minusvalías y para el cuidado de familiares; teleasistencia y ayuda domiciliaria
- Aparcamiento
- Promoción de actividades de ocio en familia costeadas por la empresa
- Transporte
- Médico y pediatra en el centro de trabajo; otros servicios médicos
- Fondo de asistencia social (bolsa para estudios de hijos de empleados, préstamos para adquisición de vivienda)





7.

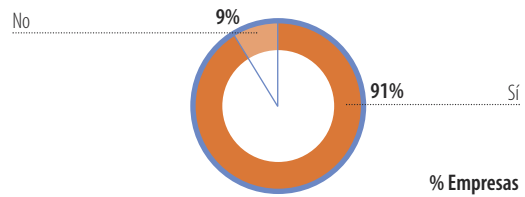
## Gestión ambiental

**Política y sistema de gestión ambiental** La **totalidad de empresas líderes** y la inmensa mayoría de empresas en consolidación de la muestra tienen definida una política de gestión ambiental. El porcentaje baja hasta el 69% para las empresas en desarrollo.

Gráfico 89

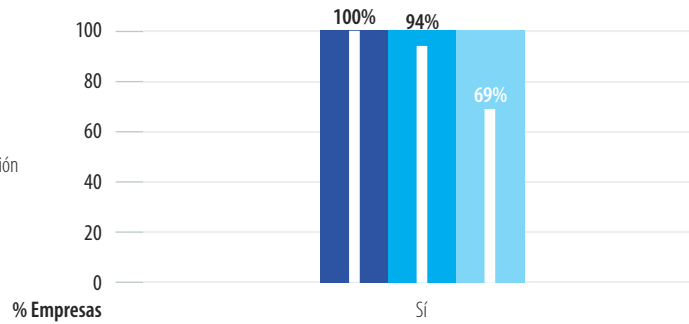
### ¿Dispone su empresa de una política de gestión ambiental?

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

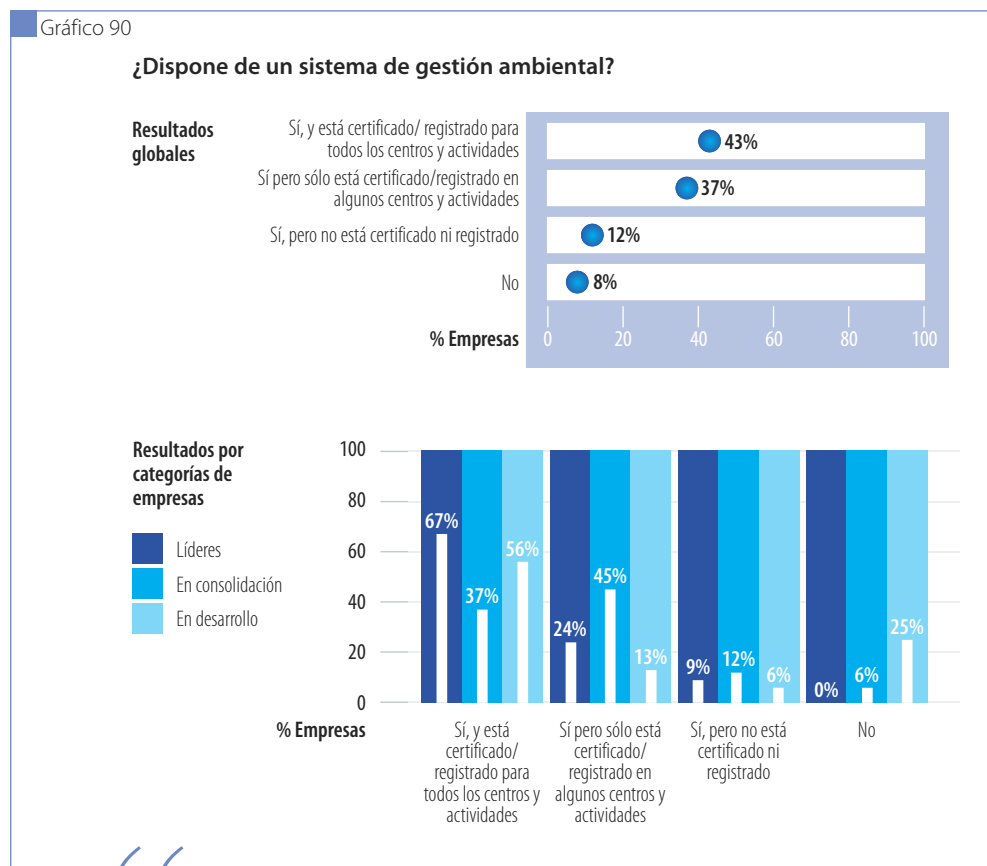
- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



Asimismo, la totalidad de las empresas líderes tiene desarrollado e implantado su sistema de gestión ambiental, según la norma ISO 14001 y/o el reglamento europeo EMAS. Sólo el 10% no lo tiene certificado.

El 82% del segmento en consolidación tiene desarrollado, implantado y certificado el sistema de gestión medioambiental. Otro 12% lo tiene desarrollado e implantado, pero no certificado.

Finalmente, el 75% de las empresas del segmento en desarrollo tiene desarrollado e implantado un sistema de gestión ambiental, y sólo en el 6% de los casos, no está certificado.



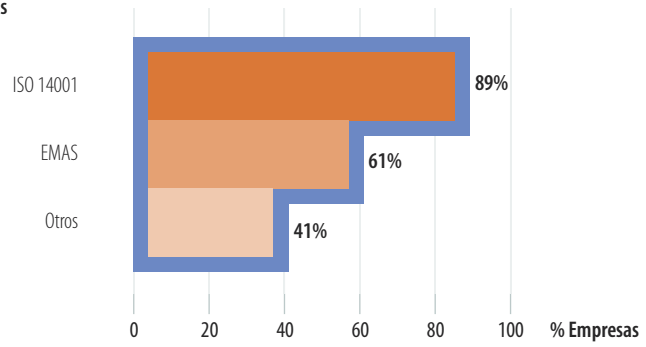
“Aumentan en todos los segmentos los sistemas de gestión ambiental certificados y registrados”



Gráfico 91

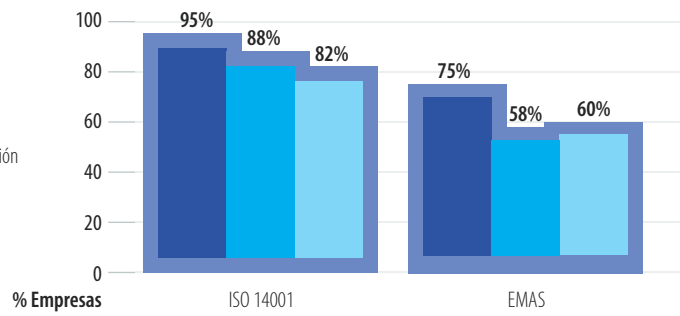
### ¿Qué tipo de certificación tiene su empresa?

