

ESTUDIO **MULTISECTORIAL**
SOBRE EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD CORPORATIVA
DE LA GRAN EMPRESA EN **ESPAÑA**

2011



...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

ESTUDIO **MULTISECTORIAL**
SOBRE EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD CORPORATIVA
DE LA GRAN EMPRESA EN **ESPAÑA**

2011



COLABORACIONES

PRESIDENTE

JOAQUIM BORRÁS
Presidente Ejecutivo, ISS Facility Services

DIRECTOR DEL ESTUDIO

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

COORDINACIÓN

ISABEL CASTILLO
Responsable de Proyectos, Club de Excelencia en Sostenibilidad

GRUPO DE TRABAJO

JUAN ALFARO
Club de Excelencia en Sostenibilidad

PAOLA CASTAÑEDA
Club de Excelencia en Sostenibilidad

CHARO FERNÁNDEZ
Club de Excelencia en Sostenibilidad

RAQUEL GARCÍA
Club de Excelencia en Sostenibilidad

MARÍA MARTÍ
Club de Excelencia en Sostenibilidad

ALICIA ROMERA
Club de Excelencia en Sostenibilidad

TRATAMIENTO Y OBTENCIÓN DE DATOS

NETQUEST

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

91NUEVEUNO (WWW.NUEVEUNO.COM)

contenidos

SECCIÓN		PÁGINA
01.	CARTA DEL PRESIDENTE DEL ESTUDIO	05
02.	CARTA DEL EQUIPO	07
03.	PRINCIPALES HALLAZGOS	11
04.	INTRODUCCIÓN AL CONTEXTO EN QUE SE HA DESARROLLADO EL ESTUDIO	15
05.	RESULTADOS DEL ESTUDIO	
	05.1 Responsabilidad corporativa y estrategia	19
	05.2 Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones	29
	05.3 Gestión técnico-económica	34
	05.4 Gobierno corporativo	40
	05.5 Gestión social externa	44
	05.6 Gestión social interna	51
	05.7 Gestión ambiental	61
06.	APROXIMACIÓN SECTORIAL	69
07.	CONCLUSIONES	75
08.	RECOMENDACIONES	79
09.	ANEXOS	
	09.1 Cuestionario	81
	09.2 Ficha técnica	92
	09.3 Evolución en los resultados. Comparativa entre las distintas ediciones del estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España	93
	09.4 Listado de empresas participantes	94



01.

CARTA DEL
PRESIDENTE
DEL ESTUDIO

ESTE ES UN ESTUDIO MUY ÚTIL. PARA LAS EMPRESAS, PUES NOS AYUDA A MEJORAR EN TODOS LOS SENTIDOS. PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, YA QUE LE PERMITE CONOCER EL ESTADO DE UNO DE LOS CAMBIOS MÁS IMPORTANTES QUE ESTÁ ACONTECIENDO EN LA SOCIEDAD. PARA LOS MEDIOS, QUE PODRÁN PONER CIFRAS A LAS TENDENCIAS Y A LA NUEVA FORMA DE HACER EMPRESA.

Las empresas nos estamos convirtiendo en cómplices del Estado en resolver necesidades sociales

Nos estamos transformando en organizaciones que superan el simple objetivo de ser rentables. Nuestros empleados encuentran formas de desarrollar sus capacidades sociales, sea con el voluntariado corporativo, con la ayuda a colectivos en riesgo de exclusión social o tendiendo la mano a personas con capacidades diferentes. Somos más transparentes y cumplimos con nuestras obligaciones legales. Contaminamos menos. Ayudamos a nuestro entorno. Todo esto lo demuestra claramente el Estudio: el 90% de las empresas líderes disponen de un Director de Responsabilidad Corporativa, se proponen objetivos y miden su cumplimiento.

La responsabilidad corporativa es rentable

Tanto ahora, con la recesión que nos afecta, como en situación económica estable, nuestro Estudio explica que hay una correlación directa entre la sostenibilidad y mejora de resultados con la inversión en responsabilidad corporativa: ascenso en la reputación, la imagen de marca, la satisfacción de empleados y la relación con el resto de públicos de interés y, en definitiva, en la sostenibilidad de los beneficios.

El estudio motiva la mejora tanto a las empresas participantes como a las demás

Cuando una empresa puede comparar su situación en cuanto a responsabilidad corporativa con las demás, sean de su sector o de otros, se siente automáticamente motivada a mejorar. Lo vemos con el resultado general del estudio, en el que la mayoría de parámetros analizados mejora año a año, y lo vemos en la comparación de nuestra empresa (que puede solicitarse y que animo a hacerlo) con las demás, especialmente las del sector. La responsabilidad corporativa se está convirtiendo en un factor de diferenciación que anima a la carrera de la mejora.

Se está produciendo un efecto de contagio

Las empresas líderes reconocen a sus proveedores más responsables y así consiguen que esta forma de hacer se vaya extendiendo. El valor de la responsabilidad se premia con más negocio y más fidelidad. Es una forma natural y constructiva de desarrollar la responsabilidad corporativa que funciona con recompensa, no punitiva.

Que disfruten con la lectura.

02.

CARTA DEL
EQUIPO



UN AÑO MÁS, EL CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD ELABORA EL ESTUDIO MULTISECTORIAL SOBRE EL ESTADO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE LA GRAN EMPRESA EN ESPAÑA, GRACIAS DE NUEVO AL MINISTERIO DE TRABAJO E INMIGRACIÓN, A LA COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES Y AL APORTE DE VALOR DE TODO EL EQUIPO QUE PARTICIPA EN LA ELABORACIÓN DEL MISMO. ESTE AÑO HAN PARTICIPADO 144 EMPRESAS, 23 MÁS QUE EN EL ESTUDIO ANTERIOR.

NOVEDADES DEL ESTUDIO

- Se hace pública por primera vez la valoración ponderada de las respuestas, asignando un valor concreto a cada una de las preguntas y las posibles opciones de respuesta. Esta información se refleja en los gráficos de estrella que resumen el posicionamiento de las empresas segmentadas en empresas líderes y mayoría en relación a cada una de las áreas de la responsabilidad corporativa que contempla el estudio.
- Se han eliminado del cuestionario aquellos aspectos cuyo cumplimiento se ha convertido en una práctica habitual para la totalidad de las empresas o que ya son normativa y se han introducido otras novedades que responden a las tendencias identificadas a nivel nacional e internacional.
- La clasificación de las empresas se divide, igual que en la edición de 2007, en “líderes” y “mayoría”. Son líderes aquellas empresas con prácticas más avanzadas de responsabilidad corporativa, aquellas que han obtenido una puntuación superior a 750 puntos según la ponderación de las respuestas antes mencionada. Según este criterio, son empresas líderes 21 de las participantes, al igual que en el estudio de 2009, lo que permite comparar los resultados entre ambas ediciones, si bien las empresas que forman parte de este segmento han variado con respecto a la publicación anterior.
- La realización de actividades de innovación responsable, entendiendo como tales aquellas que consideran aspectos ambientales y sociales en la I+D+i.
- La incorporación de las TIC para la mejora de la eficiencia y la gestión de procesos en la empresa.
- La incorporación de la responsabilidad corporativa en el Consejo de Administración.
- La gestión integral de riesgos.
- La adecuada gestión de la cadena de suministro a través de acciones de reconocimiento, tales como premios, para aquellos proveedores y/o subcontratas que demuestren un decidido compromiso con la responsabilidad corporativa. Otras medidas que se han tenido en cuenta para el control de los proveedores son: un análisis de riesgos que incluya cuestiones relacionadas con la responsabilidad corporativa, criterios específicos de responsabilidad corporativa para proveedores de productos/servicios con mayor riesgo sobre el negocio, análisis específicos por etapas, auditorías sociales externas, políticas y procedimientos internos, inspecciones en servicio y resolución del contrato por incumplimiento de las condiciones pactadas de responsabilidad corporativa.

LOS CRITERIOS DE LA EMPRESA “LÍDER”

Para la asignación de las valoraciones en cada una de las respuestas se han tenido en cuenta como características de la empresa responsable y sostenible paradigmática, las siguientes:

- Una estrategia específica cuyo objetivo exclusivo sea implantar y desarrollar los principios de la responsabilidad corporativa en toda la cadena de valor.
- La existencia a nivel interno de códigos éticos completos y de códigos de conducta específicos para proveedores.
- Una completa gestión del diálogo con los grupos de interés en la que se han identificado, segmentado y priorizado todos los *stakeholders*.
- Superación del volumen de contratación de empleados con capacidades diferentes, según Ley de Integración Social de Minusválidos (en adelante, LISMI).
- Sistema de gestión ambiental.
- Estrategia de reducción/compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y lucha contra el cambio climático.
- Promoción de la eficiencia energética de procesos internos y/o productos y servicios comercializados.
- Planes de movilidad sostenible.

CONTENIDO Y ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO

A grandes rasgos, el cuestionario propuesto a las empresas trata de abarcar todos los elementos que integran la responsabilidad corporativa, reflejado en las siguientes materias:

- **RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y ESTRATEGIA:** políticas, estructura organizativa, códigos de conducta, lucha contra la corrupción, programas anuales de responsabilidad corporativa y sistemas de gestión.
- **GESTIÓN DEL DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS:** identificación y segmentación, informe de sostenibilidad y otras herramientas de comunicación.
- **GESTIÓN TÉCNICO-ECONÓMICA:** triple cuenta de resultados, sanciones por incumplimiento, cuantificación de valores tangibles e intangibles, innovación responsable, TIC, consumo responsable, fondos ISR y reputación.
- **GOBIERNO CORPORATIVO:** adopción de criterios de buen gobierno, liderazgo en responsabilidad corporativa del Consejo de Administración, informe de gobierno corporativo y gestión de riesgos.
- **GESTIÓN SOCIAL EXTERNA:** acción social, patrocinio y mecenazgo, relaciones con el entorno, concienciación a clientes, relaciones con proveedores y medidas de control y reconocimiento de la cadena de suministro.
- **GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS:** cumplimiento de los Derechos Humanos, accesibilidad, discapacidad, seguridad y salud laboral, igualdad y diversidad, formación y capacitación, conciliación y otros beneficios sociales.
- **GESTIÓN AMBIENTAL:** políticas y sistemas de gestión ambiental, cambio climático, residuos, eficiencia, movilidad y biodiversidad.







03.

PRINCIPALES
HALLAZGOS

TEMÁTICA	RESULTADOS AGREGADOS	LÍDERES
Ética	<ul style="list-style-type: none"> Disminuyen las empresas que carecen de herramientas para identificar, gestionar y minimizar posibles incumplimientos de los principios éticos (del 8% al 3% respecto a 2009) El 78% de las empresas valora el compromiso personal de los candidatos con la ética y valores de la empresa 	
Estrategia	<ul style="list-style-type: none"> Aumentan las empresas con un cuadro de mando integral para la Alta Dirección con indicadores de RC (de 37% a 50%) 	<ul style="list-style-type: none"> El 90% de las empresas líderes tiene un director de responsabilidad corporativa El 100% de las líderes tiene un CMI para la Alta Dirección con indicadores específicos de RC El 70% de las empresas líderes cumple más del 95% de sus proyectos de responsabilidad corporativa
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta hasta el 23% el porcentaje de empresas con informe de responsabilidad corporativa o sostenibilidad integrado en la memoria anual 	<ul style="list-style-type: none"> El 81% de empresas líderes tiene un compromiso específico con la RC en materia de publicidad
Innovación responsable	<ul style="list-style-type: none"> El 92% de las empresas realizan actividades de innovación responsable 	<ul style="list-style-type: none"> El 86% de las líderes realizan actividades de innovación responsable con un presupuesto y recursos específicos
TIC	<ul style="list-style-type: none"> El 94% de las empresas participantes incorpora las TIC para la mejora de la eficiencia y la gestión de procesos 	
Valoración intangibles	<ul style="list-style-type: none"> El 83% de las empresas miden su reputación 	
ISR	<ul style="list-style-type: none"> El 12% de las empresas que invierten sus planes de pensiones con criterios ESG invierten en un volumen considerable 	<ul style="list-style-type: none"> Significativa inversión de las empresas líderes (62% de ellas) en fondos ISR
Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> El 84% de las empresas adopta criterios de gobierno corporativo El 46% de los Consejos de Administración lideran los temas de RC 	<ul style="list-style-type: none"> La mayor evolución de las empresas líderes ha sido precisamente en el área del gobierno corporativo
Gestión de riesgos	<ul style="list-style-type: none"> El 95% de empresas dispone de un sistema de gestión integral de riesgos 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de las empresas líderes evalúa tanto los riesgos internos como los sectoriales

TEMÁTICA	RESULTADOS AGREGADOS	LÍDERES
Acción social	<ul style="list-style-type: none"> El 98% de los participantes desarrolla acciones de carácter social 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de las líderes desarrolla la acción social con carácter estratégico a través de un sistema estructurado de acción social
Cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> Aumentan los reconocimientos a proveedores responsables (de 12% en 2009 a 20% en 2011) El 91% de las participantes considera la RC en sus criterios de compra a proveedores, 25% como criterio indispensable y 66%, como criterio orientativo 	<ul style="list-style-type: none"> El 86% de las empresas líderes tiene códigos de conducta específicos para proveedores
Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> El 87% de las empresas tiene un compromiso firme con los derechos humanos 	
Igualdad	<ul style="list-style-type: none"> El 87% de las empresas cumplen la Ley de Igualdad, un 10% más que en el estudio anterior 	
Cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> El 81% de las empresas ha optado por maximizar oportunidades relacionadas con el cambio climático en la oferta de productos y servicios 	
Eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> El 94% de empresas disponen de acciones para promover la eficiencia energética de procesos y productos 	





A blue-tinted globe of the Earth is the background of the page. A white circular overlay is positioned in the upper left quadrant, containing the text. The globe shows the continents of North and South America, with a grid of latitude and longitude lines. The overall color palette is shades of blue and white.

04.

INTRODUCCIÓN
AL CONTEXTO
EN QUE SE HA
DESARROLLADO
EL ESTUDIO

COMO NOVEDAD RESPECTO A EDICIONES ANTERIORES, SE HA QUERIDO REALIZAR EN ESTE APARTADO NO SÓLO UN RECOPIULATORIO DE NORMATIVA Y POLÍTICAS PÚBLICAS Y PRIVADAS SOBRE LA MATERIA, EN TODO AQUELLO QUE AFECTE A LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y QUE HAYA INFLUIDO EN SU EVOLUCIÓN DESDE EL ESTUDIO ANTERIOR, SINO QUE TAMBIÉN SE HA QUERIDO HACER HINCAPIÉ EN LAS PREOCUPACIONES DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES, RESULTADO DE SUS PROPIOS COMENTARIOS.

NOVEDADES DESTACADAS DE ESTA EDICIÓN

Políticas públicas y normativa a nivel nacional e internacional

En el contexto europeo, destacan los siguientes hitos:

- ENERO 2010: comunicación de la Comisión sobre la visión y objetivos en materia de biodiversidad para la Unión Europea más allá de 2010.
- MAYO 2010: un informe de la Comisión de Mercado Interior y Protección al Consumidor pide a la Comisión que evalúe la posibilidad de usar la contratación pública ecológica como instrumento para fomentar el desarrollo sostenible.
- SEPTIEMBRE 2010: estrategia europea para la igualdad entre hombres y mujeres 2010-2015.
- OCTUBRE 2010: estrategia para la implementación efectiva de la Carta de los Derechos Humanos en el ámbito de la UE.
- OCTUBRE 2010: comunicación de la Comisión al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones del Parlamento Europeo, *“Hacia una única Ley del Mercado en la Zona, para una economía social de mercado altamente competitiva. 50 propuestas para mejorar nuestro empleo, nuestros negocios y nuestro comercio”*.
- NOVIEMBRE 2010: la resolución del Parlamento Europeo: *Corporate and social responsibility in international trade agreements* hace un llamamiento a la Comisión para que regule la inclusión de cláusulas de responsabilidad corporativa en los acuerdos comerciales de la Unión Europea.
- En 2010 finalizó el *workshop* sobre transparencia en la información ESG organizado en el seno de la Unión Europea.
- En 2011 está previsto que se publique un libro verde sobre el marco europeo de Gobierno Corporativo.

En la comparativa de los países de nuestro entorno, se consolidan los sistemas que introducen requisitos de reporting

obligatorio, así lo exigen, por ejemplo, Francia, Alemania, Noruega, Bélgica, Italia, Hungría y Rumanía. A ello se suman otras normativas y políticas, como es el caso de Alemania con la elaboración de una Plan Federal de Responsabilidad Corporativa, el informe de la SEC (Securities and Exchange Commission) sobre gobierno corporativo, así como la modificación del código de buen gobierno en Gran Bretaña o la *Carbon Reduction Commitment (CRC)*, de 2010, que obliga a las empresas a medir e informar sobre sus emisiones a la agencia medioambiental.

Más allá del entorno europeo:

- Se consolida también la responsabilidad corporativa en los países emergentes, entre los que destaca la revisión en Sudáfrica del código de buen gobierno (King Code III) o la Ley de protección del consumidor, ambas de 2009, o también las directrices de buen gobierno en India, del mismo año. Otros países, como China, están adoptando medidas para la regulación del reporting, tanto desde la óptica pública como privada y en sectores relevantes, como banca, fondos de inversión o textil.



En España:

La Ley de Economía Sostenible prevé cambios en los tres vértices de la sostenibilidad, como son: la *sostenibilidad económica* (lucha contra el fraude, fomento de la innovación y la competitividad y la inversión responsable), la *sostenibilidad ambiental* (hacia un modelo energético sostenible, régimen de comercio de derechos de emisión, movilidad sostenible y protección ambiental) y *sostenibilidad social* (necesaria reforma del sistema educativo, junto a las reformas laborales y renovación del modelo productivo y el fortalecimiento del estado de bienestar: dependencia e integración laboral). Además, en lo que afectaría directamente al ámbito de la responsabilidad corporativa, prevé tanto el impulso en la gestión sostenible de las empresas públicas como los incentivos a las empresas, a través del *reporting* obligatorio, el fomento y difusión de las buenas prácticas y el reconocimiento a las empresas responsables con arreglo a los parámetros establecidos.

En el ámbito autonómico:

Cabe mencionar la legislación adoptada por Extremadura y la Comunidad Valenciana y los planes que han elaborado otras regiones, como Cataluña o Baleares.

Iniciativas privadas a nivel internacional

Destaca aquí la aprobación de la Guía ISO 26000 para la implantación de la responsabilidad social, así como la nueva plataforma creada en el seno de Global Compact para el liderazgo (Global Compact LEAD) a través de una herramienta de gestión denominada *Blueprint for Corporate Sustainability Leadership* y el lanzamiento de la nueva versión de la Guía GRI para la implantación de la responsabilidad corporativa.

PREOCUPACIONES DE LAS EMPRESAS¹

Contexto (crisis e internacionalización)

Ambos conceptos aparecen ligados, ya que en este momento de crisis son muchas las empresas que o bien han logrado superar la situación gracias a sus resultados en terceros países o bien se han visto obligadas a internacionalizarse para buscar un mejor posicionamiento en el mercado. En ambos casos, las preocupaciones de las empresas se centran en los siguientes aspectos:

- Necesidad de reducir costes derivada de la actual situación económica.

- La dificultad para justificar inversiones en aspectos intangibles y novedosos, como la responsabilidad corporativa, puesto que una inadecuada gestión de las mismas puede dar la imagen de que sus beneficios no revierten directamente en el funcionamiento del negocio.
- En otros casos, la crisis se presenta como una oportunidad, ya que genera reflexión sobre la misma y, en su caso, la incorporación de la responsabilidad corporativa en los procedimientos internos desde sus inicios y con carácter transversal.

La penetración de la responsabilidad corporativa en todo el contexto empresarial

De manera que se logre que también la pyme adopte la responsabilidad corporativa, al igual que las grandes empresas.

Confusión en los conceptos

RSC con Marketing social, Marketing con Causa, Filantropía, Acción Social...

Valores y cultura

Desde la perspectiva negativa, una de las principales dificultades es la falta de una cultura interna de responsabilidad corporativa en las empresas y la resistencia al cambio cultural y al compromiso en la materia. Desde la óptica más optimista, los procesos de fusión y reestructuración en las empresas son una oportunidad para reforzar los valores de la misma, introduciendo la responsabilidad corporativa.

Sistemas de gestión estratégica - transversalidad

Un reto y una dificultad que se plantea a las compañías es la falta de perspectiva estratégica en materia de responsabilidad corporativa y la coherencia con los sistemas de gestión ya implantados en las mismas. Por ello, resulta fundamental asumir la responsabilidad corporativa como parte de la gestión de las empresas, no como una cuestión técnica sino estratégica que sea capaz de calar en las diferentes áreas, como un principio transversal y asumible por todas las personas que componen una organización.

Grupos de interés

En el momento actual se revela esencial la implantación de diferentes estrategias de comunicación y que ésta sea clara

¹ Este apartado se ha desarrollado a partir de los comentarios enviados por las empresas participantes en el estudio.

y transparente con todos los grupos de interés y en función de cada uno de los objetivos establecidos, así como un adecuado seguimiento y medición de dichas estrategias y la involucración de todos los *stakeholders* en el desarrollo de las políticas de responsabilidad corporativa, de manera que ésta responda a necesidades reales de la empresa en el entorno en que opera.

Comunicación interna y externa

- A nivel interno, es necesaria una colaboración y coordinación interna y de las iniciativas descentralizadas.
- Por otra parte, debe realizarse una adecuada concienciación y comunicación de los servicios y productos existentes tanto interna como externamente para evitar que se conviertan en campañas de imagen vacías de contenido.

Medición (sobre todo, de intangibles) y valoración de su impacto

- Ante la ausencia de un sistema claro para medir los beneficios que reporta la responsabilidad corporativa, las empresas demandan herramientas de medición sencillas

que permitan cuantificar fácilmente el retorno de las actividades en la materia como creadoras de valor, de innovación y de aceptación social.

- La mayoría de los proyectos parten de cero, consumen grandes recursos económicos y humanos, pero su retorno es a largo plazo, fruto de un proceso de desarrollo gradual basado en la convicción, la necesidad y el interés. Requiere tiempo, formación y comunicación.

Buen Gobierno efectivo

Se pone de manifiesto, una vez más, la necesidad de implicación y convencimiento de la Alta Dirección.

Cadena de valor/ proveedores

- El reto consiste en la integración de la responsabilidad corporativa en toda la cadena de valor, implicando a los proveedores e introduciendo los aspectos sociales y medioambientales en la toma de decisiones de todos los empleados en su valoración.
- La diversidad de actividades y áreas geográficas también constituye en este punto un *hándicap*.

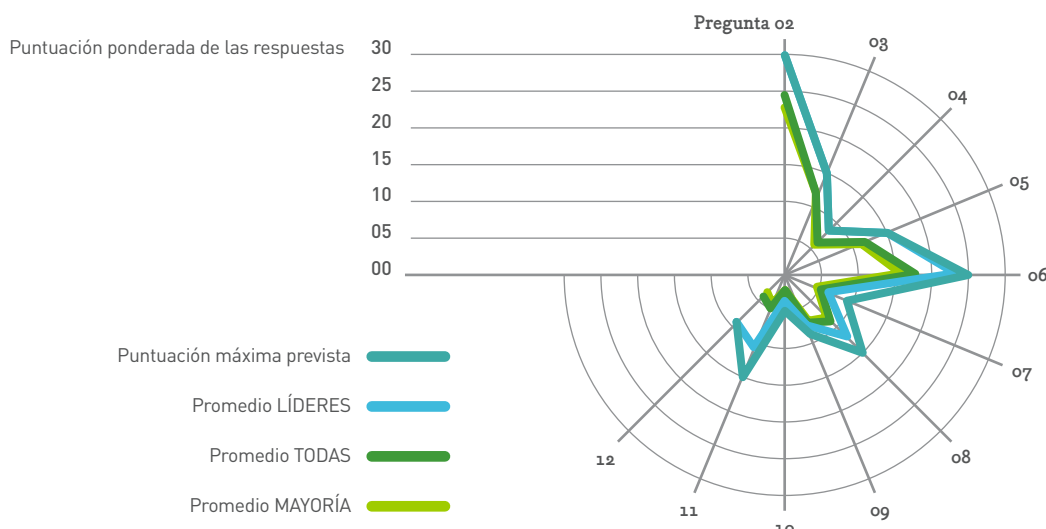




05.

