



Universidad
Politécnica
de Cartagena



FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
EMPRESA

**PROYECTO DE MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
EMPRESA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE
CARTAGENA APLICANDO LA METODOLOGÍA DEL
GLOBAL REPORTING INITIATIVE**

Antonio Sánchez Buendía

Curso 2012/2013

Director: *Ignacio Segado*

Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de Graduado en
Administración y Dirección de Empresas

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo no hubiera sido posible sin la influencia directa o indirecta de muchas personas, a las que agradezco profundamente estar presentes en las distintas etapas de su elaboración, así como en el resto de mi vida.

En primer lugar quisiera dar las gracias a mis padres, Antonio y Ana, por no perderse un solo día de mi vida y estar ahí en todo momento, por su cariño y comprensión, por su apoyo y sacrificio para ofrecerme la oportunidad de estudiar y formarme, y por haber sabido enseñarme “el camino correcto” a lo largo de todos estos años. A ellos les debo, en gran parte, ser la persona que soy hoy en día. No puedo obviar en estas líneas a mis hermanas, por prestarme siempre su cariño y ayuda, especialmente a mi hermana Ana, con la que he ido creciendo a lo largo de la vida, y a la que me gustaría agradecer todos sus consejos, de los que de una u otra forma, siempre conseguía sacar algo positivo.

De igual manera, me gustaría dar las gracias a mi director de Trabajo Fin de Grado, D. Ignacio Segado, por haber sabido inculcarnos desde el primer año del plan de estudios la curiosidad por el conocimiento de la existencia de más factores, además de las tradicionales curvas de oferta y demanda, que afectan la actividad económica y empresarial, y sin el respeto por los cuáles, es difícil seguir avanzando. Agradecerle además todo el esfuerzo, ayuda y apoyo brindados para la realización del presente trabajo, mostrando en todo momento una inmejorable disposición ante las dudas planteadas.

A todos los docentes de la FCCE de la UPCT, que comparten sus conocimientos, dentro y fuera de clase, y que han hecho posible que mi formación profesional no se resuma en un título, sino en inquietudes insatisfechas en continua evolución.

Agradecer también al Decanato de la FCCE y al Rectorado de la UPCT, su participación mediante una rápida y pormenorizada contestación a la solicitud de datos para la elaboración de este Trabajo y sin los cuales no hubiera sido posible su realización.

A todos, gracias.

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
2. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?.....	7
2.1 Orígenes y Evolución.....	7
2.2 Concepto.....	13
2.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	15
2.4 Actores involucrados en la Responsabilidad Social Empresarial.....	19
2.5 Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en España	21
3. Comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial y elaboración de Memorias.....	25
3.1 Concepto e importancia de la comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial.....	25
3.2 ¿Qué se entiende por Memoria de Responsabilidad Social de la Empresa?.....	30
3.3 Situación actual en materia de Memorias de Responsabilidad Social Empresarial en España.....	31
3.4 Metodologías empleadas en la planificación y comunicación de Responsabilidad Social en el contexto universitario.....	36
3.4.1 Pacto Mundial.....	37
3.4.2 Principios para la Educación Responsable en Gestión (PRME/Principles for Responsible Management Education).....	40
3.4.3 Metodología Global Reporting Initiative (GRI).....	42
3.4.3.1 Historia.....	43
3.4.3.2 Actualidad.....	44
3.4.3.3 Principios para la elaboración de Memorias de Responsabilidad Social según GRI.....	45
3.4.3.4 Contenido de la Memoria de Responsabilidad Social.....	47
3.4.3.5 Niveles de aplicación del GRI.....	49
4. Propuesta de aplicación de Memoria GRI en la Facultad de Ciencias de la Empresa de la UPCT.....	50
4.1 Nivel de aplicación del GRI.....	50

4.2 Adaptación de los indicadores del GRI para una organización universitaria.....	52
4.3 Grado de cumplimiento de los indicadores.....	54
5. Conclusiones.....	57
6. Anexo.....	60
7. Bibliografía.....	76

1. Introducción

En ocasiones, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se asocia tan sólo al ámbito de la empresa y al compromiso adquirido con la comunidad en la que actúa, con proveedores y clientes, o con sus trabajadores.

A raíz de lo anterior, nos hicimos una pregunta clave que sirve como motivación principal para la realización de este trabajo fin de grado: *“¿Qué ocurre con la aplicación de políticas de Responsabilidad Social (RS) en las instituciones educativas, y más concretamente en las universidades?”*

Así, creemos adecuado situar el punto de partida de este estudio, en la convicción de que la RS no es patrimonio exclusivo del sector empresarial, sino que engloba a diversos actores sociales; dado que la universidad mantiene un diálogo permanente y recíproco con la sociedad, cabe señalar que cumple una función social. Por ello, la actividad universitaria no puede, ni debe, centrarse exclusivamente en la enseñanza puramente académica, sino que debe avanzar hacia una gestión socialmente responsable. Como parte integrante de la sociedad, la universidad comparte los problemas y dificultades sociales, y debe colaborar para su resolución mediante el estrecho diálogo y cooperación con las demás entidades sociales, económicas, culturales y políticas.

Creemos, pues, que las universidades deben fomentar el desarrollo y bienestar de la sociedad mediante:

- Un compromiso ético en el desempeño de sus actividades, a través de la gestión responsable de los impactos económicos, educativos, laborales y ambientales que genera.
- Un diálogo participativo con sus grupos de interés, que deben ser identificados claramente; apertura de canales de diálogo con quienes integran la comunidad universitaria y con todos aquellos colectivos que pueden verse afectados por la actividad de la universidad.
- Una investigación orientada a resolver problemas sociales, incluyendo en la docencia contenidos sobre sostenibilidad.

- Un modelo de gestión basado en el cuidado del entorno, la justicia social y la transparencia.
- La apuesta por la formación ética y responsable de profesores, personal de administración y servicios y, especial y principalmente, alumnos, inculcando a estos últimos valores relacionados con el compromiso social, es decir, métodos y herramientas para que en un futuro se conviertan en personas capaces de desarrollar las mejores prácticas sociales, medioambientales y laborales tanto en el ámbito social como empresarial, a través de la aplicación responsable de sus conocimientos.

Como consecuencia del análisis anteriormente descrito, creemos oportuna la elección de la temática de este trabajo fin de grado: Proyecto de Memoria de RS en la FCCE de la UPCT, aplicando la metodología del GRI.

El trabajo se estructura en cuatro apartados. En la primera sección se aborda el concepto de RSE desde sus orígenes, planteando qué dimensiones y actores se pueden identificar en su aplicación, así como su situación en nuestro país.

La segunda sección se centra en la importancia que tiene la comunicación de las actividades socialmente responsables, proponiendo como elemento de comunicación y de planificación con los grupos de interés y con la sociedad en general la elaboración de Memorias de RSE, por lo que se realiza una explicación de las principales metodologías que se pueden utilizar en el contexto de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU).

El tercer capítulo, pretende ser una modesta aportación sobre qué hubiese pasado en la FCCE de la UPCT de haberse planteado la posibilidad de elaborar una Memoria de Responsabilidad Social siguiendo la metodología del GRI, con la finalidad de ofrecer a los gestores un planteamiento susceptible de ser considerado como punto de partida para la reflexión de dicho modelo de gestión organizativa.

Sin embargo, es oportuno aclarar que se trata de un ejercicio de simulación que pretende determinar hasta qué punto la FCCE, como organización, cumple con determinados requisitos según dicha metodología desde la óptica de una serie de indicadores que pretenden determinar ciertas prácticas socialmente responsables.

2. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?

En este apartado nos adentraremos en el origen y evolución del concepto de RSE, desde sus tímidos inicios hasta la adquisición de su importancia y relevancia actual, basadas estas últimas en la concienciación cada vez mayor de una sociedad que empieza a sentirse afectada por los efectos directos e indirectos que la gestión de las empresas e instituciones generan sobre la misma.

Durante la exposición, iremos repasando la literatura existente, recopilando las definiciones más relevantes que sobre la RSE se han dado a lo largo del tiempo.

La finalidad última del presente epígrafe es la de aproximarnos a una conceptualización general de la RSE en todas sus dimensiones e indagar en cómo ésta afecta a nuestra realidad social.

2.1 Orígenes y evolución

La preocupación por la RSE es un fenómeno que, desde hace varios años, viene llamando la atención de las empresas, de la sociedad, de las instituciones públicas y de los organismos internacionales.

Así, en la literatura sobre RSE, encontramos diversas opiniones de los autores respecto del momento exacto en el que surge el concepto de RSE, siendo motivo de profundas discusiones.

Una primera opinión, la encontramos en aquellos autores que sostienen que el concepto empezó a desarrollarse durante los años 20 (principios del siglo XX), si bien cabe destacar que de lo que comienza a hablarse es más de filantropía corporativa, asociada a la caridad, que de una actividad por cuenta del empresario.

Hablaríamos, de la realización de acciones filantrópicas por parte de las empresas, que, en numerosas ocasiones, anticiparon políticas sociales que luego se convertirían en normas de obligado cumplimiento (seguro de desempleo, limitación de jornada, becas para estudios).

Existen otras opiniones que sostienen que el concepto surge en los años 50, durante el vertiginoso crecimiento en tamaño y poder que experimentan las empresas. Como consecuencia de ello, se desarrolla una creciente preocupación de la sociedad por aspectos de índole ética, social y medioambiental inherentes a la realización de actividades empresariales o económicas. La idea radica en que si las empresas usan los recursos que posee una sociedad, tal uso genera un deber ético de proporcionar, de alguna forma, beneficios a la misma.

Por tanto, hemos de ser conscientes de la dificultad que entraña situar un origen claro y real en el tiempo, del concepto de RSE. En esta línea, tras realizar una revisión de la literatura existente y de acuerdo con **Raufflet, E. et al.** (2012), creemos adecuado definir su origen y clasificar las definiciones, que del mismo se han ido dando, en tres etapas:

1. Periodo 1950-70

Señalaremos el origen del concepto en la definición que **Bowen, H.** (1953) desarrolla en su libro “Social Responsibilities of the businessman”.

De acuerdo con este autor *“la RSE se refiere a la obligación del gestor para proponer esas políticas, realizar esas acciones o seguir esas líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”*.

Podemos advertir que es en este momento cuando se empieza a debatir sobre el grado de responsabilidad que los gestores de las empresas deben soportar debido al impacto social que puede causar el desarrollo de su actividad empresarial, con la intención de dar respuesta a una creciente preocupación social.

En esta misma década, comienza el debate acerca de qué es la RSE. Diversos autores comienzan a ofrecer definiciones del concepto.

Davis, K. (1960) estipula que la responsabilidad social es un término aplicable a aquellas decisiones y acciones adoptadas por los empresarios debido a motivaciones que van más allá del interés económico, y presenta la “ley de oro de la responsabilidad”, que sostiene que *“la responsabilidad de las empresas se da en función de la cantidad de poder que estas tienen sobre la sociedad; a mayor impacto económico, mayor responsabilidad social”*

Por su parte, **Johnson** (1961), explica que al margen de la ganancia económica y generación de riqueza, *“resultará de gran importancia que las empresas conozcan el entorno donde desarrollan su actividad empresarial, con el fin de obtener también la mayor ganancia a nivel social”*

Friedman, M. (1970) sostiene que los ejecutivos son empleados de los dueños de los negocios, y por ello tienen una responsabilidad directa con los mismos, *“la responsabilidad de los directivos no puede ser otra que la de aumentar los beneficios de los accionistas”*.

Consideraba este autor, por tanto, que si bien el ejecutivo, en su ámbito personal y por iniciativa voluntaria, podía destinar parte de sus ingresos a causas del bien común, cuando se hablaba de la responsabilidad social en su gestión, se le estaba pidiendo que actuara de forma contraria al interés de sus empleadores; señalándolo como el principal conflicto para la práctica de la RSE

Observamos por tanto, que, aunque durante dicho periodo se intentan conectar los objetivos empresariales con los valores sociales (entorno que rodea la actividad empresarial), el gasto del dinero en actividades no relacionadas con el negocio se asocia a la voluntariedad única y exclusiva del empresario y solo es justificable si contribuye a la consecución de mayores utilidades económicas.

2. Difusión de definiciones y modelos de RSE (75-90).

Se pretende indagar y profundizar más en la definición de RSE. Se empieza a hablar de los *agentes/grupos de interés* de la empresa (empleados, proveedores, accionistas, comunidades) y de responsabilidades asociadas a los mismos.

Se advierte por tanto, un reconocimiento público de la petición que hace la sociedad a las organizaciones para que asuman una mayor responsabilidad en relación al desarrollo social a todos los niveles, más allá de los meramente económicos.

Carroll, A. (1979) creó un modelo centrado en el desempeño socialmente responsable por parte de las empresas, definido en cuatro dimensiones, según las expectativas de la sociedad:

- Económica (ligada a la generación de utilidades)
- Legal (ligada al cumplimiento de la normativa vigente)
- Ética (desempeño basado en valores y principios morales)
- Filantrópica (relativa al juicio de cada empresa según el entorno en el que se encuentre)

Drucker, P. (1986) comienza a hablar de la RSE como mecanismo para mejorar la reputación corporativa; *“para lograr la puesta en marcha de la RSE, es necesario que los negocios conviertan sus responsabilidades sociales en oportunidades de negocio, para así generar capacidades, competencias, empleos mejor pagados y más oportunidades”*.

De acuerdo con **Cochran y Wood** (1984) *“la RSE debe ser implementada mediante la puesta en marcha de políticas que busquen dar respuesta a las problemáticas sociales y códigos de conducta éticos”*.