#### Resultados globales

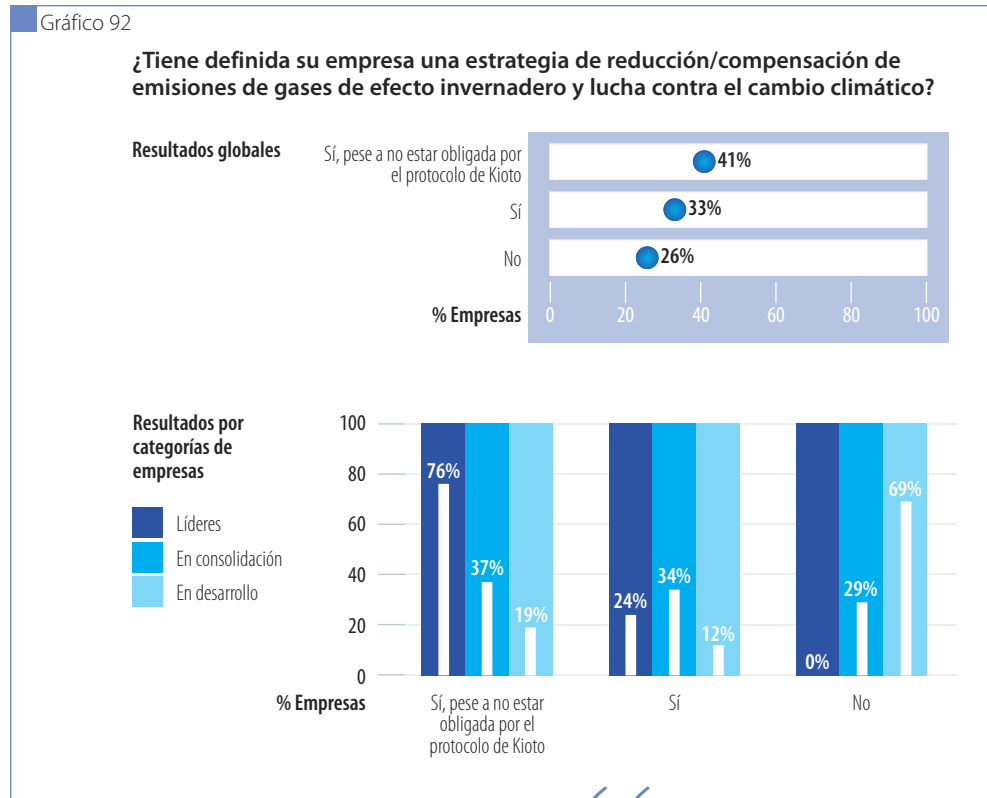


#### Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



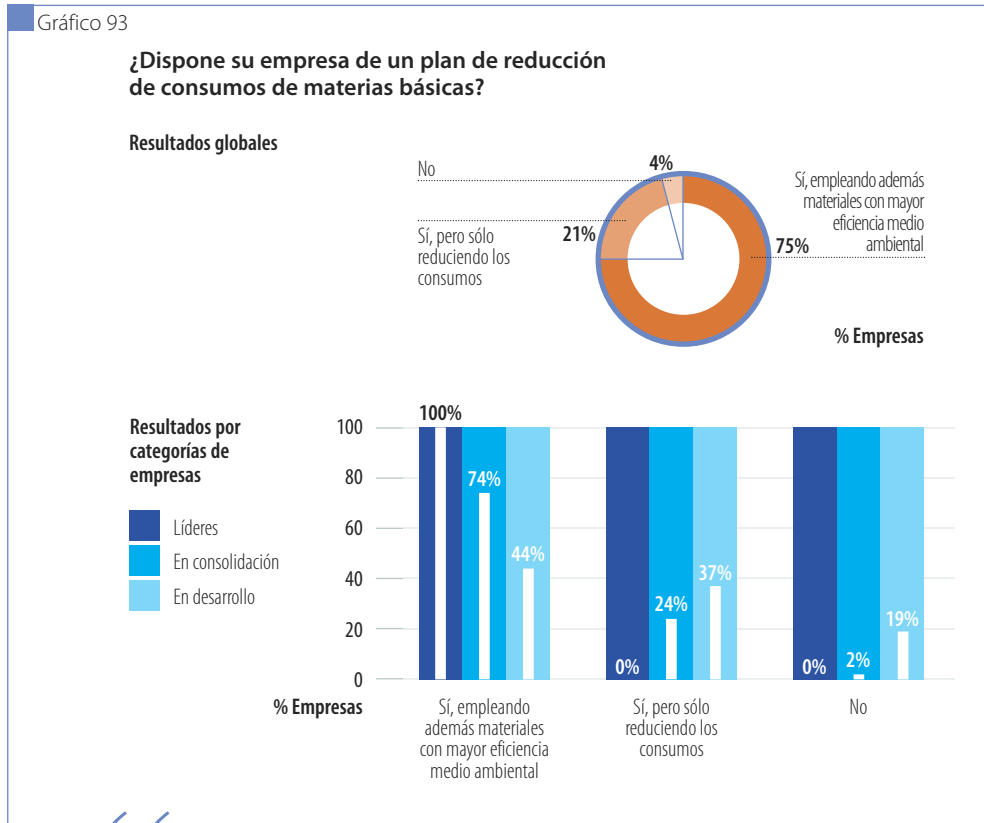
Es loable el esfuerzo que han hecho las empresas para implantar estrategias de reducción de los gases de efecto invernadero (GEI). El 100% de las empresas líderes y el 71% de las organizaciones en consolidación tienen definidas estrategias que prevén su reducción, frente a sólo el 31% de las empresas en desarrollo.



“ El 100% de las empresas líderes tiene una estrategia de reducción de GEI ”



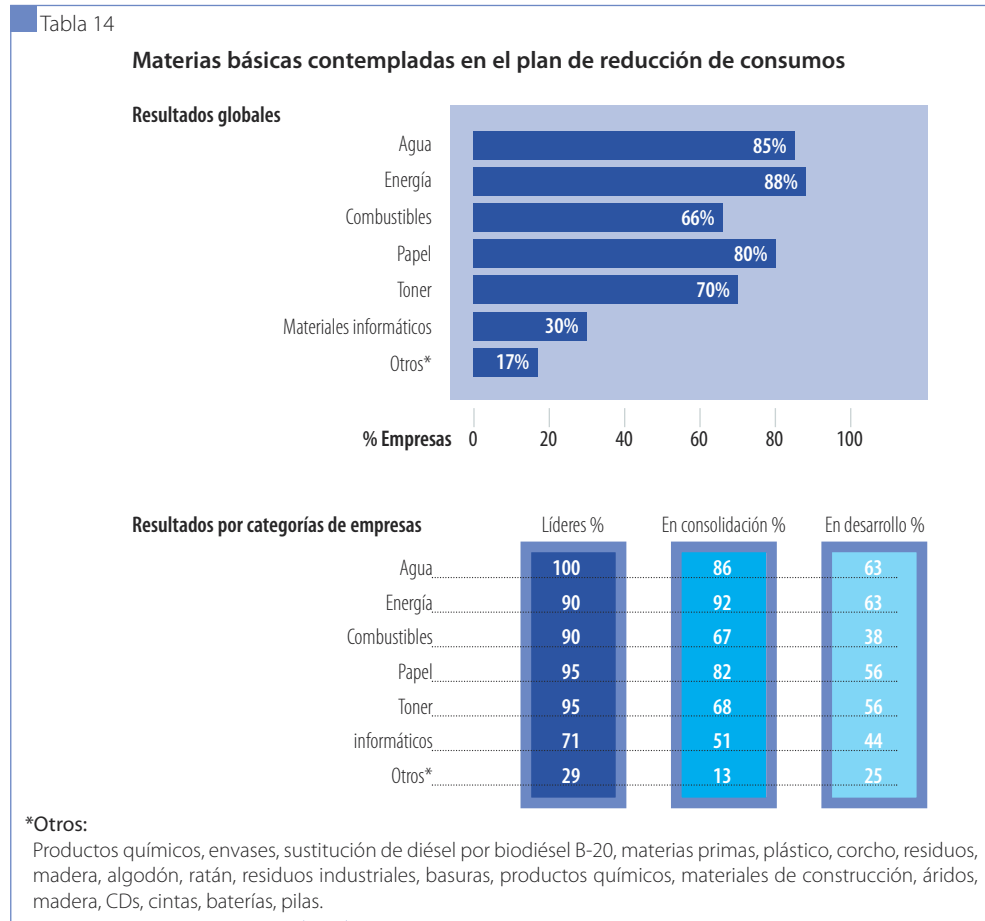
**Gestión de consumos y residuos** En coherencia con esas políticas medioambientales, la práctica totalidad de las empresas del estudio tienen un plan de reducción de consumos de materias básicas y de gestión y minimización de residuos (para todos o parte de ellos). Son las empresas del segmento en desarrollo las que tienen un mayor recorrido para la mejora en ambos aspectos.



“Mejoran los compromisos de las empresas en reducción de consumos de materias básicas hasta alcanzar casi el 100%”



Las empresas líderes contemplan en sus planes de reducción de consumos la práctica totalidad de las materias básicas. Tan sólo los materiales informáticos bajan sensiblemente con respecto al resto, aunque en relación con el estudio anterior han logrado una notable mejoría. Para las empresas en consolidación y en desarrollo los planes de reducción de consumos se orientan al consumo de energía y agua, y también al consumo de papel en las organizaciones en consolidación.

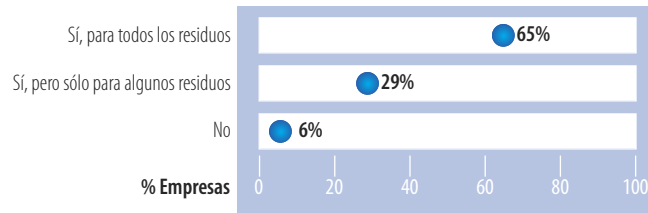


“ Aumentan los valores máximos y mínimos de reducción de todas las materias básicas en todos los segmentos

Gráfico 94

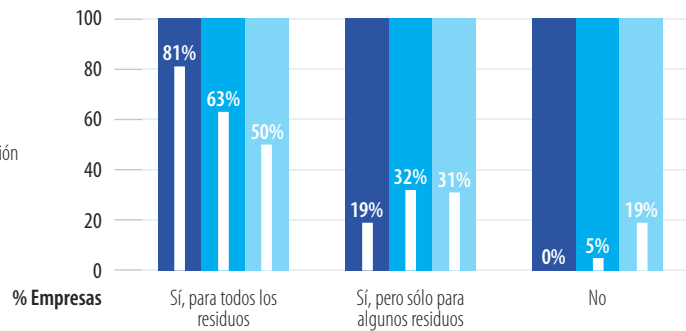
¿Dispone su empresa de un plan de gestión y minimización de residuos?

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



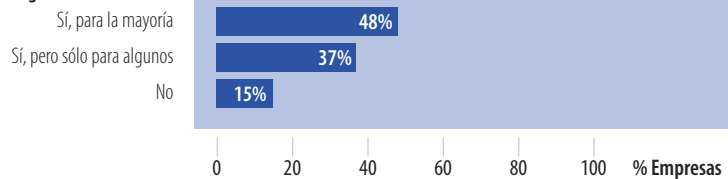
“ Las empresas que tienen planes de reducción de materias básicas también tienen planes para la gestión y minimización de residuos

**Ecoeficiencia** El 95% de las empresas líderes afirma promover y desarrollar la ecoeficiencia. Un 76% además lo hace para todos los proyectos. Estas cifras descienden algo en el caso del segmento en consolidación (88% y 35% respectivamente), muy significativamente respecto a las empresas en desarrollo (66% y 25% respectivamente).

Gráfico 95

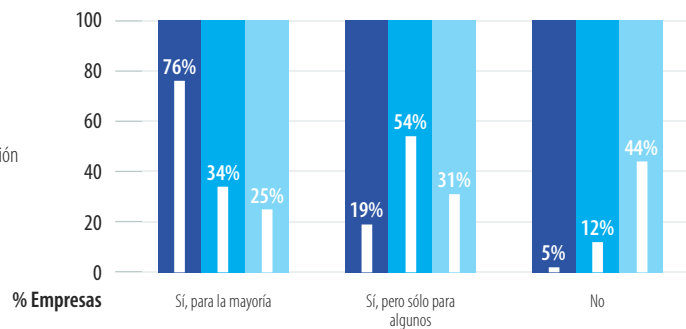
¿Dispone su empresa de acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia de procesos internos y/o productos y servicios comercializados?

Resultados globales



Resultados por categorías de empresas

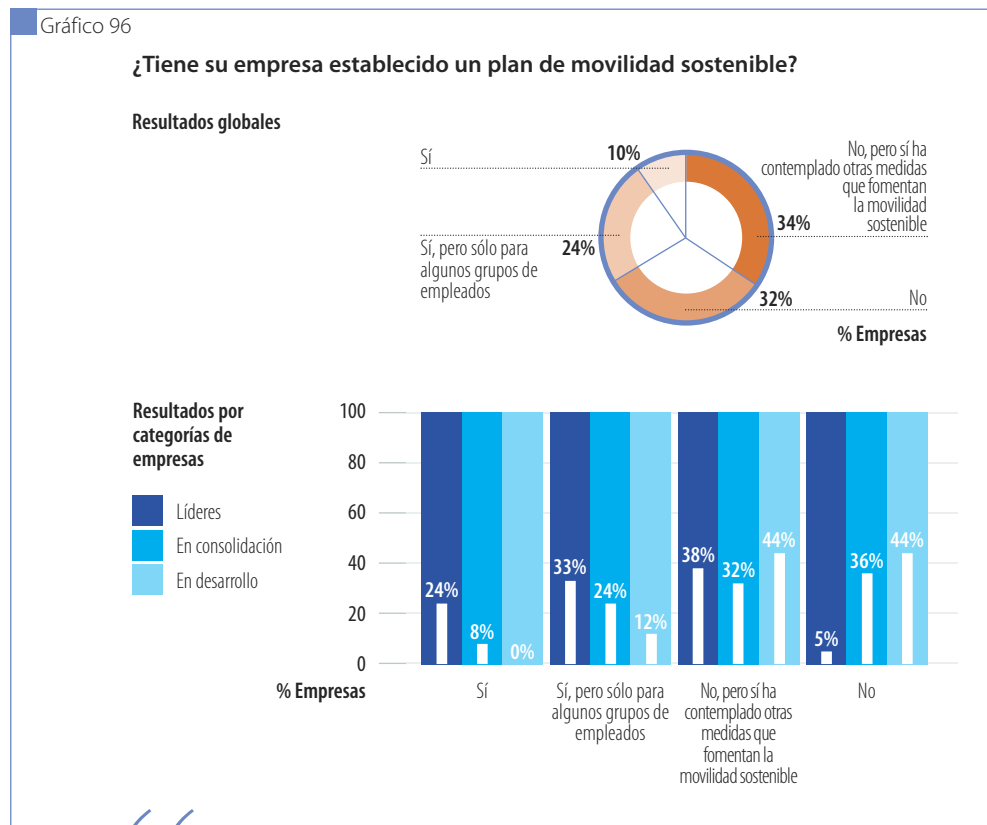
- Líderes
- En consolidación
- En desarrollo



“ No ha habido variación significativa en los proyectos de ecoeficiencia respecto al estudio anterior

Por último, el análisis de lo que se revela como una clara tendencia para los próximos años, como es todo lo relacionado con la movilidad sostenible, entendiendo como tal el conjunto de procesos y acciones orientados a conseguir como objetivo final un uso racional de los medios de transporte por parte tanto de particulares, como de profesionales, teniendo en cuenta tanto los desplazamientos individuales, como de los equipos de la empresa.