RESULTADOS
DEL ESTUDIO

Gestión estratégica de la responsabilidad corporativa en la empresa



Nº PREGUNTA	
02	¿Cuenta su empresa con una estrategia corporativa específica cuyo objetivo exclusivo sea implantar y desarrollar los principios de la responsabilidad corporativa?
03	¿Cuenta su empresa con política o políticas específicas sobre responsabilidad corporativa?
04	Estructura organizativa.
05	¿La empresa tiene un código de conducta?
06	En caso de que su empresa cuente con un código ético o de conducta, señale, de entre los siguientes temas, cuántos de ellos están recogidos en el mismo: corrupción y sobornos, seguridad y salud laboral, discriminación, violencia/acoso, confidencialidad de la información, igualdad, productos/servicios, entorno de trabajo, relaciones con la competencia, mal uso o apropiación indebida de recursos, conflictos de interés, medio ambiente, relaciones con grupos de interés como clientes, proveedores, etc, otros.
07	En caso de incumplimiento de estos principios, ¿tiene la empresa las herramientas para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos?
08	¿Cuántas de entre las siguientes medidas para la lucha contra la corrupción y el soborno han sido adoptadas? Análisis de riesgos relacionados con la corrupción, especialmente en zonas sensibles; herramientas específicas para investigar y solucionar las denuncias probadas por decisiones u acciones de soborno, corrupción o atentados graves contra la política de la empresa de prevención de sobornos y corrupción; formación específica a empleados y colaboradores sobre políticas y procedimientos anti corrupción.
09	¿La empresa realiza contribuciones de carácter político?
10	Número de proyectos y grado de cumplimiento del programa anual de proyectos de responsabilidad corporativa (en %).
11	¿Existe un sistema de gestión de la responsabilidad corporativa?
12	¿Existe un cuadro de mando integral o similar para la Alta Dirección que sintetice los indicadores de responsabilidad corporativa?

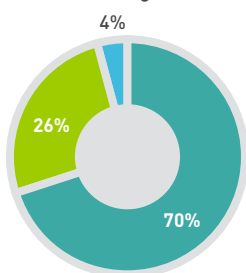
ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Desde 2009, el 70% de las empresas ha integrado la responsabilidad corporativa de forma estratégica en su organización, lo que significa que un 70% de las empresas así lo hace, pero también que el 30% restante no, y que esa cifra no ha mejorado desde la anterior edición del estudio.

Son las líderes las que han incorporado la responsabilidad corporativa en su estrategia en el 100% de los casos.

Junto a la estrategia es necesaria la planificación, y así lo han entendido el 42% de las empresas participantes que han adoptado un sistema de gestión para todos los campos de actuación (95% de las líderes, 33% de las que conforman el segmento "mayoría") y una política de responsabilidad corporativa, como resulta en el 75% de los casos (95% de las empresas líderes, 71% de las que no lo son).

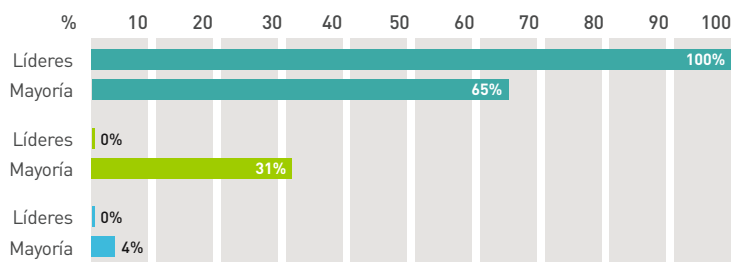
Resultados globales



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

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

Resultados por categorías de empresas

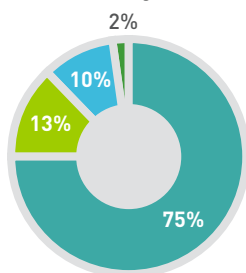


POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

De hecho, las empresas que no son líderes parecen optar mayoritariamente por la adopción de política(s) de responsabilidad corporativa (71%) antes que por estrategias en este sentido (65%).

En general, desciende ligeramente respecto a 2009 las empresas que tienen política de RC, tanto en los porcentajes generales (80% en 2009 vs. 75% en 2011), como en el caso de las líderes (100% en 2009 vs. 95% en 2011).

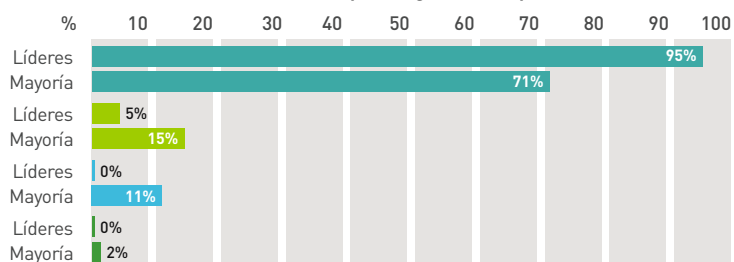
Resultados globales



- Sí
- No, pero existen principios básicos conocidos por los empleados
- No, aunque algunos puntos de esta política están en otras políticas
- No

¿Cuenta su empresa con política o políticas específicas sobre responsabilidad corporativa?

Resultados por categorías de empresas



ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN ESTÁNDARES Y GUÍAS

ISO 26000²

Guía sobre Responsabilidad Social

ISO 26000, cuando se refiere a cómo integrar la responsabilidad corporativa en una organización, lo hace en los siguientes términos:

“(…) una organización debería intentar integrar la responsabilidad social en todas sus decisiones y actividades (...). Ello implica prácticas como: (...) convertir la responsabilidad social en una parte esencial de sus políticas, de su cultura organizacional y de sus estrategias y operaciones; generar competencias internas en materia de responsabilidad social; desarrollar la comunicación interna y externa relativa a la responsabilidad social; y revisar periódicamente estas acciones y prácticas relacionadas con la responsabilidad social (...)

Una organización debería establecer su rumbo convirtiendo la responsabilidad social en parte integral de sus políticas, cultura de la organización, estrategias, estructuras y operaciones. Algunas de las formas en que puede hacer esto son:

(...) incluir la responsabilidad social como un elemento clave de la estrategia de la organización, mediante su integración a sistemas, políticas, procesos y comportamiento para la toma de decisiones; (...)

G3

Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad

“A la hora de determinar qué asuntos son materiales se deben tener en cuenta algunos factores internos, como son: (...) principales valores de la organización, políticas, estrategias, sistemas de gestión operativa, objetivos y metas”

Entre las políticas que se enumeran a lo largo del documento están la política general de la empresa (en cuanto a desempeño económico), ambiental, laboral, derechos humanos, aspectos sociales y responsabilidad sobre productos.

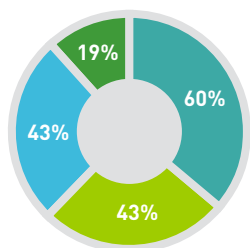
² La referencia a ISO 26000, Guía de responsabilidad social, proviene del documento todavía en fase de borrador



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Entre las opciones propuestas acerca de la estructura organizativa, las empresas optan mayoritariamente por la figura del director de responsabilidad corporativa (90% en el caso de las líderes, 55% en las que no lo son), aunque no siempre esta opción implica que dicho cargo dependa directamente del primer ejecutivo de la compañía (43% de los casos). En la misma proporción, 43%, existe un comité interno de RC.

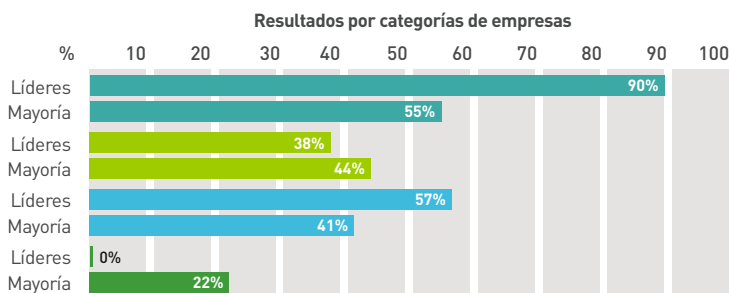
Resultados globales *



- Su empresa tiene un director de RC
- El director de RC depende directamente de primer ejecutivo
- Existe un comité interno de RC
- Ninguna de las anteriores

* Los resultados de este gráfico suman más de 100% al tratarse de una pregunta con respuesta multi-opción, que permitía contestar con carácter afirmativo varias de las opciones propuestas.

Estructura organizativa. Señale una o varias de las afirmaciones que corresponden con su modelo organizacional



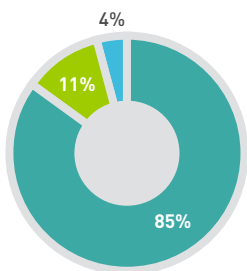
CÓDIGOS DE CONDUCTA

Se mantienen los resultados en cuanto a la existencia de códigos de conducta en las empresas respecto a las cifras obtenidas en 2009: el 85% del total de participantes tienen uno (83% en 2009), así como el 100% de las líderes, tanto en 2009 como en la edición actual.

La novedad respecto a los códigos de conducta se introducía en el cuestionario enviado a las empresas participantes con la incorporación de la pregunta 42 que contemplaba la existencia, junto a este código de conducta, de otro específico para proveedores.

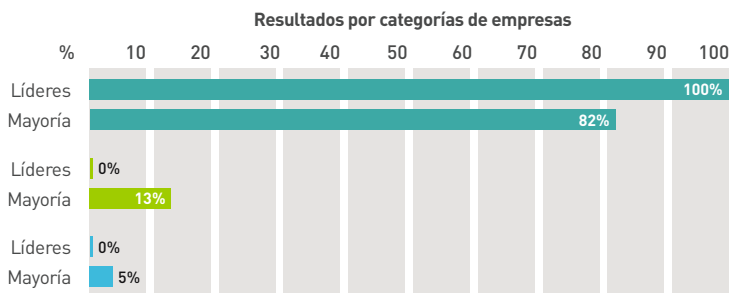
Esta pregunta tiene su origen en una tendencia que ya recogía el anterior estudio y que identificó el interés de las empresas en extender el conocimiento y ámbito de aplicación de sus códigos de conducta también a los proveedores y colaboradores, dada la importancia cada vez mayor de la cadena de suministro, sobre todo desde el punto de vista reputacional y de gestión de riesgos de la empresa, junto a la creciente incorporación de stakeholders en la elaboración y seguimiento de estos códigos.

Resultados globales

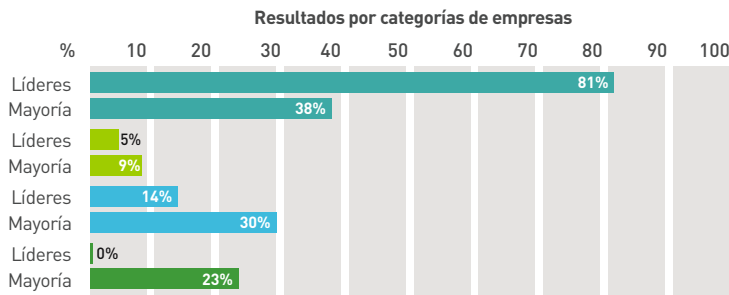


- Sí
- No, pero existen directrices y normas internas
- No

¿La empresa tiene un código de conducta?



¿Existe un código de conducta específico para proveedores?



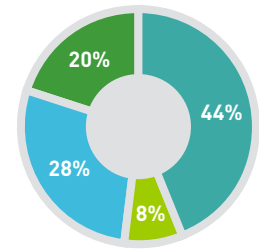
El 52% de las empresas tienen un código específico para proveedores, aunque el 8% sólo lo aplica a sus proveedores principales. En el caso de las empresas líderes, el 86% de ellas lo tienen, a diferencia de las empresas que no lo son, entre las cuales el 53% no tiene un código de conducta específico para proveedores.

El 28% de las empresas, aunque no tiene un código específico para proveedores, les aplica el mismo que al resto de grupos de interés (internos y externos). Así ocurre en el 14% de los casos entre las líderes y 30% de las que no lo son.

En cuanto a las materias contempladas y exhaustividad de los mismos, los códigos de conducta (internos o generales) son más exhaustivos, ya que el 100% de las líderes y 95% de las que no lo son contemplan entre seis y trece de las materias propuestas, un 96% de promedio. Estas materias son:

- Corrupción y sobornos.
- Seguridad y salud laboral.
- Discriminación.
- Violencia/acoso.
- Confidencialidad de la información.
- Igualdad.
- Productos/servicios.
- Entorno de trabajo.
- Relaciones con la competencia.
- Mal uso o apropiación indebida de recursos.
- Conflictos de interés.
- Medio ambiente.
- Relaciones con grupos de interés como clientes, proveedores, etc.
- Otros.

Resultados globales

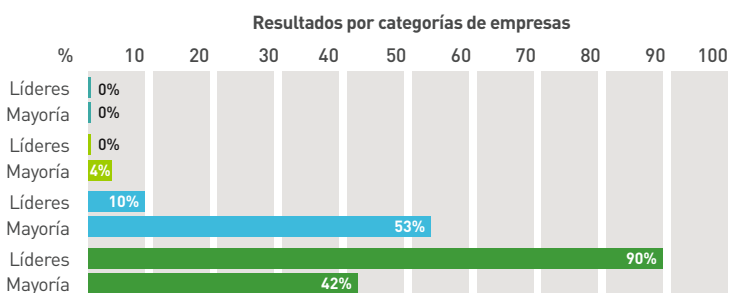


- Sí, que se aplica a todos los proveedores
- Sí, pero sólo se aplica a los principales proveedores
- No existe un código de conducta específico, pero se aplica el correspondiente a todos los grupos de interés (internos y externos) de la empresa
- No, no existe un código de conducta aplicable a proveedores

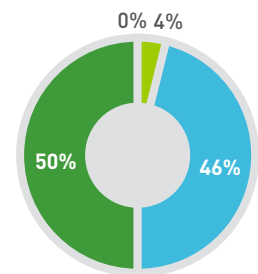
Temas:

- Corrupción y sobornos.
- Seguridad y salud laboral.
- Discriminación.
- Violencia/acoso.
- Confidencialidad de la información.
- Igualdad.
- Productos/servicios.
- Entorno de trabajo.
- Relaciones con la competencia.
- Mal uso o apropiación indebida de recursos.
- Conflictos de interés.
- Medio ambiente.
- Relaciones con grupos de interés como clientes, proveedores, etc.
- Otros.

En caso de que su empresa cuente con un código ético o de conducta, señale, de entre los siguientes temas, cuántos de ellos están recogidos en el mismo

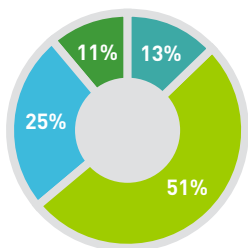


Resultados globales



- Ninguno
- De 1 a 5
- De 6 a 12
- Todos

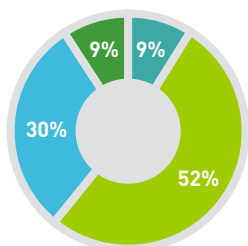
Resultados globales



Áreas:

- Estándares laborales/ sociales.
- Estándares ambientales. Protección del medio ambiente.
- Estándares de salud y seguridad.
- Derechos humanos.
- Educación y formación.
- Participación en la memoria de responsabilidad corporativa.
- Inclusión de las expectativas de los proveedores en los planes de RC.
- Creación y desarrollo de nuevos productos sostenibles.

Resultados globales

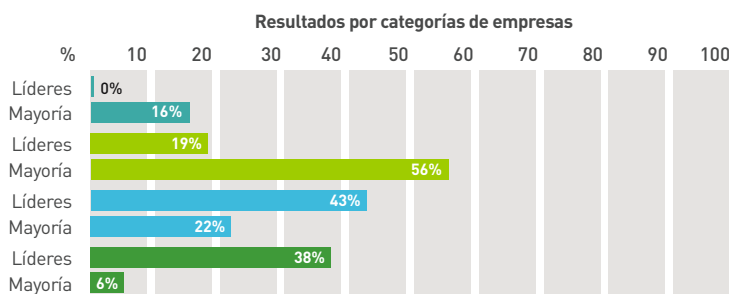


Medidas:

- Se ha desarrollado un análisis de riesgos, que determina los productos y servicios susceptibles de riesgo de RC.
- Se trasladan los criterios específicos de responsabilidad corporativa a los proveedores de productos/servicios con mayor riesgo sobre el negocio a través de cuestionarios de auto evaluación.
- Análisis específicos por etapas.
- Se realizan auditorías sociales externas en la cadena de suministro en proveedores clasificados como susceptibles de riesgo de RC.
- Existen políticas y procedimientos internos que sirvan de guía sobre como actuar en caso de no cumplimiento de la normativa por parte de los proveedores (definición de diferentes categorías de no cumplimiento).
- Inspecciones en servicio.
- El incumplimiento de las condiciones pactadas de RC con los proveedores es causa de rescisión de contrato.

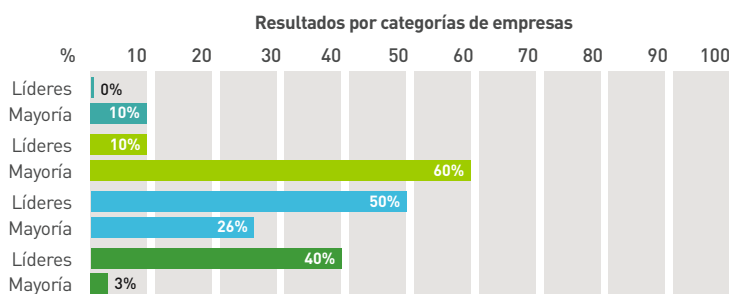
Frente a estas cifras, el 36% de las empresas incluye seis o más materias de las propuestas en los códigos de conducta para proveedores (81% en el caso de las líderes y 28% de las que conforman el universo de “mayoría” de empresas).

¿Cuántas de las siguientes áreas contempla el código de conducta de proveedores?



El código de conducta a proveedores es sólo una de las herramientas de las que se sirven las empresas para el control de la cadena de suministro. El 90% de las líderes tiene cuatro o más medidas (simultáneas) de control. En el caso de las que no son líderes, el 70% tienen tres o menos medidas.

Señale cuántas de las siguientes medidas ha implementado la empresa para el control de la cadena de suministro

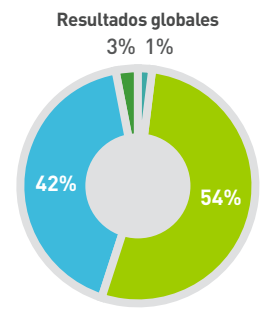
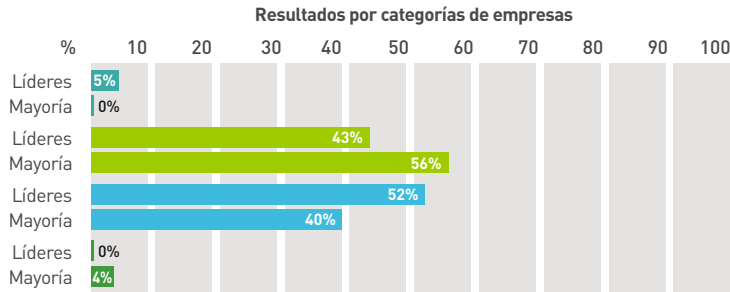


HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR, GESTIONAR Y MINIMIZAR LOS POSIBLES INCUMPLIMIENTOS DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS

Disminuye el número de empresas que no tiene herramientas para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos de los principios éticos, en general, desde el 8% que recogía el estudio en 2009, al 3% del total de empresas participantes en la publicación actual.

En el caso de las líderes, se mantiene esta tendencia, ya que desde 2009 todas las líderes tienen estas herramientas, con una notable evolución desde el primer *Estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España*, publicado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad en 2007, en el que 11% de las empresas líderes no tenían estas medidas. Las líderes prefieren sistemas mixtos (combinación de herramientas internas y mixtas) en el 52% de los casos.

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



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

MEDIDAS CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

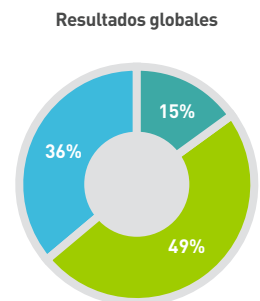
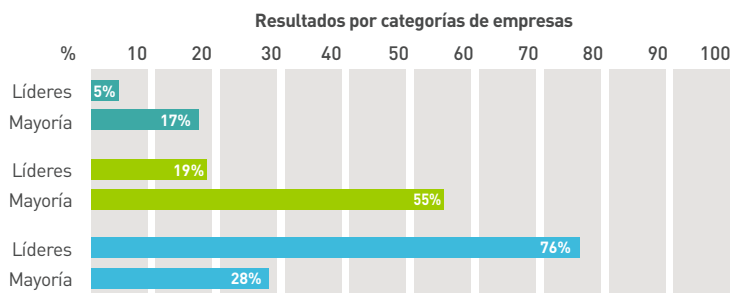
En un contexto globalizado en el que cada vez más empresas presentan estados de cuentas que superan el PIB de muchos países, el riesgo de corrupción se ha convertido en un problema real a escala mundial con consecuencias que se manifiestan en la fragilidad (*exposición*) de los estados y gobiernos, el comercio ilícito, la corrupción y el crimen organizado³.

Por eso, es de especial relevancia que las empresas adopten medidas para la lucha contra la corrupción y el soborno, como algunas de las propuestas en el cuestionario de referencia, que son:

- Análisis de riesgos relacionados con la corrupción, especialmente en zonas sensibles.
- Herramientas específicas para investigar y solucionar las denuncias probadas por decisiones u acciones de soborno, corrupción o atentados graves contra la política de la empresa de prevención de sobornos y corrupción.
- Formación específica a empleados y colaboradores sobre políticas y procedimientos anticorrupción.

Así lo han entendido el 95% de las empresas líderes y el 83% de las que no lo son.

¿Cuántas de entre las siguientes medidas para la lucha contra la corrupción y el soborno han sido adoptadas?



- Ninguna
- Alguna/s
- Todas

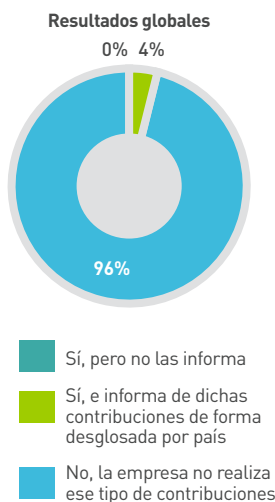
Medidas:

- Análisis de riesgos relacionados con la corrupción, especialmente en zonas sensibles.
- Herramientas específicas para investigar y solucionar las denuncias probadas por decisiones u acciones de soborno, corrupción o atentados graves contra la política de la empresa de prevención de sobornos y corrupción.
- Formación específica a empleados y colaboradores sobre políticas y procedimientos anti corrupción.