Cabe destacar que es también durante dicha etapa cuando aparecen los primeros modelos teóricos sobre RSE, basados en investigaciones empíricas que estudian, enumeran y clasifican las prácticas llevadas a cabo en las empresas, y muestran el desempeño de la organización en cuanto a la realización de buenas prácticas (nacimiento de los primeros **indicadores** de la RSE).

Un claro exponente es el **Índice RSE** (1979), que recoge informes de las 500 empresas más influyentes según la revista “Fortune”. Centrado en 5 temas:

- Ambiental
- Igualdad de oportunidades
- Personal
- Integración en la comunidad
- Productos

3. Adquisición de importancia de los “stakeholders” o grupos de interés (1990-2000)

Aparecen diversas afirmaciones que defienden que las preocupaciones sociales y las expresadas por los grupos de interés, se deben integrar a los aspectos que conforman la actividad de la empresa (modelo de negocio, estrategia, visión, bienes y servicios a ofrecer), con el fin último de incidir de manera positiva en el bienestar de la sociedad en su conjunto.

A esto hemos de añadir algunas aportaciones, relacionadas con la preocupación medioambiental, y la necesidad de añadir esta dimensión como consecuencia del deterioro y la crisis ambiental desatada por las acciones humanas. Posicionados en esta idea, encontramos diversos autores.

Según **Wood, D.** (1991) *“los principios sobre los que se debe apoyar la RSE son los de legitimidad en el uso del poder que la sociedad transfiere a las empresas, responsabilidad sobre los impactos que la empresa genera en la sociedad, y actuaciones encaminadas a proporcionar la máxima utilidad a los grupos de interés”*.

Drucker, P. (1990) visiona la RSE como una *“forma de gestionar las organizaciones teniendo en cuenta el valor intrínseco que representan los grupos de interés tanto externos como internos”*.

Hart, S. (1997) señala que *“dados los retos ambientales a los que se enfrenta el mundo, es necesario agregar una nueva dimensión al concepto de RSE: conjuntamente con los aspectos sociales y económicos, deben incluirse también los aspectos ambientales”*.

En esta última línea de pensamiento, aparece el **Modelo Elkington** (1997), conocido como Triple Bottom Line (TBL) o Triple Cuenta de Resultados, que toma en cuenta las tres dimensiones (económica, social y medioambiental) y las interacciones que resultan de ellas.

La premisa básica es que es necesario producir, pero respetando siempre a los grupos de interés y el medio ambiente. De esta forma, se hallara el equilibrio en la intersección entre las 3 dimensiones:

- Equidad entre la dimensión económica y la social.
- Viabilidad entre la dimensión económica y la medioambiental.
- Sostenibilidad entre la dimensión social y la medioambiental.

Por tanto, y a modo de resumen, concluimos este primer epígrafe señalando que el concepto de RSE ha ido pasando, a lo largo del tiempo, por diversas etapas, las cuales señalaremos por orden cronológico:

- Una primera etapa en la que el objetivo primordial de las empresas es la generación del beneficio económico para poder subsistir de forma prolongada en el tiempo, asociando las acciones voluntarias al altruismo o la filantropía.
- Una segunda etapa en la que el incremento del poder económico de las empresas en el sistema hace surgir un “contrato social” entre la empresa y la comunidad en que participa.
- Una tercera etapa, y más cercana a la actual, íntimamente relacionada con la búsqueda por parte de las empresas de lo que es correcto y justo en el ámbito de la legalidad y la realización de actuaciones que la doten de legitimidad de cara a la sociedad y a sus grupos de interés. Las prácticas de RSE responden a la inclusión de diversas demandas sociales a las que una empresa es sometida.

En ese sentido la empresa integra responsabilidades: **económicas, legales, éticas y medioambientales**. Así pues, el comportamiento socialmente responsable otorga a la empresa la “licencia” para operar, de parte de los diversos sectores que componen la sociedad. Bajo esta concepción se justifica que muchas de las empresas incluyan el área de RSE dentro de su organigrama corporativo.

2.2 Concepto

La pregunta efectuada acerca de qué es la RSE ha sido uno de los temas más discutidos y mencionados en los ámbitos empresariales, académicos y políticos, ya que se intenta dilucidar si la realización de prácticas de RSE responde o no al proceso de madurez de una empresa a la hora de enfrentar sus impactos en la sociedad, y si dichas prácticas deberían ser de naturaleza voluntaria o, por el contrario, responder a una obligatoriedad de carácter legal.

Este debate, lejos de ofrecer una definición precisa de qué es la RSE, ha generado multitud de consideraciones en una evolución continua.

Las organizaciones se encuentran acotadas y relacionadas, de forma directa o indirecta, con grupos de interés que deben apreciar el compromiso de la organización con sus intereses. Son los “stakeholders” (accionistas, empleados, clientes, medios, proveedores, instituciones públicas).

La sociedad espera y demanda que las empresas se interesen, además de por la maximización de sus beneficios, por el desarrollo personal y profesional de sus trabajadores, y de la comunidad donde se ubican; es decir que adquieran un compromiso con su entorno interno y contribuyan con el externo.

Así, cada vez un mayor número de organizaciones se han interesado por conocer el verdadero significado y alcance de la RSE, y su implementación como la base sobre la que asentar un nuevo modelo de gestión centrado en una integración de la empresa con la sociedad y apoyado en la presencia de valores éticos y morales en todas las actividades de la empresa, como una necesidad y no como una opción a elegir.

La RSE responde a una filosofía empresarial que abarca aspectos éticos y morales en relación a las problemáticas humanas, sociales y ambientales, dentro de un marco de respeto a la institucionalidad, con el fin de crear impactos positivos en la sociedad.

Aquí hemos de matizar que esta filosofía es susceptible de afectar a **todo tipo de organizaciones**, ya sean empresas, administraciones públicas, sindicatos u Organizaciones no gubernamentales (ONG).

No hay una única definición de RSE, por ello consideramos apropiado mencionar algunas de las más conocidas.

Según el “**Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**” de la Comisión Europea (2001), la RSE “*es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones de negocio de una empresa y en la relación con sus interlocutores o grupos de interés*”. Surge con la intención de recopilar las prácticas más importantes en materia de RSE a nivel internacional, con el fin de fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras e incrementar la transparencia de las organizaciones.

El **Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible** (1995) la considera como “*un compromiso continuo de actuar éticamente y al mismo tiempo mejorar la calidad de vida de los trabajadores y de sus familias así como de la comunidad local y de la sociedad en general*”.

Por otra parte, el **Foro de Expertos en RSE** del Ministerio de Trabajo (2005) estableció en España la siguiente definición: “*La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, responsabilizándose así de las consecuencias y de los impactos que se derivan de sus acciones*”.

La **Norma-guía ISO 26000** define la RSE como “*la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, tomando en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumpliendo con la legislación aplicable*”.

Así pues, partiendo de las anteriores definiciones, definiremos la RSE como “*el desarrollo voluntario de prácticas que buscan conectar e integrar el crecimiento económico, con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente (satisfacer las*

necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas propias)”

La RS supone la integración de carácter voluntario de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto de los Derechos Humanos, que surgen de una relación transparente con los grupos de interés, en su gobierno y gestión. La interacción con los grupos de interés de las organizaciones, se habrá de basar en la transparencia del impacto económico, ambiental y social.

2.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Toda organización, con independencia de sus características, sector, producto o servicio ofertado, se define como un sistema abierto, que para llevar a cabo su actividad, además de contar con unos recursos y capacidades internas, también ha de relacionarse con el entorno que le rodea.

Por tanto, para que una organización se desarrolle de forma correcta y prolongada en el tiempo debe aunar los siguientes esfuerzos:

- Satisfacer, en la medida de sus posibilidades, las aspiraciones de las personas que la conforman.
- Ir más allá del lucro económico en sentido estricto y eliminar las fronteras que la separan de la sociedad y de sus grupos de interés e interactuar con ellos.
- Tener en cuenta que las transacciones económicas que genera pueden producirse tanto dentro de su cuentas de resultados como fuera de ella.
- Comprender que es probable que crezca más a través de la comunidad en la que se inscriba, que por ella misma.

A raíz de lo anterior, y de acuerdo con el **Libro Verde de la Comisión Europea** (2001), podríamos decir que la RSE tiene dos dimensiones: una dimensión interna y otra dimensión externa.

Dimensión interna de la RSE

Se define como aquella que hace referencia a los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa. Encuadrados en esta dimensión encontraremos aspectos como:

- ***RRHH y adaptación al cambio***

Una empresa socialmente responsable debe priorizar el respeto por los derechos humanos de la persona trabajadora e instaurar códigos éticos, que se han de adaptar a los continuos cambios de la sociedad.

El objetivo es atraer trabajadores cualificados que generen mayor valor para la empresa, y retenerlos en el futuro. Entre las políticas a seguir, podríamos destacar:

- a) Retribuciones salariales equitativas.
- b) Proporcionar los medios para la estabilidad laboral de los trabajadores y asegurar su desarrollo personal y profesional, incentivando y facilitando la formación.
- c) Ofrecer condiciones de trabajo que permitan conciliar la vida laboral y personal o familiar.
- d) Hacer que los trabajadores se sientan parte de la empresa y creen un sentimiento de pertenencia al grupo.
- e) Realizar practicas responsables de contratación con el fin de facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, desempleados de larga duración y personas en situación de exclusión social.
- f) Potenciar las medidas de salud e higiene en el trabajo

- ***Consumo de materias primas y recursos naturales***

De acuerdo con **González, M.** (2005), *“es necesario realizar un uso racional de los recursos naturales, así como aplicar, cada vez con mayor frecuencia, medidas especiales dirigidas a la conservación de las condiciones ecológicas del medio en los grandes espacios terrestres y acuáticos, en el proceso de producción social”*.

Por ello, las empresas deben optimizar el uso que hacen de los recursos pero también de reducir, reutilizar y reciclar dichos recursos.

- ***Residuos e impacto medioambiental***

La disminución del consumo de recursos y de las emisiones contaminantes reduce el impacto sobre el medio ambiente al disminuir los gastos energéticos y de eliminación de residuos.

La Gestión Ambiental comprende las responsabilidades, prácticas y procedimientos que las empresas desarrollen, implementen y mantengan para el desarrollo ambientalmente sostenible, con el fin de buscar la integración del proceso productivo con el medio ambiente, sin perjuicio de ninguna de las partes.

Diversas normas auditan y certifican a las empresas que implantan un sistema de Gestión Ambiental. En ellas no se presentan criterios específicos de desempeño ambiental, pero sí exigen a cada organización elaborar su propia política y contar con objetivos que estudien las exigencias legales y la información referente a los impactos ambientales significativos.

Entre ellas encontramos la norma ISO 14004, que ofrece directrices para el desarrollo e implementación de los principios del Sistema de Gestión Ambiental, y la norma ISO 9000, la cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de auditoría y mejora constante del rendimiento ecológico. Periódicamente se publican informes sobre dichos rendimiento, verificados por organismos acreditados.

- ***Gestión de los intereses de los accionistas o propietarios***

Son todas aquellas personas y entidades implicadas en la gestión y en la marcha del negocio; aquellas que pretenden recuperar su inversión con rentabilidad y recibir información transparente y periódica.

Dimensión externa de la RSE

La dimensión externa de la RSE contempla las relaciones con las comunidades y diversos agentes con los que la empresa mantiene relaciones recíprocas; así, se define como la “posición” que ostenta la empresa frente a la sociedad y sus “stakeholders” o partes interesadas (colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que debe generar algún valor si sigue un comportamiento socialmente responsable).

- ***Comunidades locales***

Debido a que las empresas interactúan con su entorno físico, están íntimamente ligadas a la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde desarrollan su actividad. Por ello adquiere capital importancia el establecimiento de relaciones positivas con la sociedad, el llamado “capital social”.

- ***Proveedores y consumidores***

Los efectos de las políticas de RSE afectarán también a sus socios económicos: proveedores y consumidores.

- ***Derechos humanos***

Cada vez es mayor el número de multinacionales que adquieren un férreo compromiso con los derechos humanos en sus códigos de conducta.

Naciones Unidas define los derechos humanos como “*aquellos derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición*».

Por tanto, debido a que contienen derechos económicos y sociales cuyo desarrollo está ligado a la actividad empresarial, plantean problemas políticos, jurídicos y éticos: por ejemplo, el determinar qué responsabilidades caen dentro de su competencia y cuáles caen dentro del ámbito gubernamental o cómo trabajar en países donde son frecuentes las violaciones de los derechos humanos.

- ***Problemas ecológicos mundiales***

A veces, las empresas intervienen en el medio ambiente y generan problemas medioambientales asociados a su consumo global de recursos, por ejemplo la emisión de gases de efecto invernadero. Por ello, deben procurar la reducción del impacto ambiental de sus actividades de producción.

2.4 Actores involucrados en la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE de una organización debe avanzar en sintonía con la sociedad, y para ello debe contar con la colaboración y el apoyo de sus principales agentes: aquellos que intervienen, directa o indirectamente en el desarrollo e implementación de la RSE. Es decir, que para desarrollar adecuadamente políticas en dicha materia, las entidades precisan de su apoyo.

