

X CONFERENCIA ANUAL DE ÉTICA ECONOMÍA Y DIRECCIÓN

INFORME FORETICA 2002 SOBRE LA SITUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ESPAÑA RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS

Dr. Alberto Urtiaga de Vivar
Presidente de FORETICA

D. Germán Granda
Director Técnico de FORETICA

Tras la aparición del Libro Verde, el Grupo de Trabajo “Responsabilidad Social” de FORETICA recibió el encargo de la realizar un cuestionario (ver revista FORUM CALIDAD, Noviembre, nº 126) para identificar la situación de la responsabilidad social en las empresas miembro de FORETICA y valorar su percepción de la iniciativa de la Comisión Europea en aquel momento.

A la vista de la importancia que adquirió la consulta, se propuso por diversas organizaciones que la encuesta se hiciera extensiva a un número suficientemente representativo de empresas en España, independientemente de su afiliación a FORETICA. Esta iniciativa podría ser un punto de partida para plantearse en el futuro estudios más profundos o más específicos.

FORETICA, atendiendo al interés despertado en asociaciones de empresas, PYMES y federaciones provinciales por el Libro Verde y el cuestionario, realizó una serie de actos de difusión que se iniciaron con la primera presentación en España (el 22 de Noviembre de 2001 en el Instituto de Postgrado y Formación Continua de la Universidad Pontificia Comillas, Madrid) del mencionado Libro Verde de la Comisión por su autor, el Sr. Dominique Be, Director Adjunto de la unidad “Interprofessional Social Dialogue, Industrial Relations and Adaptation to change” (Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales), al mismo tiempo que la “*Encuesta sobre Gestión Ética y Responsabilidad Social de las organizaciones en España*”.

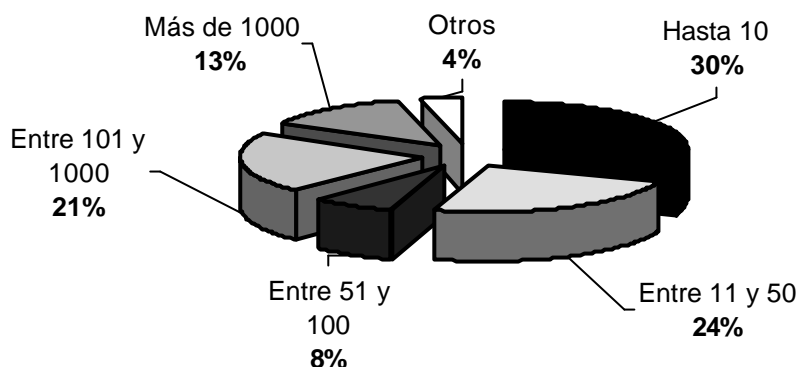
La recepción de respuestas se cerró el 22 de Diciembre y, tras un primer tratamiento matemático de los datos por parte de la Escuela de Estadística de la Universidad Complutense se presentó un informe a la Comisión Europea titulado “*Informe consolidado sobre el Libro Verde resultante de la encuesta realizada por FORETICA*”.

Del total de las encuestas utilizadas en la muestra, el 36,9% fueron realizadas por encuestadores y el resto fueron auto-administradas y remitidas con posterioridad por los encuestados. Después de una exhaustiva depuración, donde sólo se admitieron los cuestionarios completos y en plazo, se decidió utilizar una submuestra de 398 empresas que permite garantizar la fiabilidad de las conclusiones obtenidas con un error en la estimación de proporciones, en el supuesto más desfavorable, de +-4,9%.

En la figura 1 se observa el nivel de participación de las empresas en función de su tamaño (número de empleados). En el análisis de los resultados se ha considerado interesante la división de las empresas en dos grupos. Por un lado, aquellas PYMES que no superan los 100 empleados y, por otro, el conjunto de empresas con más de 100

empleados. En dicho análisis detallado aparecen diferencias significativas en cuanto a su actitud ante temas como el trabajo infantil, la salud e higiene de los empleados o las medidas que toman para solventar situaciones de acoso o discriminación, entre otras.

Figura 1. Nivel de participación de empresas en función del número de empleados.