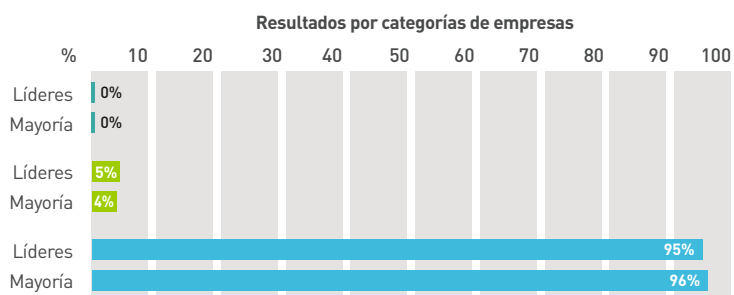
³ Global risks 2011. World Economic Forum

CONTRIBUCIONES DE CARÁCTER POLÍTICO

Las contribuciones de carácter político, aunque en sí mismas, en principio, no constituyen una actividad ilícita, sí deben ser objeto de la mayor transparencia por lo que, si se llevan a cabo, es aconsejable informar al respecto. Así lo hacen las empresas que hacen contribuciones de este tipo (4% del total de la muestra). El resto de las empresas de la muestra, no realiza contribuciones políticas (96%). En ningún caso, ni entre las líderes ni entre las que no lo son, se omite información sobre las mismas cuando se realizan.



¿La empresa realiza contribuciones de carácter político?

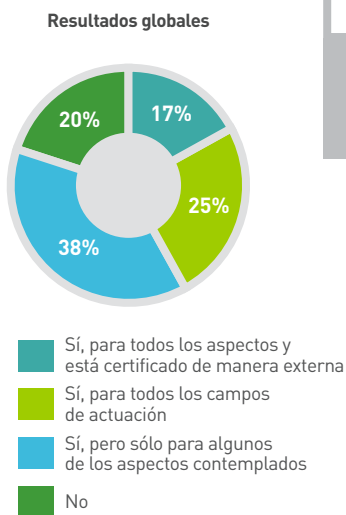


PLANIFICACIÓN Y SISTEMAS DE GESTIÓN

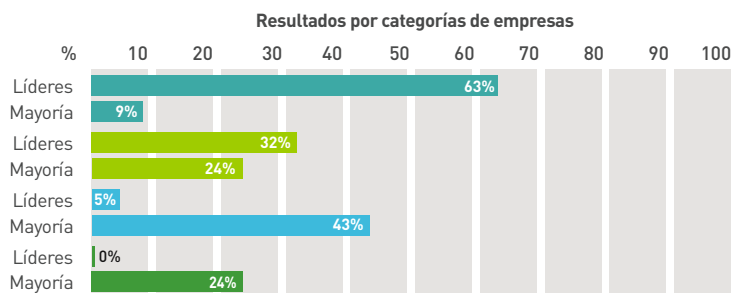
Entre las medidas para una adecuada implantación de la responsabilidad corporativa en la empresa con carácter estratégico destacan, además de los planes estratégicos, un adecuado sistema de gestión que contemple los objetivos, metas y herramientas para su revisión, evaluación y mejora.

El 95% de las líderes tiene implantado un sistema de gestión de la responsabilidad corporativa para todos los aspectos, el 63% de ellos certificado de manera externa.

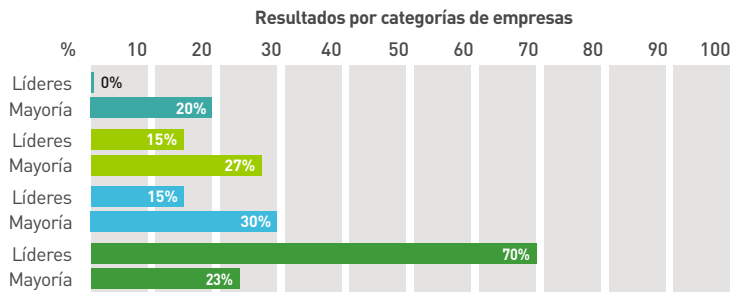
El 5% restante también tiene uno, pero sólo para algunos de los aspectos contemplados.



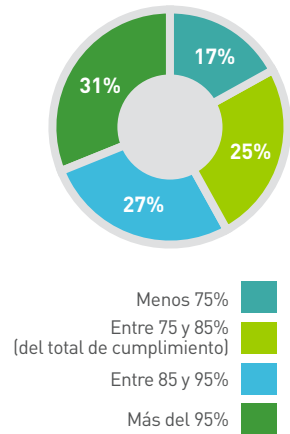
¿Existe un sistema de gestión de la responsabilidad corporativa?



Número de proyectos y grado de cumplimiento del programa anual de proyectos de responsabilidad corporativa (en %):



Resultados globales

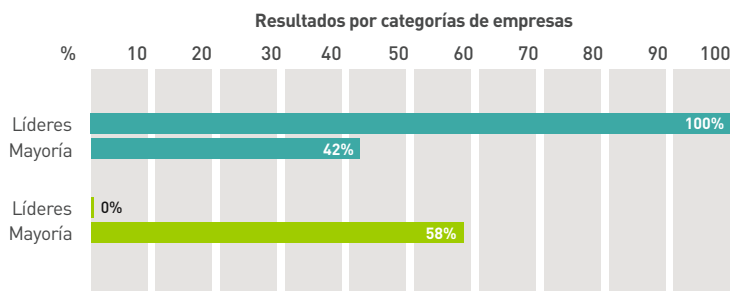


En relación a ello, la totalidad de las empresas líderes cumple más del 75% del programa anual de proyectos en responsabilidad corporativa y el 70% cumple más del 95%. Estas cifras contrastan con un menor cumplimiento de sus programas anuales de responsabilidad corporativa por parte de las empresas que no son líderes, entre las cuales el 20% cumple menos del 75% de los proyectos programados y el 23% de ellas, más del 95%.

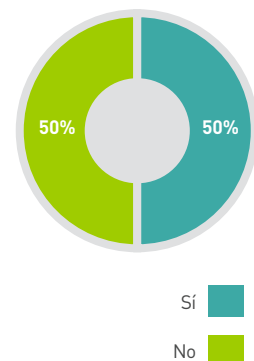
Uno de los factores que puede haber contribuido a mejorar el grado de cumplimiento entre las líderes es un adecuado sistema de medición y seguimiento, como se refleja en el aumento del porcentaje de empresas líderes que tiene un cuadro de mando integral específico para la Alta Dirección que sintetice los indicadores de responsabilidad corporativa. En 2009, 62% de empresas líderes respondían de forma afirmativa, hasta el 100% del estudio actual, frente al 42% de las empresas del segmento “mayoría” que así lo han hecho en esta edición.

En el campo de la evaluación y mejora de resultados, el 100% de las líderes conoce y cuantifica los resultados tangibles e intangibles de sus proyectos de responsabilidad corporativa (igual que en 2009) y se mantienen las cifras generales de las que no lo hacen (20%).

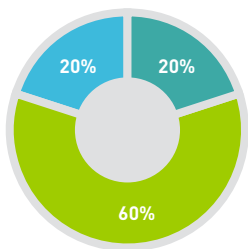
¿Existe un cuadro de mando integral o similar para la Alta Dirección que sintetice los indicadores de responsabilidad corporativa?



Resultados globales



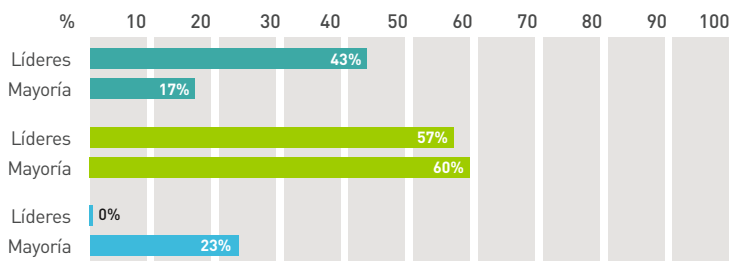
Resultados globales



- Sí, para todos los proyectos
- Sí, aunque sólo para algunos proyectos
- No

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

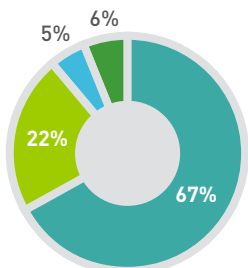
Resultados por categorías de empresas



Los estándares también son una herramienta que ayuda en el proceso de mejora continua, como demuestran los resultados de las empresas líderes si se tiene en cuenta que el 90% de ellas posee estándares que contemplan aspectos ambientales y sociales para la mayor parte de sus productos y servicios y el 10%, para algunos de ellos.

En general, el 6% de las empresas no los contempla o deja fuera la última fase de recogida y reutilización (5%).

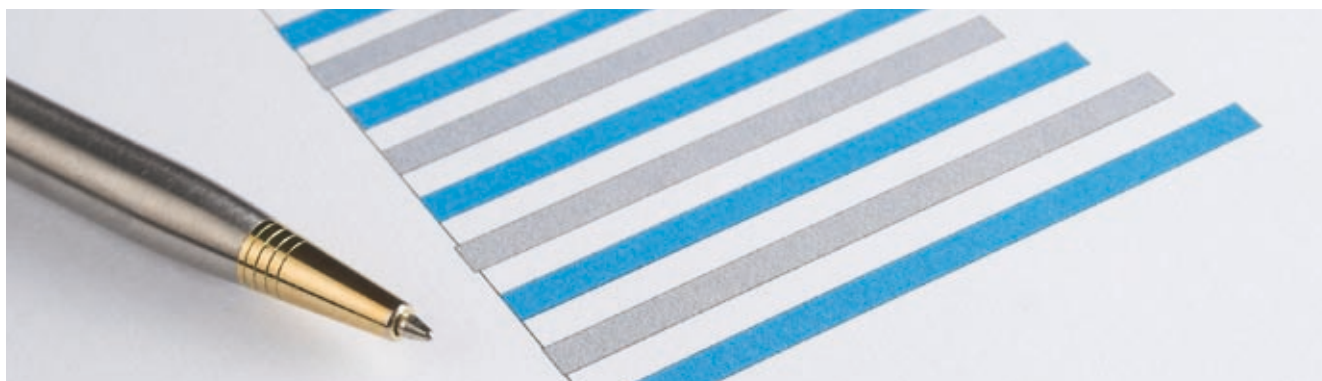
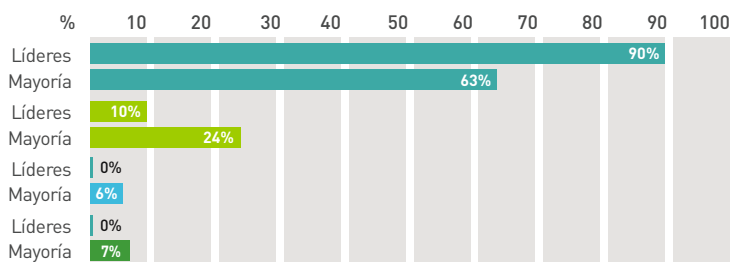
Resultados globales



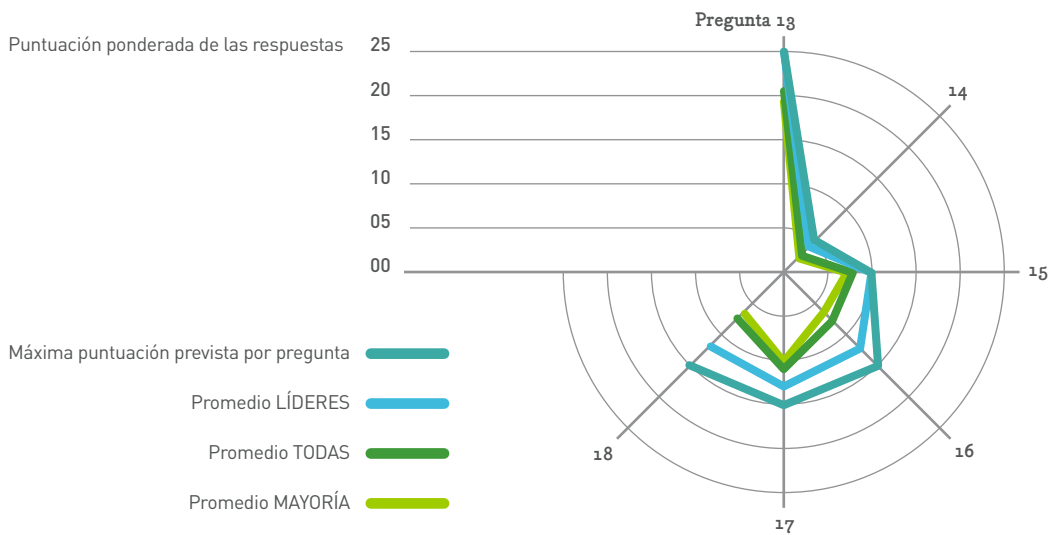
- Sí, para la mayor parte de productos y servicios
- Sí, pero sólo para algunos productos y servicios
- Sí, aunque no contemplan su recogida y reutilización
- No

¿Posee su empresa estándares de fabricación de productos y/o de prestación de servicios que contemplen aspectos ambientales y sociales, incluyendo en su caso su recogida y reutilización?

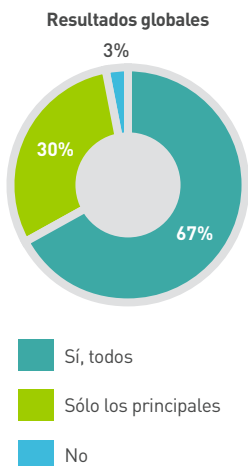
Resultados por categorías de empresas



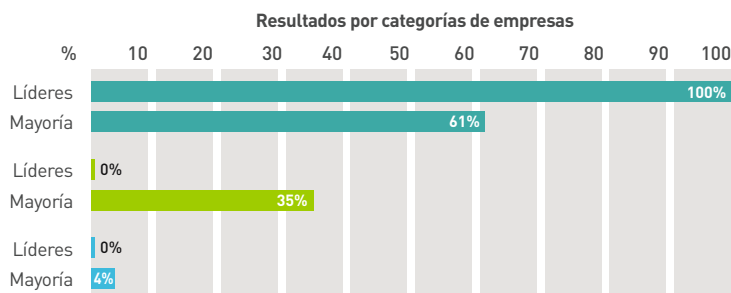
Gestión de los grupos de interés: comunicación y relaciones



Nº PREGUNTA	
13	¿Su empresa tiene identificados, segmentados y priorizados sus grupos de interés?
14	Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, señale con cuántos de los siguientes grupos de interés tiene su empresa definido un marco de relaciones: accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, instituciones/ fundaciones/ONG, administraciones públicas (estatal, autonómica), sindicatos, mercado/compañías, analistas financieros, medios de comunicación, otros.
15	¿La empresa elabora y edita un informe de responsabilidad corporativa o de sostenibilidad?
16	¿La información que se presenta en este informe de responsabilidad corporativa o sostenibilidad está verificada por profesionales externos independientes?
17	¿Cuántos de los siguientes medios se emplean en su empresa para comunicar las prácticas de RC?: información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés; información relativa a la RC en la intranet para los empleados; entrega de algún tipo de información en soporte papel, participación en foros o estudios con otras empresas u organizaciones; participación en estudios comparativos o "benchmarking" en materia de responsabilidad corporativa; otros.
18	Promoción externa de la responsabilidad corporativa. ¿Cuántas de las siguientes medidas ha adoptado su empresa?: adhesión a iniciativas y/o acuerdos internacionales (Pacto Mundial, Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU, CDP, Declaración tripartita OIT, Directrices OCDE, otros); acciones de intercambio de mejores prácticas con otras empresas; acciones de promoción de la RC en pequeñas y medianas empresas; pertenencia a asociaciones para la promoción de la RC; orientación de sus campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible; promoción de los productos y servicios a través de publicidad real, no ofensiva y respetuosa; Social media (blogs, redes sociales...).



¿Su empresa tiene identificados, segmentados y priorizados sus grupos de interés?



Grupos de interés propuestos:

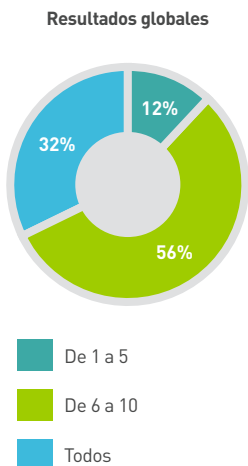
- Accionistas.
- Empleados.
- Clientes.
- Proveedores.
- Comunidades locales.
- Instituciones, fundaciones, ONG.
- Administraciones públicas (estatal, autonómica).
- Sindicatos.
- Mercado/compañías.
- Analistas financieros.
- Medios de comunicación.
- Otros.

DÍALOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

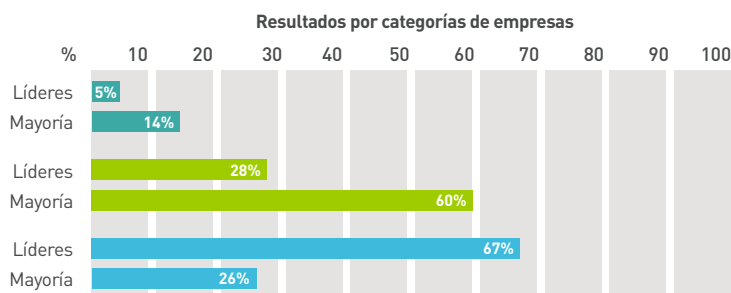
El 67% de las empresas de la muestra identifican, segmentan y priorizan todos sus grupos de interés. Se reduce ligeramente el porcentaje de empresas que así lo hacen sólo con sus *stakeholders* principales (35% en 2009 vs. 30% en 2011). Igual que en los estudios anteriores, una de las características esenciales de las empresas líderes es que identifican, segmentan y priorizan todos sus grupos de interés; el 95% de éstas tiene definido un marco de relaciones con seis o más de sus *stakeholders*, 86% en el caso de empresas que no son líderes. La diferencia entre ambas categorías, líderes y mayoría, es que de esos porcentajes, el 67% de las líderes ha establecido marcos de relación con todos sus grupos de interés, frente al 26% de las empresas del segmento “mayoría”.

Los grupos de interés propuestos en el cuestionario son:

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



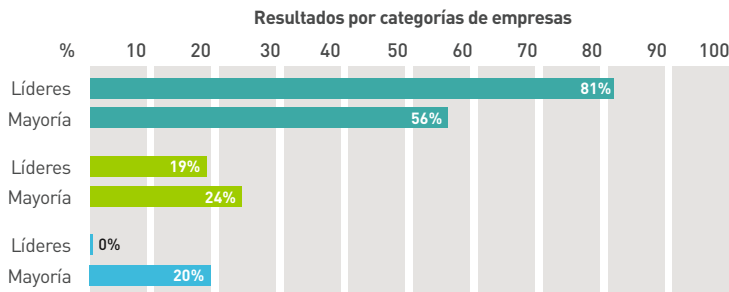
Si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior, señale con cuántos de los siguientes grupos de interés tiene su empresa definido un marco de relaciones:



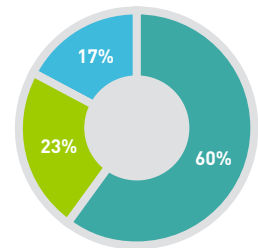
MEMORIAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA O SOSTENIBILIDAD

El 83% de las empresas elabora y edita un informe de responsabilidad corporativa o sostenibilidad, el 23% integrado en la memoria anual. El 100% de las empresas líderes ya lo hace, pero sólo el 19% de forma integrada en la memoria anual, tendencia ésta que sí es seguida por el 24% de las empresas “mayoría”. Habrá que ver cómo evolucionan en este sentido las memorias, ya que la tendencia a nivel europeo parece ser la de “one report”, que contemple en un solo documento el reporte económico, social y ambiental de la empresa.

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



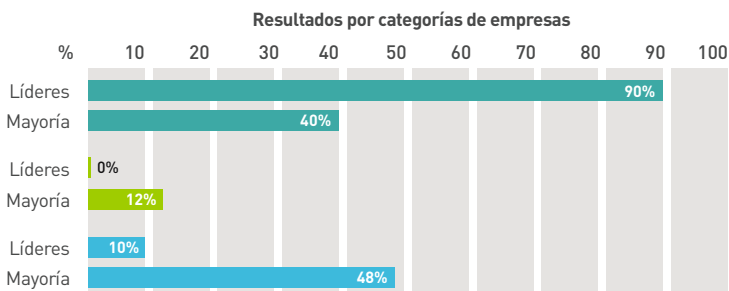
Resultados globales



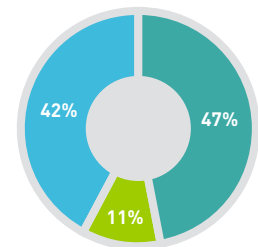
■ Sí, y se trata de un informe específico de responsabilidad corporativa o sostenibilidad
■ Sí, integrado en la memoria anual
■ No

Aumenta en general el porcentaje de empresas que no verifica la información que se presenta en el informe de responsabilidad corporativa por profesionales externos independientes (34% en 2009 vs. 42% en 2011). El 90% de las empresas líderes, cuando somete a verificación externa la información de su memoria se asegura, además, de la correcta cualificación de los profesionales externos independientes para realizar la verificación, frente al 40% de las empresas “mayoría”. Además, el 48% de este segmento “mayoría” no somete a verificación externa sus informes de responsabilidad corporativa.

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



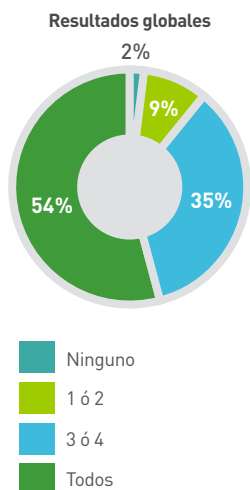
Resultados globales



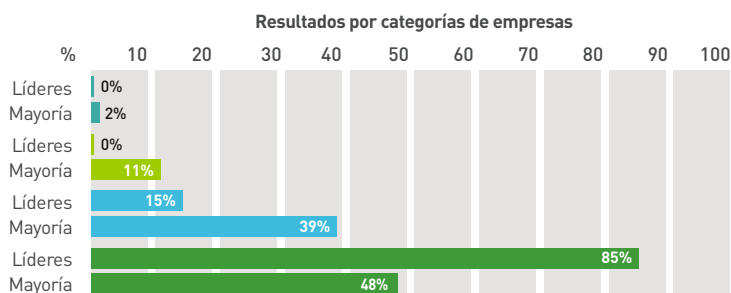
■ Sí, se verifica por profesionales externos independientes y se asegura su correcta cualificación para realizar la verificación
■ Sí, se verifica por profesionales externos independientes
■ No

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN EXTERNA DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

En el área de comunicación de las prácticas de responsabilidad corporativa, el 100% de las empresas líderes emplea, al menos, tres de las medidas propuestas, 87% en el caso de las empresas “mayoría”.



¿Cuántos de los siguientes medios se emplean en su empresa para comunicar las prácticas de RC?



Medios:

- Información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés.
- Información relativa a la responsabilidad corporativa en la intranet para los empleados.
- Entrega de algún tipo de información en soporte papel.
- Participación en foros o estudios con otras empresas u organizaciones.
- Participación en estudios comparativos o “benchmarking” en materia de responsabilidad corporativa.
- Otros.