A modo de resumen y basándonos en el **Informe Forética** (2011) que identifica los principales actores involucrados en la RSE, extraemos las siguientes conclusiones sobre quiénes son, qué responsabilidades exigen y qué obligaciones han de cumplir, y qué ventajas proporciona una relación socialmente responsable con dicho colectivo:

- **Accionistas e inversores.** Exigen una adecuada gestión de la entidad, basada en la comunicación y la transparencia, que permita el retorno económico de su inversión. No existirán conflictos ni interferencias en la gestión de la entidad. Además aumenta el número y la calidad de los inversores.
- **Colaboradores.** Exigen una relación basada en la transparencia, de modo que la colaboración sea más sencilla y enriquecedora para las partes. Aumenta el número y la calidad de los colaboradores.
- **Empleados.** Exigen unas condiciones dignas de trabajo, basadas en el respeto por sus derechos laborales fundamentales, y que la entidad les facilite su desarrollo personal y profesional. Se consigue que los trabajadores desarrollen un sentimiento de orgullo por pertenecer a la empresa, se mejora la productividad, y se puede retener el talento y la mano de obra más cualificada a lo largo del tiempo.

- **Sindicatos.** Debido a que actúan, generalmente, del lado de determinados grupos de interés, cuyas preocupaciones ha de asumir la empresa, juegan un papel fundamental en el debate de la RSE.

Por ello, se les exige su apoyo en todas las iniciativas que sirvan para estimular y promover la RS efectiva en las actividades empresariales. Se consigue el apoyo de los mismos para la implantación de políticas de RSE, siempre que éstas sean complementarias y no sustitutorias de la legislación y las normas fijadas por la negociación colectiva, lo que implica que cualquier empresa que no respete los convenios, la legislación o el diálogo social no podrá ser definida como socialmente responsable.

- **Proveedores.** Exigen a las empresas la comunicación de los criterios y requisitos sociales y ambientales en su cadena de suministro. Además, exigen también un trato no fundamentado en abusos de poder. Se incrementa el poder de elección entre los mismos y mejora el aprovisionamiento.
- **Clientes.** Exigen que los productos y servicios ofertados cumplan con sus expectativas, y que además, la gestión de la empresa se identifique con sus necesidades e intereses.

Se espera de los mismos, que contribuyan mediante la selección positiva o negativa, en sus decisiones de consumo; es importante que el consumidor invierta en aquellas entidades que tengan comportamientos éticos y penalice a las entidades que llevan a cabo prácticas poco éticas o responsables. Aumenta la reputación de la empresa, y se evita la posibilidad de que surjan campañas en contra, demandas, denuncias.

- **Comunidades.** Exigen una gestión empresarial basada en la comunicación, la transparencia y el respeto por el medioambiente. Además, esperan que la actividad de la empresa beneficie, de alguna forma, el desarrollo local o nacional. Se consigue una identificación emocional positiva entre la empresa y los ciudadanos.
- **ONG.** Exigen una gestión empresarial basada en la comunicación, la transparencia y la colaboración mutua. Debido a la dificultad de los gobiernos para regular en una economía global, estas entidades asumen funciones de control, vigilancia y presión sobre las organizaciones, reportando la información

obtenida a las administraciones públicas para que sean éstas quiénes, a su vez, controlen y presionen a las empresas. Se consiguen mejorar las relaciones y aumentar el número de colaboraciones, generando una buena reputación pública.

- **Instituciones Públicas.** Exigen una gestión empresarial basada en la comunicación, la transparencia y la colaboración mutua. Deben asumir un papel regulador, desarrollando normativas y actos dispositivos que exijan transparencia a las entidades; se les ha de exigir además, el desarrollo de prácticas que fomenten la inversión socialmente responsable, como por ejemplo políticas fiscales que incentiven la inversión en sectores como energías renovables. Se consiguen mejorar las relaciones y aumentar el número de colaboraciones, generando una buena reputación y opinión pública.
- **Medios de comunicación.** Exigen una gestión empresarial basada en la comunicación, la transparencia y la colaboración mutua.

Los medios de comunicación deben jugar un papel clave en el impulso de las prácticas de RSE, ya que, siempre que sea de forma imparcial, tienen la capacidad de movilizar la opinión de los ciudadanos en torno a estas cuestiones. Se consiguen mejorar las relaciones y aumentar el número de colaboraciones, generando una buena reputación pública.

2.5 Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en España

A la hora de valorar las tendencias en materia de RSE, cabe destacar que, aunque la aplicación real de políticas de RSE en España sigue siendo escasa, es un concepto que va calando progresivamente en las empresas y cada vez son más las que se decantan por implantarlas.

Las empresas deben ser conscientes de que la RSE no consiste sencilla y únicamente en añadir un departamento para tal fin, sino que en algunos casos implica reformular su gestión, complementándola con una serie de valores, en sus acciones y relaciones empresariales, que se han de convertir en los ejes centrales de su cultura corporativa.

Ante la situación actual de crisis económica que azota el país, uno de los errores más cometidos por las empresas, es el de descartar la implantación de políticas de RSE por los costes que pueda genera a corto plazo, obviando por completo las ventajas competitivas que se puedan generar a medio y largo plazo.

Por tanto, deberíamos hacernos las siguientes preguntas:

- ¿Está el consumidor español sensibilizado sobre la necesidad de exigir a las empresas y al Gobierno la implicación en políticas de RSE?
- ¿Llega el consumidor a premiar y/o castigar a las empresas, teniendo en cuenta su política de RSE?
- ¿Hasta qué punto la RSE ha calado en la cultura empresarial española?

Para dar respuesta a estas y a otras muchas preguntas, diversas instituciones han ido desarrollando y dando a conocer estudios sobre el desarrollo e implantación de la RSE en las empresas.

Iniciativas como el GRI (Global Reporting Initiative) y la adhesión de empresas al mismo; o el Pacto Mundial (Global Compact), han ido arrojando más luz sobre el diagnóstico de la situación.

Destacaremos entre todas las iniciativas, el informe que bianualmente, y desde el año 2002 viene realizando **Forética**, una asociación sin ánimo de lucro con presencia en España, que engloba a organizaciones y profesionales implicados en el desarrollo de la RS (actualmente cuenta con más de 140 organizaciones y más de 100 socios inscritos), y que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.

De su último informe publicado en el año 2011, podemos extraer diversas conclusiones:

- Con respecto al **conocimiento** que manifiesta tener el tejido empresarial español sobre la RSE, apreciamos que casi un 60% de empresas afirman saber qué es la

RSE (54% en 2008). De dicho porcentaje, un 43,3% (un 33,7% en 2008) reconoce el término, mientras que el porcentaje restante admite haberlo oído tras explicarles en qué consiste. En el otro extremo, en el de las empresas que desconocen el término, nos encontramos con que aproximadamente 4 de cada 10 (40%) afirma no conocerlo o haber oído hablar de él (frente al 46,1% en 2008).

Cabe diferenciar entre empresas grandes y medianas y pequeñas empresas. Así, mientras que en las primeras, el conocimiento sobre la RSE es casi total (97,3%); en las pequeñas empresas, dicho porcentaje es menor, situándose en torno al 60%.

- En cuanto a los atributos que las empresas relacionan con el término RSE, un 83% de de ellas lo relacionan con aspectos sociales y ambientales, y el 17% restante lo asocia a aspectos de mercado.
- Referido a las **actitudes empresariales hacia la RSE**, se aprecia que la mayoría de empresas coinciden en que las políticas de RSE generan beneficios mutuos a la sociedad y al sector empresarial. Aún así, sigue existiendo una brecha entre las actitudes que las grandes y medianas empresas y las pequeñas mantienen hacia la RSE. Así, mientras que las grandes empresas apoyan más claramente la RSE, las pequeñas la considera más como una cuestión de imagen, que solo beneficia a las primeras. A pesar de la diferencia existente, y los retrocesos apreciados en las pequeñas empresas, se sigue valorando muy positivamente la contribución de la RSE.
- En lo relacionado con la forma en que las empresas **integran la RSE en su política de actuación**, tan solo 5% de las empresas afirman poseer una política de RSE formalizada por escrito, mientras que un 11% se encuentran en proceso de formalización. El dato es más negativo si, más allá de la formalización, hablamos de la política de RSE en sentido estricto; siendo un 58,7% el porcentaje de empresas que **no disponen** de una política de RSE.

- Indagando sobre cuál es la fórmula elegida por las empresas para incluir la RSE en su organigrama o modelo de gestión, encontramos que en el 45% de los casos optan por crear una nueva dirección específica, en un 26% crean grupos de trabajo y comités, y el 17% restante la integra en un departamento ya definido como el de comunicación, recursos humanos o calidad.
- Debido a la actual situación de crisis algunas empresas han debido equilibrar sus gastos e inversiones. Evidentemente esto ha supuesto un impacto sobre las actividades de RSE, consideradas en muchos casos como obligaciones no legales, lo cual las convierte en accesorias frente a las legales. Así, una de cada tres empresas (el 31,06% del total) ha dejado de realizar actividades de RSE como consecuencia directa de la crisis económica. Por el contrario, un 65,21% manifiestan que mantienen o incluso incrementan sus actividades de RSE.

Profundizando más en el análisis, volvemos a encontrar diferencias en las grandes y pequeñas empresas, en lo que al recorte de la RSE se refiere. El 31,04% de las empresas pequeñas han recortado sus actividades de RSE. En lo que a las grandes se refiere, un 33% de ellas han realizado recortes, si bien la diferencia radica en que el 80% de estas empresas, tan solo las han recortado de forma parcial.

De todos modos, la percepción que tienen una empresas de otras es mucho más negativa. Preguntadas sobre si creen que las demás empresas han reducido sus actividades de RSE, el 75% responde afirmativamente (porcentaje muy lejano al 30% mencionado anteriormente).

- Para finalizar, el **análisis del futuro de la RSE** refleja que el 80% de empresarios piensan que seguirá teniendo la misma o mayor importancia (un gran descenso frente al 92% en 2008, atribuible al segmento de la pequeña empresa).

La presente sección se ha centrado en el origen, evolución, conceptualización, actores de la RSE, así como en su situación en nuestro país.

Pero uno de los aspectos fundamentales de la RS es la comunicación de las actividades socialmente responsables. Por lo que la siguiente sección pretende exponer dicha cuestión.

3. Comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial y elaboración de Memorias

El presente epígrafe pretende dar a conocer cuál es la función de la comunicación de la RSE y los recursos o ventajas generados por la misma, como por ejemplo, una buena reputación corporativa. Intentaremos demostrar que el desarrollo de prácticas éticas y su posterior comunicación ayudan a la difusión y justificación de los verdaderos objetivos organizacionales, con la finalidad de mantenerlos cohesionados con los de los diferentes públicos que rodean la organización.

A medida que vayamos avanzando en este punto, extraeremos las principales ventajas de la comunicación de la RS, para posteriormente centrarnos en algunas nociones básicas sobre qué es una Memoria de Responsabilidad Social y las distintas metodologías a aplicar para su realización, con el fin de introducir la temática principal de este trabajo: realizar una primera aproximación a una Memoria de Responsabilidad Social adaptada a la FCCE de la UPCT.

3.1 Concepto e importancia de la comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial

Desde el nacimiento de la empresa como tal, ésta ha tenido que presentar informes y rendir cuentas, con el fin de ser juzgada y evaluada, por las acciones que hubiera realizado. Frente a dicha realidad, uno de los retos a los que se enfrenta la empresa moderna es el de la rendición de cuentas a diferentes públicos con diversos intereses y perfiles, tal y como hemos visto en la sección anterior, y que van más allá de accionistas e instituciones públicas, los cuáles, en ocasiones, son casi desconocidos para la organización.

Comunicar el desarrollo ético y sostenible de una compañía a clientes y accionistas, o explicar de forma precisa y exacta su acción social, ha dejado de ser una acción esporádica para pasar a ser planteada como estratégica o como herramienta de gestión. Comunicar la RS no es sencillo, pero es imprescindible; aquí reside el gran reto, en hacer fluir la comunicación en todos los sentidos y niveles de la entidad, pues de ello se derivan ventajas tales como: exposición y comprensión de riesgos y oportunidades, mayor reputación y lealtad a la marca, informar a los grupos de interés acerca del desempeño y los impactos, o mostrar como la organización influye y es influenciada por las expectativas de sus grupos de interés en particular y de la sociedad en general.

De acuerdo con **Azuerro, D.** (2008), y **Francés Gómez, P.** (2005), *“las empresas se hallan en una red de grupos afectados por su acción y que tienen poder para influir en su marcha”*. Por ello, al analizar la comunicación en la empresa, podemos distinguir entre dos tipos de público, claramente diferenciados: el que forma parte de su estructura interna, gestionado siguiendo estrategias de **comunicación interna**; y otro que es ajeno, espacialmente hablando, a la organización, pero que necesita igualmente de ella, y que hace referencia a la **comunicación externa**.

Comunicación externa

Tras la lectura de **Revilla, G.** (2008) *“Gestión y comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial: claves para un desarrollo competitivo y sostenible”*, definiremos la comunicación externa como *“aquella comunicación realizada con el entorno inmediato de la empresa: clientes, medios de comunicación y demás agentes involucrados en la política de RSE”*, mencionados en el epígrafe 2.4.

Su importancia radica en que una organización que comunica adecuadamente sus acciones y decisiones, genera confianza y cohesión con su entorno. Así, la empresa, crea una **reputación** más favorable que atrae inversores, aumenta su credibilidad, fomenta la lealtad de los clientes e incrementa la confianza de los mercados financieros y de la Administración Pública.

Sin embargo la comunicación no debe detenerse en una sencilla propaganda, sino que debe trascender y comunicar lo que realmente hace y pretende la empresa. Por ello, se considera que la organización debe:

- Ser lo que es (se le exige transparencia).
- Ser lo que quiere aparentar (debe poseer carácter proactivo).
- Ser lo que debe ser (se le exige un desempeño cercano a la excelencia).