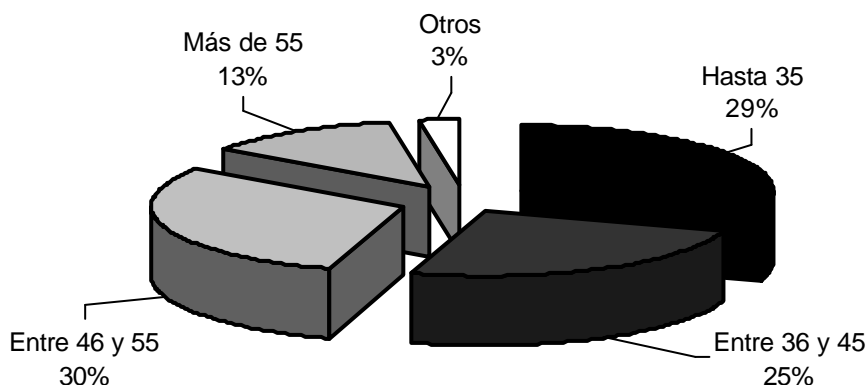
Respecto a la localización de las empresas, un 42% de las respuestas provienen de Madrid y un 8% de Barcelona. El 50% restante queda dispersado por gran parte de la geografía española. El análisis de la encuesta también muestra algunas diferencias destacables en la respuesta de las empresas en función de su localización. La mayor tendencia al diálogo y un mejor comportamiento ante el medio ambiente en las empresas radicadas en Barcelona, respecto a aquellas ubicadas en Madrid, se presentan como resultados significativos.

Además, las empresas del sector servicios se han visto más representadas que las industriales (80% frente al 20% respectivamente). destaca

La figura 2 presenta la edad de los directivos entrevistados/ encuestados.

El 33% de las respuestas provienen de mujeres directivas, siendo significativa su preferencia por modelos alternativos más flexibles a la hora de implantar la responsabilidad social en la empresa.

Figura 2. Edad directivos

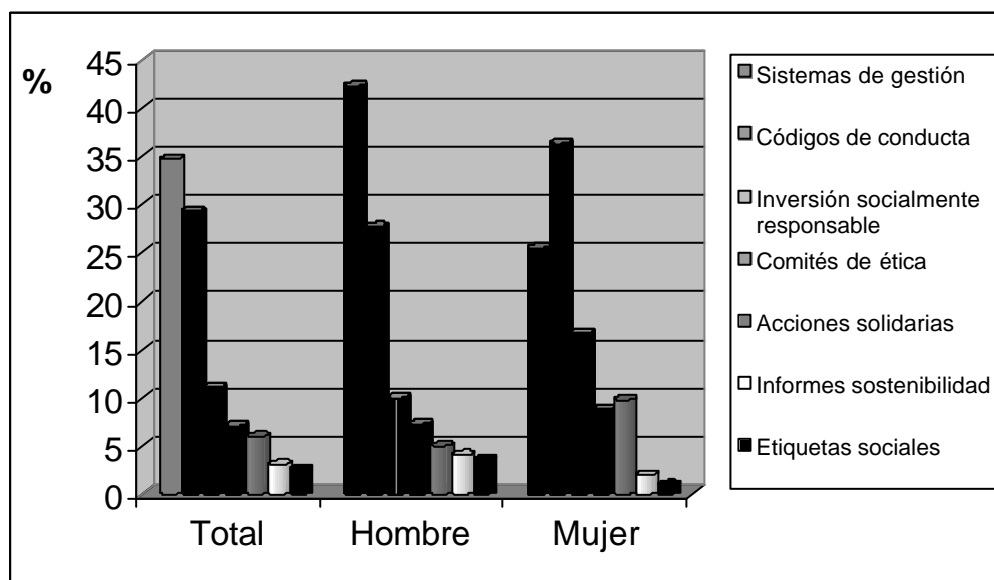


Durante los meses de marzo y abril se sucedieron diversas reuniones del Grupo de Trabajo para analizar el informe estadístico que han dado como resultado el presente documento. Cabe destacar, por último, que el Grupo de Trabajo ha sido en todo momento consciente de las limitaciones que representa un estudio de estas características. Sin embargo, considera el estudio de gran interés en la medida que refleja un estado de opinión de amplio espectro (no centrado sólo en grandes empresas como es habitual en estudios de este tipo). Esto unido a la escasez de prospecciones empíricas sobre el tema hace que el presente informe, pese a sus carencias, tenga especial valor. Sólo la continuidad de estudios producirá resultados comparativos realmente significativos, pero estos datos iniciales aportan material suficiente para un primer análisis y reflexión, que esperamos sirva para activar el debate en nuestra sociedad.