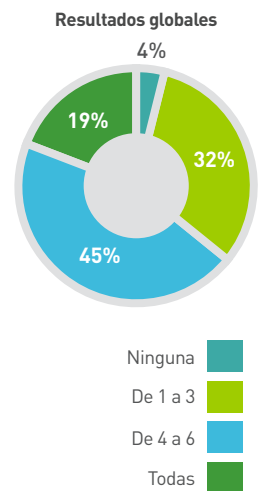
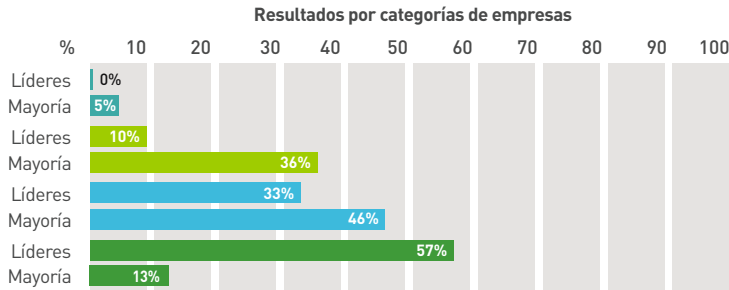
Las medidas propuestas en el cuestionario para comunicar las prácticas de responsabilidad corporativa han sido:

- Información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés.
- Información relativa a la responsabilidad corporativa en la intranet para los empleados.
- Entrega de algún tipo de información en soporte papel.
- Participación en foros o estudios con otras empresas u organizaciones.
- Participación en estudios comparativos o “benchmarking” en materia de responsabilidad corporativa.
- Otros.

Otras herramientas de promoción de la responsabilidad corporativa por parte de las empresas son:

- Adhesión a iniciativas y/o acuerdos internacionales (Pacto Mundial, Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU, Carbon Disclosure Project, Declaración Tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT, Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, otros).
- Acciones de intercambio de mejores prácticas con otras empresas.
- Acciones de promoción de la responsabilidad corporativa en pequeñas y medianas empresas.
- Pertenencia a asociaciones para la promoción de la responsabilidad corporativa.
- Orientación de sus campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible.
- Promoción de los productos y servicios a través de publicidad real, no ofensiva y respetuosa.
- *Social media* (blogs, redes sociales...).

**Promoción externa de la responsabilidad corporativa.
¿Cuántas de las siguientes medidas ha adoptado su empresa?**



El 57% de las líderes adoptan todas las medidas enumeradas, 13% en el caso de las que no lo son, que mayoritariamente (46%) adoptan entre cuatro y seis medidas. El 4% de las empresas no adopta ninguna de las medidas anteriores, a las que se han incorporado en esta edición otras dos, que son: promoción de los productos y servicios a través de publicidad real, no ofensiva y respetuosa y el uso de los *social media* (blogs, redes sociales...).

La primera, la promoción *responsable* de los productos y servicios, se concibe como una herramienta de comunicación para transmitir las acciones que realizan las empresas con carácter responsable y que se reflejan no sólo en su quehacer diario, en sus procesos internos y externos, sino también en los productos y servicios que son resultado de los mismos.

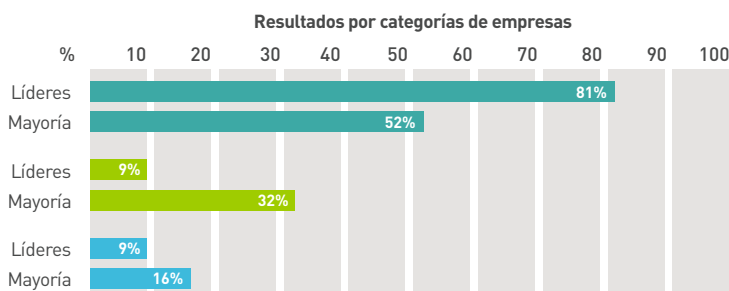
Haciendo hincapié en esta materia, el 56% de las empresas ha contestado que tiene un compromiso explícito con los principios de la responsabilidad en materia de publicidad y un 29%, si bien no lo tiene en la materia, sí que ha asumido tal compromiso en materia de competencia desleal. El porcentaje de empresas líderes que sí tiene un compromiso específico con la responsabilidad corporativa en materia de publicidad aumenta hasta el 81%, frente al 52% de las que no lo son.

La segunda de las medidas, el uso de las redes sociales, blogs y otros canales de comunicación *on line* son considerados en sí mismos como una herramienta de comunicación, pero también como potenciales focos de desarrollo del negocio (detección y prevención de riesgos, diagnóstico e identificación de stakeholders y nuevos mercados, como herramienta de inclusión social, etc....)

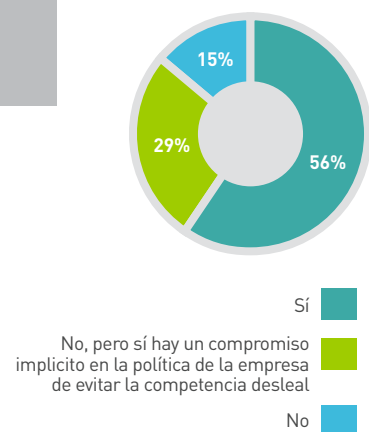
Medidas:

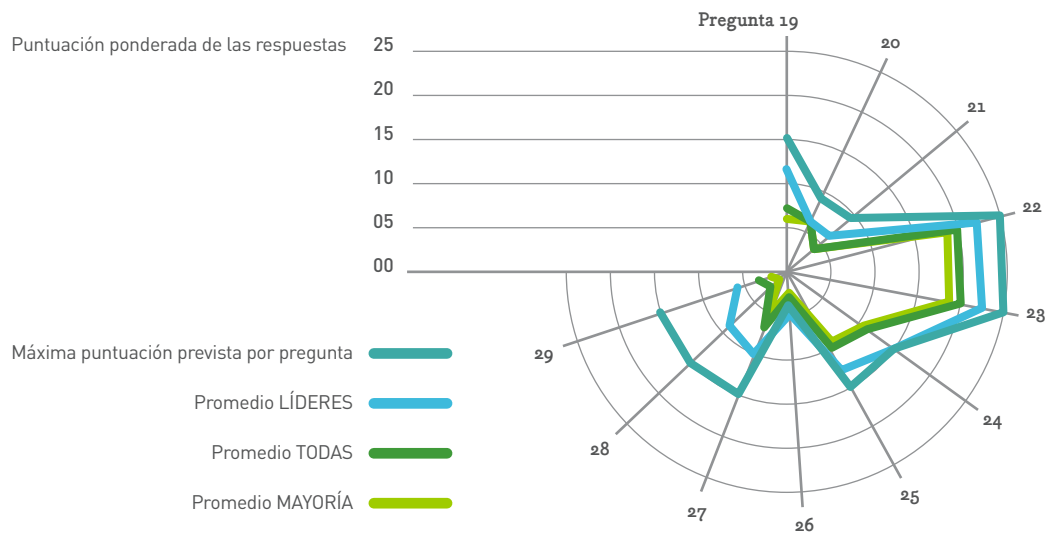
- Adhesión a iniciativas y/o acuerdos internacionales (Pacto Mundial, Objetivos de desarrollo del milenio de la ONU, Carbon Disclosure Project, Declaración Tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT, Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, otros).
- Acciones de intercambio de mejores prácticas con otras empresas.
- Acciones de promoción de la responsabilidad corporativa en pequeñas y medianas empresas.
- Pertenencia a asociaciones para la promoción de la responsabilidad corporativa.
- Orientación de sus campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible.
- Promoción de los productos y servicios a través de publicidad real, no ofensiva y respetuosa.
- Social media (blogs, redes sociales...).

¿Tiene su empresa un compromiso explícito con los principios de la responsabilidad corporativa en materia de publicidad?



Resultados globales





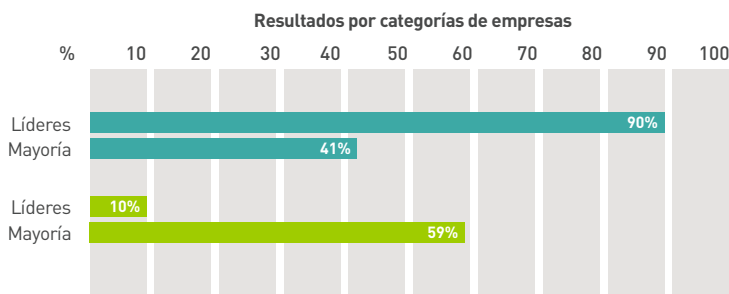
Nº PREGUNTA

19	¿La empresa presenta una triple cuenta de resultados consolidada que contemple ingresos y gastos y la faceta económica, ambiental y social?
20	¿La empresa tiene constancia de multas o sanciones derivadas del incumplimiento de leyes, regulaciones y compromisos en materia de responsabilidad corporativa?
21	¿Conoce y cuantifica su empresa los resultados tangibles e intangibles de sus proyectos de responsabilidad corporativa?
22	¿Realiza la empresa actividades de innovación responsable, entendiendo como tales aquellas que consideran en la I+D+i aspectos ambientales y sociales?
23	¿Ha incorporado su empresa las TIC para la mejora de la eficiencia y la gestión de procesos?
24	¿Posee su empresa estándares de fabricación de productos y/o de prestación de servicios que contemplen aspectos ambientales y sociales, incluyendo en su caso su recogida y reutilización?
25	¿Tiene su empresa un compromiso explícito con los principios de la responsabilidad corporativa en materia de publicidad?
26	¿Toma en consideración su empresa estudios de hábitos de consumo responsable?
27	¿Realiza estudios de la reputación de su empresa o tiene en consideración las evaluaciones de monitores externos?
28	¿Utiliza fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa (ISR) para los planes de pensiones de su empresa?
29	¿Los fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa (ISR) - solidarios o similares- tienen presencia en el accionariado de su empresa?

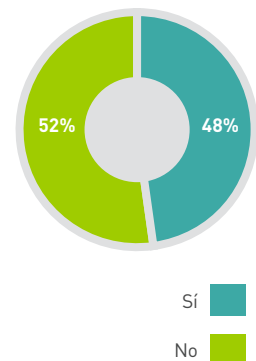
TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS

El 48% de las empresas presenta una triple cuenta de resultados consolidada que contempla ingresos y gastos y la faceta económica, ambiental y social. En el caso de las líderes, esta cifra se ha duplicado, del 47% de las empresas en 2009 al 90% actual, e idénticos resultados en el caso de las empresas que no lo son, cuyo porcentaje ha aumentado del 22% en 2009 al 41% actual. La diferencia entre ambas categorías también ha aumentado casi en la misma proporción, siendo éste uno de los aspectos de mejora de las empresas que conforman el espectro de “mayoría”.

¿La empresa presenta una triple cuenta de resultados consolidada que contemple ingresos y gastos y la faceta económica, ambiental y social?



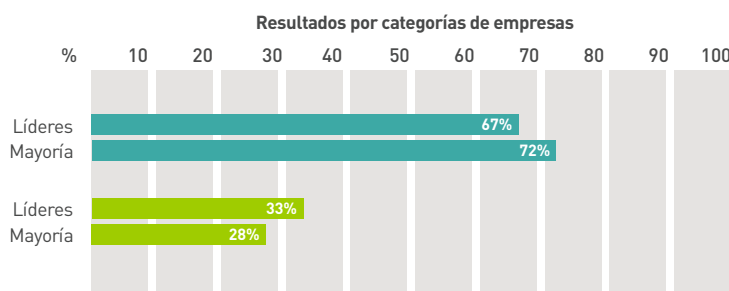
Resultados globales



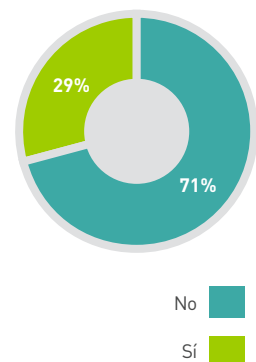
MULTAS O SANCIONES DERIVADAS DEL INCUMPLIMIENTO DE LEYES, REGULACIONES Y COMPROMISOS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Una de las premisas de la responsabilidad corporativa es, precisamente, que “va más allá de la ley”, por eso, aunque se trataría en tal caso de una obligación legal y no de responsabilidad corporativa, es un síntoma de transparencia y autoevaluación que la empresa contabilice y tenga en cuenta multas o sanciones derivadas del incumplimiento de leyes, regulaciones y compromisos en la materia, aunque sea para cerciorarse de que no las ha habido, como es el caso del 71% de las empresas participantes. No obstante, el 33% de las empresas líderes y el 28% de las que no lo son sí tienen constancia de tales incumplimientos. Ésta es sin duda un área que plantea nuevos retos, ya que la reforma del código penal introduce la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

¿La empresa tiene constancia de multas o sanciones derivadas del incumplimiento de leyes, regulaciones y compromisos en materia de RC?



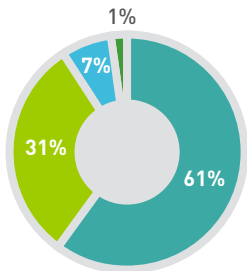
Resultados globales



INNOVACIÓN RESPONSABLE

Aumenta el porcentaje de empresas que realizan actividades de innovación responsable (entendiendo como tales aquellas que consideran en la I+D+i aspectos ambientales y sociales); sólo el 8% no lo hace, de entre las cuales un 7% reconoce, a pesar de ello, la necesidad de favorecer el clima de innovación y creatividad. Es notable también el aumento de empresas que destina un presupuesto y recursos específicos a la actividad, sobre todo entre las que no son líderes (56%). La innovación se ha convertido en un elemento estratégico de las empresas que mejora su competitividad en el mercado global.

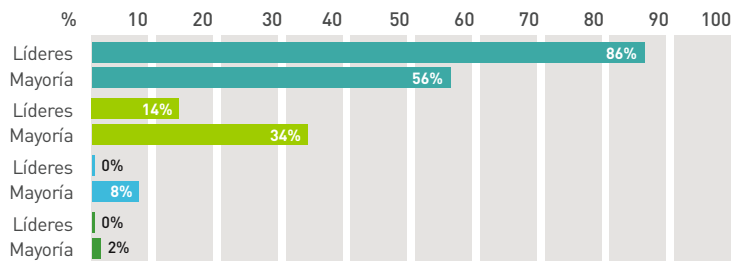
Resultados globales



- Sí, con un presupuesto y recursos específicos
- Sí, pero sin un presupuesto y/o recursos específicos
- No, pero se reconoce la necesidad de favorecer el clima de innovación y creatividad
- No

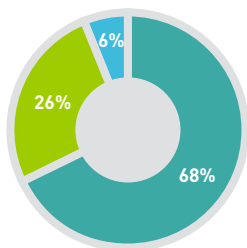
¿Realiza la empresa actividades de innovación responsable, entendiendo como tales aquellas que consideran en la I+D+i aspectos ambientales y sociales?

Resultados por categorías de empresas



Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) pueden contribuir a la mejora de la eficiencia y la gestión de procesos. Por ello, el 95% de las empresas líderes las han incorporado, de las cuales el 81% lo ha hecho con carácter transversal. En el caso de las empresas que forman parte del grupo "mayoría", las TIC también se han incorporado en el 93% de los casos, de los cuales, el 65% de las empresas lo han hecho igualmente con carácter transversal.

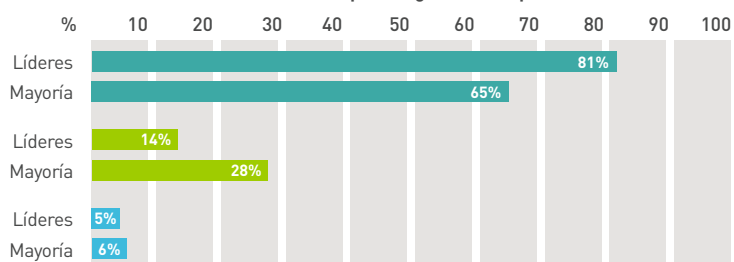
Resultados globales



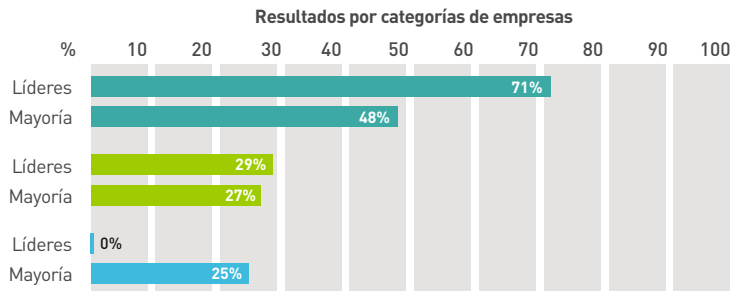
- Sí, con carácter transversal
- Sí, con carácter puntual
- No

¿Ha incorporado su empresa las TIC para la mejora de la eficiencia y la gestión de procesos?

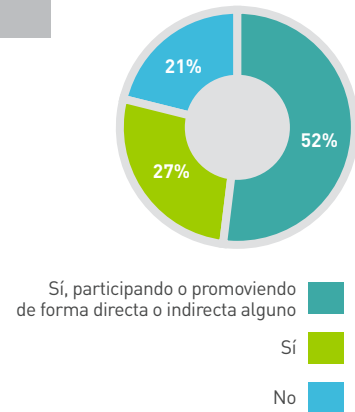
Resultados por categorías de empresas



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



Resultados globales

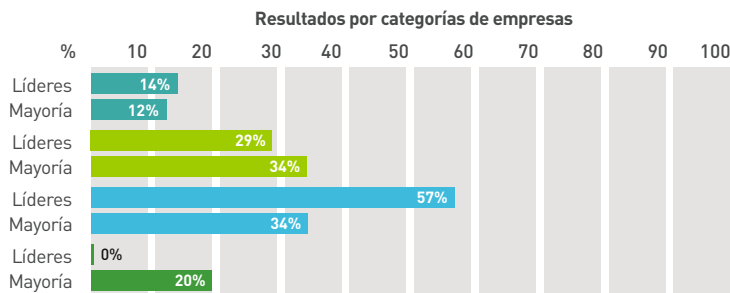


CONSUMO RESPONSABLE Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

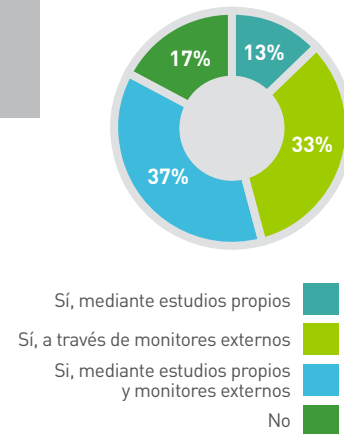
El 79% de las empresas participan y/o tienen en consideración estudios de hábitos de consumo responsable, de las cuales el 52% participa o promueve de forma directa o indirecta alguno, 71% en el caso de las líderes.

Todas las líderes también realizan estudios de reputación de su empresa, mayoritariamente mediante una combinación de estudios propios y monitores externos (57%), mientras que, entre las empresas “mayoría”, 34% lo hace a través de monitores externos y 34% mediante sistemas mixtos.

¿Realiza estudios de la reputación de su empresa o tiene en consideración las evaluaciones de monitores externos?



Resultados globales

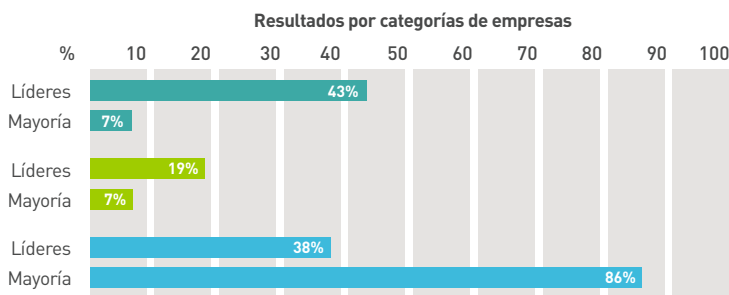




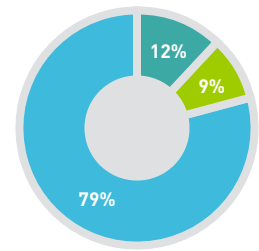
INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Se mantiene el porcentaje de empresas que utiliza fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa (ISR) para los planes de pensiones de la empresa (21% del total de la muestra) y la novedad es que los que invierten lo hacen en un volumen considerable, superior al 5% (12% de la muestra). No obstante, aquí las líderes sí se diferencian claramente de las que no lo son, puesto que el 62% de ellas sí utiliza fondos de inversión con criterios ESG⁴ para los planes de pensiones de la empresa, cifra que ha aumentado considerablemente desde el estudio anterior, en el que sólo un 38% de las líderes lo hacía.

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



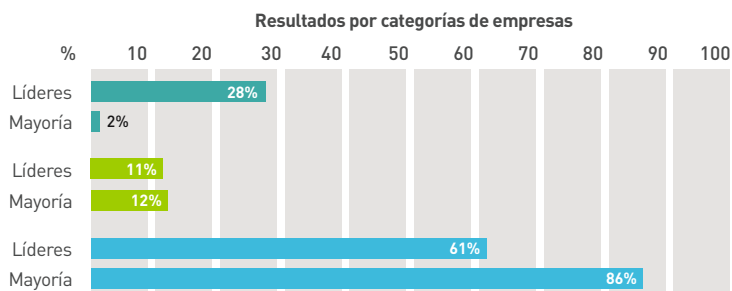
Resultados globales



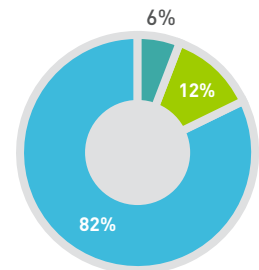
- Sí, con un porcentaje superior al 5%
- Sí, con un porcentaje inferior al 5%
- No

En esta tercera edición del estudio se ha tenido en cuenta, al respecto, no sólo la actuación de las empresas como inversoras en fondos que contemplan criterios sociales, ambientales y de gobierno corporativo, sino también la actividad de tales fondos como accionistas de las compañías. En el contexto general de las empresas participantes, un 18% de ellas cuentan con la presencia de tales fondos entre su accionariado, de los cuales un 6% participa de manera activa en la Junta de Accionistas (shareholder advocacy). En el caso de las líderes, este porcentaje es del 28% y apenas es representativo (2%) en el caso de las empresas que constituyen el universo de “mayoría”.

¿Los fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa (ISR) - solidarios o similares- tienen presencia en el accionariado de su empresa?

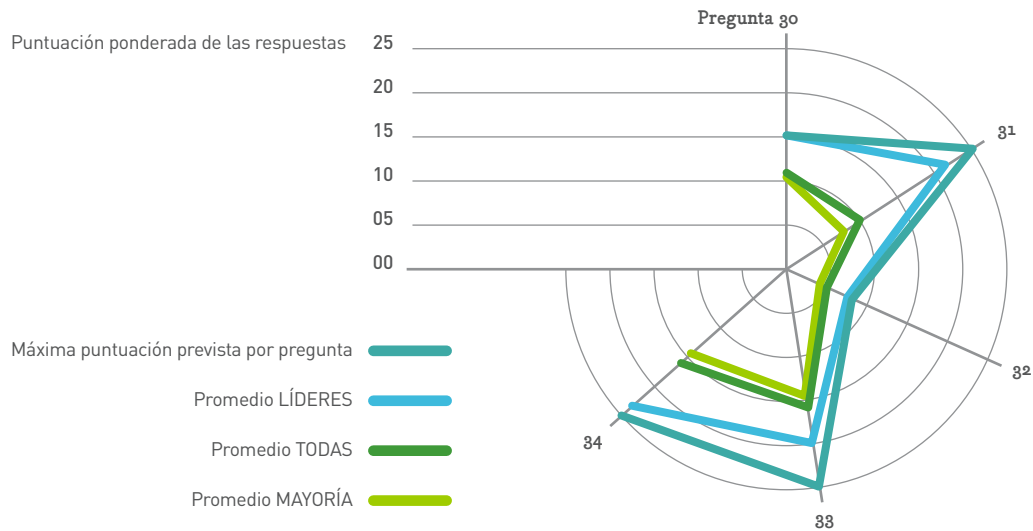


Resultados globales



- Sí, y participan activamente en la Junta de Accionistas
- Sí, pero la representación es mínima y no participan en la Junta y, si lo hacen, no ejercen su derecho de voto
- No

⁴ Inversión con criterios ESG o ASG significa que tiene en cuenta criterios Ambientales, Sociales y de Buen Gobierno.