En este caso son pocas las empresas españolas que tienen definidos planes de movilidad sostenible, si bien es posible que esta situación cambie ante la inminente aprobación de la estrategia española de movilidad sostenible y la futura promulgación de la ley de movilidad.

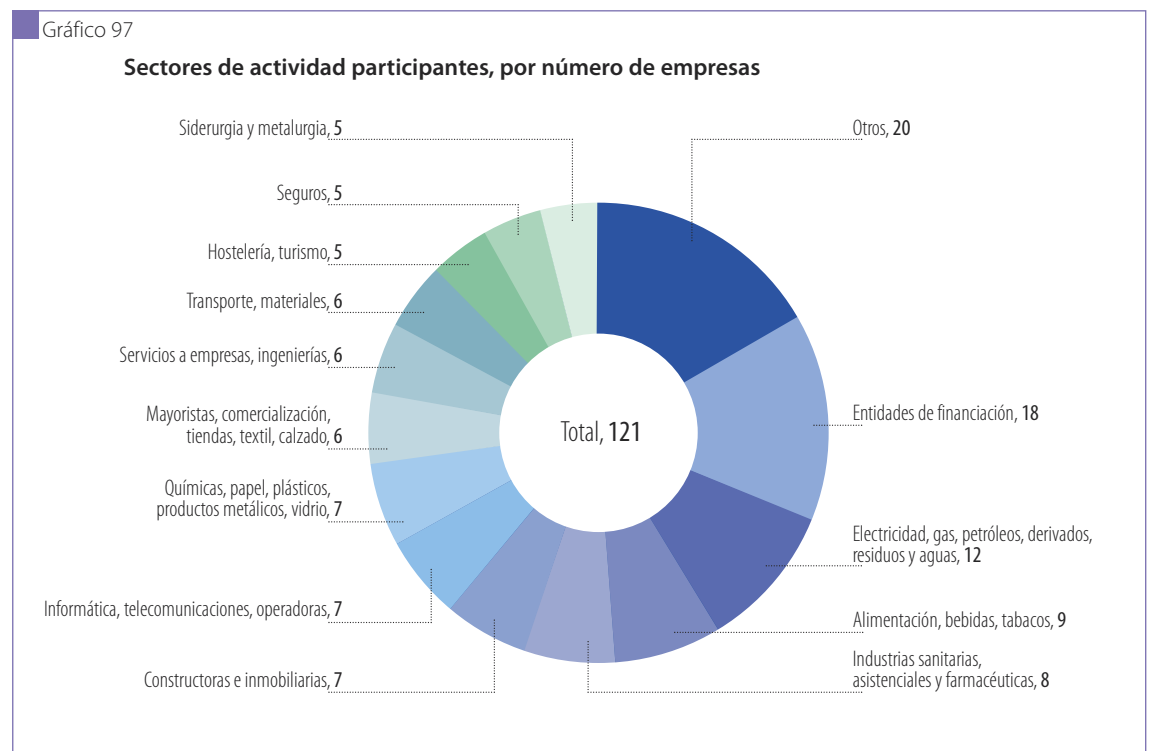


“ Los porcentajes de empresas que cuentan con planes de movilidad son aún bajos, pero estas cifras podrían aumentar si las empresas identificaran como prácticas de movilidad otras iniciativas que ya incorporan en otras áreas, como salud de los empleados, conciliación... ”



## Análisis sectorial

Las 121 empresas que conforman la muestra representan a 16 sectores de actividad de acuerdo con la siguiente distribución:



Si bien en un principio el cuestionario distribuido a las empresas para la elaboración del presente estudio agrupaba 16 sectores de actividad, finalmente los resultados se han tratado sobre la base de 14. El cambio ha venido motivado por una parte, por la escasa representatividad de tres sectores, como son el de medios de comunicación, maquinaria y aeronáutica/automoción y que ha obligado a que los resultados de las empresas pertenecientes a éstos se trataran de forma conjunta en el apartado "Otros". Por otra parte, se detectó que al menos 5 entidades, incluidas en el apartado "Otros" pertenecían al sector "seguros", con lo cual se optó por crear un grupo nuevo para este sector.



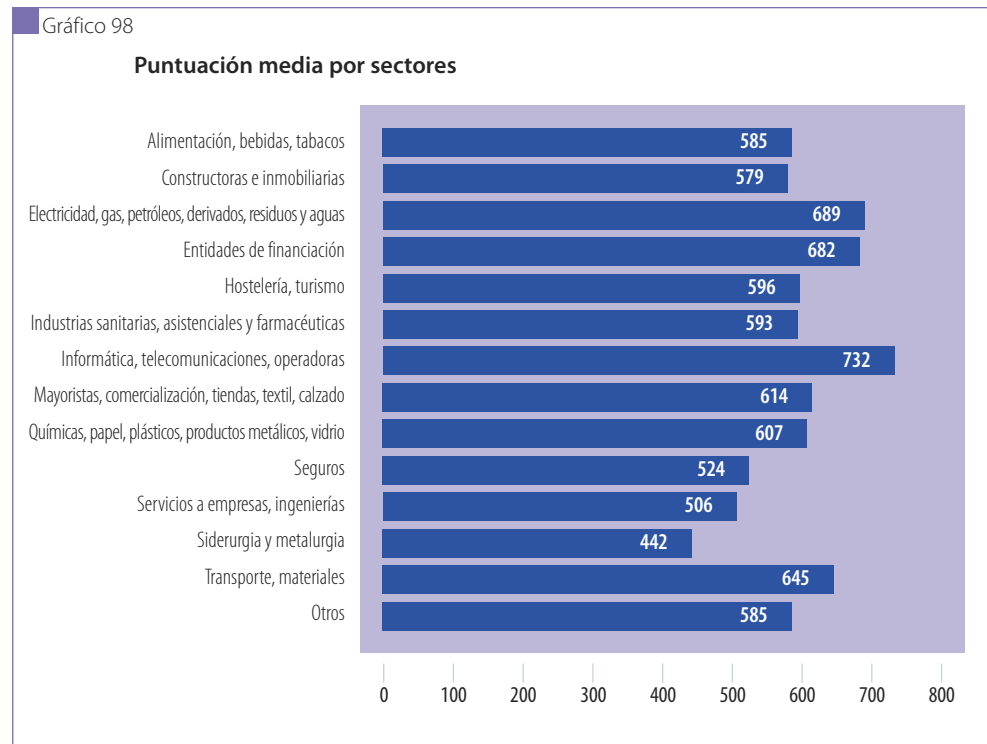
Para este análisis sectorial, se han utilizado las puntuaciones ponderadas para medir la situación de los distintos sectores, en términos absolutos y relativos. En la tabla siguiente se pueden observar esos resultados, segmentados por sectores y por áreas de la RC.

Tabla 15

**Resultados por sectores y por áreas de la RC**

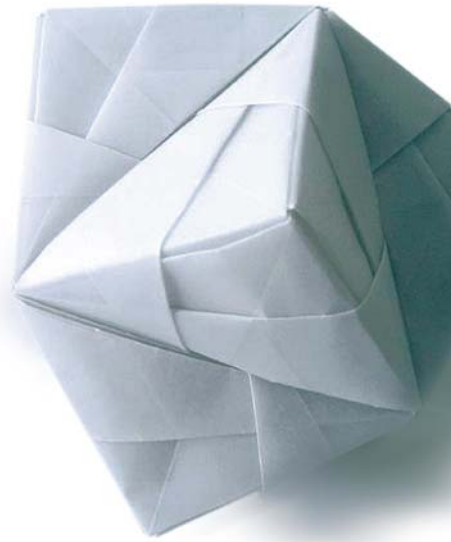
	Gestión de los grupos de							Puntuación total promedio	Puntuación total ponderada
	Responsabilidad corporativa y estrategia	interés: comunicación y relaciones	Gestión técnico-económica	Gestión de gobierno corporativo	Gestión social externa	Gestión social interna	Gestión ambiental		
Alimentación, bebidas, tabacos	31,39	18,50	13,39	15,67	16,94	37,00	13,28	146,17	585
Constructoras e inmobiliarias	27,29	22,07	10,21	18,43	19,43	33,43	14,00	144,86	579
Electricidad, gas, petróleo, derivados, residuos y aguas	31,08	27,08	15,63	20,17	22,04	38,75	17,58	172,33	689
Entidades de financiación	32,36	26,25	12,83	20,50	21,22	43,94	13,33	170,44	682
Hostelería, turismo	29,10	18,40	8,50	20,40	22,40	38,30	11,90	149,00	596
Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas	26,19	20,50	11,44	15,38	21,94	39,06	13,81	148,31	593
Informática, telecomunicaciones, operadoras	35,14	27,36	13,21	22,43	22,43	45,50	17,00	183,07	732
Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado	32,00	23,92	11,08	14,33	22,17	36,58	13,33	153,42	614
Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio	27,71	19,14	10,50	16,57	19,43	40,36	18,00	151,71	607
Seguros	24,60	16,40	9,40	19,40	16,90	37,00	7,20	130,90	524
Servicios a empresas, ingenierías	23,17	14,58	8,08	16,83	18,17	36,00	9,67	126,50	506
Siderurgia y metalurgia	20,60	12,30	7,40	13,60	11,60	30,70	14,40	110,60	442
Transporte, materiales	31,83	22,50	12,67	21,33	19,67	37,42	15,75	161,17	645
Otros	28,23	21,0	11,03	17,5	19,43	33,35	15,6	146,23	585

En el siguiente gráfico se pueden observar los resultados generales para cada sector de forma conjunta.