La comunicación de la RSE permite a los grupos de interés que evalúen las conductas que practica la organización. Una vez tomada la decisión de comunicar, el siguiente paso es orientarla y adecuarla a unos públicos prioritarios o grupos de interés de la empresa (“stakeholders”).

Una adecuada identificación y segmentación de los grupos de interés es imprescindible. Esto es sencillo de explicar: dado que cada grupo tienen un peso de influencia distinto, sus expectativas implicarán un nivel parejo de esfuerzos por parte de la empresa.

De acuerdo con **Velasco, J.M.** (2008), y tras realizar una revisión de la literatura existente, proponemos el siguiente modelo para la identificación de los grupos de interés:

- Generar una lista de posibles grupos de interés.
- Reunir grupos interfuncionales de personas, que posean conocimientos e intereses en la organización.
- Agrupar los grupos de interés en categorías:
 - a) Personas con las que la organización tiene o tendrá responsabilidades legales, financieras y operativas según reglamentaciones, contratos, políticas o prácticas vigentes.
 - b) Personas que puedan influir en el desempeño de la empresa, ya sea formal o informalmente: medios de comunicación, ONG, agencias reguladoras, la competencia.
 - c) Personas que, por cercanía, interactúan diaria y cotidianamente con la empresa: trabajadores y sus familias, consumidores, proveedores, etc.

- d) Personas que, a su vez, representan a otras personas: líderes de las comunidades locales, representantes sindicales, etc.
- e) Aquellos grupos que representan intereses que pueden verse lesionados por las operaciones de la empresa: grupos ecologistas o de presión.

Como complemento a lo anterior, cabe mencionar el estudio realizado por la **Fundación Entorno** (2006) “Informe sobre la gestión de la sostenibilidad en la empresa española”, en el que participaron 27 empresas españolas (algunas de ellas, líderes en la implantación de políticas de diálogo con sus grupos de interés). Dicho estudio pone de manifiesto la importancia o relevancia que dichas empresas confieren a sus grupos de interés y en qué información se basan para clasificarlos, tal y como se muestra en las Tablas 1 y 2:

Tabla 1. Importancia de los grupos de interés para las empresas españolas

Importancia alta	Clientes Consumidores finales Accionistas Inversores Socios Empleados
Importancia media	Clientes Intermedios Proveedores Entidades financieras Administraciones
Importancia baja	Comunidades locales Medios de comunicación Organizaciones sindicales
Importancia muy baja	ONG's

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del estudio de Fundación Entorno (2006)

Tabla 2. Motivación para la clasificación de los grupos de interés

GRUPOS DE INTERÉS	MOTIVACIÓN PARA SU CLASIFICACIÓN
Primarios	Aquellos que mantienen una elevada interdependencia con la empresa; por ejemplo accionistas, empleados, gobierno o comunidades
Clave	Aquellos que pueden influir significativamente en el cash-flow presente de la empresa; por ejemplo proveedores o clientes
Principales	Incluye a los primarios y, además, a los competidores, agencias de desarrollo u ONG´s que pueden influir en el cash-flow de la empresa
Secundarios	Aquellos que influyen o afectan (o son influenciados o afectados) por la empresa; por ejemplo, los medios de comunicación
Emergentes	Aquellos sin influencia en el cash-flow de la empresa, pero con posibilidad de alterarlo en el futuro
Periféricos	Incluye a aquellos grupos de interés sin voz, aislados, desinteresados o divergentes

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del estudio de Fundación Entorno (2006)

La información obtenida del anterior análisis, deberá ser procesada para usarla como apoyo en la toma de decisiones a todos los niveles, incluyendo la misma estrategia de comunicación.

Comunicación interna

Como complemento a la comunicación externa, la organización debe intentar dar a conocer, a nivel interno, el por qué de su política de RSE; sus trabajadores deben ser uno de los grupos de interés prioritarios a la hora de diseñarla.

Todos los procesos, especialmente los de cambio, necesitan de una adecuada comunicación que evite, en la medida de lo posible, los efectos sobre el clima organizacional. Por ello, la comunicación interna adquiere una gran relevancia.

La empresa debe gestionar adecuadamente su plantilla, involucrarla y convencerla en la idea de la RS, con el fin de que se sientan partícipes de ella.

En otras palabras, debe preocuparse de formar empleados éticos, solidarios y responsables, que no permanezcan ajenos al entorno.

3.2 ¿Qué se entiende por Memoria de Responsabilidad Social de la Empresa?

Una Memoria de RSE es un documento corporativo que contiene información sobre el desempeño económico, ambiental y social de una organización; es una de las herramientas de comunicación clave para comunicar sus impactos, tanto positivos como negativos.

Según la metodología **Global Reporting Initiative** (GRI), el propósito de una buena memoria de sostenibilidad es la *“medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos, en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo de desarrollo sostenible”*.

Por lo tanto, las organizaciones elaboran memorias por ser la forma de comunicación de la RSE más usada y consolidada; incluso en ocasiones tiene un carácter obligatorio para algunas empresas, como requisito imprescindible para formar parte de algunos reputados indicadores internacionales de sostenibilidad.

Aunque en sus inicios solo se entregaba a los accionistas y a otros públicos específicos (analistas financieros, líderes de opinión), en los últimos años, se ha venido observando el interés de las empresas por mostrar esta información a un mayor número de grupos; por ejemplo publicándola en su página web, aumentando sus posibilidades de uso y consulta. También su soporte de presentación se ha transformado a lo largo de los años, debido sobre todo a la coherencia entre reducir impactos negativos con su elaboración, y el papel utilizado para su divulgación.

Por tanto, la tendencia actual es elaborar un documento ejecutivo breve a modo de presentación, ligado a un soporte digital, que la ha dotado de mayor completitud (más espacio sin recurrir al soporte físico del papel).

Centrándonos en su contenido, según **GRI**, entre los principales objetivos y retos de una buena memoria se encuentran:

- Capacidad de autocrítica en sus análisis propios y comparativos.
- Calidad, fiabilidad, exhaustividad y precisión en la información.
- Presentación ordenada y adecuada de la información.
- Cohesión entre información, diseño y extensión.
- Uso de un lenguaje claro con la finalidad de favorecer la búsqueda y consulta de la información.
- Definir qué aspectos o indicadores se han de incluir, con el fin de:
 - Reflejar adecuadamente los impactos sociales, ambientales y económicos.
 - Dar respuesta a las expectativas e intereses de los grupos de interés.
 - Refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable y objetiva.
 - Permitir la comparabilidad de la memoria con otras, para así analizar los cambios experimentados en el tiempo por la organización, así como con respecto a otras organizaciones.
 - Hacerla comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.

3.3 Situación actual en materia de Memorias de RSE

La memoria de RSE es el canal de comunicación más capacitado para llegar a los diferentes grupos de interés y, por ello, se ha ganado la consideración de herramienta principal de comunicación de las prácticas socialmente responsables.

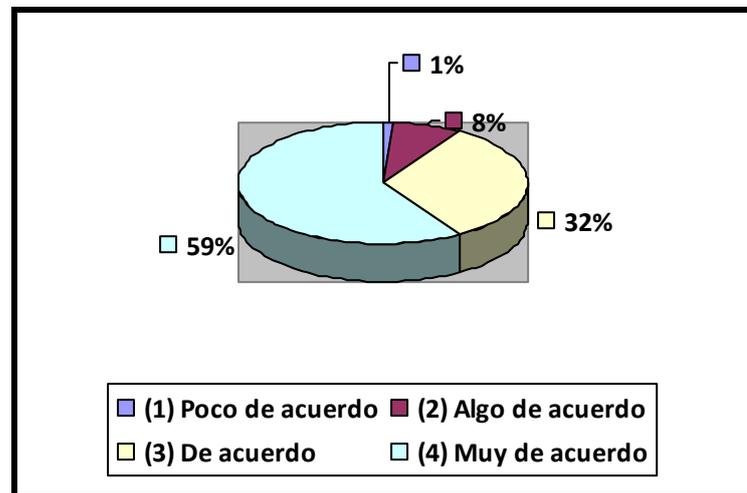
Durante los últimos años, el número Memorias de RSE ha aumentado considerablemente, debido sobre todo al impulso de los grupos de interés y de la sociedad en general, así como al impulso propiciado desde las propias empresas. Tanto es así, que en el año 2010 se publicaron en todo el mundo más de 1.800 memorias basadas en GRI, lo que supuso un aumento del 22% respecto a las publicadas en 2009.

Para analizar la situación actual en materia de memorias de RSE, recurriremos al **Estudio Corresponsables** “Informes de Sostenibilidad: presente y futuro” (2011).

Se trata de un estudio en el que han participado expertos en materia de RSE, y que ha contado con una muestra de 173 respuestas. Mediante la lectura y análisis del mencionado estudio, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

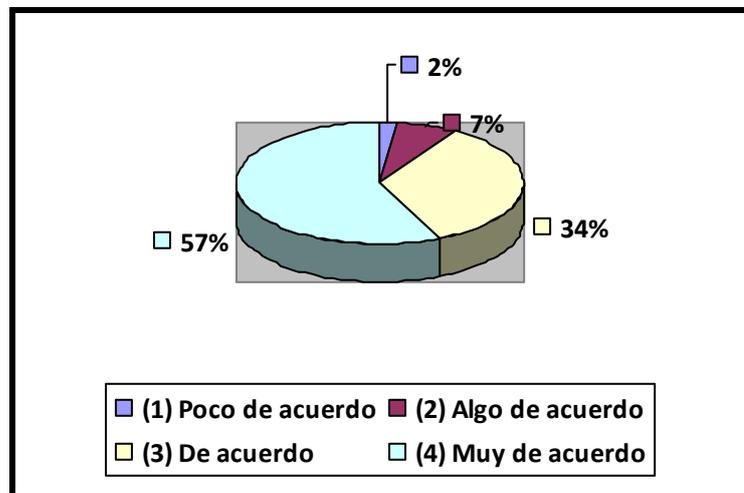
A. Respecto al ámbito de actuación de la empresa. El 59% de los encuestados otorga la máxima puntuación a la consideración de la mejora de imagen y reputación, como la principal razón que lleva a las empresas a realizar memorias de RSE (Gráfico 1), seguida muy de cerca por su función como herramienta de comunicación, que se sitúa en un porcentaje en torno al 57% (Gráfico 2).

Gráfico 1. Razón para elaborar Memorias de RSE: mejora de la imagen y reputación de la empresa



Fuente: Estudio Corresponsables (2011)

Gráfico 2. Razón para elaborar Memorias de RSE: por su uso como herramienta de comunicación



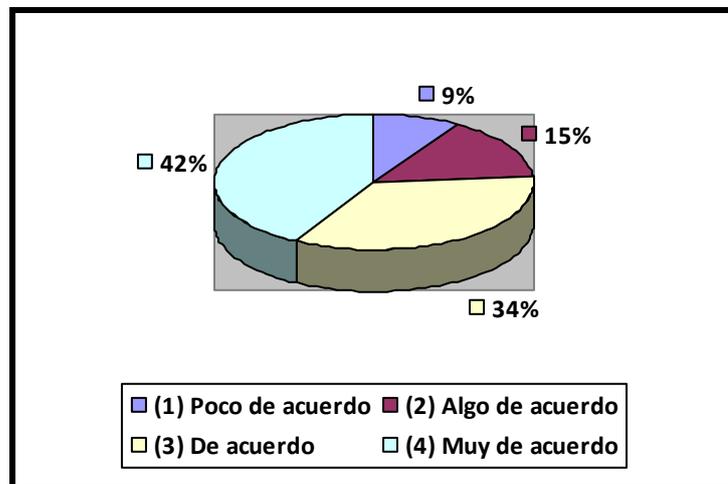
Fuente: Estudio Corresponsables (2011)

Resulta interesante resaltar que la principal motivación, según los encuestados, que lleva a las empresas a realizar una memoria (mejora de imagen y reputación), no esté contemplada por el GRI como un propósito fundamental de la misma.

En cambio, la segunda razón más nombrada (como herramienta de comunicación), sí que está contemplada en la definición de GRI, como un propósito fundamental para la comunicación y divulgación del desempeño de la empresa en materia de RS. El hecho de que la mejora de la imagen y la reputación esté por encima de las demás razones, en el orden de prioridades, está estrechamente relacionado con el mayor reto de la RS: integrarla plenamente en el modelo de gestión empresarial.

Por último, señalar que el principal propósito que debe guiar la elaboración de memorias (como herramienta de transparencia y rendición de cuentas) según **GRI**, tan sólo es el tercero más nombrado por los expertos encuestados: el 42% le otorga la máxima puntuación (Gráfico 3).