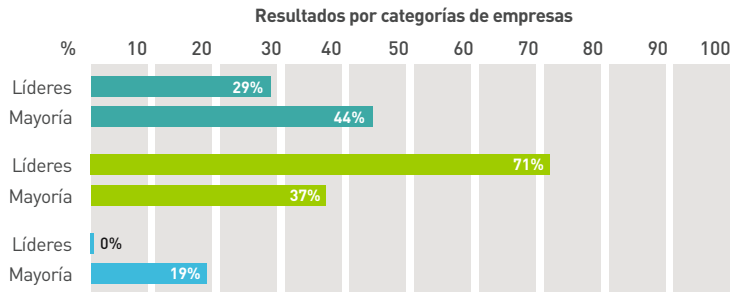


Nº PREGUNTA

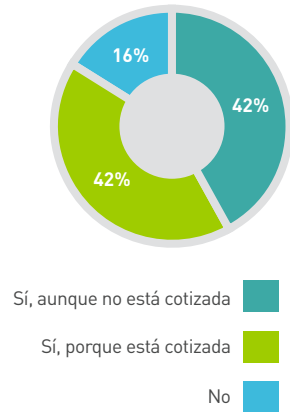
30	¿Adopta su empresa criterios de gobierno corporativo?
31	¿La responsabilidad corporativa está liderada en el Consejo de Administración de su empresa?
32	Indique si su compañía publica un informe sobre gobierno corporativo
33	¿Dispone su empresa de un sistema de gestión integral de riesgos?
34	¿Cuántos de los siguientes riesgos cubre la gestión integral de su empresa? Riesgos de mercado, operacionales/ de procesos, regulatorios, de contraparte o de negocio.



¿Adopta su empresa criterios de gobierno corporativo?



Resultados globales

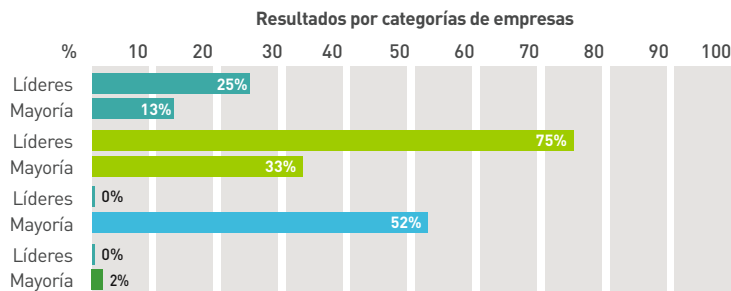


Todas las empresas líderes adoptan criterios de gobierno corporativo, lo que supone una ventaja como medida de prevención ante las modificaciones que en esta área plantea tanto la Ley de Economía Sostenible como las futuras modificaciones en el Código Unificado de Buen Gobierno.

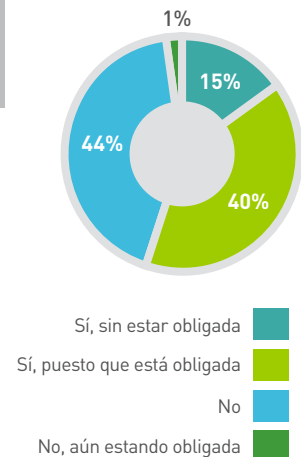
Un 45% de las empresas no publica informe de gobierno corporativo, la mayor parte de ellas porque no están obligadas. La totalidad de las empresas líderes sí publican estos informes, así como el 36% de las empresas “mayoría”.

La responsabilidad corporativa está liderada por el Consejo de Administración en el 46% de los casos y otro 14% no lo hace todavía, pero está previsto. Entre las empresas que lideran la responsabilidad corporativa desde sus Consejos de Administración, el 76% de las líderes lo hace a través de un consejero independiente o de una comisión específica y el 14% a través del asesoramiento que al Consejo brinda un consejo externo experto en responsabilidad corporativa. El 62% de empresas “mayoría” cuyo Consejo de Administración no está liderando estos temas demuestra que aún queda camino por recorrer para que se dote de carácter estratégico a las decisiones que conciernen aspectos relacionados con la responsabilidad corporativa.

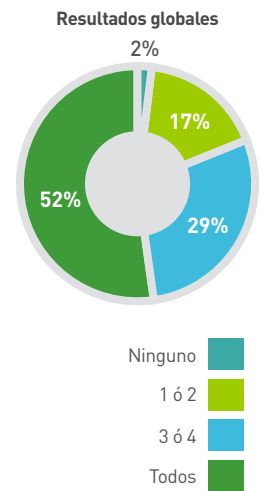
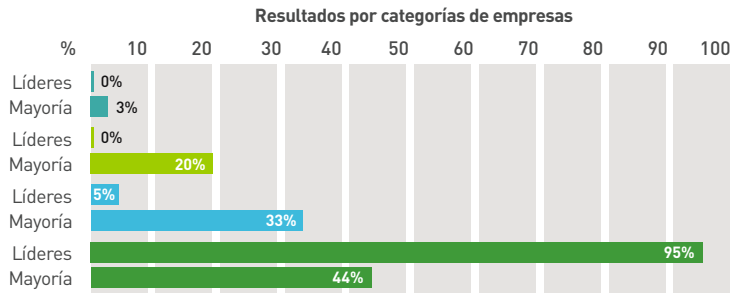
Indique si su compañía publica un informe sobre gobierno corporativo



Resultados globales



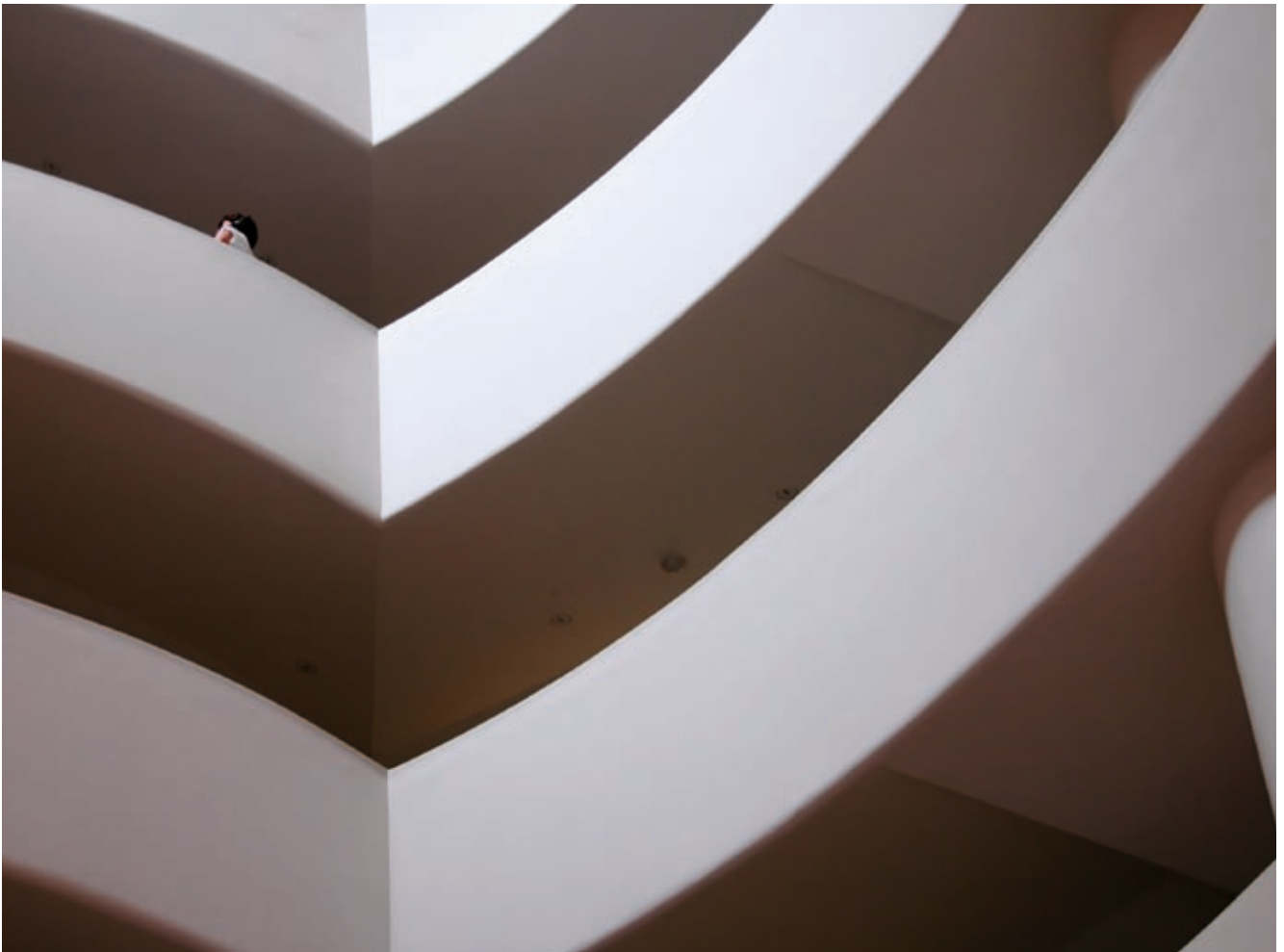
¿Cuántos de los siguientes riesgos cubre la gestión integral de su empresa?

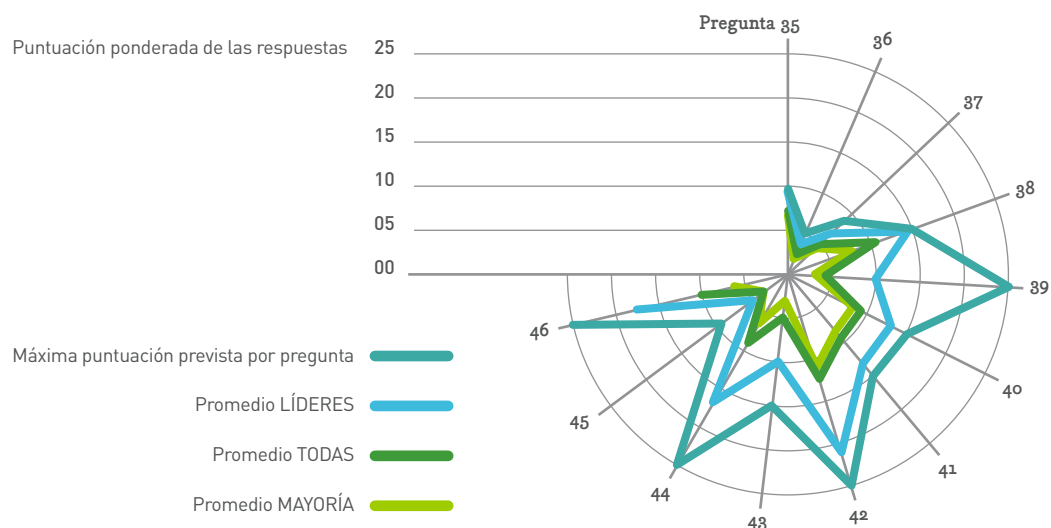


El 95% de las empresas líderes cubre, dentro de la gestión integral de riesgos, aquéllos derivados del mercado, los operacionales y de procesos, regulatorios, de contraparte y de negocio y el 5% restante, al menos, tres de ellos. En el caso de las empresas que no son líderes, el 77% contempla tres o más de estos riesgos y un 20%, al menos, uno de ellos.

Riesgos:

- Riesgos de mercado.
- Riesgos operacionales/de procesos.
- Riesgos regulatorios.
- Riesgos de contraparte.
- Riesgos de negocio.





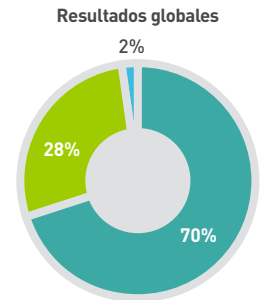
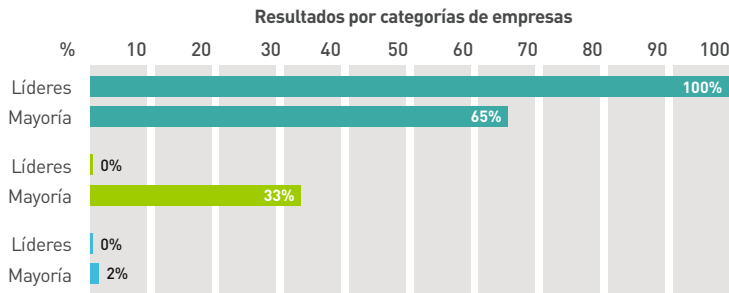
Nº PREGUNTA

35	¿Su empresa desarrolla acciones de carácter social?
36	Si su empresa efectivamente desarrolla acciones de carácter social, indique en cuántas de las siguientes acciones interviene: proyectos propios específicos de acción social, aportación económica para la cofinanciación de proyectos, aportación económica para la financiación de proyectos, voluntariado corporativo, compras solidarias, marketing con causa, cesión de activos (espacios físicos, publicitarios, etc.), donación u otros.
37	¿Su empresa realiza acciones de patrocinio y mecenazgo?
38	¿La empresa realiza acciones para la conservación del entorno en que opera?
39	¿La empresa realiza acciones de reconocimiento, tales como premios, para aquellos proveedores y/o subcontratas que demuestren un decidido compromiso con la responsabilidad corporativa?
40	¿La empresa fomenta las compras a proveedores locales o a proveedores de países en desarrollo que cumplen con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?
41	¿Realiza la empresa actividades de concienciación a sus clientes sobre el uso responsable y sostenible de sus productos?
42	¿Existe un código de conducta específico para proveedores?
43	¿Cuántas de las siguientes áreas contempla el código de conducta de proveedores?: Estándares laborales/ sociales, estándares ambientales/ protección del medio ambiente, estándares de salud y seguridad, Derechos Humanos, educación y formación, participación en la memoria de responsabilidad corporativa, inclusión de las expectativas de los proveedores en los planes de responsabilidad corporativa, creación y desarrollo de nuevos productos sostenibles.
44	Señale cuántas de las siguientes medidas ha implementado la empresa para el control de la cadena de suministro: se ha desarrollado un análisis de riesgos, que determina los productos y servicios susceptibles de riesgo en materias relacionadas con la responsabilidad corporativa; se trasladan los criterios específicos de responsabilidad corporativa o sostenibilidad a los proveedores de productos/servicios con mayor riesgo sobre el negocio a través de cuestionarios de auto evaluación; análisis específicos por etapas; se realizan auditorías sociales externas en la cadena de suministro en proveedores clasificados como susceptibles de riesgo de responsabilidad corporativa; existen políticas y procedimientos internos que sirvan de guía sobre cómo actuar en caso de no cumplimiento de la normativa por parte de los proveedores (definición de diferentes categorías de no cumplimiento, acciones recomendadas en caso de no cumplimiento); inspecciones en servicio; el incumplimiento de las condiciones pactadas de responsabilidad corporativa con los proveedores es causa de rescisión del contrato.
45	¿Realiza su empresa compras de productos o servicios procedentes de centros especiales de empleo?
46	¿La responsabilidad corporativa es un criterio indispensable para la calificación y selección de proveedores?

LA GESTIÓN SOCIAL EXTERNA SE ASIENTA SOBRE TRES PILARES: LA ACCIÓN SOCIAL Y OTRAS FORMAS DE COLABORACIÓN CON EL ENTORNO EN QUE OPERA LA EMPRESA (COMUNIDAD, CLIENTES...), EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS Y LA GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE PROVEEDORES.

ACCIÓN SOCIAL

¿Su empresa desarrolla acciones de carácter social?



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

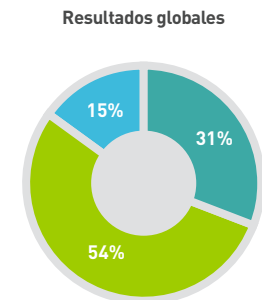
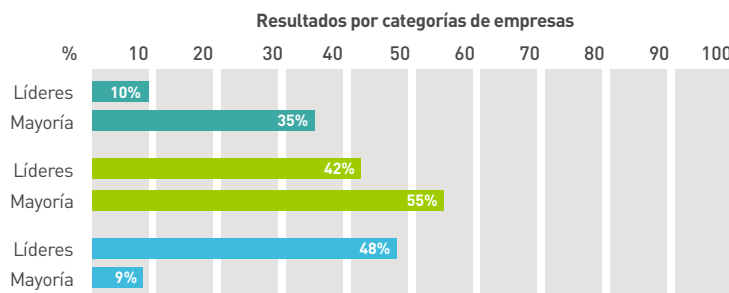
Partiendo de la premisa que la acción social sí forma parte de la responsabilidad corporativa, el estudio refleja que se mantienen los porcentajes en torno al desarrollo de las acciones de carácter social de las empresas, con un volumen de participación similar al de 2009 (100% en el caso de las líderes y 98% de promedio), lo que demuestra el firme compromiso de las empresas con la acción social, a pesar de los vaivenes del contexto económico actual. Igualmente se denota el carácter estratégico de estas acciones por parte de las empresas líderes, puesto que el 100% de ellas tiene un sistema estructurado de acción social, frente al 65% del grupo “mayoría”.

La acción social está diversificada, como demuestra el hecho que el 69% de las empresas, en términos generales, realiza de cinco a nueve actividades de este tipo. En el caso de las líderes, el 48% realiza más de ocho, mientras que en el segmento “mayoría” el 55% de las empresas realiza entre cinco y ocho actividades y el 35%, entre una y cuatro.

Acciones:

- Proyectos propios específicos de acción social.
- Aportación económica para la cofinanciación de proyectos.
- Aportación económica para la financiación de proyectos.
- Voluntariado corporativo.
- Compras solidarias.
- Marketing con causa.
- Cesión de activos (espacios físicos, publicitarios, etc.).
- Donación.
- Otros.

Si su empresa efectivamente desarrolla acciones de carácter social, indique en cuántas de las siguientes acciones interviene:

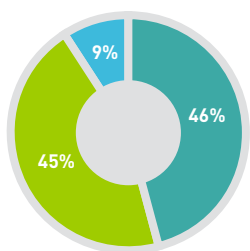


De 1 a 4
 De 5 a 8
 Todas

Otras acciones que se han tenido en cuenta en este apartado en las relaciones de la empresa con su entorno (comunidad, clientes...) han sido las siguientes:

- Acciones de patrocinio y mecenazgo: el 91% de las empresas las realizan, 100% de las líderes (62% de forma sistemática) y 90% en el caso de las que no lo son (43% de forma sistemática).

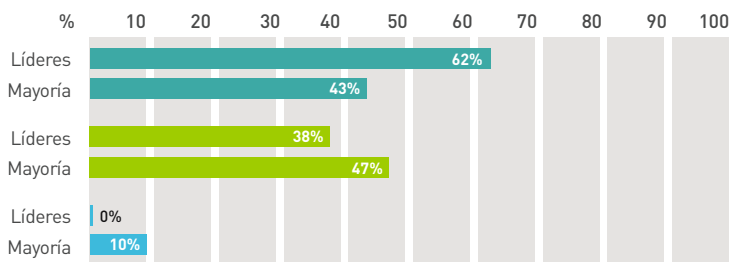
Resultados globales



- Sí, de forma sistemática
- Sí, con carácter puntual y teniendo en cuenta el fin económico de la empresa
- No

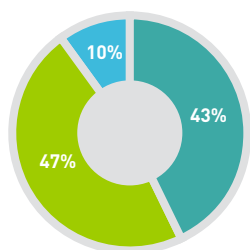
¿ Su empresa realiza acciones de patrocinio y mecenazgo?

Resultados por categorías de empresas



- Acciones para la conservación del entorno en que opera la empresa: el 90% de las participantes realizan este tipo de actividades. El 43% además, promueven que también se hagan entre sus proveedores, cifra que aumenta hasta el 86% en el caso de las líderes. El 12% de las empresas del universo "mayoría" no contempla estas actuaciones.
- Compras de productos o servicios procedentes de centros especiales de empleo: el 88% de las empresas ya realiza estas compras; el 33% de las líderes y el 12% de las que no lo son, en un gran volumen.
- La concienciación a clientes sobre uso responsable y sostenible de los productos es, junto a la participación y consideración de estudios de hábitos de consumo responsable, una cuestión en la que las empresas líderes han asumido su responsabilidad, ya que el 95% de ellas ya lo están haciendo, así como el 59% de las que no lo son.

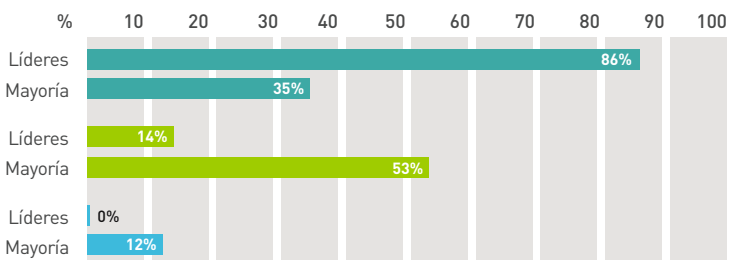
Resultados globales



- Sí, y promueve además acciones de ese tipo entre sus proveedores
- Sí
- No

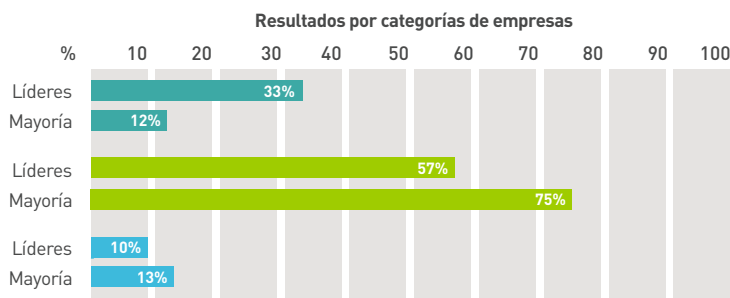
¿La empresa realiza acciones para la conservación del entorno en que opera?

Resultados por categorías de empresas

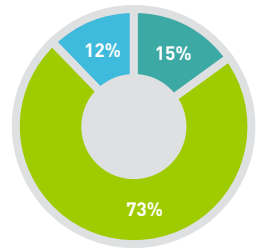




¿Realiza su empresa compras de productos o servicios procedentes de centros especiales de empleo?



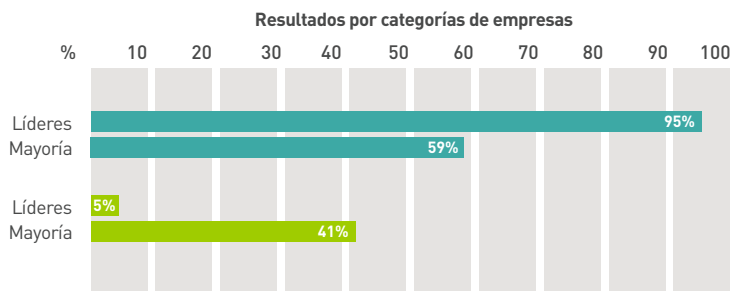
Resultados globales



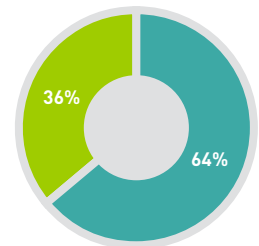
- Sí, para un gran volumen de ellos
- Sí, aunque sólo para algunos de ellos
- No

Uno de los tantos retos que se plantean a las empresas cuando tratan de posicionarse en el segmento de la responsabilidad corporativa como ventaja competitiva consiste en la sensibilización al consumidor de las actividades que está llevando a cabo la empresa y su correcta comunicación, para que no se perciba como una acción vacía de contenido.

¿Realiza la empresa actividades de concienciación a sus clientes sobre el uso responsable y sostenible de sus productos?