Los sectores “informática, telecomunicaciones”, “electricidad, gas” y “entidades de financiación” son los sectores que obtienen mejor puntuación.





## Conclusiones

**Generales** En la presente edición del Estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España (2009) se ha producido un importante crecimiento del número de empresas participantes respecto al estudio anterior (21%). Eso, de por sí, ya es una buena noticia, significa que más compañías están preparadas para responder el cuestionario y que es mayor el número de interesadas en la materia, incluso teniendo en cuenta el contexto de crisis financiera global.

Tabla 16

### Resultados globales por áreas de RC

	Valor máximo	Puntuación promedio			
		Global	Empresas líderes	Empresas en consolidación	Empresas en desarrollo
Responsabilidad corporativa y estrategia	45	29,23	36,95	29,30	18,69
Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones	34	21,74	29,95	22,14	8,84
Gestión técnico-económica	26	11,62	17,00	11,43	5,56
Gestión de gobierno corporativo	30	18,26	23,81	18,01	12,31
Gestión social externa	35	19,89	25,98	19,53	13,78
Gestión social interna	58	37,96	49,98	36,94	27,56
Gestión ambiental	22	14,35	18,48	14,10	10,28
<b>Puntuación total promedio</b>	<b>250</b>	<b>153,05</b>	<b>202,14</b>	<b>151,45</b>	<b>97,03</b>
<b>Puntuación total ponderada</b>	<b>1.000</b>	<b>612</b>	<b>809</b>	<b>606</b>	<b>388</b>

## Responsabilidad corporativa y estrategia

- **La responsabilidad corporativa** se configura, dentro de la empresa y en este estudio se comprueba más claramente que en el anterior, con una clara **vocación estratégica**. En buena medida la responsabilidad corporativa está presente en la visión, misión y estrategia de la mayoría de las grandes empresas en España (91%). En las mismas, son elementos casi generalizados las políticas sobre la materia (80%) y la creación y consolidación de las unidades específicas dentro del organigrama de la empresa (95% en el caso de las **líderes**). A su vez, el 52% de las empresas participantes tienen planes para el desarrollo de la responsabilidad corporativa.
- **Los valores** se configuran como piedra angular de las empresas y así la mayoría de empresas (91%) cuenta con unos valores corporativos o unos principios básicos que los recogen. La responsabilidad corporativa no sólo forma parte de esos valores en gran parte del tejido empresarial (86%), sino que refuerza la cultura empresarial. Así parecen reconocerlo también todas aquellas empresas que han optado por dotarse de un código ético (83%) y, sobretodo, en la mejora de las herramientas (92%), tanto internas como externas, para identificar y minimizar los posibles incumplimientos del mismo.
- **Se incrementa** la adhesión a los estándares internacionales más reconocidos como pauta a seguir a la hora de implantar unos **indicadores** para la evaluación del progreso de la responsabilidad corporativa en la empresa. GRI sigue siendo la primera opción (77% de las empresas), aunque muchas empresas que aún están en fase de desarrollo prefieren optar por los principios del Pacto Mundial por su carácter más generalista (67% de las empresas **en consolidación** y 19% de las empresas **en desarrollo**).
- **El 76% de las empresas** tienen implantada la responsabilidad corporativa en sus sistemas de gestión, el 48% de ellas integrados en los sistemas ya existentes, y el resto (28%) de forma independiente.

## Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones

- **Las empresas han intensificado notablemente sus relaciones con los diferentes grupos de interés**, y resulta relevante el alto porcentaje de empresas (96%) que tienen en cuenta sus expectativas en la elaboración de planes y programas y, más allá, el elevado número de empresas que han definido sus marcos de relación.
- **Precisamente las exigencias** y la necesidad de generar confianza en los grupos de interés ha sido uno de los factores determinantes que explicarían el **aumento de verificaciones externas** de las memorias de responsabilidad corporativa (65%) que publican las empresas. Casi la mitad de las empresas (49%) incluyen las opiniones de los grupos de interés, 67% en el caso de las **líderes**. Las empresas **en desarrollo**, sin embargo, no contemplan esta medida en ningún caso.
- **Destaca la variedad de herramientas que usan las compañías** para, por una parte, **informar de sus actividades y logros**, y, por otra, estar al tanto de las necesidades y requerimientos de sus grupos de interés. Las empresas utilizan todos los medios de comunicación a su alcance, como la web corporativa, (88%), intranet (86%) y la participación en estudios con otras empresas u organizaciones (80%), e incluso la entrega de información en formato papel (78%).
- **También en el apartado de comunicación**, el benchmarking y la adhesión a iniciativas y acuerdos internacionales, se configuran como la opción mayoritaria en la adopción de herramientas de **promoción externa de la responsabilidad corporativa**, aunque también se contemplan otras medidas, como la orientación de las campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible (78%). Otras oportunidades de comunicación externa de la RC contempladas por las empresas son la pertenencia a asociaciones para la promoción de la RC (54%) y las acciones de divulgación de la responsabilidad corporativa entre las pequeñas y medianas empresas, que un 54% de las empresas ya realiza de forma habitual.

- **Aumenta el número** de informes de responsabilidad corporativa publicados. Un 85% de las empresas participantes los elaboran, predominando la modalidad de informes independientes y separados del informe anual de la compañía (74%).

## Gestión técnico-económica

- **Más de la mitad de las empresas** de la muestra (55%) afirman tener un presupuesto específico de responsabilidad corporativa, porcentaje que aumenta al 81% de las empresas **líderes**.
- **El 80% de las empresas** conoce y cuantifica los resultados tangibles e intangibles de sus proyectos de RC. Entre los intangibles más valorados por las empresas están la innovación responsable en el segmento de las **líderes** (100%).
- **Las empresas líderes** también toman en consideración estudios de hábitos de consumo responsable (95%) y de reputación, tanto internos (77%), como externos (76%). El 81% de las empresas **en desarrollo** no realizan estudios de reputación.
- **La inversión socialmente responsable** en los planes de pensiones de las compañías aún está en una fase incipiente (22%), a falta de un mayor impulso institucional.

## Gestión de gobierno corporativo

- **El sistema de gestión de riesgos** y la inclusión en el mismo de los de carácter medioambiental y social eran las asignaturas pendientes en los Consejos de Administración de gran parte de las empresas. En el estudio se revelan, no obstante, notables mejoras en el porcentaje de empresas que disponen de sistemas de gestión integral de riesgos (90%), así como en la evaluación de todos ellos (59%), en su triple vertiente económica, social y medio ambiental. Mejoran los resultados igualmente en la elaboración de mapas de riesgos por escalas (89%).
- **Aumenta el porcentaje de empresas** cuyo Consejo de Administración tiene un liderazgo visible en la gestión de riesgos corporativos (69%). En el caso de las empresas **líderes**, el apoyo por parte del Consejo es del 100% de las empresas.
- **El 93% de los Consejos** realiza revisiones regulares de los riesgos económicos, sociales, medioambientales y éticos, aunque sólo en el 13% de los casos el pago o los incentivos de los consejeros están relacionados con la actuación vinculada a tales riesgos.
- **El 27% de las empresas** cuentan con un consejero independiente experto en RC. El 26% tiene una Comisión/Consejo que incluye la RC entre los asuntos a tratar del Consejo de Administración.

## Gestión social externa

- **La práctica totalidad de las empresas** (99%) realizan actuaciones específicas de acción social, que se caracterizan principalmente por su profesionalización e internalización. “*Profesionalización*” en el sentido de que tales actividades dependen de la propia organización interna de la compañía (81%), con un presupuesto e indicadores específicos; “*internalización*” en tanto se ha detectado una transformación de las actuaciones llevadas a cabo por las empresas en el marco de la acción social, con una disminución de las aportaciones económicas y un aumento de la inversión en proyectos propios.
- **Aumentan no sólo los controles** a entidades colaboradoras del tercer sector (42%), sino también a proveedores, con un mayor sentido de la responsabilidad de la empresa no sólo sobre sus actuaciones propias, sino de forma extensiva a lo largo de toda la cadena de valor. A ello han contribuido de forma importante las exigencias de los grupos de interés, los requisitos de los verificadores externos y los rankings de RC.
- **El 76% de las empresas** contemplan medidas sancionadoras en caso de incumplimiento de las condiciones de RC pactados con los proveedores. Por el contrario, sólo el 12% de las empresas realiza acciones de reconocimiento a sus proveedores.

## Gestión social interna

- **El 100% de las empresas** tienen desarrolladas políticas de recursos humanos. Los aspectos más destacados que contemplan las empresas **líderes** en estas políticas son: prevención y lucha contra el trabajo infantil y trabajos forzados, no discriminación e igualdad, seguridad y salud laboral, conciliación entre la vida personal y laboral y libertad de asociación.
- **Las empresas tienen implantados** sistemas de gestión de la seguridad y salud laboral en un alto porcentaje (97%). Algunas empresas han implantado además sistemas que garanticen la accesibilidad a sus instalaciones y servicios, sobretodo, entre el segmento de las líderes (76%), aunque a nivel global, el conjunto de las empresas que han realizado dichas actuaciones se reduce al 45%, del que un alto porcentaje (35%) no lo certifican, aunque lo hayan implantado.
- **Es destacable el esfuerzo** que están realizando las empresas para adaptarse a los requisitos de la ley de igualdad. Un 77% de las empresas ya lo han hecho, en mayor o menor medida, a lo que se suma otro 19% de compañías que tienen previstas medidas para ello. Las empresas **líderes** tienen el doble de mujeres en puestos directivos (23%) que las empresas **en consolidación** (11%). No obstante, la cuota de mujeres en los Consejos de Administración es todavía de 1.34 mujeres por Consejo de media para la muestra obtenida.
- **En los casos** en los que se ha podido identificar desigualdad salarial, ésta aumenta cuánto mayor es la responsabilidad que conlleva el cargo.
- **Un porcentaje ligeramente superior** al 10% de empresas tiene un porcentaje de empleo fijo del 100%; en el resto (90%), la media es del 75,53%.
- **Se presta más atención** a los requerimientos de los empleados, identificados como el principal grupo de interés de las empresas. Por eso no es de extrañar que el 82% de los encuestados evalúe su nivel de satisfacción y más del 90% disponga de medidas de conciliación, sobre todo de flexibilidad.
- **Mejoran los resultados** en formación, así hay una evolución positiva con respecto a 2009 en los planes de carrera de los empleados. El 97% de las empresas evalúan sus necesidades de formación.

- **La ética y el cuidado integral** de las personas es también fundamental para las compañías. Así, el 88% de las empresas consultadas tienen en cuenta estos valores en los procesos de contratación.