ALTA DIRECCIÓN

Las empresas se encuentran divididas a la hora de encontrar las mejores prácticas para gestionar su responsabilidad social. En los resultados totales se decantan en su mayoría por la implantación de sistemas de gestión (43,4%) – se trataría de sistemas análogos a los existentes de calidad o medio ambiente, que garanticen la integración de la responsabilidad social en la toma de decisiones cotidiana de la empresa - o códigos de conducta documentados (29,3%). Sin embargo las mujeres y las pymes de menos de 100 empleados, prefieren modelos alternativos más flexibles como la implantación de códigos de conducta. Las directivas, además, presentan tendencias mayores hacia las acciones solidarias y la inversión socialmente responsable (figura 3).

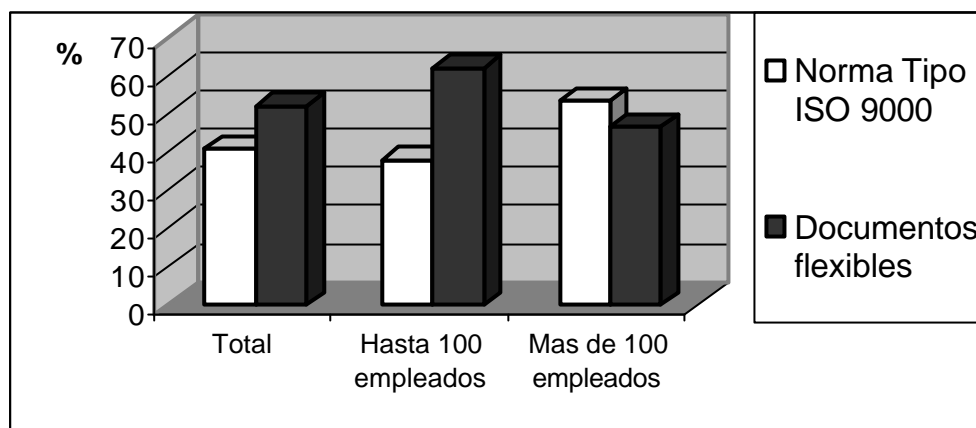
Figura 3. Prácticas para gestionar la Responsabilidad Social



La implantación de los sistemas de gestión o los códigos de conducta de manera voluntaria debería hacerse, según los directivos de empresas de menos de 100 empleados, mediante documentos flexibles con respecto a su aplicación en el ámbito sectorial, geográfico, etc. En el caso de empresas con más de 100 empleados, no parece

haber una tendencia clara apostando prácticamente en la misma proporción por la implantación, auditable, de documentos flexibles o la implantación mediante una norma técnica tipo ISO 9000 (figura 4).

Figura 4. Implantación de la Responsabilidad Social



Aparentemente, un elevado número (40,6%) de directivos afirma que su empresa tiene un Código de Conducta.

En cualquier caso, resulta obvio que cuanto más grande es la empresa, mayor importancia da a la tenencia de un Código de este tipo. Así, el 95% de las empresas de más de 1000 empleados respondieron que tener un código es importante o muy importante. También resultan generalizadas las respuestas que consideran que además de tenerlo, es muy importante transmitirlo tanto interna como externamente.

El 80,1% de empresas que tienen código de conducta afirman tener también una política transparente de regalos y el 57,2% un código de ética en materia de publicidad.

RELACIONES CON CLIENTES

El resultado más sobresaliente de las respuestas obtenidas en cuanto a las relaciones de la empresa con sus clientes, es que un 89% se muestra de acuerdo en que frente a problemas en las relaciones comerciales, su organización extiende su compromiso más allá de la relación contractual con el cliente, por ejemplo mediante la reparación o canje de productos defectuosos o habilitando trámites para efectuar reclamaciones, siendo esta percepción incluso mayor en empresas de hasta 100 empleados.