Resultados globales

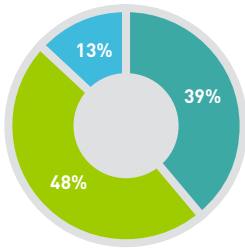


- Sí
- No

DERECHOS HUMANOS

El área del respeto a los derechos humanos ha sido reforzada desde la publicación anterior en los siguientes aspectos:

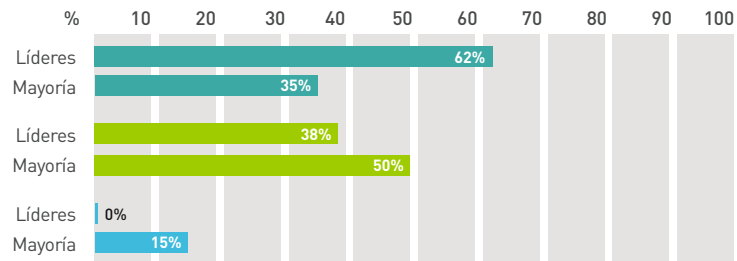
Resultados globales



- Sí, hay una auto declaración/compromiso interno firmado por la Dirección y que se ha comunicado a los empleados
- Sí, la empresa ha declarado su firme compromiso con carácter externo e interno
- No hay tal compromiso por escrito, público y accesible

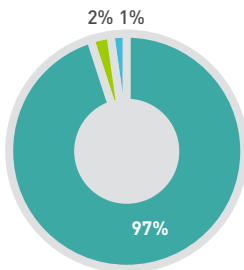
¿Existe un compromiso firme de la empresa con los derechos humanos?

Resultados por categorías de empresas



- El 87% de las empresas tiene un compromiso firme con los derechos humanos, el 62% de las líderes tiene una autodeclaración interna comunicada sólo a empleados y firmada por la Dirección y el 38% restante lo ha hecho con carácter interno y externo. En el caso de las empresas “mayoría”, el 50% ha declarado este compromiso con carácter interno y externo y el 35% mediante una autodeclaración. El 15% restante no tiene tal compromiso por escrito.

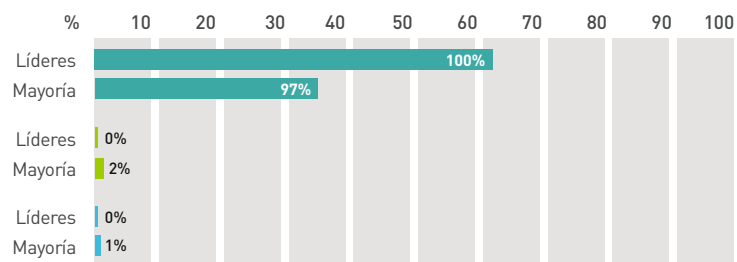
Resultados globales



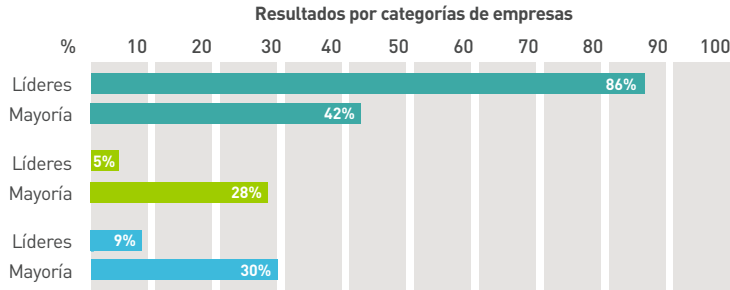
- No existen denuncias probadas de incumplimiento de los derechos humanos, convenciones que los desarrollan o legislación básica de la OIT
- Existen denuncias aún no resueltas sobre alguno de esos aspectos
- Existen denuncias probadas por incumplimiento de estos derechos

¿Cuál es el grado de cumplimiento de las políticas de recursos humanos y derechos humanos?

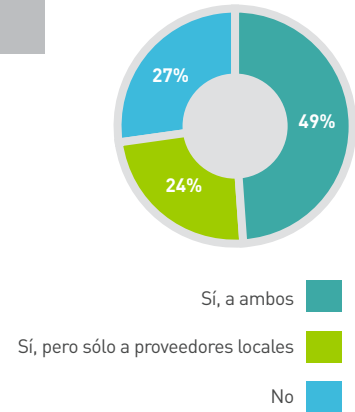
Resultados por categorías de empresas



¿La empresa fomenta las compras a proveedores locales o a proveedores de países en desarrollo que cumplen con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?



Resultados globales

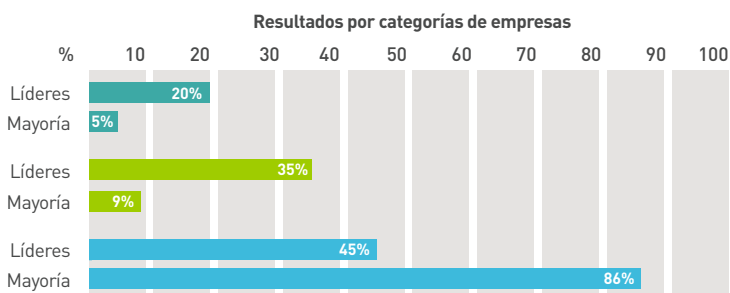


- En cuanto al grado de cumplimiento de las políticas de recursos humanos y derechos humanos, en ningún caso dentro del segmento de las empresas líderes existen denuncias probadas de incumplimiento de los mismos, convenciones que los desarrollan o legislación básica de la OIT. En el caso de las empresas del segmento “mayoría”, sólo un 2% admite tener denuncias aún no resueltas sobre algunos de estos aspectos.
- El 73% de las empresas fomentan las compras a proveedores locales o proveedores en países en desarrollo que cumplen con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El 86% de las líderes, en ambos casos, 42% en el supuesto de las empresas que no lo son. El 5% de las líderes y 28% de las que constituyen el grupo “mayoría” fomenta las compras a proveedores locales que cumplen estas características y un 9% y un 30%, respectivamente, no realiza acciones de fomento en este sentido en ninguno de los casos.

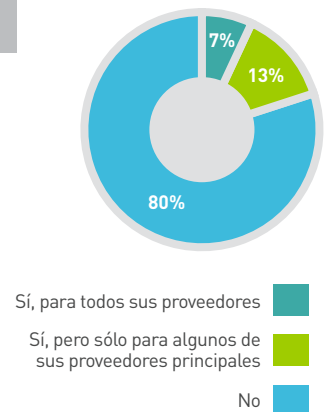
GESTIÓN DE LA CADENA DE PROVEEDORES

El tercer pilar de la gestión social externa, es, por último, pero no por ello menos importante, la gestión responsable de la cadena de proveedores, que contemplaría las siguientes medidas:

¿La empresa realiza acciones de reconocimiento, tales como premios, para aquellos proveedores y/o subcontratas que demuestren un decidido compromiso con la responsabilidad corporativa?

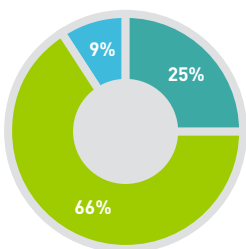


Resultados globales



- Acciones de reconocimiento para proveedores y subcontratas comprometidos con la responsabilidad corporativa: en general, el 20% de las empresas ha puesto en marcha actividades de esta índole, 55% en el caso de las líderes y 14% de las que no lo son. Y si bien estas cifras han aumentado considerablemente respecto al estudio realizado en 2009 (12% de empresas que realizaban estas prácticas), esta mejora queda patente sobre todo en el segmento de las líderes, que han pasado de un 20% a un 55%, entre las cuales 20% lo hacen para todos sus proveedores y el 35% restante sólo para algunos de los principales.

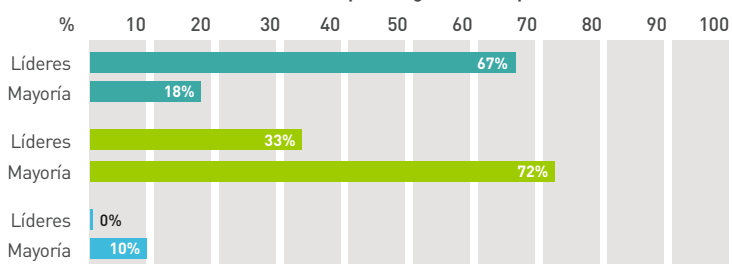
Resultados globales



- Sí, no se efectuará ninguna compra a clientes que no cumplan los mínimos exigidos de RC
- No, pero es un criterio orientativo en todos los procesos de compra
- No, en ningún caso

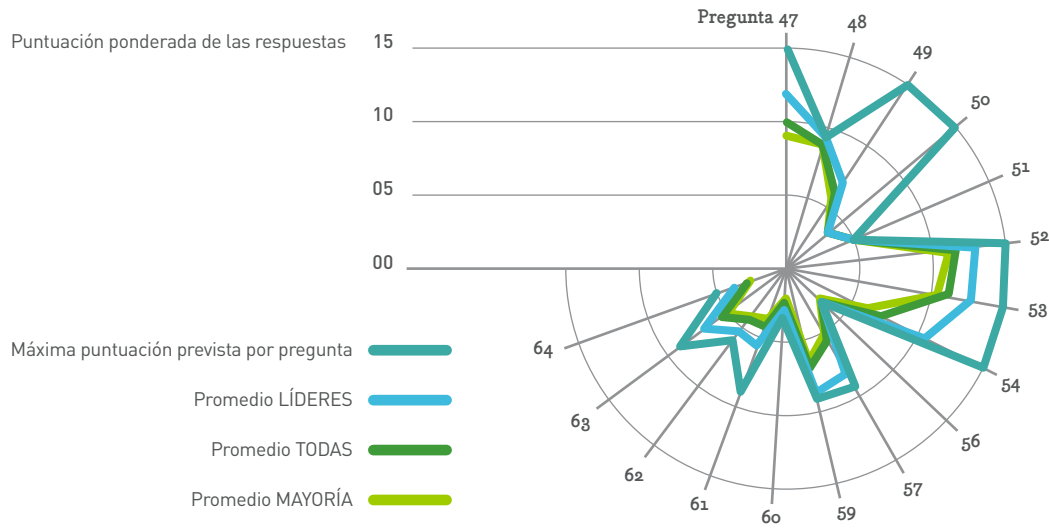
¿La RC es un criterio indispensable para la calificación y selección de proveedores?

Resultados por categorías de empresas



- Existencia de un código de conducta específico de proveedores.
- Medidas para el control de la cadena de suministro.
- La responsabilidad corporativa es considerada más como un criterio orientativo para la calificación y selección de proveedores (66% de promedio) que como un criterio indispensable (25%). En el caso de las líderes, el 67% no efectúa ninguna compra a proveedores que no cumplan los mínimos exigidos de responsabilidad corporativa y el 33% restante tiene en cuenta los criterios de responsabilidad corporativa con carácter orientativo, de manera que, de una u otra forma, la responsabilidad corporativa está presente en el 100% de los criterios de compra y la selección de proveedores de las empresas líderes.

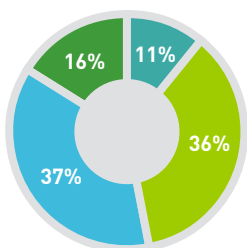




Nº PREGUNTA	
47	¿Existe un compromiso firme de la empresa con los derechos humanos?
48	¿Cuál es el grado de cumplimiento de las políticas de recursos humanos y derechos humanos?
49	¿Tiene su empresa un sistema de gestión para asegurar la accesibilidad en centros de trabajo y/o instalaciones?
50	% de superación del volumen de contratación de empleados según LISMI
51	¿Su empresa tiene un sistema de gestión de la seguridad y salud laboral?
52	Señale cuántos de entre los siguientes aspectos contempla el sistema de gestión de la seguridad y salud laboral (SSL) de su empresa: revisión regular de la política de SSL y de sus resultados; programación anual de proyectos de eliminación o reducción de riesgos; indicadores para su seguimiento y evaluación; formación de los empleados en cuestiones de SSL; objetivos en cuestiones de SSL; certificación OHSAS 18001 o similar; otros.
53	¿Cumple su empresa todos los aspectos de la Ley de Igualdad?
54	¿Cuántas de entre las siguientes medidas contempla su empresa para la gestión de la igualdad y la diversidad?: la empresa tiene un plan de igualdad; la empresa tiene política de igualdad; la empresa elabora un balance/ informe sobre las medidas de igualdad implantadas en la empresa; existen planes de no discriminación; hay un sistema de gestión de la multiculturalidad; no existen tales planes o políticas, pero sí prácticas concretas para su respeto.
56	¿Existen herramientas de promoción de una remuneración competitiva y equitativa entre hombres y mujeres?
57	¿Dispone su empresa de planes de carrera para sus empleados?
59	¿Evalúa sistemáticamente las necesidades de formación y de capacitación de sus empleados para llevar a cabo las estrategias de la empresa?
60	Señale cuántas de las siguientes medidas incluye el programa de formación de la empresa: igualdad y no discriminación, prevención de riesgos laborales, buenas prácticas ambientales, principios y actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa, convenios de colaboración con entidades educativas.
61	¿Desarrolla su empresa proyectos y actividades para la mejora de la salud de sus empleados y la mejora de sus hábitos de vida (práctica de deporte, alimentación adecuada, etc.)?

62	¿La empresa valora el compromiso personal de los candidatos con la ética y los valores asociados a la responsabilidad corporativa existentes en la empresa?
63	¿Dispone su empresa de medidas de conciliación?
64	¿Cuántos de los siguientes beneficios sociales contempla la empresa en su relación con los empleados?: flexibilidad horaria; teletrabajo; seguro médico privado; plan de pensiones.; guardería; cheque comida; apoyo profesional, asesoramiento y servicios; apoyo extrasalarial, financiero y material; modalidades de permisos más allá de lo establecido por ley; periodo de excedencia o tiempo libre para proyectos de impacto social (voluntariado), investigación o desarrollo estratégico de la compañía.

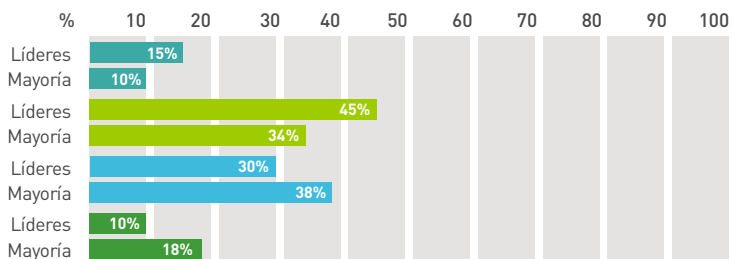
Resultados globales



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

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

Resultados por categorías de empresas

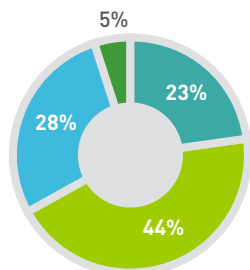


ACCESIBILIDAD Y DISCAPACIDAD

La accesibilidad es una premisa básica para asegurar que todos los colaboradores de la empresa pueden tener acceso al puesto de trabajo en igualdad de condiciones. Se mantiene con ligeras variaciones, en general, el porcentaje de empresas que tienen un sistema de gestión para asegurar la accesibilidad en centros de trabajo y/o instalaciones. Entre las que no lo tienen, un 37% realizan estudios y proyectos de accesibilidad.

En cuanto a la incorporación de personas con capacidades diferentes en la plantilla de las empresas, algunas de ellas no sólo cumplen con el mínimo legal que establece la LISMI (44%), sino que van más allá, como es el caso del 33% de compañías que así lo hacen. El 78% de las empresas “mayoría” cumplen el mínimo legal o van más allá, hasta superar en un 5% el volumen de contratación establecido por ley, como ocurre en el 5% de los casos. En la categoría de “líderes”, el 74% cumple el mínimo legal o va más allá.

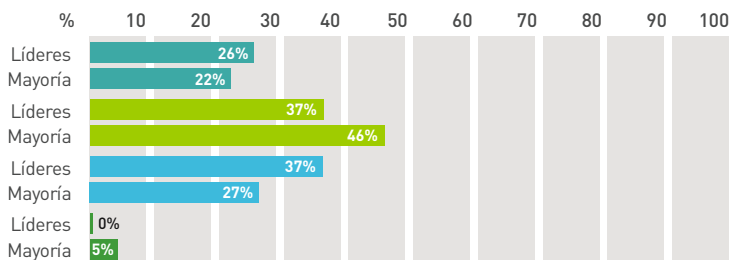
Resultados globales



- No se cumple el mínimo establecido por ley
- Se cumple con el mínimo legal (2%)
- De 2 a 5%
- Más del 5%

% de superación del volumen de contratación de empleados según LISMI

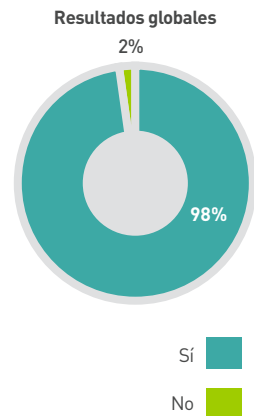
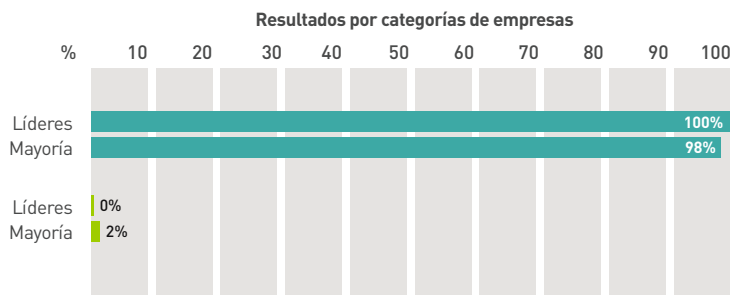
Resultados por categorías de empresas



SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

En la pasada edición del estudio, el 97% de las empresas tenía implantado un sistema de gestión de la seguridad y salud laboral, 98% en la actual edición, con un 100% de las líderes que lo tienen implantado y un 98% de las que no lo son. El 93% contemplan cuatro o más de los aspectos planteados. El 57% de las líderes contempla todos los aspectos, 45% de las que no lo son, entre los que se mencionan políticas, programas anuales, formación, objetivos, certificaciones (OHSAS 18001) u otros.

¿Su empresa tiene un sistema de gestión de la seguridad y salud laboral?



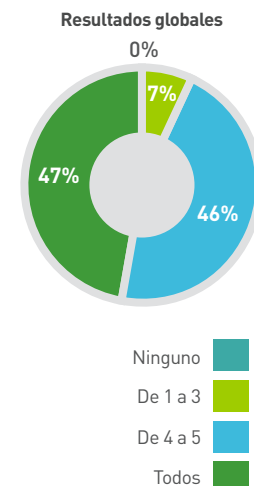
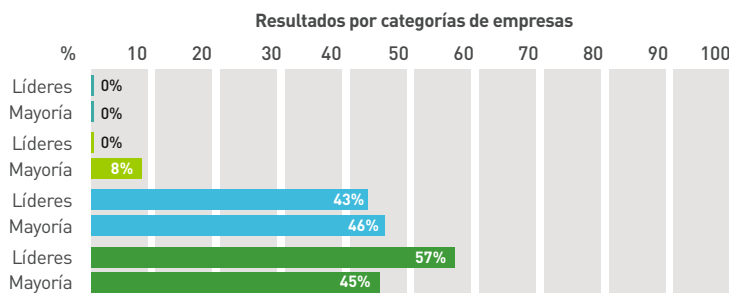
Entre los aspectos enumerados en el sistema de gestión de la seguridad y salud laboral, se señalan los siguientes:

- Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados.
- Programación anual de proyectos de eliminación o reducción de riesgos.
- Indicadores para su seguimiento y evaluación.
- Formación de los empleados en cuestiones de SSL.
- Objetivos en cuestiones de SSL.
- Certificación OHSAS 18001 o similar.
- Otros.

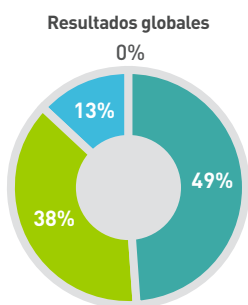
Aspectos:

- Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados.
- Programación anual de proyectos de eliminación o reducción de riesgos.
- Indicadores para su seguimiento y evaluación.
- Formación de los empleados en cuestiones de SSL.
- Objetivos en cuestiones de SSL.
- Certificación OHSAS 18001 o similar.
- Otros.

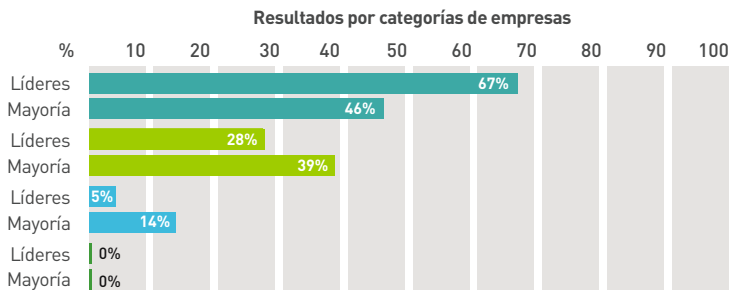
Señale cuántos de entre las siguientes aspectos contempla el sistema de gestión de la seguridad y salud laboral (SSL) de su empresa:



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



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



Medidas:

- La empresa tiene un plan de igualdad.
- La empresa tiene política de igualdad.
- La empresa elabora un balance/informe sobre las medidas de igualdad implantadas en la empresa.
- Existen planes de no discriminación.
- Hay un sistema de gestión de la multiculturalidad.
- No existen tales planes o políticas, pero sí prácticas concretas para su respeto.

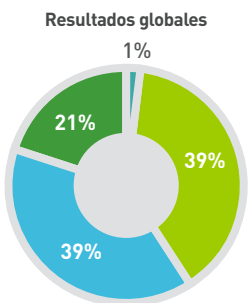
IGUALDAD Y DIVERSIDAD

El 100% de las empresas cumple la ley de igualdad o están adoptando las medidas adecuadas para su cumplimiento, entre las que se encuentran las siguientes:

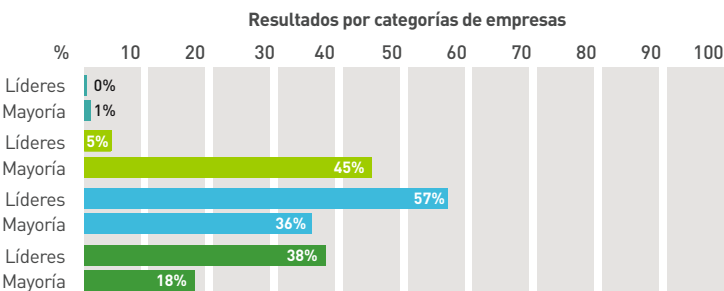
- Plan de igualdad.
- Política de igualdad.
- Elaboración de un balance/informe sobre las medidas de igualdad implantadas en la empresa.
- Planes de no discriminación.
- Sistema de gestión de la multiculturalidad.

El número de medidas adoptado por las empresas está en este caso muy fragmentado, aunque la mayoría de las líderes (57%) han implantado cuatro o cinco de ellas, y un 38%, todas; porcentajes que disminuyen en el caso de las que no son líderes, hasta el 36% y el 18%, respectivamente.

¿Cuántas de entre las siguientes medidas contempla su empresa para la gestión de la igualdad y la diversidad?