- **Otros aspectos que también cuidan** las empresas son la salud y mejora de los hábitos de vida de los empleados (78%) o la implantación de programas de voluntariado corporativo, sobretudo en el segmento de las **líderes** (90%), que ponen a disposición de sus trabajadores herramientas de diálogo específicas para informar y recoger comentarios sobre los mismos

## Gestión medioambiental

- **Las políticas de gestión ambiental** están presentes en el 100% de las empresas **líderes** y en buena parte del resto.

- **El 73% de las empresas** han definido una estrategia de reducción de gases de efecto invernadero, el 40% de ellas pese a no tener una obligación legal. Un porcentaje aún mayor, más del 90%, tienen planes de reducción de consumos y residuos.

- **El 85% de las empresas** que conforman la totalidad de la muestra disponen de acciones o proyectos de desarrollo y promoción de la ecoeficiencia, porcentaje que aumenta hasta el 95% en el caso del segmento de las **líderes**.

- **El 68% del conjunto de las empresas** ya tienen implantados planes de movilidad sostenible u otras medidas de fomento.



# Anexo 1

## Cuestionario

(Aparecen resaltadas en **negrita** las preguntas nuevas respecto al estudio anterior)

### Sector de la empresa

- Aeronáutica, automoción y autopistas
- Alimentación, bebidas, tabacos
- Constructoras e inmobiliarias
- Electricidad, gas, petróleos, derivados, residuos y aguas
- Entidades de financiación
- Hostelería, turismo
- Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas
- Informática, telecomunicaciones, operadoras
- Maquinaria, equipos
- Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado
- Medios de comunicación, editoriales, ocio y entretenimiento, publicidad
- Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio
- Servicios a empresas, ingenierías
- Siderurgia y metalurgia
- Transporte, materiales
- Otros



### **Responsabilidad** corporativa y estrategia

### Visión, misión y estrategia

1. **¿Están explícitos en la visión, misión y estrategia de la empresa los principios de la responsabilidad corporativa?**

- Sí
- No

2. **¿Cuenta su empresa con una estrategia corporativa cuyo objetivo exclusivo sea implantar y desarrollar los principios de la responsabilidad corporativa?**

- Sí
- No, pero existen objetivos y proyectos anuales en temas parciales
- No

### Política de responsabilidad corporativa o sostenibilidad

3. **¿Cuenta su empresa con política o políticas sobre responsabilidad corporativa?**

- Sí
- No, pero existen principios básicos conocidos por los empleados
- No

**Estructura organizativa:**

4. Señale una o varias de las afirmaciones que corresponden con su modelo organizacional de responsabilidad corporativa (en adelante RC):

- Su empresa tiene un Director de RC
- El Director de RC depende directamente del primer ejecutivo.
- Existe un Comité interno o similar constituido por miembros de la dirección encargado de establecer las políticas e impulsar las líneas de actuación en materia de RC
- Existe una unidad organizativa específica responsable de la gestión y desarrollo de la RC.
- Existe un sistema de gestión de las reclamaciones y consultas de los grupos de interés, con carácter:
  - Interno
  - Externo
  - Mixto

**Valores corporativos, códigos éticos y de conducta empresarial**

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

- Sí
- No, aunque existen unos principios de actuación o similares que orientan las decisiones
- No existen estos valores

6. Si la empresa cuenta con valores corporativos definidos, tales valores:

- Incluyen la responsabilidad corporativa
- No incluyen la responsabilidad corporativa

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

- Sí. En caso afirmativo, señale cuál de los siguientes temas están recogidos:
  - Corrupción y sobornos
  - Seguridad y salud laboral
  - Discriminación
  - Violencia/acoso
  - Confidencialidad de la información
  - Igualdad
  - Productos/servicios
  - Entorno de trabajo
  - Relaciones con la competencia
  - Mal uso o apropiación indebida de recursos
  - Conflictos de intereses
  - Medio Ambiente
  - Relaciones con grupos de interés como clientes, proveedores, etc
  - Otros: ...
- No, pero existen directrices o normas internas
- No

8. En caso de incumplimiento de estos principios, ¿tiene la empresa las herramientas para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos?

- Sí, mediante herramientas externas
- Sí, mediante herramientas internas
- Sí, mediante herramientas internas y externas
- No, no tiene herramientas

## Planificación y programación

9. ¿Dispone su empresa de planes para el desarrollo de la RC? Indique qué tipo de plan (marque tantas respuestas como sea necesario)

- Plurianuales
  - Sí
  - No tiene, pero está previsto para el próximo o futuros ejercicios
  - No
- Anual
  - Sí
  - No tiene, pero está previsto para el próximo o futuros ejercicios.
  - No

10. ¿Consideran estos planes las expectativas de los grupos de interés? En caso afirmativo, señale a cuál(es) de ellos:

- Accionistas
- Empleados
- Clientes
- Proveedores
- Comunidades locales
- Instituciones, fundaciones, ONG
- Administraciones públicas (estatal, autonómica)
- Sindicatos
- Mercado/compañías
- Analistas financieros
- Medios de comunicación
- Otros: ...
- No se consideran las expectativas de los grupos de interés

11. En el caso del grupo de interés que forman los empleados, ¿existe algún sistema de incentivos asociados a la participación de los empleados en alguna o todas de sus categorías? Indique los incentivos y categorías asociadas.

- Directivos
- Empleados

## Procesos y sistemas de gestión de indicadores

12. ¿Existen indicadores que le ayuden a evaluar el progreso y resultado de su empresa en materia de responsabilidad corporativa?

- Sí, para todos sus apartados
- Sí, aunque sólo en algunos apartados
- No

13. ¿En que estándares están basados estos indicadores? Señale una o varios de los siguientes:

- Global Reporting Initiative
- AccountAbility. Norma de aseguramiento AA1000
- ISO26000 (borrador)
- Estándar SA8000
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- Ética. Sistema de gestión de la responsabilidad social de las empresas (AENOR)
- Directrices de la OCDE para empresas multinacionales
- Otros: ...

14. ¿Existe un cuadro de mando integral o similar para la Alta Dirección específico para la responsabilidad corporativa que sintetice los indicadores anteriores?

- Sí
- No

15. ¿Tiene su empresa incorporada la gestión de la responsabilidad corporativa en sus sistemas de gestión?

- Sí, e integrada en los sistemas de gestión existentes
- Sí, aunque independiente de los sistemas de gestión existentes
- No



### Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones

Proceso de gestión  
de los grupos de  
interés

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

- Sí, todos
- Sí, aunque sólo los principales
- No

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

- Sí, para todos
- Sí, aunque solamente para algunos grupos de interés
- No, aunque existen relaciones con todos ellos
- No

18. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Con qué grupos de interés tiene su empresa definido un marco de relaciones?

- Accionistas
- Empleados
- Clientes
- Proveedores
- Comunidades locales
- Instituciones, fundaciones, ONG
- Administraciones públicas (estatal, autonómica)
- Sindicatos
- Mercado/compañías
- Analistas financieros
- Medios de comunicación
- Otros: ...

## Información de responsabilidad corporativa

19. ¿La empresa elabora y edita un informe de responsabilidad corporativa o de sostenibilidad?
- Sí, anualmente
  - Sí, bienalmente
  - Sí, con otra periodicidad: ...
  - No
20. El informe tiene las siguientes características:
- Informe específico de responsabilidad corporativa o sostenibilidad
  - Integrado en el informe o memoria anual
21. ¿El informe sigue las recomendaciones de estándares internacionales? Señale uno o varios de los siguientes:
- Sí, Global Reporting Initiative (G3)
  - Sí, Estándar AA1000
  - Sí, LBG
  - Otros: ...
  - No
22. ¿La información que se presenta en este informe de responsabilidad corporativa o sostenibilidad está revisada/comprobada por profesionales externos independientes?
- Sí, se valida y verifica
  - Sí, pero sólo se valida frente a estándares y recomendaciones
  - No
23. ¿Se incluyen en el informe las opiniones de los grupos de interés?
- Sí, se contemplan todas las opiniones propuestas por los diferentes grupos de interés
  - Sí, de aquellas aceptadas por la empresa
  - No
24. ¿Dispone de herramientas para dar a conocer sus prácticas de responsabilidad corporativa?
- Sí, interna y externamente
  - Sí, pero sólo internamente
  - Sí, pero sólo externamente
  - No
25. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Qué medios emplea para comunicar estas prácticas?
- Información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés
  - Información relativa a la RC en la intranet para los empleados
  - Entrega de algún tipo de información en soporte papel
  - Participación en foros o estudios con otras empresas u organizaciones
  - Participación en estudios comparativos o "benchmarking" en materia de responsabilidad corporativa
  - Otros: ...

26. Promoción externa de la responsabilidad corporativa. Señale cuantas medidas haya adoptado:

- Adhesión a iniciativas y/o acuerdos internacionales. Indique cuáles:
  - Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas
  - Pacto Mundial
  - Alianza europea por la responsabilidad social de las empresas
  - Objetivos de desarrollo del milenio de la ONU
  - Carbon Disclosure Project (CDP)
  - Otros: ...
- Acciones de intercambio de mejores prácticas con otras empresas:
  - De forma habitual
  - Sólo ocasionalmente
  - Nunca
- Acciones de promoción de la RC en Pequeñas y Medianas empresas
  - De forma habitual
  - Sólo ocasionalmente
  - Nunca
- Pertenencia a asociaciones para la promoción de la RC. Indique cuáles  
...
- Orientación de sus campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible:
  - De forma habitual
  - Sólo ocasionalmente
  - Nunca



### Gestión técnico-económica

Presupuesto para RC y triple cuenta de resultados

27. ¿Existe un presupuesto específico para los proyectos o actividades de responsabilidad corporativa?

- Sí
- No, pero se contempla en diferentes cuentas contables del negocio
- No

28. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Cuál es el presupuesto anual asignado frente a facturación? (Porcentaje, incluyendo acciones de patrocinio, mecenazgo y acción social)

...

29. ¿Conoce y cuantifica su empresa los resultados tangibles e intangibles de sus proyectos de responsabilidad corporativa?

- Sí, para todos los campos de actuación
- Sí, aunque sólo para algunos campos
- No

Tecnología,  
investigación,  
desarrollo e  
innovación

30. ¿Realiza la empresa actividades de innovación responsable, entendiendo como tales aquellas que consideran en la I+D+i aspectos ambientales y sociales?

- Sí, con un presupuesto y recursos específicos
- Sí, pero sin un presupuesto y/o recursos específicos
- No

31. ¿Posee su empresa estándares de fabricación de productos y/o de prestación de servicios que contemplen aspectos sociales y ambientales?