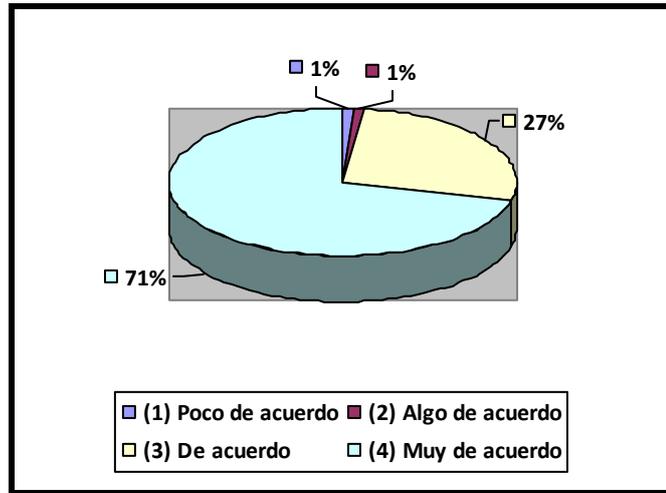
Gráfico 3. Razón para elaborar Memorias de RSE: por su uso como herramienta de transparencia y rendición de cuentas



Fuente: Estudio Corresponsables (2011)

B. Respecto al ámbito de actuación de la sociedad. El 71% de los consultados está totalmente de acuerdo en otorgar capital importancia a que las empresas realicen y publiquen memorias de RS (siendo este porcentaje del 98% si lo extrapolamos a aquellos encuestados, que estando también de acuerdo, le otorgan una importancia relativamente menor que los primeros). Esto no hace sino confirmar que las actividades de RS, y la integración de las mismas en la gestión empresarial, tienen importantes repercusiones en el comportamiento del consumidor. Además de tener en cuenta aspectos tradicionales como la calidad del producto, su apariencia o la imagen de la marca, el consumidor ha incorporado, en su proceso de decisión de compra, aspectos relacionados con un “consumo responsable” (Gráfico 4).

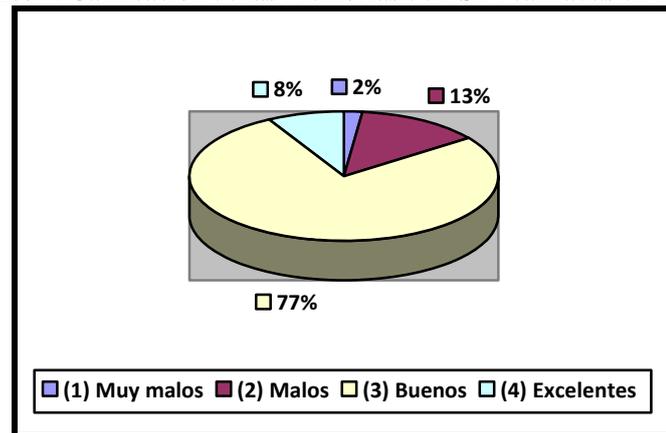
Gráfico 4. Importancia de la publicación de Memorias de RSE



Fuente: Estudio Corresponsables (2011)

Además, aunque la percepción de los encuestados sobre de las memorias de RSE realizadas en nuestro país es buena (un 77% las considera buenas y un 8% excelentes), una proporción relativamente elevada considera que estos documentos necesitan mejorar (un 13% las considera malas y un 2% muy malas). (Gráfico 5)

Gráfico 5. Calificación de las Memorias de RSE realizadas en España

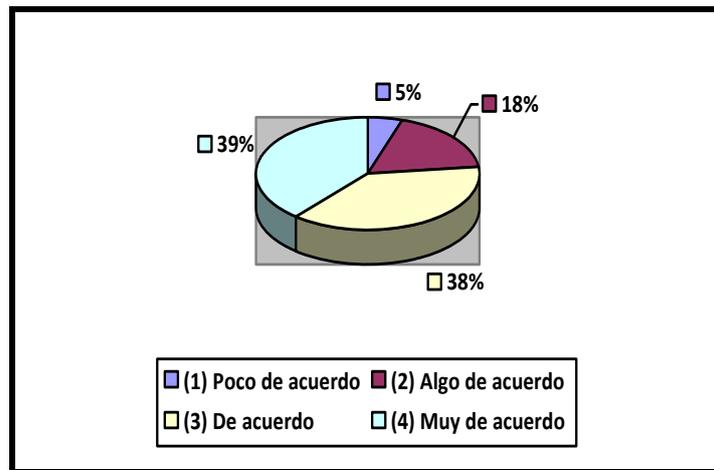


Fuente: Estudio Corresponsables (2011)

Por último, consideramos importante subrayar la importancia de realizar las Memorias de RS desde una perspectiva imparcial y de forma veraz.

Esta consideración se desprende de los porcentajes arrojados por el estudio, según el cual, el 77% de los encuestados, considera que las empresas omiten información negativa. Este porcentaje es alarmante, ya que hace referencia a otro de los principales retos de la RS: enfrentar la tendencia a la incredulidad de la audiencia ante los mensajes corporativos de las empresas comprometidas con la RS (Gráfico 6).

Gráfico 6. Las empresas omiten información negativa en sus Memorias de RSE



Fuente: Estudio Corresponsables (2011)

3.4 Metodologías empleadas en la planificación y comunicación de RS en el contexto universitario

En los últimos años, se ha desarrollado un intenso debate entre los partidarios de estandarizar la información contenida en los informes de sostenibilidad, y los que prefieren que sea la empresa la que estructure la información libremente.

La búsqueda de la estandarización anteriormente mencionada, tiene como principal objetivo permitir la comparabilidad entre los informes publicados por las distintas empresas, de forma que puedan ser analizables por parte de sus grupos de interés y la sociedad en general. Por tanto, la armonización de criterios permite una mejor apreciación de las políticas de RS.

Ante esta demanda, la adopción de criterios propuestos por parte de un creciente número de instituciones, está haciendo posible la comparación de las memorias, lo que facilita la detección tanto de buenas prácticas, como de áreas de mejora. A continuación se recogen los principales modelos y estándares para establecer un sistema de gestión de la Responsabilidad Social en materia de universidades: Pacto Mundial, PRME y GRI.

3.4.1 Pacto Mundial

Con origen en el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza, 1999), el **Pacto Mundial** es una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas, que cuenta en la actualidad con más de 8000 entidades adheridas y que pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, con el objetivo de fomentar la ciudadanía corporativa.

El fin de este Pacto es que todos los pueblos del mundo compartan los beneficios de la globalización, a la vez que prestan atención a su dimensión social, conciliando los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil.

Es un instrumento de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para aplicar los diez principios que lo integran, en sus estrategias y operaciones. La entidad que se adhiere al Pacto, asume voluntariamente el compromiso de ir aplicando proactivamente los diez principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza (elaboración de informes de progreso).

En España, la Red Española del Pacto Mundial ha formalizado con **GRI** la conexión de los indicadores de su modelo de informe de progreso con el nivel C de los indicadores de GRI, compatibilizándose así ambos estándares.

El objetivo del Pacto Mundial es facilitar la alineación de las políticas y prácticas corporativas junto a valores y objetivos éticos universalmente consensuados e internacionalmente aplicables.

Estos valores éticos han sido formulados en diez principios clave en las áreas de derechos humanos, derechos laborales, protección del medio ambiente y anticorrupción

A modo de síntesis final, exponemos que el Pacto Mundial es, por tanto, un compromiso con los Principios que se citan a continuación. Las entidades, cuando se adhieren a ellos a través de su incorporación al Pacto Mundial, no aseveran cumplirlos total e íntegramente en dicho momento, sino que se comprometen a irlos implantando, de forma gradual pero constante, haciendo de ellos una parte esencial de su estrategia.

Los Diez Principios

Derechos Humanos. El objetivo es involucrar los Derechos Humanos como parte de la cultura empresarial y organizacional, estudiar las acciones llevadas a cabo por la empresa en dicha materia y detectar las debilidades y fallos en los que se pudiese estar incurriendo.

- **Principio N° 1.** Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- **Principio N° 2.** No ser cómplice de abusos de los derechos.

Ámbito laboral

- **Principio N° 3.** Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- **Principio N° 4.** Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- **Principio N° 5.** Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- **Principio N° 6.** Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente

- **Principio N° 7.** Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
- **Principio N° 8.** Promover mayor responsabilidad medioambiental.
- **Principio N° 9.** Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Anti – Corrupción

- **Principio N° 10.** Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.

Llegados a este punto, y dada la temática principal del presente trabajo, es necesario recopilar información acerca de instituciones educativas españolas adheridas al Pacto Mundial. Para dicha recopilación, hemos extraído información de su página web (<http://www.pactomundial.org/component/listadosocios>), y la hemos dispuesto en la siguiente tabla resumen:

Tabla 3. Instituciones educativas españolas adheridas al Pacto Mundial

Institución	Comunidad Autónoma	Sector	Fecha de adhesión	Página web
Advance Business School (UNIR)	Madrid	Educación	17/07/2012	www.advancebs.es
CFE (Compañía de Formación Empresarial)	Madrid	Educación	28/08/2013	www.cfe.es
EADA	Cataluña	Educación	18/11/2009	www.eada.edu
ESADE Business School	Cataluña	Educación	21/05/2003	www.esade.edu
Escuela Europea de Dirección y Empresa, EUDE	Madrid	Educación	09/05/2012	www.eude.es
FCCE de la Universidad de Cádiz	Andalucía	Educación	05/07/2013	http://economicas.uca.es
IESE - Universidad de Navarra	Navarra	Educación	21/05/2003	www.iese.edu
Instituto de Empresa Business School	Madrid	Educación	21/05/2003	www.ie.edu
Universidad de Alicante	Comunidad Valenciana	Educación	20/07/2012	www.ua.es
Universidad de Málaga	Andalucía	Educación	05/10/2006	www.uma.es
Universidad Internacional de Andalucía	Andalucía	Educación	20/09/2010	www.unia.es
Universidad Loyola Andalucía	Andalucía	Educación	20/02/2013	www.uloyola.es
Universidad Politécnica de Cataluña	Cataluña	Educación	19/02/2004	www.upc.edu

Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Principios para la Educación Responsable en Gestión (PRME/ Principles for Responsible Management Education)

Los Principios para la Educación Responsable en Gestión se establecieron en 2007 a raíz de una llamada global a las escuelas de negocio y universidades de todo el mundo, para adaptar de forma gradual sus programas de estudios, sus métodos de investigación y sus estrategias institucionales, a los nuevos retos y oportunidades empresariales. Desde el año de su creación, más de 450 organizaciones de educación superior de todo el mundo se han sumado a la iniciativa de los PRME.

Las instituciones académicas tienen el potencial para generar una onda de cambio en los valores e ideales de los nuevos líderes empresariales, a la vez que los forman mediante la educación y la investigación. La idea principal es que sus prácticas organizacionales sirvan como ejemplo de los valores y actitudes que transmiten a sus estudiantes. El objetivo final es conseguir líderes con un fuerte compromiso con la integración de prácticas de RS y que entiendan que una organización es parte de un conjunto social, y que cuanto más respete a este, más posibilidades de éxito tendrá.

De acuerdo con la información extraída de su web, se establecen los siguientes principios:

Principio 1 (Propósito): Desarrollar las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en su conjunto, y para trabajar por una economía global incluyente y sostenible.

Principio 2 (Valores): Incorporar a las actividades académicas y programas de estudio, los valores de la RS global, tal y como han sido descritos en iniciativas internacionales, tales como el Global Compact de Naciones Unidas.

Principio 3 (Método): Crear marcos educativos, materiales, procesos y entornos pedagógicos que hagan posible experiencias efectivas de aprendizaje para un liderazgo responsable.

Principio 4 (Investigación): Incentivar una investigación conceptual y empírica que permita mejorar la comprensión acerca del papel, la dinámica y el impacto de las corporaciones en la creación de valor sostenible social, ambiental y económico.

Principio 5 (Alianzas): Interactuar con los gestores de las corporaciones empresariales para ampliar el conocimiento de sus desafíos a la hora de cumplir con sus responsabilidades sociales y ambientales y para explorar conjuntamente los modos efectivos de enfrentar tales desafíos.

Principio 6 (Diálogo): Facilitar y apoyar el diálogo y el debate entre educadores, empresas, el gobierno, consumidores, medios, de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y los demás grupos interesados.

Al igual que en el caso del Pacto Mundial, hemos decidido conectarla con la temática principal del presente trabajo, recopilando información acerca de qué instituciones educativas españolas están adheridas a los PRME. Para dicha recopilación, hemos extraído información de su página web (<http://www.unprme.org/participants/search-participants>), y la hemos ordenado en la siguiente tabla resumen:

Tabla 4. Instituciones educativas españolas adheridas a los PRME

Institución	Comunidad Autónoma	Sector	Fecha de adhesión	Última fecha de reporte de información	Página web
Universitat Pompeu Fabra	Cataluña	Educación	20/06/2008	11/06/2012	http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/
Deusto Business School-FCEE	País Vasco	Educación	24/07/2010	08/06/2012	http://www.dbs.deusto.es
EAE Business School	Cataluña	Educación	24/07/2008	23/07/2013	http://www.eae.es/
ESADE Business School	Cataluña	Educación	01/04/2008	13/06/2012	http://www.esade.edu
ESIC Business & Marketing School	Madrid	Educación	25/09/2010	30/07/2012	http://www.esic.es/
FCE de la Universidad Pablo de Olavide	Andalucía	Educación	01/07/2009	23/12/2011	http://www.upo.es/fce/portada
Escuela de Negocios de la Universidad de Nebrija	Madrid	Educación	26/01/2009	04/07/2012	http://www.nebrija.com/escuela-negocios/index.php
ETSII de la Universidad Politécnica de Madrid	Madrid	Educación	01/07/2010	05/09/2013	http://www.industriales.upm.es/
UNED	Madrid	Educación	21/10/2010	ND	http://www.uned.es
Universidad de Málaga	Andalucía	Educación	18/04/2012	ND	http://www.uma.es

Fuente: Elaboración propia

3.4.3 Metodología GRI (Global Reporting Initiative)

Dada la temática principal de este trabajo, es necesario profundizar en el análisis de la metodología del GRI para la elaboración de memorias de RS. Así, el objeto del presente epígrafe es el de situarnos en los orígenes de dicha organización, para posteriormente explicar su papel y las acciones que desarrolla actualmente. Además, se ofrecerán los principios que ha de respetar y los contenidos básicos que ha de contener una memoria que se adapte a dicha metodología.