- Ninguna
- De 1 a 3
- De 4 a 5
- Todas





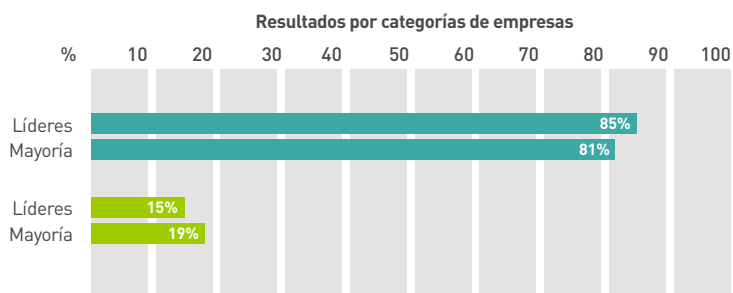
IGUALDAD SALARIAL

A esta cuestión han respondido 27 empresas del total de 144 que componen la muestra. La desigualdad salarial entre hombre y mujeres es de un 9%. Siendo en las empresas líderes la desigualdad de un 8% y de un 7,6% en la mayoría de las empresas.

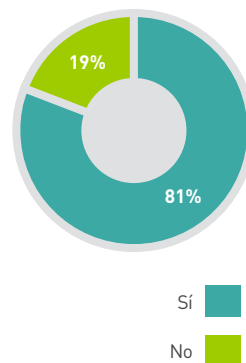
Sin que se puedan aventurar conclusiones generales, dado lo limitado de la muestra, destaca que el 81% de las empresas que han contestado esta pregunta declara que existe igualdad salarial entre géneros.

El 85% de las empresas líderes tiene herramientas de promoción de una remuneración equitativa y competitiva entre hombres y mujeres, 81% en el caso de las empresas que no lo son. El resto, 15% y 19% respectivamente, no tienen tales herramientas.

¿Existen herramientas de promoción de una remuneración competitiva y equitativa entre hombres y mujeres?



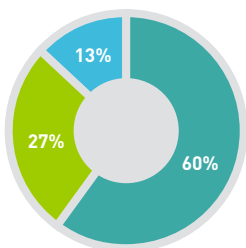
Resultados globales



FORMACIÓN Y EMPLEABILIDAD DE LA PLANTILLA

PLANES DE CARRERA PARA EMPLEADOS: en este punto destaca el aumento del porcentaje de empresas con planes de carrera para el personal directivo (del 19% en 2009 al 27% actual). Entre las líderes, todas disponen de planes de carrera para sus empleados, manteniéndose el porcentaje de aquéllos destinados sólo a directivos (14%), mientras que ha aumentado el porcentaje de empresas con planes de formación para todos los empleados, ya que esta cifra ha aumentado ligeramente del 81% en 2009 a 86% en 2011.

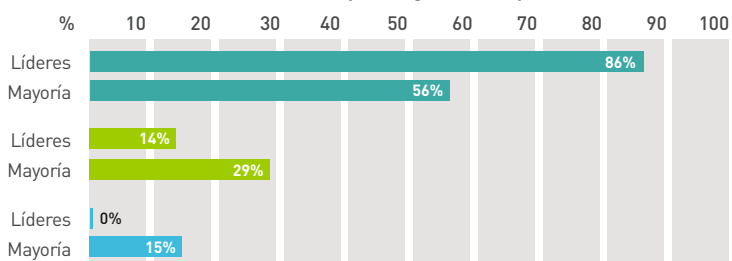
Resultados globales



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

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

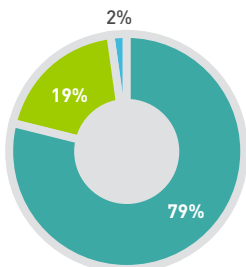
Resultados por categorías de empresas



PLANES DE EMPLEABILIDAD DE LA PLANTILLA⁶: 27,28 horas de formación por empleado es el promedio de todas las empresas participantes, 31,35 horas entre las líderes y 26,53 horas entre las que no lo son.

Se mantienen en general las mismas cifras que en el estudio anterior, de manera que casi todas las empresas evalúan sistemáticamente las necesidades de formación y capacitación de sus empleados para llevar a cabo las estrategias de la empresa. De igual manera, sobre todo entre las líderes, se evalúa sistemáticamente las necesidades de formación y capacitación de los empleados para la estrategia de la empresa, en todo tipo de formación (95%).

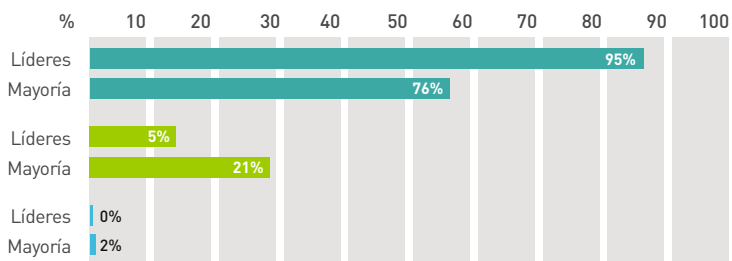
Resultados globales



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

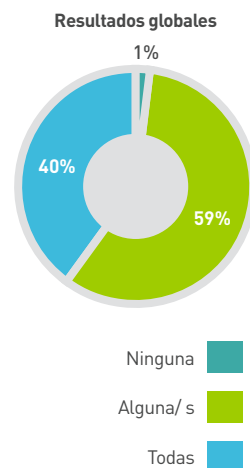
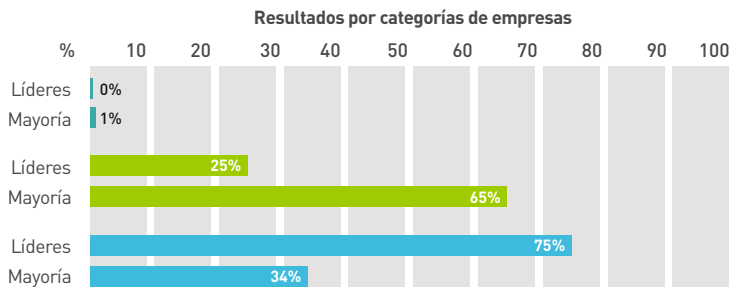
¿Evalúa sistemáticamente las necesidades de formación y de capacitación de sus empleados para llevar a cabo las estrategias de la empresa?

Resultados por categorías de empresas



⁶ Es importante destacar, antes de entrar a valorar los resultados, que en esta pregunta sólo ha habido 93 respuestas, del total de 144 empresas participantes, lo que representa un 65% del total de la muestra.

Señale cuántas de las siguientes medidas incluye el programa de formación de la empresa:



Medidas:

- Igualdad y no discriminación.
- Prevención de riesgos laborales.
- Buenas prácticas ambientales.
- Principios y actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa.

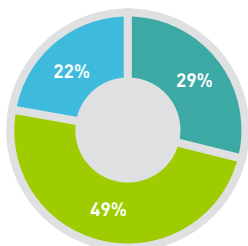
Entre las medidas que incluye el programa de formación de la empresa, se proponían las siguientes:

- Igualdad y no discriminación.
- Prevención de riesgos laborales.
- Buenas prácticas ambientales.
- Principios y actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa.
- Convenios de colaboración con entidades educativas.

Respecto a estas medidas, el 99% de las empresas han adoptado, al menos, alguna de ellas. En el caso de las líderes, el 75% de las empresas las han adoptado todas, lo mismo que el 34% de las empresas del segmento “mayoría”.



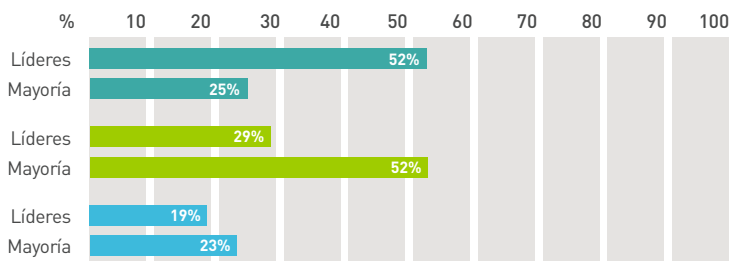
Resultados globales



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

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

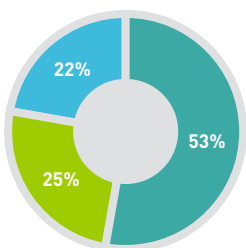
Resultados por categorías de empresas



El 78% de las empresas desarrolla proyectos y actividades para la mejora de la salud de los empleados y la mejora de sus hábitos de vida, manteniéndose en cifras similares a las de 2009, aunque disminuye el porcentaje de empresas que evalúa el resultado de estas iniciativas, tanto si tenemos en cuenta el cómputo total de empresas (de 32% en 2009 a 29% en el estudio actual), como en el caso de las líderes (de 71% a 52%).

Las cuestiones relacionadas con la ética y el compromiso personal de los candidatos con la misma y los valores asociados a la responsabilidad corporativa en la empresa son importantes para el 78% de las empresas (67% en 2009). También las líderes han mejorado su representación en este campo, 100% de las empresas participantes, de las cuales, además, el 81% garantiza la objetividad, transparencia, igualdad de oportunidades y no discriminación en el proceso (de selección y promoción).

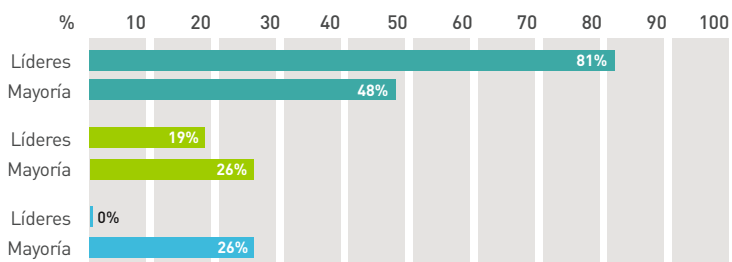
Resultados globales

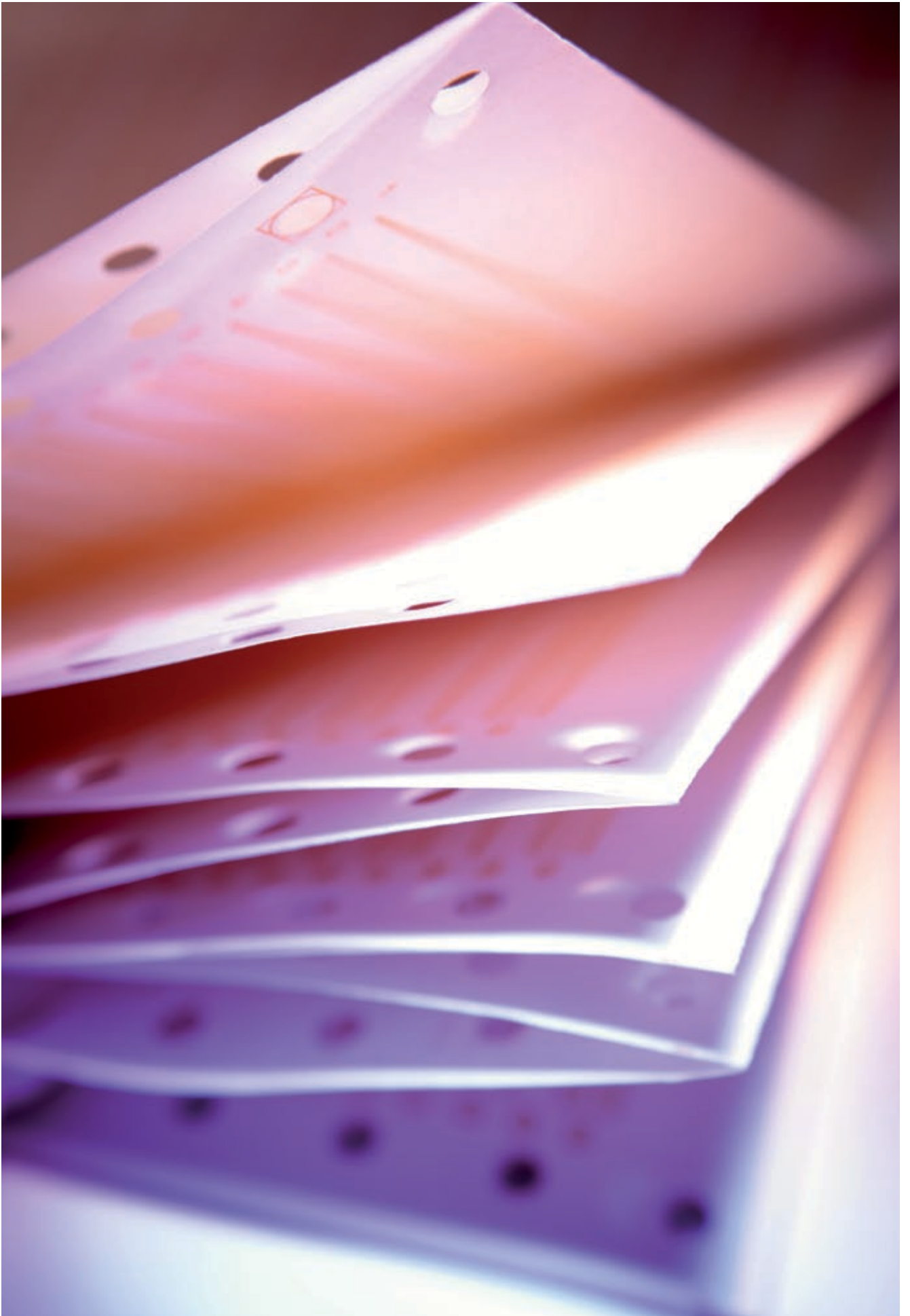


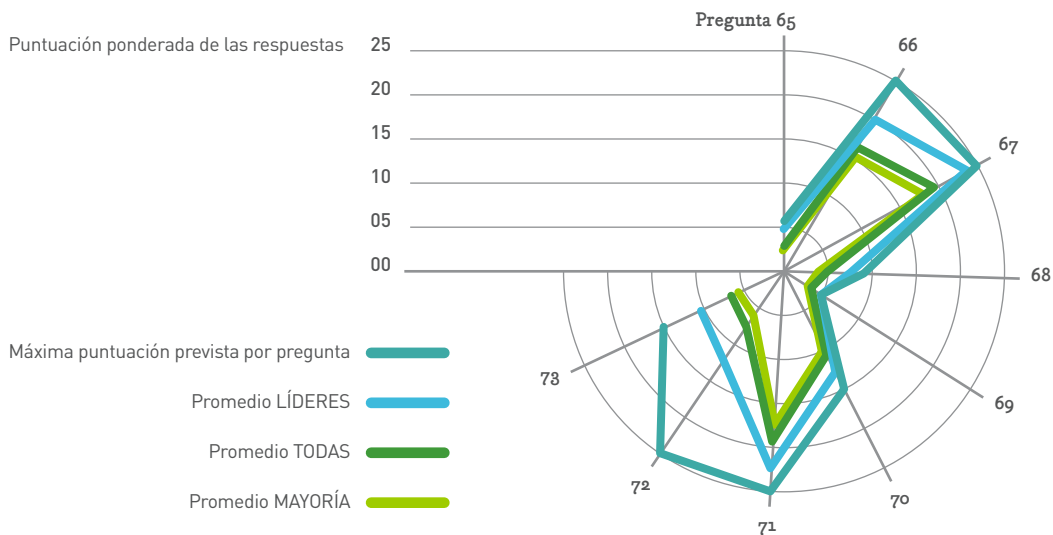
- Sí, garantizando además la objetividad, transparencia, igualdad de oportunidades y no discriminación en el proceso
- Sí
- No

¿La empresa valora el compromiso personal de los candidatos con la ética y los valores asociados a la RC existentes en la empresa?

Resultados por categorías de empresas







Nº PREGUNTA	
65	¿Cuántos de los siguientes aspectos contempla la política de gestión ambiental de la empresa?: sistema de gestión ambiental, acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia de procesos internos y/o productos y servicios, plan de reducción de consumos de materias básicas, cambio climático, prevención de la contaminación, mejora de la eficiencia energética en las operaciones y productos, programas para potenciar la biodiversidad, indicador global de calidad medioambiental, la gestión ambiental en la cadena de proveedores, códigos voluntarios sobre información y etiquetado de productos y servicios.
66	¿Dispone de un sistema de gestión ambiental?
67	¿Se ha definido en su empresa una estrategia de reducción/compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y lucha contra el cambio climático?
68	¿La empresa tiene estrategias para maximizar oportunidades en la oferta de productos y servicios relacionados con el cambio climático?
69	¿Cuántas de las siguientes materias tiene en cuenta el plan de reducción de consumos?: agua, energía, combustibles, papel, tóner, materiales informáticos, embalajes u otros.
70	¿Dispone su empresa de un plan de gestión y minimización de residuos?
71	¿Dispone su empresa de acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la eficiencia energética de procesos internos y/o productos y servicios comercializados?
72	¿Tiene su empresa establecido un plan de movilidad sostenible?
73	¿La empresa realiza actividades para la preservación de la biodiversidad?



Aspectos:

- Sistema de gestión ambiental.
- Acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia de procesos internos y/o productos y servicios.
- Plan de reducción de consumos de materias básicas.
- Cambio climático.
- Prevención de la contaminación.
- Mejora de la eficiencia energética en las operaciones y productos.
- Programas para potenciar la biodiversidad.
- Indicador global de calidad medioambiental.
- La gestión ambiental en la cadena de proveedores.
- Códigos voluntarios sobre información y etiquetado de productos y servicios.

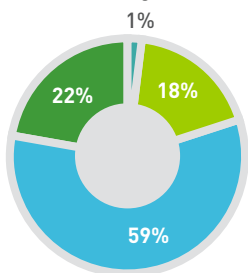
POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL

En cuanto a los aspectos contemplados en la política de gestión ambiental de la empresa, el 99% de las empresas contempla, al menos, alguno de los siguientes aspectos planteados, que luego se han tenido en cuenta en el desarrollo de este apartado:

- Sistema de gestión ambiental.
- Acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia de procesos internos y/o productos y servicios.
- Plan de reducción de consumos de materias básicas.
- Cambio climático.
- Prevención de la contaminación.
- Mejora de la eficiencia energética en las operaciones y productos.
- Programas para potenciar la biodiversidad.
- Indicador global de calidad medioambiental.
- La gestión ambiental en la cadena de proveedores.
- Códigos voluntarios sobre información y etiquetado de productos y servicios.

Todas las empresas líderes incorporan, al menos, cinco de estos aspectos: 67% de ellas, todos y 33%, entre cinco y nueve. En el caso de las empresas del segmento “mayoría”, el 77% contempla, al menos, cinco de estos aspectos.

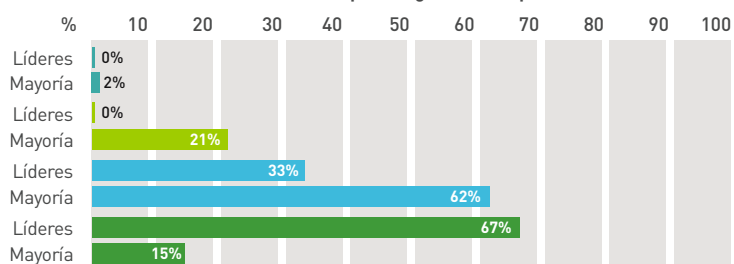
Resultados globales



- Ninguna
- De 1 a 4
- De 5 a 9
- Todos

¿Cuántos de los siguientes aspectos contempla la política de gestión ambiental de la empresa?

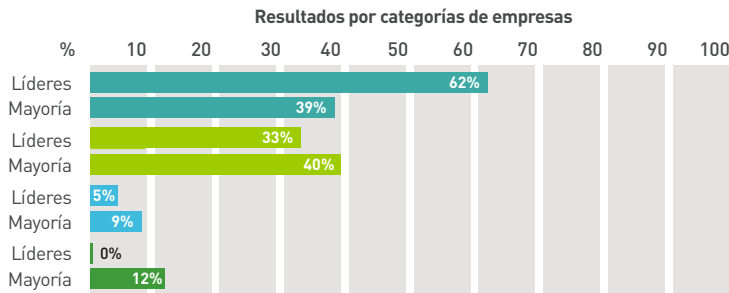
Resultados por categorías de empresas



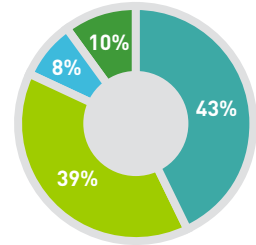
SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Al igual que en el estudio de 2009, todas las empresas líderes (100%) tienen sistema de gestión ambiental, 90% como promedio, sin que haya habido cambios sustanciales al respecto.

¿Dispone de un sistema de gestión ambiental?



Resultados globales



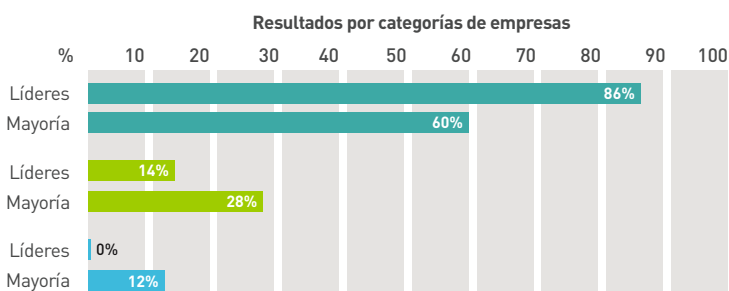
- Sí, y está certificado/registrado para todos los centros y actividades
- Sí pero sólo está certificado/registrado en algunos centros y actividades
- Sí, pero no está certificado ni registrado
- No

CAMBIO CLIMÁTICO

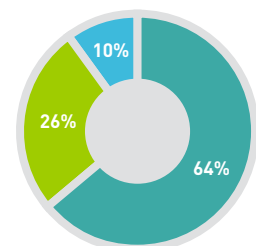
Aumenta el porcentaje de empresas que adoptan acciones relacionadas con el cambio climático, ya que el 90% de ellas tiene una estrategia de reducción y/o compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y lucha contra el cambio climático o, en su caso, realiza acciones puntuales. De nuevo, las líderes encabezan la implementación estratégica de estas medidas, puesto que un 86% de ellas ya ha definido tal estrategia, 60% en el caso de las que no lo son.

El 81% de las empresas ha optado por maximizar oportunidades relacionadas con la estrategia de reducción y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero en la oferta de productos y servicios. En el caso de las líderes, 81% lo han hecho a través de estrategias y el 19% restante tiene previstas algunas actuaciones con determinados productos y servicios, algo que todavía tienen pendiente las empresas que no son líderes, que no contemplan esta posibilidad en el 22% de los casos.

¿Se ha definido en su empresa una estrategia de reducción/compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y lucha contra el cambio climático?



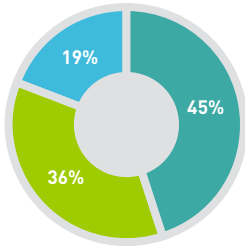
Resultados globales



- Sí
- No hay una estrategia, pero sí acciones puntuales
- No

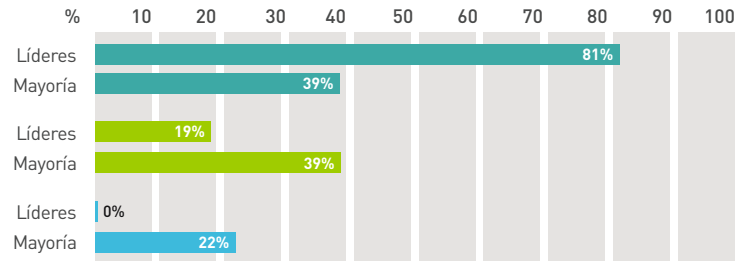
¿La empresa tiene estrategias para maximizar oportunidades en la oferta de productos y servicios relacionados con el cambio climático?