RELACIONES CON PROVEEDORES

El 42,7% de las respuestas confirman que las empresas no emplean mecanismos para comprobar si sus proveedores utilizan mano de obra forzada o explotación infantil, independientemente del país en el que actúen. esta situación.

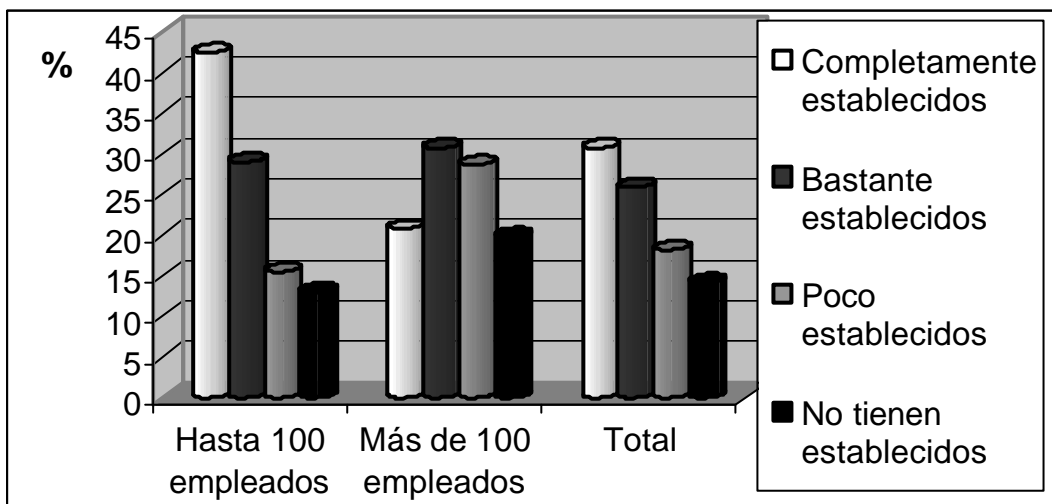
RELACIONES CON LAS PERSONAS QUE INTEGRAN LA ORGANIZACIÓN

El 87,8% de los directivos afirman que la organización realiza sus operaciones con la máxima consideración a la seguridad e higiene de sus empleados. El análisis de las respuestas muestra que los directivos de las empresas grandes son un poco más críticos mientras que en las empresas pequeñas, probablemente al responder el propietario, la percepción es más positiva.

Uno de cada cuatro directivos en las empresas de más de 100 empleados no cree que exista un acceso equitativo a la formación y la promoción profesional de las persona.

El 56,6% manifiesta haber establecido mecanismos para solventar internamente situaciones de acoso o discriminación (figura 5).

Figura 5. Establecimiento de mecanismos para solventar acoso y discriminación



RELACIONES CON EL MEDIO AMBIENTE Y EL ENTORNO SOCIAL

Un 57,8% de directivos afirma tener planes de prevención de riesgos medioambientales, una tendencia que se agudiza cuanto mayor es la empresa y que resulta más extendida en las empresas de Barcelona que en las de Madrid.

El 31,8% de directivos afirman seguir un código de ética en publicidad y un 63,4% afirma que considera ética la publicidad de su organización.

RELACIONES CON LOS INVERSORES/ACCIONISTAS

El 23% de directivos afirma haber tenido conocimiento en su empresa de situaciones que han creado conflictos de intereses al primar intereses particulares, en lugar del interés de la organización.

Por otro lado, el 46,5% de los directivos afirma que los accionistas no valoran únicamente los dividendos.

RELACIONES CON LA COMPETENCIA

Un 86,1% de los directivos perciben que en general sus empresas son leales en las **relaciones con la competencia**, sin embargo, sólo el 40,6% cree que recibe el mismo trato leal de la competencia.

RELACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN

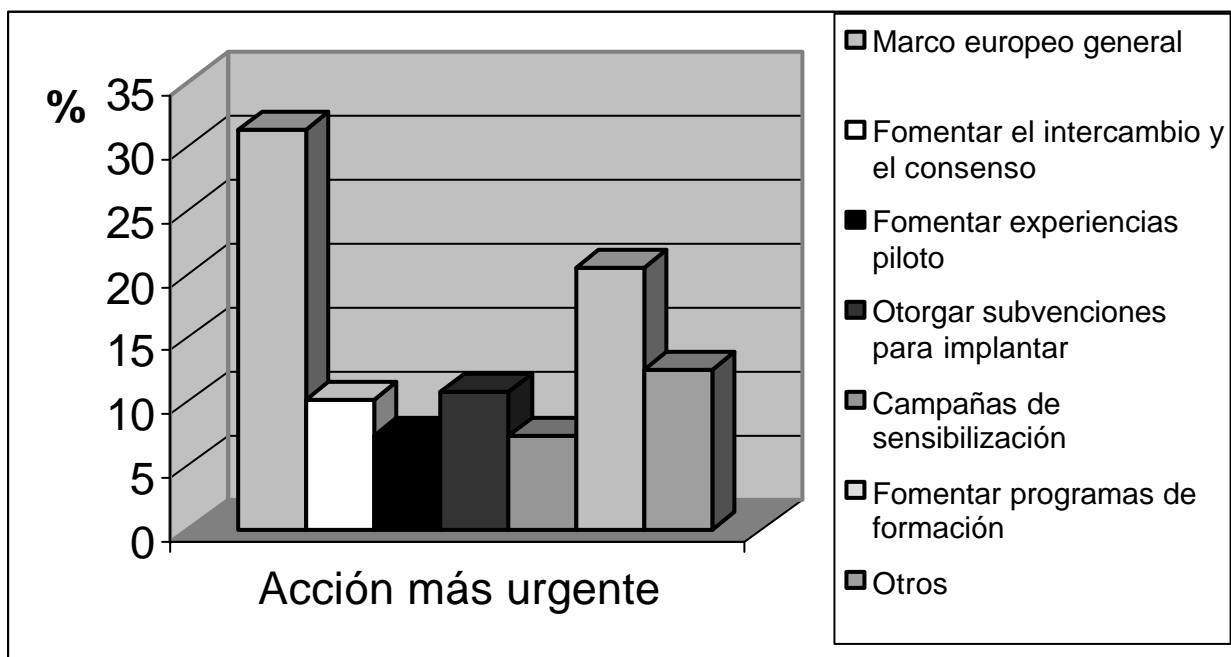
Un 44,3% de los directivos afirman que la administración no realiza una utilización adecuada de los recursos.

Además un 36,9% expresa que la administración puede llegar a hacer competencia desleal a su sector y el 52,8% que no ofrece a todas las empresas las mismas posibilidades para contratar con ella.

PAPEL DE LA UE

La UE está tomando el liderazgo en materia de Responsabilidad Social Empresarial. Los directivos entienden que para fomentar su desarrollo la acción más urgente debería ser elaborar un marco general, por ejemplo un documento de adhesión voluntaria que promueva la transparencia y eficacia, mediante la demostración por tercera parte. (figura 6)

Figura 6. Acciones más urgentes de la UE para fomentar la RSE



INFORMES SOCIALES

Posiblemente vinculado a que el 46,5% de los directivos encuestados está convencido de que los accionistas no valoran únicamente los dividendos, surge la importancia que otorgan mayoritariamente a que su organización además del balance económico, presente en sus informes anuales para los accionistas resultados medioambientales y sociales.

MIRANDO AL FUTURO

Las opiniones recogidas por el informe destacan la importancia de desarrollar aspectos tales como las acciones solidarias, tanto la cooperación con la comunidad próxima como a escala global, la conciliación de la vida familiar con la laboral y el ocio, la gestión basada en la dignidad de la persona y el respeto de su cultura en función de la ubicación de la empresa, las acciones de apoyo a la discapacidad, la promoción y mejora de las actividades de formación, la gestión integrada de los aspectos medioambientales y recuperación de su entorno y una mayor transparencia en la comunicación con los inversores, entre otros.

FORETICA seguirá promocionando estas prácticas y fomentando su implantación y evaluación, así como la participación en un futuro, del mayor número de organizaciones vinculadas en una plataforma de estudio e investigación en los diversos aspectos que cubre la responsabilidad social.