Por último explicaremos los diferentes niveles de aplicación contemplados por el GRI, en función de los objetivos conseguidos y el respeto por los principios propuestos.

3.4.3.1 Historia

De acuerdo con la información extraída de su web, GRI fue fundada en Boston, en 1997. Sus raíces se encuentran en las organizaciones sin fines lucrativos de Estados Unidos, pertenecientes a la Coalición de Economías Ambientalmente Responsables (CERES). Dicha coalición estableció un departamento de proyectos denominado "Global Reporting Initiative". El objetivo era crear un mecanismo de rendición de cuentas que garantizara que las empresas respetaban y aplicaban los principios CERES de conducta ambiental responsable.

En 1998 se estableció un Comité Directivo multisectorial para elaborar orientaciones del GRI. Así, el alcance del marco se amplió para incluir temas sociales, económicos y de gobierno. Fruto de lo anterior, en el año 2000, ve la luz la primera versión de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Al año siguiente, GRI se separó de CERES, y se constituyó como una institución independiente.

La segunda versión de la Guía, conocida como G2, se dio a conocer en 2002 en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, en Johannesburgo. En ese mismo año, GRI fue reconocida oficialmente como una organización de colaboración con el Programa Ambiental de las Naciones Unidas (PNUMA).

La gran aceptación de la Guía, fue impulsada por el lanzamiento de su actual generación, G3 (2006); así, en 2010 se prepararon más de 4,000 memorias de RSE, de los cuáles, casi el 40% utilizó el formato GRI.

En la elaboración y desarrollo de su Guía G3 participaron activamente más de 3000 expertos pertenecientes al ámbito empresarial y la sociedad civil, buscando el consenso a través del diálogo entre los grupos de interés.

3.4.3.2 Actualidad

Actualmente, Global Reporting Initiative (GRI) es una organización sin ánimo de lucro con múltiples grupos de interés, cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias, y la estandarización de las directrices a incluir, las cuales se encuentran a disposición de todo tipo de organizaciones de manera gratuita.

GRI es pionera en el desarrollo de un marco común (estandarización) para la realización de memorias, ampliamente utilizado en todo el mundo, que permite a todas las organizaciones medir y reportar su desempeño en las áreas clave de la sostenibilidad (económica, social, ambiental y de gobierno o gestión). La estandarización de la información permite una mayor transparencia, que a su vez genera mayor confianza de los grupos de interés en las organizaciones.

Las directrices de GRI se utilizan a menudo en combinación con otras iniciativas internacionales, marcos u orientaciones. Así, GRI ha construido poderosas y sólidas alianzas globales con diversas instituciones y asociaciones como: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Además, ha establecido sinergias con la Organización Internacional para la Estandarización ISO 26000.

Actualmente cuenta con puntos focales en Australia, Brasil, China, India y EE.UU. Su red global está compuesta por más de 600 organizaciones y 30.000 personas que representan a diferentes sectores y grupos.

Todos los proyectos de GRI son financiados por una amplia gama de donantes pertenecientes a su red global: stakeholders de la organización, apoyo básico y donaciones de gobiernos, fundaciones y organizaciones internacionales, patrocinios gubernamentales y apoyo en especie para proyectos y eventos.

3.4.3.3 Principios para la elaboración de Memorias de Responsabilidad Social según GRI

Estos principios proporcionan orientación para la toma de decisiones clave durante la elaboración y desarrollo de la memoria. Cada uno de estos principios posee una definición, una descripción y una serie de comprobaciones para que la organización pueda evaluar el uso que hace de los mismos.

Según **GRI**, los principios por los que debe regirse una entidad para la elaboración de su memoria de RS son:

- **Materialidad.** La información contenida deberá cubrir aquellos aspectos que reflejen los impactos sociales, ambientales y económicos más significativos, producidos por la organización.
- **Participación de los grupos de interés.** La organización debe identificar sus grupos de interés y describir en la memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses.
- **Transparencia.** Es necesario que se recoja toda la información relevante y no se omitan datos negativos.
- **Exhaustividad.** La cobertura de la memoria debe ser suficiente para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales, y así permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización durante el periodo que cubre la memoria.
- **Sostenibilidad.** La organización debe presentar su desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.
- **Calidad y precisión.** La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Veracidad.** La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados y presentados, de forma que puedan ser sometidos a examen.

3.4.3.4 Contenido de la Memoria de Responsabilidad Social

Dado que su principal objetivo es mostrar una visión clara del impacto humano y ecológico de la organización, la elaboración de la memoria de RS persigue el asesoramiento en la toma de decisiones sobre inversiones, compras o cualquier otro tipo de actuación empresarial relacionada con dicha organización.

La Guía debe presentar la información, de forma que permita comprender el desempeño de la organización a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo. Con este objetivo, se le exige los siguientes contenidos básicos:

- 1. Estrategia y análisis.** Describe la forma en que la organización aborda su actuación social, económica y medioambiental; se aconseja una declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización, sobre la relevancia de la sostenibilidad para la misma y para su estrategia, con el fin de enviar una señal creíble frente a los usuarios externos e internos. Además es aconsejable incluir una declaración de los principales impactos, riesgos y oportunidades detectados en su sector empresarial.
- 2. Perfil de la organización.** Presenta una visión general de las operaciones, los productos y los servicios de la organización. Se incluyen datos identificativos de la organización (nombre, productos y servicios, países en los que opera, periodo al que se refiere la memoria, volumen de activos y número de trabajadores, cambios significativos en su tamaño o estructura). Igualmente, se deberá suministrar información de las principales partes interesadas de la firma (clientes, accionistas, proveedores, sindicatos, autoridades locales, etc.).
- 3. Enfoque de la dirección y estructura de gobierno.** Ofrece una visión general de la estructura de gobierno y los sistemas de gestión; incluye también una declaración de valores y códigos de conducta, así como las iniciativas voluntarias o compromisos de tipo social, medioambiental o relacionados con los empleados, suscritos por la organización.

4. **Índice de contenidos GRI.** Contribuyen a que los usuarios de los informes puedan localizar de forma rápida los indicadores contenidos en las directrices de la Guía, por tanto, debe permitir una rápida localización de los elementos propios de las secciones anteriores, así como de los indicadores de la última sección.

5. **Indicadores de desempeño.** Aún estando situados en último lugar, se trata de la parte central de la memoria de sostenibilidad. Esta sección se ocupa de la actuación social, medioambiental y económica de la organización, mediante la utilización de diversos indicadores (cuantitativos y cualitativos), que sirven de medida para las actuaciones anteriormente citadas. Un aspecto se describe mediante uno o varios indicadores. A su vez, uno o varios aspectos constituyen una categoría, las cuales pasamos a diferenciar.

5.1 Indicadores de actuación económica. Miden el efecto de la organización sobre los sistemas económicos (local, regional, nacional) en los que desarrolla su actuación y los flujos financieros que se producen entre la organización y sus stakeholders. Además, también hacen referencia a las “externalidades”, es decir, aquellos costes (o beneficios) que se producen en la actividad económica, pero que no están integrados en el sistema de precios (emisiones de CO₂, efectos negativos sobre la salud de las personas y sobre el medio ambiente en general, apropiación de un bien común).

5.2 Indicadores de actuación medioambiental. Hacen referencia, entre otras cuestiones, al consumo de energía, agua, materias primas, emisiones de gases de efecto invernadero y su equivalencia en toneladas de CO₂, emisiones de sustancias dañinas para la capa de ozono, cantidad de residuos vertidos al suelo o al agua, así como el tipo de gestión que se realiza con los residuos, como por ejemplo su reciclado o reutilización.

5.3 Indicadores de actuación social. Miden el impacto de la actividad de una organización en la sociedad, dividiéndolo en tres categorías: prácticas laborales, derechos humanos y sociedad. La actuación social es un

ingrediente clave para asegurar la licencia concedida por la sociedad a una organización para funcionar.

3.4.3.5 Niveles de aplicación del GRI

Una vez concluida la memoria, se debe evaluar en qué medida o nivel se han aplicado los principios y se han respetado los contenidos propuestos por el GRI. Dicha evaluación se realizará a través del sistema de “niveles de aplicación del GRI”.

La finalidad de este sistema es proporcionar una clara información sobre la medida en que se ha aplicado la Guía GRI y otros elementos del marco de la elaboración de memorias, en la preparación del informe.

Al indicar uno de los niveles de aplicación, se comunica con claridad qué elementos del marco de elaboración de memorias del GRI se han tenido en cuenta en la preparación de la memoria. Existen tres niveles, que reciben las calificaciones C, B y A. Los criterios de los distintos niveles ponen de manifiesto una aplicación o cobertura cada vez mayor del marco de elaboración de memorias del GRI. Además, una organización podrá añadir a estas calificaciones un “plus” (+) en cada nivel (p. ej. C+, B+, A+), en el caso de que se haya utilizado verificación externa.

Una organización se autocalifica, con arreglo a un nivel en función de la valoración que la propia organización haya realizado del contenido de su memoria, teniendo en cuenta como base los niveles de aplicación del GRI.

Además de esta autocalificación, las organizaciones informantes pueden escoger una de las siguientes opciones o ambas:

- Contar con la opinión de un verificador sobre su autocalificación.
- Solicitar que el GRI compruebe la autocalificación.

Una vez analizada la presente sección, proseguiremos con la aplicación práctica de los principios anteriormente mencionados, sugeridos por el GRI para la elaboración de memorias de RS. En concreto, realizaremos una simulación de que ocurriría si aplicásemos dichos principios a una institución universitaria, la FCCE de la UPCT.

4. Propuesta de aplicación de Memoria GRI en la Facultad de Ciencias de la Empresa de la UPCT

En el presente epígrafe se intentará exponer, de una manera clara, la situación en materia de sostenibilidad de la FCCE de la UPCT, en las tres dimensiones que habitualmente se consideran: social, ambiental y económica. Para ello se ha elegido la metodología marcada por el estándar GRI (Guía G3 del Global Reporting Initiative).

4.1 Nivel de aplicación del GRI.

Como hemos mencionado anteriormente, en el epígrafe 3.4.3.5, el objetivo de los niveles de aplicación es proporcionar una clara información sobre la medida en que se ha aplicado la Guía y otros elementos del Marco GRI en la preparación de la memoria. La autodeclaración del nivel de aplicación es indispensable para reconocer que una memoria está basada en el Marco GRI.

Recordamos, pues, que existen tres niveles de aplicación, que reciben las siguientes calificaciones: C, B y A; y que además, se podrá añadir a estas calificaciones un símbolo + en cada nivel (p. ej. C+, B+, A+), en el caso de que se haya utilizado verificación externa realizada por entidades competentes, ajenas a la organización informante.

La matriz de los niveles de aplicación del GRI (Gráfico 8) debe ser incluida en la memoria, con objeto de mostrar que se ha calificado para un determinado nivel, como consecuencia del cumplimiento de los criterios presentes en la columna correspondiente a cada uno de ellos:

Gráfico 8. Matriz de niveles de aplicación según GRI

Nivel de aplicación de memoria		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	Información sobre el perfil según la G3 PRODUCTO	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15		Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17		Los mismos requisitos que para el Nivel B	
	Información sobre el enfoque de gestión según la G3 PRODUCTO	No es necesario		Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicador		Información sobre el enfoque de la dirección para cada Categoría de indicador	
	Indicadores de desempeño según la G3 & Indicadores de desempeño de los suplementos sectoriales PRODUCTO	Informa sobre un mínimo de 10 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre un mínimo de 20 indicadores de desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre cada indicador central G3 y sobre los indicadores de los Suplementos sectoriales, de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión	Verificación externa de la Memoria

*Versión final del Suplemento sectorial

Nivel de Aplicación C de GRI

Fuente: Guía GRI (2011)

Nuestro objetivo en el presente trabajo, será reunir la información que condiciona la obtención del nivel C (marcado en rojo), para lo cual, como veremos más adelante, hemos seleccionado una serie de indicadores, de los propuestos por el GRI. A modo de ejemplo, hemos propuesto el Gráfico 9, en el que se muestra el icono de comprobación del Nivel C, realizado por el GRI:

Gráfico 9. Iconos de comprobación del nivel de aplicación declarado

		C	C+	B	B+	A	A+
Obligatorio	Auto declarado	☑	Verificación externa de la Memoria		Verificación externa de la Memoria		Verificación externa de la Memoria
	Comprobación externa (terceras personas)						
Opcional	Comprobación GRI		Verificación externa de la Memoria		Verificación externa de la Memoria		Verificación externa de la Memoria

Icono: Comprobación GRI						
-------------------------	--	--	--	--	--	--

Fuente: Guía GRI (2011)

4.2 Adaptación de los indicadores del GRI para una organización universitaria

Debido a la especial naturaleza de la FCCE (institución universitaria, no encuadrada directamente en el ámbito empresarial) y la inexistencia de un protocolo GRI a seguir para la misma, se han seleccionado una serie de indicadores de entre todos los que define GRI, que han sido adaptados basándonos en el criterio propuesto por el precedente encontrado en un centro de educación superior: la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales (ETSII) de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). De esta forma, dichos indicadores definen aspectos esenciales para entender la naturaleza del centro.

La Tabla 5 muestra la relación de indicadores del GRI elegidos para alcanzar el nivel C de verificación.