- Sí, para la mayor parte de los productos/servicios
- Sí, para algunos de los productos/servicios
- No

**32. ¿Toma en consideración su empresa estudios de hábitos de consumo responsable?**

- Sí, participando o promoviendo de forma directa o indirecta alguno
- Sí
- No

Ratings de  
responsabilidad  
corporativa y de  
inversión  
socialmente  
responsable

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

- Sí, y forma parte de las empresas seleccionadas
- Sí, aunque no está seleccionada entre las mejores
- No, la empresa no cotiza en los mercados de valores
- No, aunque cotiza en los mercados de valores tradicionales

34. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿A qué índices selectivos de sostenibilidad pertenece su empresa?\*

- Dow Jones Sustainability Indexes
- FTSE4Good
- FTSE4Good Ibex
- Otros: ...

**35. ¿Realiza estudios de la reputación de su empresa o tiene en consideración las evaluaciones de monitores externos? Marque tantas respuestas como sea necesario.**

- Sí, mediante estudios propios
- Sí, a través de monitores externos. ¿Cuáles? ...
- No

36. ¿Utiliza fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa (ISR) para los planes de pensiones de su empresa?

- Sí, en un alto porcentaje
- Sí, pero en un porcentaje pequeño
- No

Fusiones y  
adquisiciones

**37. ¿Valora su empresa los temas de responsabilidad corporativa en los procesos de fusión y adquisición?**

- Sí, con la misma importancia que otros aspectos
- Sí, pero sólo de forma secundaria
- No
- No aplica

\*Indicar si es la matriz la que aparece en los índices.



## Gestión de gobierno corporativo

(Empresas cotizadas en el mercado español de capitales, empresas no cotizadas y empresas de matriz extranjera que operan en España\*)

**38. ¿Adopta su empresa criterios de gobierno corporativo?**

- Sí, siguiendo la mayor parte de las recomendaciones del Código Unificado de Buen Gobierno
- Sí, pero siguiendo sólo algunas de las recomendaciones
- No

**39. ¿Existe un consejero independiente dentro del Consejo de Administración que sea experto y esté encargado de los temas de responsabilidad corporativa?**

- Sí
- No

**40. ¿Existe una Comisión/Consejo sobre responsabilidad y gobierno corporativo?**

- Sí, como Comisión Delegada del Consejo de Administración
- Sí, como Consejo Asesor Externo del Consejo de Administración
- Sí, existe tanto una Comisión Delegada como un Consejo Asesor Externo
- No

**41. ¿Cuántos miembros forman el Consejo de Administración (número)? Por favor, desgloselos conforme a la siguiente clasificación:**

- Consejeros ejecutivos: ...
- Consejeros dominicales: ...
- Consejeros independientes: ...
- Otros: ...

**42. ¿El presidente del Consejo de Administración coincide con el máximo responsable de la organización (presidente o similar)?**

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

**43. Respecto a los siguientes indicadores de diversidad, complete de acuerdo con la situación de su Consejo de Administración:**

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

\*Respecto a las empresas filiales que operan en España de una matriz extranjera hay que contestar con la información correspondiente a la matriz



## Gestión de riesgos

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

- Sí, y aplica tanto a los riesgos en procesos internos como a aquellos provenientes del sector al que pertenece la empresa
- Sí, pero sólo para los riesgos en procesos internos
- Sí, pero sólo para los riesgos provenientes del sector al que pertenece la empresa
- No

45. ¿Evalúa la empresa sus riesgos sociales, ambientales, de seguridad y salud de las personas y éticos, realizando proyectos para su control y minimización?

- Sí, para todos ellos
- Sí, aunque no todos ellos
- No

46. ¿Dispone su empresa de un mapa de riesgos en base a escalas (probabilidad, gravedad, etc) que le sirve para desarrollar proyectos de minimización o erradicación de ellos?

- Sí, para todas las áreas/negocios de la empresa
- Sí, pero sólo en algunas áreas/negocios de la empresa
- No

47. ¿El Consejo de Administración tiene un liderazgo visible en la gestión de riesgos corporativos?

- Sí
- No, aunque no se opone a su desarrollo
- No

48. ¿Cuáles de las siguientes actuaciones realiza el Consejo de Administración?

- Realiza revisiones regulares de los riesgos económicos, sociales, ambientales y éticos
- Participa en las actividades de sensibilización y formación del equipo directivo sobre gestión de riesgos
- El pago o incentivos de los directivos o gestores está relacionado con la actuación vinculada con los riesgos sociales, ambientales y éticos.

## Informe de gobierno corporativo

49. Indique si su compañía publica un informe sobre gobierno corporativo:

- Sí, sin estar obligada
- Sí
- No
- No, aun estando obligada



## Gestión social externa

## Acción social y filantropía

50. ¿Su empresa desarrolla acciones de carácter social?

- Sí, (de forma sistemática) y tiene un sistema estructurado de acción social
- Sí, aunque sin un plan de acción social
- No

Si ha contestado negativamente, no siga con esta parte del cuestionario. En caso contrario, por favor, responda a las preguntas de la 51 a la 55.

51. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, señale las principales características de la gestión de la acción social de su empresa:

- Política que recoge los principios y directrices en el desarrollo de este tipo de acciones
- Proceso y procedimiento o metodología en la gestión de la acción social
- Unidad organizativa responsable de su coordinación y desarrollo
- Presupuesto asignado
- Sistema de indicadores que miden el impacto y los resultados de las acciones
- Es una gestión interna a través de una fundación.
- Otros: ...

52. Si su empresa efectivamente desarrolla acciones de carácter social, ¿Cuál es la forma de colaboración empleada?

- Proyectos propios específicos de acción social
- Aportación económica para la cofinanciación de proyectos
- Aportación económica para la financiación de proyectos
- Voluntariado corporativo
- Compras solidarias
- Marketing con causa
- Cesión de activos (espacios físicos, publicitarios, etc)
- Donación de equipos informáticos y ofimáticos
- Donación de mobiliario y enseres
- Donación de materiales o servicios de la empresa
- Donación de productos terminados
- Otros: ...

53. ¿Existe un departamento interno especialmente responsable de la coordinación y el desarrollo de las acciones de carácter social?

- Sí y su presupuesto anual asignado frente a facturación es (porcentaje): ...
- No, aunque estas funciones se realizan en otros departamentos
- No, aunque estas funciones se realizan en una fundación u otro órgano externo
- No

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

- Sí
- No

55. ¿Exige su empresa la presentación de auditorías contables u otro tipo de controles a las entidades del tercer sector con las que colabora?

- Sí
- No, aunque se realiza un seguimiento de su comportamiento ético
- No

Proveedores  
y clientes

**56. ¿Cómo comprueba su empresa que sus proveedores y/o subcontratas cumplen la política de RC?**

- Auditorias sociales
- Inspecciones en servicio
- Análisis puntuales
- No lo comprueba

**57. ¿El incumplimiento de las condiciones pactadas de RC con los proveedores es causa de rescisión del contrato?**

- Sí
- No, aunque se adoptan otras medidas sancionadoras
- No, en ningún caso

**58. ¿Realiza su empresa acciones de reconocimiento, tales como premios, para aquellos proveedores y/o subcontratas que demuestren un decidido compromiso con la responsabilidad corporativa?**

- Sí
- No

**59. ¿Realiza su empresa actividades de concienciación a sus clientes sobre el uso responsable y sostenible de sus productos?**

- Sí, para todos los productos
- Sí, aunque no para todos los productos
- No

Compras  
responsables

**60. ¿Realiza su empresa compras de productos o servicios, asociados con los procesos propios de su actividad, procedentes de centros especiales de empleo?**

- Sí, para un gran volumen de ellos
- Sí, aunque sólo para algunos de ellos
- No

**61. ¿Realiza su empresa compras de comercio justo (por ejemplo en comedores o máquinas de vending o café)?**

- Sí
- No

**62. Por favor, indique si ha implantado alguna de las siguientes medidas para el control de la cadena de suministro:**

- Ha desarrollado un análisis de riesgos, que determina los productos y servicios susceptibles de riesgo de RC.
- Se trasladan los criterios específicos de responsabilidad social a los proveedores de productos/servicios con mayor riesgo sobre el negocio a través de cuestionarios de auto evaluación.
- Existen políticas y procedimientos internos que sirvan de guía sobre cómo actuar en caso de no cumplimiento de la normativa por parte de los proveedores (definición de diferentes categorías de no cumplimiento, acciones recomendadas en caso de no cumplimiento)
- Realiza auditorias externas en la Cadena de Suministro en proveedores clasificados como susceptibles de riesgo de RC.
- Ninguna



## Gestión social interna

### Política de recursos humanos y derechos humanos

63. En caso de que su empresa tenga una política de recursos humanos y derechos humanos, indique cuales de los siguientes aspectos contempla dicha política:

- Diversidad, multiculturalidad
- Trabajo infantil/forzados
- Integración de discapacitados
- Derechos humanos
- No discriminación
- Igualdad entre hombres y mujeres
- Derechos de negociación colectiva
- Seguridad y salud laboral
- Seguridad en el empleo
- Conciliación de la vida laboral y personal
- Libertad de asociación
- Otros: ...

64. **¿Tiene su empresa un sistema de gestión para asegurar la accesibilidad en centros de trabajo y/o instalaciones?**

- Sí, y certificado mediante norma ISO170001
- Si, aunque no está certificado.
- No, aunque se realizan proyectos y estudios de accesibilidad
- No

### Empleo y creación de puestos de trabajo

65. Cumplimente los siguientes indicadores con porcentajes. Por favor, redondee si es necesario su respuesta, no introduzca cifras decimales:

- Porcentaje de empleados con contrato fijo: ...
- Porcentaje de creación de empleo directo con respecto al año anterior: ...

### Seguridad y salud laboral

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

- Sí, y está certificado por la norma OHSAS 18001 o similar
- Sí, aunque sin certificar
- No

67. **Aspectos contemplados en el sistema:**

- Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados
- Programación anual de proyectos de eliminación o reducción de riesgos
- Indicadores para su seguimiento y evaluación
- Formación de los empleados en cuestiones de SSL
- Objetivos en cuestiones de SSL
- Otros: ...

## Igualdad y no discriminación

### 68. ¿Cumple su empresa todos los aspectos de la ley de igualdad?

- Sí, en el 100%
- Sí, en su mayoría
- No, aunque se están adoptando las medidas adecuadas para su cumplimiento
- No

### 69. Complimente los siguientes indicadores con porcentajes. Por favor, redondee si es necesario su respuesta, no introduzca cifras decimales:

- Porcentaje total de mujeres: ...
- Porcentaje de mujeres en puestos directivos: ...
- Porcentaje de discapacitados: ...
- Porcentaje de empleados extranjeros: ...
- Otros indicadores: ...