La primera y segunda columna, recogen la numeración y descripción de los indicadores seleccionados, en función del aspecto de la sostenibilidad considerado (económico, medioambiental y social), según la metodología GRI.

La tercera y cuarta columna recogen esos mismos indicadores y sus descripciones, pero adaptados, como hemos mencionado anteriormente.

Tabla 5. Adaptación de los indicadores del GRI para una organización universitaria

METODOLOGÍA GRI		ADAPTACIÓN ETSII UPM	
INDICADORES DE ACTUACIÓN ECONÓMICA			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	EC5	Rango entre el salario inicial medio de los trabajadores y el salario mínimo local
INDICADORES DE ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	EN3	Consumo energético global
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	EN4	Consumo energético global
EN8	Captación total de agua por fuentes	EN8	Captación total de agua por fuentes
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento

EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	EN30	Gasto en protección ambiental
INDICADORES DE ACTUACIÓN SOCIAL			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo	LA1	Desglose del personal por categoría
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado	LA10	Cursos de formación, organizados por la UPM, solicitados por el personal
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo	LA12	Encuestas de satisfacción de los alumnos sobre los profesores y las asignaturas
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	PR5	Encuestas de evaluación docente, rellenas por los alumnos. Evalúan la satisfacción con respecto al profesor que imparte la asignatura y con respecto a la enseñanza recibida

Fuente: Elaboración propia

4.3 Grado de cumplimiento de los indicadores

Debido a la extensión de los cuadros que contienen la información relativa a los indicadores seleccionados, hemos optado por trasladar el contenido de dichos cuadros a un anexo, centrándonos en ofrecer en el presente epígrafe, el grado de cumplimiento de los mismos.

Para tal objetivo, hemos confeccionado una tabla resumen (Tabla 6). La primera columna recoge los indicadores propuestos, y la segunda su definición, una vez adaptados al contexto de la FCCE. Por último, la tercera columna señala si se ha cumplido o no, con la información solicitada por el GRI:

Tabla 6. Cumplimiento de los indicadores

INDICADORES DE ACTUACIÓN ECONÓMICA		CUMPLIMIENTO
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otra inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos	✓
EC5	Rango entre el salario inicial medio de los trabajadores y el salario mínimo local	✓
INDICADORES DE ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL		CUMPLIMIENTO
EN3	Consumo energético global	✓
EN4	Consumo energético global	✓
EN8	Captación total de agua por fuentes	✓
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	X
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	X
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	X
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	X
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	X
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	✓
EN30	Gasto en protección ambiental	X

INDICADORES DE ACTUACIÓN SOCIAL		CUMPLIMIENTO
LA1	Desglose del personal por categoría	✓
LA10	Cursos de formación, organizados por la UPM, solicitados por el personal	✓
LA12	Encuestas de satisfacción de los alumnos sobre los profesores y las asignaturas	✓
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	X
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	✓
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	✓
PR5	Encuestas de evaluación docente, rellenas por los alumnos. Evalúan la satisfacción con respecto al profesor que imparte la asignatura y con respecto a la enseñanza recibida	X

Fuente: Elaboración propia

De la información anterior se puede afirmar que, como ejercicio de simulación, en la actualidad la FCCE de la UPCT cumple con los indicadores de desempeño para alcanzar un nivel de aplicación “C”. Cuestión muy distinta es la elaboración de una Memoria de Responsabilidad Social de dicha institución, lo que requeriría de la planificación y organización de las etapas explicadas en las páginas previas.

5. Conclusiones

El objeto del presente trabajo ha consistido en realizar una aproximación a un futuro modelo de gestión organizativa para la FCCE de la UPCT, para ser considerado como punto de partida, en el caso de que se optara por realizar una Memoria de Responsabilidad Social en dicho centro, aplicando la metodología propuesta por GRI.

Así, comenzamos el presente documento con unas nociones básicas que permiten comprender el concepto de RS desde sus orígenes, repasando su evolución a lo largo del tiempo con las definiciones más relevantes ofrecidas por diversos autores, hasta llegar a explicar su importancia actual. También hemos mostrado las diferentes dimensiones de la RS, los principales actores involucrados en su desarrollo e implantación, así como su aplicación y consideración en España.

Posteriormente, nos hemos centrado en intentar explicar el porqué de la importancia de comunicar las actividades socialmente responsables a los grupos de interés y la sociedad en general, proponiendo la elaboración de Memorias de RS, como instrumento más importante para dicha comunicación. Así, hemos definido qué se entiende por Memoria de RS, los diferentes grupos de interés y las distintas metodologías a aplicar para su realización en el contexto de la RS para un centro educativo superior.

Finalmente, hemos recopilado información acerca el desempeño de la FCCE en tres ámbitos: económico, medioambiental y social. Dicha información ha sido sintetizada y ordenada en una serie de indicadores propuestos, con el fin de localizar prácticas socialmente responsables llevadas a cabo por la FCCE.

Algunas de las conclusiones se pueden sintetizar en:

- El concepto de RS está íntimamente ligado con lo que la sociedad demanda de las empresas o de otras instituciones, y por ello, ha experimentado un gran crecimiento y desarrollo en el tiempo, con el fin de adaptarse a los continuos cambios de la sociedad.

- La RS es una filosofía, apoyada en una serie de principios y valores éticos, que promueve un cambio en la gestión empresarial, con el fin de conseguir que todos los agentes o grupos de interés de una organización y la sociedad en general, satisfagan sus necesidades y preocupaciones sociales, económicas y ambientales, al tiempo que se consigue la maximización del beneficio empresarial.
- El escenario en el que se debe desarrollar la RS es el del dialogo y acuerdo con las partes interesadas. Es importante que todos los agentes/actores involucrados en el desarrollo de la RS, participen activamente del mismo, ya que no se pueden demandar determinados comportamientos a las organizaciones, sino se apoya o fomenta el desarrollo de las mismas.
- En lo que se refiere a la situación actual de la RS en el tejido empresarial español, cabe destacar que dada la época de crisis económica y social que estamos viviendo, las empresas tienen cada vez menos recursos para invertir y caen cada vez más en lo que a nuestro juicio supone un grave error: prescindir de la acción social. Sin embargo, la RS planteada como parte de la estrategia empresarial, es decir, vinculada al negocio, puede tratarse de un eje fundamental en tiempos de crisis. Partiendo de las barreras y dificultades competitivas del ámbito empresarial, se pueden detectar necesidades sociales no cubiertas o agravadas por la coyuntura del momento, y buscar la manera de aportar una solución social que también beneficie al negocio.
- En lo que respecta a la comunicación de la RS, cabe mencionar que se presenta como un aspecto imprescindible, ya que es preciso realizar una detección de las necesidades de los grupos de interés, que sean escuchados y preguntados, para poder cubrir más adecuadamente sus expectativas e intereses. La comunicación no se ha de confundir jamás con la publicidad o propaganda, a través de la cual algunas organizaciones pretenden disimular sus errores o defectos y aparentar un comportamiento distinto al real. Es importante que la RS se comunique, al igual que es importante que la empresa sea transparente: “hable” de todo lo que hace, de cómo lo “hace”, y de su manera de gestionar.

- Por último, en lo que se refiere a la aplicación de la RS al contexto universitario, se ha podido comprobar que la FCCE de la UCPCT cumpliría con los indicadores de desempeño económico, social y ambiental para un Nivel C del GRI, poniéndose de manifiesto la eficacia del Decanato y del Rectorado a la hora de ofrecer la información solicitada. No obstante, en lo que se refiere a la información relativa a los indicadores de desempeño ambiental, su situación es susceptible de mejora, lo que debería ser considerado por los Servicios correspondientes.

6. Anexo**INDICADORES DIMENSIÓN ECONÓMICA****EC1. Valor económico directo generado y distribuido.**

INGRESOS	2009	2010	2011	2012
Presupuesto Oficial Ordinario	88.729,13	60.574,90	57.430,96	36.671,36
Otros Ingresos	10.018,52	8.744,55	26.631,00	12.200,00
Ingresos por Cánones de Proyectos	ND	ND	ND	ND
TOTAL	98.747,65	69.319,45	84.061,96	48.871,36

GASTOS	2009	2010	2011	2012
Personal	ND	ND	ND	ND
Suministros Servicios Generales	36.675,70	31.574,90	31.395,78	19.528,23
Suministros Departamentos	ND	ND	ND	ND
Total Suministros	36.675,70	31.574,90	31.395,78	19.528,23
Mantenimiento Servicios Generales	2.000,00	1.000,00	1.000,00	500,00
Mantenimiento Departamentos	ND	ND	ND	ND
Total Mantenimiento	2.000,00	1.000,00	1.000,00	500,00
Inversiones Servicios Generales	15.000,00	9.000,00	9.058,00	8.425,00
Inversiones Departamentos	ND	ND	ND	ND
Total Inversiones en mejora de instalaciones	15.000,00	9.000,00	9.058,00	9.058,00
Tributos locales	ND	ND	ND	ND
Becas	18.000,00	10.000,00	6.000,00	5.904,00
Premios	ND	ND	ND	ND
Actos académicos	6.000,00	5.000,00	5.000,00	2.750,00
Apoyo a la investigación	5.000,00	5.000,00	4.000,00	4.000,00
Apoyo a la gestión de la FCCE-UPCT	3.200,00	3.200,00	3.200,00	2.640,00
Actividades culturales	ND	ND	ND	ND
Patrocinio de competiciones de estudiantes	1.600,00	1.600,00	400,00	400,00
Otras ayudas	ND	ND	ND	ND
Ayudas y premios	33.800,00	24.800,00	18.600,00	15.694,00
Otros gastos	11.271,95	2.944,55	24.008,18	4.724,13
TOTAL	98.747,65	69.319,45	84.061,96	48.871,36

EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.

COLECTIVO	RÉGIMEN JURÍDICO	CATEGORÍA PROFESIONAL	Salario 2009	Salario 2010	Salario 2011	Salario 2012	
PDI	FUNCIONARIO	Catedrático de Universidad	42.571,74	41.098,71	39.796,82	37.644,55	
		Catedrático de E. Universitaria	34.653,82	33.326,04	32.166,48	30.255,00	
		Profesor Titular de Universidad	34.653,82	33.326,04	32.166,48	30.255,00	
		Profesor Titular de E. Universitaria	30.836,32	29.667,97	28.614,66	26.843,97	
		Profesor Asociado LRU tipo 1-12 horas	7.466,34	7.288,56	7.138,32	---	
		Profesor Asociado LRU tipo 1-8 horas	4.978,40	4.857,42	4.759,02	---	
		Profesor Asociado LRU tipo 1-6 horas	3.734,08	3.644,36	3.569,30	---	
		Profesor Asociado LRU tipo 2-12 horas	9.332,82	9.110,84	8.923,04	---	
		TOTAL		168.227,34	162.319,94	157.134,12	124.998,52

PDI	LABORAL	Profesor Ayudante Doctor	28.368,20	28.842,74	28.042,42	26.039,39
		Profesor Colaborador	28.368,20	28.842,74	28.042,42	26.039,39
		Profesor Contratado Doctor	31.798,20	32.330,06	31.523,10	29.271,45
		Profesor Asociado 6 h.	4.131,96	4.161,60	4.091,92	3.799,64
		Profesor Asociado 8 h.	5.504,10	5.558,42	5.465,46	5.075,07
		Profesor Asociado 10 h.	6.876,24	6.939,66	6.824,58	6.337,11
		Profesor Asociado 12 h.	8.247,96	8.322,22	8.183,84	7.599,28
		Docente por sustitución TC	28.368,20	28.842,74	28.042,42	26.039,39
		Docente por sustitución 6 h.	4.132,00	4.161,60	4.091,92	3.799,64
		Docente por sustitución 10 h.	6.876,24	6.939,66	6.824,58	6.337,11
		Docente por sustitución 12 h.	8.247,96	8.322,22	8.183,84	7.599,28
		TOTAL	160.919,26	163.263,66	159.316,50	147.936,75
		TOTAL PDI	329.146,60	325.583,60	316.450,62	272.935,27

PAS	FUNCIONARIO	Subgrupo A2 (N24)	36.881,32	36.722,10	35.878,28	33.538,06
		Subgrupo A2 (N22)	31.849,58	31.584,36	30.829,04	28.849,48
		Subgrupo C1 (N22)	28.347,76	28.329,28	27.807,36	25.904,88
		Subgrupo C1 (N20)	26.261,62	26.234,82	25.752,44	23.996,74
		Subgrupo C2 (N18)	21.397,04	21.499,65	21.241,50	19.728,93
		Subgrupo C2 (N16)	20.404,72	20.512,74	20.274,24	18.830,76
		TOTAL	165.142,04	164.882,95	161.782,86	150.848,85
PAS	LABORAL	Grupo II	25.351,54	24.642,13	24.082,38	22.362,21
		Grupo III	22.572,56	22.066,50	21.687,98	20.138,84
		Grupo IV-A	18.885,49	18.681,11	18.491,24	17.170,44
		Grupo IV-B	18.885,49	18.681,11	18.491,24	17.170,44
		TOTAL	85.695,08	84.070,85	82.752,84	76.841,93
	TOTAL PAS		250.837,12	248.953,80	244.535,70	227.690,78
PDI+PAS	TOTAL PDI+PAS		579.983,72	574.537,40	560.986,32	500.626,05

INDICADORES DIMENSIÓN SOCIAL

LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.