### 70. Salarios. Diferencie según niveles y sexo:

- Nivel alta dirección: €, bruto anual; mujeres/ hombres  
...
- Nivel gerencial: €, bruto anual; mujeres/ hombres  
...
- Nivel técnico: €, bruto anual; mujeres/ hombres  
...
- Nivel administrativo: €, bruto anual; mujeres/ hombres  
...

## Desarrollo, empleabilidad y gestión del talento

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

- Sí, para todos los empleados
- Sí, pero sólo para el personal directivo
- No

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

- Sí, para todos los tipos de formación
- Sí, pero sólo en aquellos tipos de formación que tienen que ver con el negocio
- No

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

- Sí, para todos los tipos de formación
- Sí, pero sólo en aquellos tipos de formación que tienen que ver con el negocio
- No

### 74. Los principales indicadores relativos al ejercicio anterior fueron: (Por favor, redondee si es necesario su respuesta, no introduzca cifras decimales.)

- Horas de formación por empleado: ...
- Inversión en formación por empleado ...:
- Inversión en formación frente a facturación: ...

## Participación e implicación de los empleados

75. ¿Desarrolla la empresa actuaciones específicas para sensibilizar, formar e informar a la plantilla en los principios y actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa?
- Sí, sistemáticamente
  - Sí, aunque de forma puntual
  - No
76. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Qué actuaciones realiza su empresa y qué porcentaje de empleados ha participado en cada una de ellas?
- Sensibilización ... %
  - Formación específica en temas de responsabilidad corporativa ... %
  - Comunicación interna ... %
  - Otros: ... %
77. ¿Su empresa evalúa el nivel de satisfacción de los empleados e identifica sus requerimientos y expectativas (por ejemplo a través de encuestas de clima laboral)?
- Sí, se realizan encuestas y entrevistas
  - Sí, pero sólo encuestas
  - No
78. ¿Realiza encuestas internas a empleados sobre responsabilidad corporativa con el fin de evaluar el posicionamiento de la empresa en estos temas?
- Sí, junto con la encuesta de clima laboral
  - Sí, separadamente
  - No
79. ¿Dispone su empresa de un programa de participación de los empleados en la gestión, en los resultados y en la mejora continua de procesos?
- Sí, a todos los niveles
  - Sí, para directivos y técnicos
  - Sí, aunque sólo directivos
  - No
80. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Cuáles son los mecanismos de participación?
- Participación en el diseño de las estrategias y políticas de la empresa
  - Foros/debates o mesas redondas
  - Sistemas de retribución basados en la evaluación del desempeño
  - Sistema de gestión de sugerencias
81. Si ha contemplado como mecanismo de participación la retribución basada en la evaluación del desempeño, ¿qué criterios se han seguido?
- Entrega y/o apoyo para adquirir acciones de la compañía
  - Remuneración variable o compensación
  - Bonus ligados al desempeño ambiental y social
  - Stock options o similar
  - Pagas de beneficios
  - Comisiones por ventas u otros

## Voluntariado corporativo

**82. ¿Cuál es el número de sugerencias por empleado presentadas durante el ejercicio 2007?**

...

**83. ¿Existe un sistema de reconocimiento o recompensa para los empleados que las presenten?**

- Sí
- No

**84. ¿Desarrolla su empresa proyectos y actividades para la mejora de la salud de sus empleados y la mejora de sus hábitos de vida (práctica de deporte, alimentación adecuada, etc)?**

- Sí, evaluándose el resultado de estas iniciativas
- Sí, pero sin realizar una evaluación
- No

**85. ¿Valora su empresa, en los procesos de contratación, el compromiso personal de los candidatos con la ética y los valores asociados a la responsabilidad corporativa existentes en la empresa?**

- Sí, para todos los puestos de trabajo
- Sí, pero no hay valores asociados a la responsabilidad corporativa en la empresa
- No

**86. ¿Tiene su empresa un programa de voluntariado corporativo?**

- No
- Sí. ¿en qué consiste?
  - Aportación material
  - Aportación económica
  - Dedicación de tiempo de sus empleados
  - Otros: ...

**87. En caso de que su empresa dedique tiempo en trabajos en acciones sociales, esto se realiza:**

- Dentro de la jornada laboral
- Fuera de la jornada laboral
- Mixto

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

- Sí. ¿Cuáles son las herramientas de diálogo disponibles?
  - Web interna o apartado específico
  - Buzón del voluntariado
  - Encuestas de valoración regulares
  - Otros: ...
- No

**89. ¿Dispone su empresa de medidas de conciliación?**

- Sí, se ha elaborado e implantado una política, programas anuales y se evalúa su implantación
- Sí, se ha elaborado e implantado algún programa en la empresa
- No

**90. Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Cuáles son las iniciativas de su empresa en materia de conciliación?**

- Flexibilidad ¿Cuáles son estas medidas?
  - Horaria
  - Modalidades de permisos más allá de la ley (por maternidad, paternidad, excedencia, bancos de tiempo libre, etc.)
  - De espacio (trabajo a distancia, teletrabajo, etc.)
  - Otros: ...
- Servicios
  - Guardería
  - Servicios para el cuidado de familiares
  - Otros: ...
- Préstamos especiales, apoyo extrasalarial, financiero y material
- Apoyo profesional (asesoramiento profesional, personal, familiar, legal, etc.)



**Gestión ambiental**

**91. ¿Dispone su empresa de una política de gestión ambiental?**

- Sí
- No

**92. ¿Dispone de un sistema de gestión ambiental?**

- Sí, y está certificado/ registrado para todos los centros y actividades
- Sí, pero sólo está certificado/registrado en algunos centros y actividades
- Sí, pero no está certificado ni registrado
- No

**93. Tipo de certificación y porcentaje del alcance. Por favor, redondee si es necesario su respuesta, no introduzca cifras decimales.**

- ISO 14001
- EMAS
- Otros: ...

**94. ¿Tiene definida su empresa una estrategia de reducción/compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y lucha contra el cambio climático?**

- Sí, pese a no estar obligada por el protocolo de Kioto
- Sí
- No



Gestión de consumos

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

- Sí, empleando además materiales con mayor eficiencia medioambiental
- Sí, pero sólo reduciendo los consumos
- No

96. Materias básicas contempladas en el plan:

- Agua
- Energía
- Combustibles
- Papel
- Toner
- Materiales informáticos
- Otros: ...

Gestión de residuos

97. ¿Dispone su empresa de un plan de gestión y minimización de residuos?

- Sí, para todos los residuos
- Sí, pero sólo para algunos residuos
- No

Ecoeficiencia

98. ¿Dispone su empresa de acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia de procesos internos y/o productos y servicios comercializados?

- Sí, para la mayoría
- Sí, pero sólo para algunos
- No

99. ¿Tiene su empresa establecido un plan de movilidad sostenible?

- Sí, para todos los grupos de empleados
- Sí, pero sólo para algunos grupos de empleados
- No, pero sí ha contemplado otras medidas que fomentan la movilidad sostenible
- No

### Comentarios finales

100. En la implantación de los principios de la responsabilidad corporativa en su empresa, ¿cuáles han sido las principales dificultades o retos que han dificultado el proceso? Incluya además los comentarios y sugerencias que considere necesarios.



## Anexo 2

### Evolución de la RC

Trazabilidad y evolución de las respuestas con respecto al estudio anterior.

Para la respuesta más positiva de entre las posibles a cada pregunta, (que normalmente es el “sí” sin exclusiones), se muestran unas regletas con el siguiente significado:

**Evolución 2009/2007.** Cuando esta pregunta se formuló de idéntica manera en el estudio similar realizado hace dos años, se analiza la evolución de las respuestas positivas a la misma. Para ello, se considera el porcentaje absoluto del conjunto de empresas con respuestas positivas en ambos estudios, mostrándose la relación del valor porcentual de 2009, respecto al valor porcentual de 2007, en tanto por uno. Es decir, valores superiores a 1 significan que ha evolucionado positivamente (mayor porcentaje de “sí” en 2009), e inferiores a 1, lo contrario (menor porcentaje de “sí” en 2009). Esta consideración sólo se ha tenido en cuenta en las preguntas en que podía hacerse una trazabilidad total.

**IBEX-35,** porcentaje de esa respuesta entre empresas pertenecientes a este índice. Puede ser de utilidad para comparar con los correspondientes porcentajes de los tres segmentos. La información correspondiente a las empresas que forman parte de este índice se ha destacado subrayándola.

**Puntuación ponderada de la pregunta.** Como se ha comentado con anterioridad, en este estudio se ha asignado una puntuación y una ponderación a cada pregunta y a sus correspondientes respuestas, de forma que el valor máximo, suma total de todas las puntuaciones pueda alcanzar 250 puntos para la “empresa virtual óptima” (1000 puntos si se afecta del factor multiplicador 4). En esta regleta se muestra el promedio de las puntuaciones ponderadas de las respuestas a esa pregunta de las 121 empresas, junto al valor máximo otorgable a la misma.

### Evolución de los resultados con respecto al estudio anterior

	Evolución 2009/2007		IBEX-35	Puntuación ponderada
1.			93%	1,82 / 2,00
2.			81%	3,83 / 5,00
3.	▲	1,03	89%	1,79 / 2,00
4.				
5.	▼	0,95	93%	2,85 / 3,00
6.	▲	1,06	88%	1,86 / 2,00
7.	▼	0,99	89%	1,56 / 3,00
8.	▲	1,36	96%	1,91 / 3,00
9.				
10.				
11.				
(1)			47%	0,21 / 1,00
(2)			47%	0,21 / 1,00
12.	▲	1,45	56%	0,67 / 1,00
13.				
14.	=	1,00	44%	1,12 / 3,00
15.				
16.				
17.				
18.				
19.	▲	1,09	93%	0,80 / 1,00
20.	▲	1,05	84%	1,61 / 2,00
21.			84%	2,03 / 3,00
22.	▲	1,17	100%	1,84 / 3,00
23.			56%	1,28 / 3,00
24.	▲	1,03	93%	2,64 / 3,00
25.				
26.				
27.			70%	1,83 / 3,00
28.				
29.			33%	1,31 / 3,00
30.	▼	0,92	63%	1,93 / 3,00
31.	▲	1,26	56%	2,16 / 3,00
32.			37%	0,47 / 1,00
33.	▲	1,02	81%	1,55 / 4,00
34.				
35.			89%	0,99 / 2,00

### Evolución de los resultados con respecto al estudio anterior

	Evolución 2009/2007	IBEX-35	Puntuación ponderada
36.		4%	0,28 / 2,00
37.		15%	0,31 / 1,00
38.		96%	2,16 / 3,00
39.		26%	0,82 / 3,00
40.		30%	1,12 / 3,00
41.			
42.	▲ 1,02	93%	1,40 / 3,00
43.			
44.	▲ 1,31	85%	2,47 / 3,00
45.		52%	2,10 / 3,00
46.	▲ 1,65	67%	2,12 / 3,00
47.	▲ 1,46	81%	2,24 / 3,00
48.			
49.	▲ 1,08	15%	1,79 / 3,00
50.		78%	2,54 / 3,00
51.			
52.			
53.		52%	2,33 / 3,00
54.		67%	
55.		56%	1,18 / 2,00
56.			1,04 / 3,00
57.		63%	1,83 / 3,00
58.		15%	0,35 / 3,00
59.		26%	1,26 / 3,00
60.		85%	1,02 / 3,00
61.		37%	1,12 / 3,00
62.			
63.		100%	2,13 / 3,00
64.		30%	1,27 / 2,00
65.			2,25 / 3,00
66.		67%	2,46 / 3,00
67.			
68.		52%	1,33 / 3,00
69.			
70.			
71.		59%	3,02 / 4,00
72.	▲ 1,03	96%	1,71 / 2,00

### Evolución de los resultados con respecto al estudio anterior

	Evolución 2009/2007		IBEX-35	Puntuación ponderada
73.	▲	1,02	85%	1,81 / 2,00
74.				
75.	▲	1,23	48%	1,79 / 3,00
76.				
77.			41%	1,32 / 2,00
78.			44%	1,36 / 3,00
79.			41%	2,12 / 3,00
80.				
81.				
82.				
83.			37%	1,26 / 3,00
84.			37%	1,42 / 3,00
85.			44%	1,74 / 3,00
86.			56%	1,49 / 3,00
87.			20%	0,32 / 1,00
88.	▲	2,05	7%	0,59 / 1,00
89.				
90.	▲	3,59	52%	1,88 / 3,00
91.				
92.	▲	1,12	96%	0,92 / 1,00
93.	▲	1,16	48%	1,76 / 3,00
94.				
(1)			96%	1,78 / 2,00
(2)			75%	1,84 / 3,00
95.			48%	2,13 / 3,00
96.			74%	2,45 / 3,00
97.				
98.	▲	1,10	63%	2,23 / 3,00
99.	▼	0,98	41%	1,66 / 3,00
100.			7%	0,88 / 3,00



## Anexo 3

### Ficha técnica

#### 3.1. Definición del universo.

##### Obtención de la información

##### Muestra obtenida

**Universo:** mayores empresas o corporaciones empresariales españolas.

El tamaño del universo considerado ha sido de 500 empresas.

**Muestra:** el tamaño de la muestra obtenido es de 121 empresas.

Supone una representación del 24,2 % del universo considerado.

##### Recogida de información:

##### Método.

Envío de cuestionario mediante correo electrónico.

Respuestas a través de plataforma electrónica.

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

#### 3.2. Metodología para la definición del universo

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

Este hecho suponía recabar información de las empresas más importantes, y con mayor facturación y empleo a nivel nacional. Se aplicó la estructura de segmentación por sectores tradicional en España, completada con los sectores correspondientes al índice Dow Jones. El Club de Excelencia en Sostenibilidad seleccionó con estos criterios a 500 empresas.

### 3.3. Metodología para la obtención de la información

Una vez seleccionadas las empresas del universo, se procedió a localizar al responsable en materia de responsabilidad corporativa o sostenibilidad (RC en adelante), y a obtener sus datos de contacto, principalmente teléfono y dirección de correo electrónico. Para ello se utilizaron informaciones existentes en la base de datos del Club de Excelencia en Sostenibilidad, así como las de sus socios, publicaciones españolas relacionadas con las empresas y con la responsabilidad corporativa, y en páginas web, hasta que se obtuvo un contacto telefónico válido con todas las empresas del universo.

Posteriormente se realizó el envío por correo electrónico, a las direcciones de contacto, de un cuestionario con 80 preguntas cerradas, 20 cerradas con ampliación, de las cuales 75 son preguntas raíz y 25 secundarias, y una pregunta abierta.

Cabe resaltar que esta fase del proceso fue especialmente laboriosa y consumidora de tiempo, debido a la dificultad de encontrar al responsable en la materia en cada una de las empresas, y a la complejidad del cuestionario, que normalmente ha exigido la colaboración para su cumplimentación de varias personas pertenecientes a distintos departamentos, con aportación de cierto tiempo y esfuerzo. Es importante señalar que se repitió el envío hasta tres veces a las empresas que no habían contestado. Además se realizó con posterioridad a cada envío un seguimiento pormenorizado, que permitió redirigir los sucesivos correos a otras personas o direcciones en algunos casos, y recordar la conveniencia de contestar a la encuesta en otros. Todo ello redundó en una respuesta más amplia que la obtenida inicialmente.

### 3.4. Características de la muestra obtenida y metodología para su determinación

El volumen de empresas que ha contestado, 121 entidades, supone un porcentaje de representación del 24,2 % por ciento del universo contemplado, valor considerado satisfactorio teniendo en consideración el método utilizado para obtener los datos técnicos, y el envío de un cuestionario mediante electrónico, y respuesta cumplimentada a través del mismo medio.

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

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

#### Representación de empresas pertenecientes a IBEX.

Un total de 27 empresas pertenecen a este colectivo, que agrupa a 35 empresas, lo que representa el 77 % del total. De esas 27, 9 se incluyen dentro de la categoría de "líderes", 16 entre las empresas "en consolidación" y 2 son empresas "en desarrollo".

# Anexo 4

## Listado de empresas participantes

### Empresas participantes

Empresas participantes	Empresas participantes en el anterior Estudio		Cotizadas en España	100 primeras empresas de España de Ranking 5000 2008*	Socios del Club de Excelencia en Sostenibilidad
	Estudio	IBEX 35			
ABB	sí				✓
Abengoa	sí	✓	✓		
Abertis	sí	✓	✓		
Acciona	sí	✓	✓	✓	
ACS		✓	✓	✓	
Adecco	sí				✓
ADIF	sí				✓
Agbar	sí		✓		
Alcampo	sí			✓	
Allianz Seguros					
Almirall	sí				
Alstom	sí				
Atos Origin					
Bancaja					
Banco Sabadell Atlántico	sí	✓	✓		
Banco Santander	sí	✓	✓		
Banesto		✓	✓		
Bankinter	sí	✓	✓		
Basell Poliolefinas Ibérica, S.L.					
BASF Española	sí				✓
BBVA	sí	✓	✓		
BSH Electrodomésticos España	sí			✓	✓
Caixa Catalunya					
Caixa Galicia	sí				
Caixa Sabadell					
Caja Madrid	sí				
Caja Navarra					
Cajamar					
Carlson Wagonlit Travel España	sí				
Carrefour				✓	
Cemex	sí				✓
CEPSA	sí		✓	✓	✓
CLH				✓	
Correos	sí				
Diageo				✓	
DKV Seguros					

\*Ranking elaborado por Iberinform y Actualidad Económica. Mas información en <http://www.ranking5000.com/top100-ranking-empresas-espana-2008/>



Empresas participantes	Empresas participantes en el anterior		Cotizadas en España	100 primeras empresas de España de Ranking	Socios del Club de
	Estudio	IBEX 35		5000 2008*	Excelencia en Sostenibilidad
Dow Chemical Ibérica S.L					
El Corte Inglés	sí			✓	
Enagas	sí	✓	✓	✓	
Endesa	sí	✓	✓	✓	✓
Enusa				✓	
Ericsson España	sí				✓
Esteve					
FCC	sí	✓	✓		✓
Ferro Spain				✓	
Fertiberia				✓	
Gadisa					
Gamesa		✓	✓		
Garrigues					
Gas Natural	sí	✓	✓		
Gestamp Automoción				✓	
Grifols	sí	✓	✓		
Grupo Alcoa España	sí				
Grupo Antolín					
Grupo Azvi					
Grupo Banco Popular	sí	✓	✓		
Grupo Cementos Portland Valderrivas			✓		
Grupo Comercial de Laminados					
Grupo Cortefiel	sí				
Grupo Eulen					
Grupo Ferrovial	sí	✓	✓		
Grupo Leche Pascual	sí				
Grupo Mahou- San Miguel					
Grupo Red Eléctrica de España	sí	✓	✓		✓
Grupo SOS	sí		✓		
Grupo Tragsa					
Heineken España	sí				
Henkel					
Holcim España	sí				✓
Ibercaja	sí				
Iberdrola	sí	✓	✓	✓	✓
Ibermutuamur	sí				
IBM Spain					
Ikea	sí				
Inditex	sí	✓	✓	✓	
Indra	sí	✓	✓	✓	
ISS	sí				✓
ITP					
Kutxa					
la Caixa	sí				
Lilly España					
MAPFRE	sí	✓	✓		
Mc Mutual					
McCann	sí				
Mercadona				✓	

\*Ranking elaborado por Iberinform y Actualidad Económica. Mas información en <http://www.ranking5000.com/top100-ranking-empresas-espana-2008/>

Empresas participantes	Empresas participantes en el anterior		Cotizadas en España	100 primeras empresas de España de Ranking	Socios del Club de
	Estudio	IBEX 35		5000 2008*	Excelencia en Sostenibilidad
Metro de Madrid	sí				
Metrovacesa	sí		✓	✓	
Microsoft Ibérica					
MRW	sí				✓
Mutua Madrileña					
Mutua Universal	sí				
NH Hoteles	sí		✓		
Novartis					
OHL	sí	✓	✓	✓	
Orange	sí			✓	✓
Pelayo					
PepsiCo					
Persán					
Philip Morris Spain	sí				
Port Aventura, S.A.	sí				✓
PricewaterhouseCoopers					
Randstad	sí				
Renfe	sí				✓
Repsol	sí	✓	✓	✓	
Sacyr Vallehermoso		✓	✓	✓	
Sanitas Seguros					
Schindler					
Segurcaixa Holding	sí				
Sener					
Sharp					
Siemens Enterprise					
SOL MELIA Hotels & Resorts	sí		✓		
Técnicas Reunidas		✓	✓		
Telefónica	sí	✓	✓	✓	✓
Telvent Servicios Compartidos, S.A					
TNT Express					
Tubacex	sí		✓		
TUI España					
Unicaja					
Unión Fenosa	sí		✓	✓	✓
Vodafone España	sí			✓	✓

\*Ranking elaborado por Iberinform y Actualidad Económica. Mas información en <http://www.ranking5000.com/top100-ranking-empresas-espana-2008/>



**Club de Excelencia en Sostenibilidad**

C/ Serrano 93 7ºA

28006 Madrid

91 782 08 58

[www.club sostenibilidad.org](http://www.club sostenibilidad.org)

[www.responsabilidadimas.org](http://www.responsabilidadimas.org)