COLECTIVO	RÉGIMEN JURÍDICO	CATEGORÍA PROFESIONAL	EFECTIVOS			
			2009	2010	2011	2012
PDI	FUNCIONARIO	Catedrático de Universidad	7-0	7-0	7-0	6-0
		Catedrático de E. Universitaria	2-0	2-0	2-0	2-0
		Profesor Titular de Universidad	12-7	13-7	13-9	14-9
		Profesor Titular de E. Universitaria	8-5	8-5	8-4	7-3
		Profesor Asociado LRU tipo 1-12 horas	2-0	2-0	2-0	0-0
		Profesor Asociado LRU tipo 1-8 horas	2-0	2-0	2-0	0-0
		Profesor Asociado LRU tipo 1-6 horas	2-0	2-0	1-0	0-0
		Profesor Asociado LRU tipo 2-12 horas	2-0	2-0	2-0	0-0
		TOTAL	37-12	38-12	37-13	29-12

PDI	LABORAL	Profesor Ayudante Doctor	0-1	0-1	1-0	1-0
		Profesor Colaborador	4-4	4-4	3-2	3-2
		Profesor Contratado Doctor	3-4	2-4	3-5	3-5
		Profesor Asociado 6 h.	12-4	11-5	12-5	12-7
		Profesor Asociado 8 h.	3-2	4-1	2-2	7-0
		Profesor Asociado 10 h.	2-0	1-0	1-0	1-0
		Profesor Asociado 12 h.	4-1	3-0	3-0	6-0
		Docente por sustitución TC	0-3	0-2	0-2	0-2
		Docente por sustitución 6 h.	1-1	1-0	0-0	0-0
		Docente por sustitución 10 h.	0-0	1-0	0-0	0-0
		Docente por sustitución 12 h.	0-0	0-0	1-1	1-1
		TOTAL	29-20	27-17	26-17	34-17
		TOTAL PDI	66-32	65-29	63-30	63-29

PAS	FUNCIONARIO	Subgrupo A2 (N24)	0-1	0-1	0-1	1-0
		Subgrupo A2 (N22)	1-0	0-0	0-0	0-0
		Subgrupo C1 (N22)	0-0	0-1	0-1	0-1
		Subgrupo C1 (N20)	0-1	0-1	0-1	0-1
		Subgrupo C2 (N18)	1-0	1-0	1-0	1-0
		Subgrupo C2 (N16)	0-6	0-6	0-6	0-6
		TOTAL	2-8	1-9	1-9	2-8
	LABORAL	Grupo II	1-1	1-1	1-1	1-1
		Grupo III	3-1	3-1	3-1	3-1
		Grupo IV-A	0-3	0-3	0-3	0-3
		Grupo IV-B	0-5	0-5	0-5	0-5
		TOTAL	4-10	4-10	4-10	4-10
	TOTAL PAS		6-18	5-19	5-19	6-18
	PDI+PAS	TOTAL PDI+PAS		72-50	70-48	68-49

LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.

	2009				2010			
	PDI		PAS		PDI		PAS	
	Nº Cursos Solicitados	Asistentes	Nº Cursos	Promedio	Nº Cursos Solicitados	Asistentes	Nº Cursos	Promedio
Cursos de Formación Solicitados por personal Facultad	ND	ND	4	A2-H-0	ND	ND	5	A2-M-0
				A2-M-16				C1-M-0
				C2-H-0				C2-M-10
				C2-M-6				II-H-0
				II-H-0				II-M-0
				II-M-0				III-H-0
				III-H-0				III-M-0
				III-M-0				IVA-M-15
				IVA-M-10				IVB-M-25
				IVB-M-4				
TOTAL				4				7,5

	2011				2012			
	PDI		PAS		PDI		PAS	
	Nº Cursos Solicitados	Asistentes	Nº Cursos	Promedio	Nº Cursos Solicitados	Asistentes	Nº Cursos	Promedio
Cursos de Formación Solicitados por personal Facultad	ND	ND	3	A2-M-0	ND	ND	3	A2-H-0
				C1-M-0				C1-M-10
				C2-H-8				C2-H-20
				C2-M-1				C2-M-3
				II-H-0				II-H-0
				II-M-0				II-M-0
				III-H-0				III-H-0
				III-M-4				III-M-0
				IVA-M-3				IVA-M-0
IVB-M-1	IVB-M-2							
TOTAL				1				2,5

LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD	CONTROL/ SEGUIMIENTO			
	2009	2010	2011	2012
Valoración media obtenida por Facultad en encuestas evaluación docente	3.78 H: 3.72 M: 3.87	3.80 H: 3.80 M: 3.81	3.71 H: 3.72 M: 3.68	3.81 H: 3.81 M: 3.80
Realización de una encuesta específica para PAS	ND	ND	ND	ND

**Escala de valoración de 0 a 5. Donde 0 es la posición más desfavorable y 5 la más favorable.*

LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.

COLECTIVO (Trienio más reciente)		HOMBRES		MUJERES
	Nº	PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL	Nº	PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL
PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR	ND	ND	ND	ND
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS	ND	ND	ND	ND
TOTAL	ND	ND	ND	ND

SO4. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.

AÑO	2009	2010	2011	2012
¿Se ha detectado algún tipo de incidente relacionado con la corrupción, en el periodo mencionado?	NO	NO	NO	NO

SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

AÑO	2009	2010	2011	2012
¿Ha recibido la facultad alguna sanción de tipo monetario, o no, derivada del incumplimiento de la legislación u otros tipos de obligaciones, para el periodo mencionado?	NO	NO	NO	NO

INDICADORES DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

EN3-EN4. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias- Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias (Consumo energético global/Eficiencia energética).

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA				
AÑO	2009	2010	2011	2012
Gas Natural (METROS CUBICOS)				
Gasóleo (LITROS)				
Electricidad (kWh)	217510	895097	845627	662882
TOTAL	217510	895097	845627	662882

Medidas impulsadas para mejora de la eficiencia del consumo en el centro

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD	CONTROL / SEGUIMIENTO	
	JUSTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO	AÑO IMPLANTADO
* Ejemplo: Utilizar escaleras en vez de ascensor		

EN8. Captación total de agua por fuentes.

AGUA				
AÑO	2009	2010	2011	2012
Consumo (m ³)	176	6648	2662	2506
Evolución respecto al año anterior (%)			(59,95)%	(5,86)%

EN16 a EN20. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso (Asumiendo las emisiones de la matriz energética española cada año).

ADIFICADORES, PRECURSORES DEL OZONO Y GASES DE EFECTO INVERNADERO ^(*1)								METALES PESADOS
	SO2	NOX	COVNM	CH4	CO	CO2	NO2	Hg
	t	t	t	t	t	kt	t	kg
2009								
2010								
2011								
2012								

	PARTÍCULAS ^(*1)			
		PM _{2,5}	PM ₁₀	PST
		t	t	t
2009				
2010				
2011				
2012				

^(*1) Emisiones directas (debidas al consumo de combustibles en calderas y cocinas de gas)

ADIFICADORES, PRECURSORES DEL OZONO Y GASES DE EFECTO INVERNADERO (*2)								
		SOX (T)	NOX (T)	COVNM (T)	CH ₄ (T)	CO (T)	CO ₂ (T)	NO ₂ (T)
2009								
2010								
2011								
2012								

METALES PESADOS (*2)									
		AS (KG)	CD (KG)	CR (KG)	CU (KG)	HG (KG)	NI (KG)	PB (KG)	ZN (KG)
2009									
2010									
2011									
2012									

PARTÍCULAS (*2)				
		PM _{2,5} (T)	PM ₁₀ (T)	PST (T)
2009				
2010				
2011				
2012				

(*2) Emisiones indirectas (debidas al consumo de electricidad)

EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.

PAPEL RECICLADO (KG)				
AÑO	2009	2010	2011	2012

RESIDUOS GESTIONADOS (*3)	UNIDAD	2009	2010	2011	2012
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos	Kg				
Fluorescentes	Kg				
Aceites o grasas vegetales	Kg				
Residuos Químicos	Kg				
Residuos de construcción y demolición	m ³ / Kg				

(*3) *Residuos gestionados por gestores autorizados*

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD (*4)	CONTROL/ SEGUIMIENTO	
Tareas asociadas/Descripción	% Cumplimiento	Justificación cumplimiento
Mejora del sistema de recogida actual (ejemplo: contenedores de papel)		
Ampliación del sistema de recogida		
Pegatinas y carteles, guías de buenas prácticas, etc.		

(*4) *Actividades encaminadas a aumentar el correcto reciclaje de los principales materiales utilizados.*

EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.

AÑO	2009	2010	2011	2012
¿Ha recibida la facultad alguna sanción de tipo monetario, o no, derivada del incumplimiento de la normativa ambiental?	NO	NO	NO	NO

EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

GASTO AMBIENTAL ^(*5)				
AÑO	2009	2010	2011	2012
Gasto (€)				
Evolución año anterior (%)				

(*5) *Ejemplo: un gasto de tal naturaleza sería el pago de recogida de residuos por gestores autorizados.*

7. Bibliografía

Asociación Española para la Calidad (AEC) (2010). La Memoria de Sostenibilidad:

<http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/memoria-de-sostenibilidad>

Azuero, D. (2008). “La comunicación de la RSE: propuestas para un modelo de comunicación responsable”. Cuadernos Forética. Grupo Editorial CINCA.

Benbeniste, S. (2002). “El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo con los organismos internacionales promotores del tema”.

ESADE: http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_rsc.pdf

Bonilla Ortiz-Arrieta, L. (2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Consultado el 13 de julio de 2013, página web El Observador Económico: www.elobservadoreconomico.com/articulo/1096

Bowen, H. (1953). “Social responsibilities of the businessman”. Harper and Row, Nueva York.

Carroll, A. (1979). “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. Academy of Management Review.

Comisión Europea (2001). Libro Verde: “Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”, Bruselas.

Davis, K. (1960). “Can business afford to ignore corporate social responsibilities?”. California Management.

De Sousa, M. (2011). ¿Por qué el GRI y los reportes de sustentabilidad? Consultado el 10 de septiembre de 2013, página web ES Global Consulting: <http://www.esglobal.com/es/%C2%BFpor-que-el-gri-y-los-reportes-de-sustentabilidad/>

Drucker, P. (1997). “Drucker: su visión sobre la administración, la organización basada en la información, la economía y la sociedad”. Editorial NORMA.

Elkington, J. (1997). “The triple bottom line of 21st century business”. Capstone.

Estudio Corresponsables “Informes de Sostenibilidad: presente y futuro” (2011).
Editorial MediaResponsable

Fernández García, R. (2010). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial y sus actores. Consultado el 10 de junio de 2013, página web Diario Responsable: <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas.html>

Francés Gómez, P. (2005). “Responsabilidad social de las empresas: fundamentos y enfoque de la gestión responsable”.

Friedman, M. (1970). “The Social Responsibility of Business is to Increase it’s Profits”. The New York Times Magazine.

García, A. (2009). Derechos Humanos: piedra angular de la Responsabilidad Social de las Empresas. Fundación Ecología y Desarrollo: <http://www.ecodes.org/responsabilidad-social/derechos-humanos-piedra-angular-de-la-responsabilidad-social-de-las-empresas-recomendaciones-para-la-mejora-en-la-gestion-en-derechos-humanos-de-las-empresas-espanolas>

González, M. (2004). “El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa”. Boletín Económico de ICE.

GRI (2011). Guía para la realización de Memorias de Sostenibilidad. Versión 3.1: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

Hart, S. (1997). “Beyond greening strategies for a sustainable world”. Harper and Row, Nueva York.

Informe Forética (2011). “Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en España”. Editado por FORÉTICA.

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (2005). I, II y III Sesión de trabajo del foro de expertos en RSE: Definición y ámbito de la RSE.

Naciones Unidas. (2005). “Hacia un nuevo concepto de libertad: desarrollo, seguridad y derechos humanos para todos”. ONU, 2005

Olcese A. y Rodríguez, M. (2008). Manual de la Empresa Responsable y Sostenible (Primera Edición). McGraw-Hill.

Orsi, A. (2013). Deberes irrenunciables de una empresa responsable. Página web Diario Responsable:

http://www.diarioresponsable.com/index.php?option=com_content&view=article&id=16671&Itemid=64

Página web del Pacto Mundial (2012). Consultada el 21 de julio de 2013:

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

Página web GRI (2011). Consultada el 10 de mayo de 2013:

<https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/Memorias-de-Sostenibilidad.aspx>

Página web de Naciones Unidas (2012). Los diez principios del Pacto Mundial:

http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html

Página web Forética (2011). Qué es la RSE. Consultada el 15 de mayo de 2013:

<http://www.foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse?lang=e>

Pérez, J. (2013). El gran reto de la RSC está en la comunicación. Consultado el 6 de agosto de 2013, blog: <http://unitelements.com/blog/2013/07/el-gran-reto-de-la-rsc-esta-en-la-comunicacion/>

Raufflet, E. y Lozano, F. (2012). Responsabilidad Social Empresarial (Primera Edición). Pearson.

Revilla, G. (2008) “Gestión y comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial: claves para un desarrollo competitivo y sostenible”

Sen, A. (2009) “El papel de la ética empresarial en el mundo contemporáneo”. Extracto de la Conferencia especial que dictó en la Universidad de Harvard, el 24 de agosto de 2009, en la inauguración del II Programa Iberoamericano de Formación en RSE.

Velasco, J.M. (2008) “Cuadernos Forética: La comunicación de la RSE”

Wood, D. (1991) “Corporate Social Performance Resists”. Vol. 16.

Wood, D. (1991) “Business and society”. 2ª Ed. Harper and Row, Nueva York.