Resultados globales



- Sí
- No, pero están previstas algunas actuaciones con determinados productos y servicios
- No

Resultados por categorías de empresas



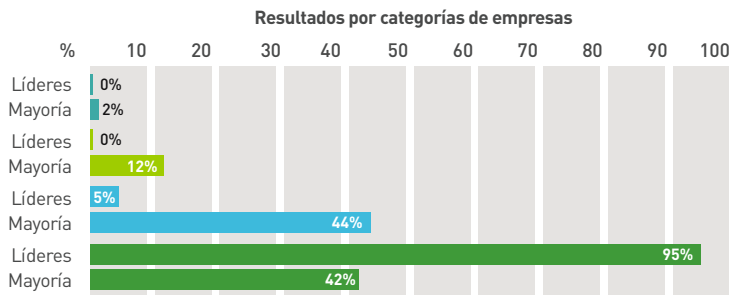
PLAN DE REDUCCIÓN DE CONSUMOS Y GESTIÓN Y MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS

El 100% de las empresas líderes tienen un plan de reducción de consumos que contempla de cuatro a seis de las siguientes materias: agua, energía, combustibles, papel, tóner, materiales informáticos, embalajes u otros. En el cómputo general, mejoran ligeramente los registros de las empresas que tienen un plan reducción de consumos, ya que frente al 96% de 2009, en el actual estudio el 98% de las empresas lo tiene. En la mitad de los casos, 50%, se contemplan todas las materias propuestas.

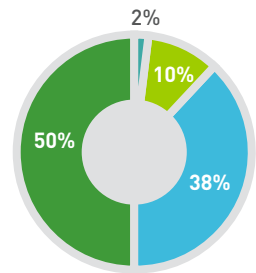
Materias:

- Agua.
- Energía.
- Combustibles.
- Papel.
- Tóner.
- Materiales informáticos.
- Embalajes.
- Otros.

¿Cuántas de las siguientes materias tiene en cuenta el plan de reducción de consumos?



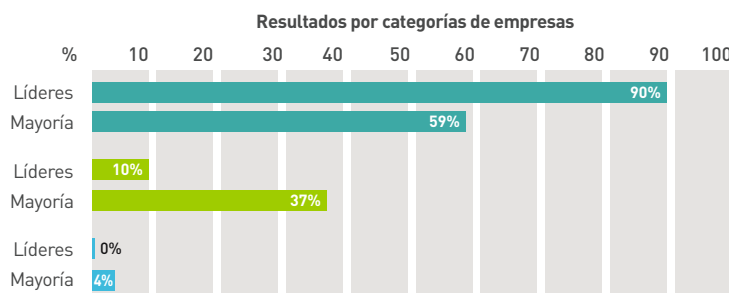
Resultados globales



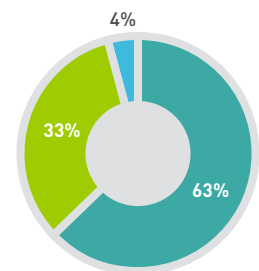
- Ninguna, porque no hay un plan de reducción de consumos
- De 1 a 3
- De 4 a 6
- Todos

Como complemento de este plan de reducción de consumos, el 96% de las empresas tiene un plan de gestión y minimización de residuos, también con una ligera mejoría en los porcentajes respecto a 2009. El 90% de empresas líderes contempla la gestión y minimización de todos los residuos, 59% en el caso de las empresas que no forman parte de esta categoría.

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



Resultados globales

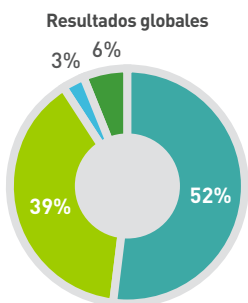


- Sí, para todos los residuos
- Sí, pero sólo para algunos residuos
- No



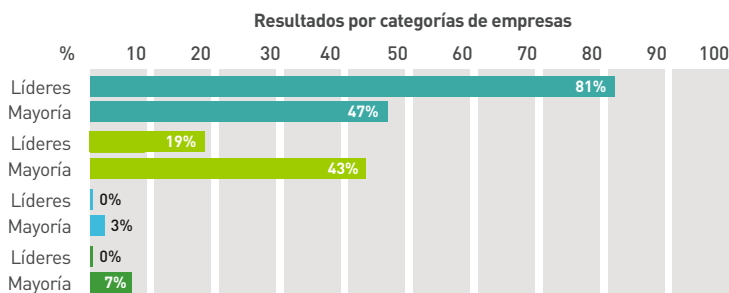
EFICIENCIA ENERGÉTICA

Desciende considerablemente el porcentaje de empresas que no dispone de acciones para promover la eficiencia energética de procesos y productos (de 15% en 2009 a 6% en la edición actual). En el caso de las líderes, el 100% de las empresas de esta categoría disponen de acciones o proyectos al respecto, 81% para la mayoría de procesos internos y productos y servicios comercializados (47% en el caso de las empresas “mayoría”), 19% sólo para algunos de ellos (43% de las que no son líderes).



- Sí, para la mayoría
- Sí, pero sólo para algunos
- La empresa prevé la gestión integral de los productos desechados por clientes y usuarios después de su vida útil
- No

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

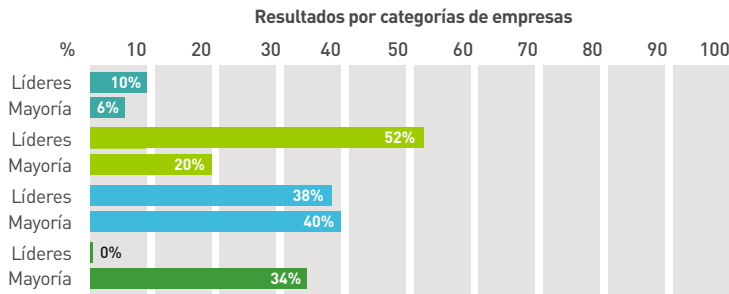


MOVILIDAD SOSTENIBLE

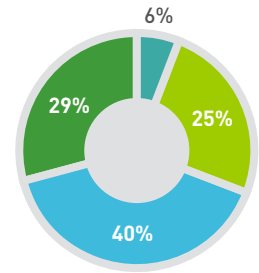
El 71% empresas tiene un plan de movilidad sostenible u otras medidas relacionadas. En el caso de las empresas líderes, el 52% de ellas tiene un plan de movilidad sólo para empleados y otro 10% también contempla en el mismo a otros grupos de interés.

La inclusión del contenido sobre movilidad sostenible en la Ley de Economía Sostenible podría impulsar esta medida.

¿Tiene su empresa establecido un plan de movilidad sostenible?



Resultados globales

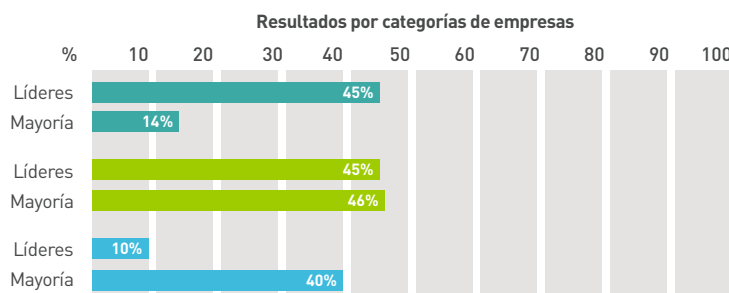


- Sí, para todos los grupos de interés
- Sí, pero sólo para empleados
- No, pero sí ha contemplado otras medidas que fomentan la movilidad sostenible
- No

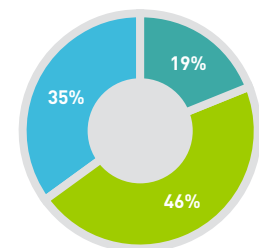
BIODIVERSIDAD

El 65% de las empresas realiza actividades para la preservación de la biodiversidad, 90% en el caso de las líderes, a través del establecimiento de planes de biodiversidad (45% de las empresas) o de prioridades teniendo en cuenta su impacto sobre la misma (45%). El 60% de las empresas “mayoría” realiza algún tipo de actividad.

¿La empresa realiza actividades para la preservación de la biodiversidad?



Resultados globales



- Sí, y para ello tiene un Plan de acción para la biodiversidad
- La compañía no tiene un Plan de acción, pero sí ha establecido prioridades teniendo en cuenta su impacto sobre la biodiversidad
- No



06.

APROXIMACIÓN
SECTORIAL

LAS 144 EMPRESAS PARTICIPANTES REPRESENTAN LOS SIGUIENTES SECTORES:

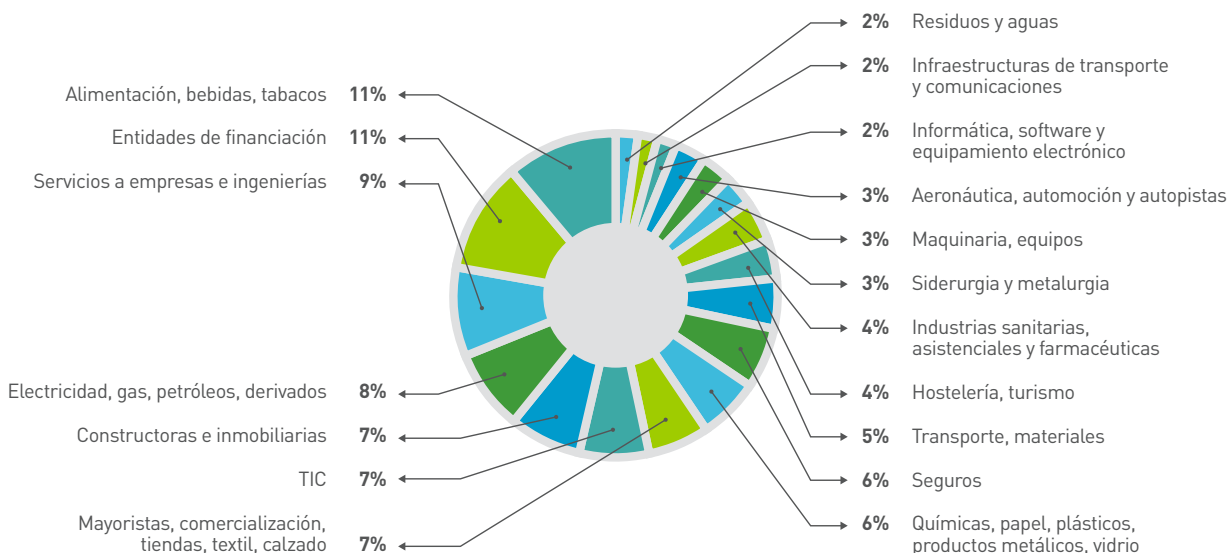
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Alimentación, bebidas, tabacos	16
Aeronáutica, automoción y autopistas	4
Constructoras e inmobiliarias	10
Electricidad, gas, petróleos, derivados	11
Entidades de financiación	16
Hostelería, turismo	6
Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas	6
Informática, software y equipamiento electrónico	3
Infraestructuras de transporte y comunicaciones	3
Maquinaria, equipos	4
Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado	9
Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio	9
Residuos y aguas	3
Seguros	9
Servicios a empresas e ingenierías	13
Siderurgia y metalurgia	5
TIC	10
Transporte, materiales	7

De las 21 categorías propuestas en el cuestionario, el estudio finalmente muestra los resultados de 18, puesto que hay dos sectores que no han participado (Medios de comunicación, editoriales, ocio y entretenimiento y Operadores y telecomunicaciones, éste último finalmente integrado en TIC), se ha integrado igualmente el sector de "Ingenierías" en "Servicios a empresas e ingenierías", se ha creado otra categoría no prevista inicialmente, pero a la que respondían un número de empresas en el segmento "Otros" que así lo han hecho necesario (Infraestructuras de transporte y comunicaciones) y, por último, se ha considerado oportuno reubicar las empresas que habían seleccionado el sector "Otros" en aquéllos considerados más afines con su negocio, a fin de aportar resultados homogéneos de valor y no crear un cajón de sastre que impidiese la comparabilidad entre los resultados.

El peso de cada uno de los sectores representados sobre el total de la muestra se representa en el gráfico siguiente:

Representación sectorial

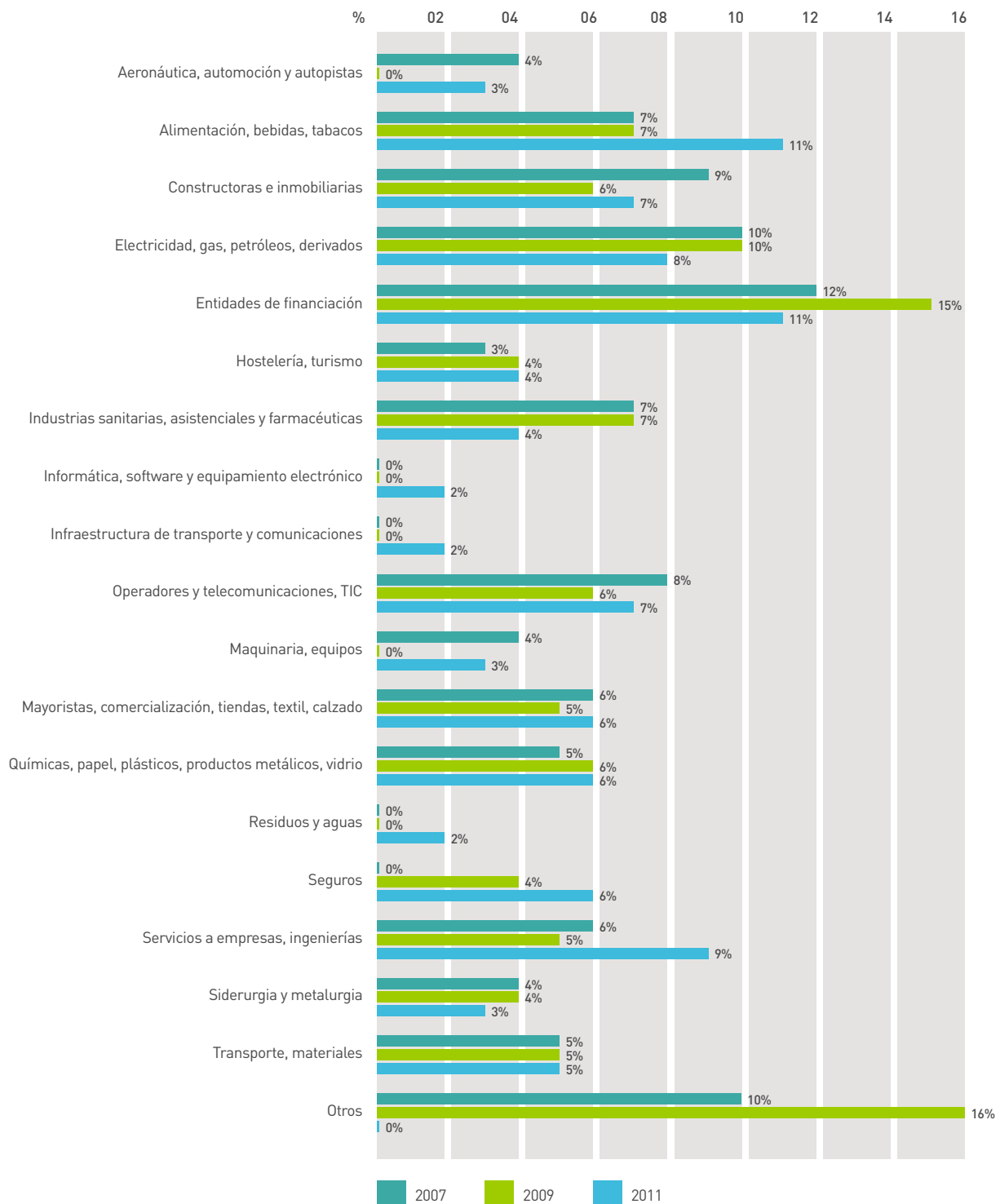
Representación de empresas participantes por sectores



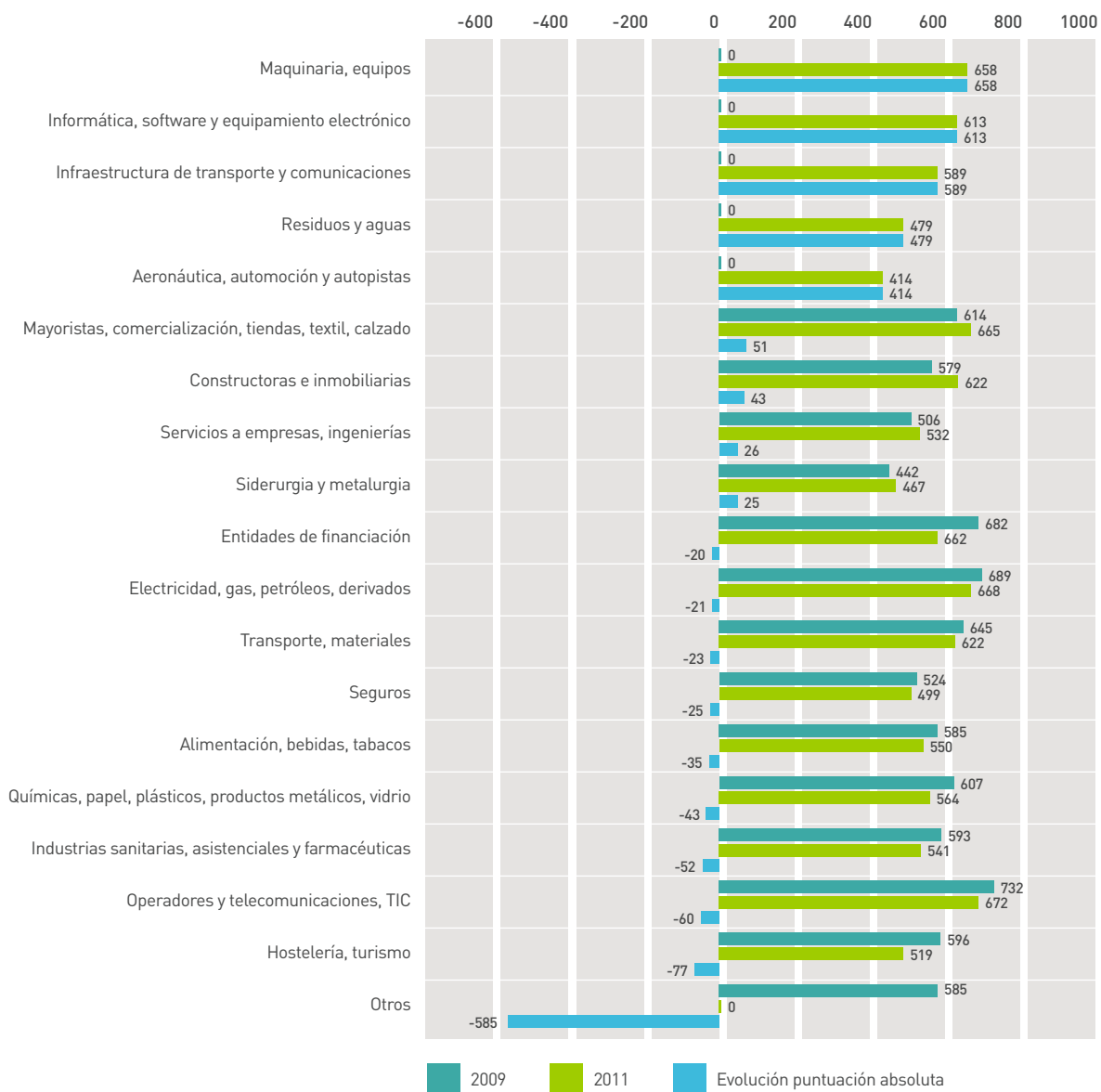
EVOLUCIÓN DE LA REPRESENTACIÓN SECTORIAL

Desde que se inició la serie de publicaciones del *Estudio sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España*, la representación de los sectores participantes ha sufrido la siguiente evolución:

Evolución de la representación de empresas por sector (en número de participantes)



Evolución de la puntuación por sectores



PUNTUACIÓN SECTORIAL

Sin entrar a valorar en profundidad la posición de cada sector y los resultados de las preguntas y áreas correspondientes, materia que en todo caso sería objeto de informes sectoriales concretos⁷, el gráfico anterior da una visión general del posicionamiento en el estudio actual de cada uno de los sectores participantes y su evolución respecto al estudio anterior (2009).

⁷ Sobre los informes sectoriales, más información en isabel.castillo@clubsostenibilidad.org o en el teléfono 917820858



A row of green lockers with silver handles and a white circular graphic overlay. The lockers are arranged in a row, and the handles are visible. The white circle is positioned in the upper left quadrant of the image.

07.

CONCLUSIONES

EN GENERAL, DE LOS RESULTADOS DEL PRESENTE ESTUDIO SE CONCLUYE QUE EL LIDERAZGO DE UNA EMPRESA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA LO DETERMINA SU IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA. LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS HAN MADURADO EN EL ÁMBITO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y YA NO BASTA CON LOS PRINCIPIOS Y BUENAS INTENCIONES, LA EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD VIENE DETERMINADA AHORA POR LA APLICACIÓN Y ADOPCIÓN DE MEDIDAS CONCRETAS PARA SU IMPLANTACIÓN, COMO SON:

- La adopción de una estrategia y una política de responsabilidad corporativa.
- La creación de una estructura interna sólida dependiente de un cargo directivo, como el director de responsabilidad corporativa (cuyo porcentaje entre las líderes ha aumentado de 71% en 2009 a 90% en 2011).
- La adopción de códigos de conducta completos (movidos por la importancia de la ética, marcada además por el entorno económico y el fortalecimiento de la normativa en torno a la transparencia y *compliance* de las empresas).
- La adopción de indicadores concretos de medición y su concreción en un cuadro de mando específico para la Alta Dirección.
- La integración de la responsabilidad corporativa en los procesos de innovación.
- La acción social estratégica.
- El control de la cadena de suministro.
- La concienciación a clientes sobre uso responsable y sostenible.
- Los sistemas completos de gestión ambiental.
- La estrategia de reducción CO₂, tanto a nivel operativo como comercial.

El resto de empresas que configura el universo “mayoría” aprovecha todos los recursos disponibles para la mejora de su posicionamiento en responsabilidad corporativa (importante aquí la influencia y el uso de las TIC) pero en general no destacan como grupo, si no que podrían considerarse unos “líderes en potencia”. En concreto, la mayor

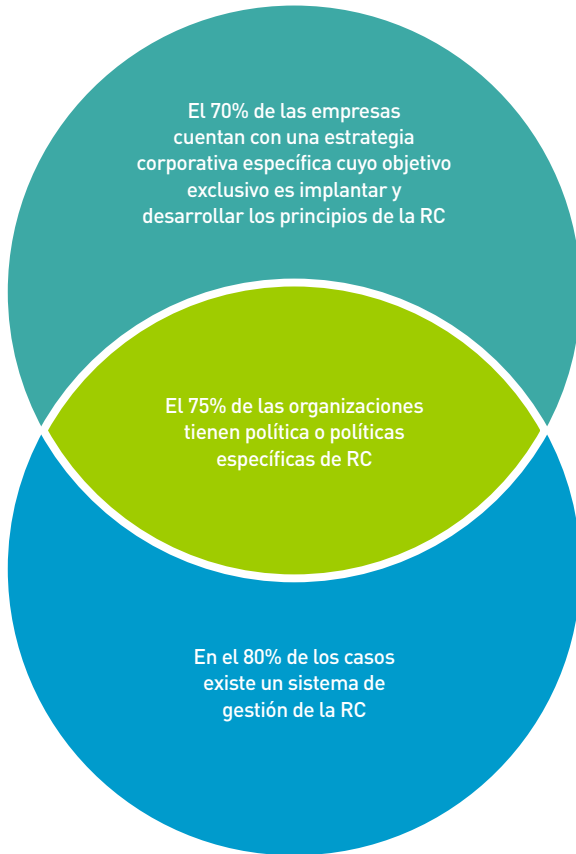
carencia de las que no son líderes es la falta de una planificación/ sistematización de las actividades de responsabilidad corporativa, lo que queda de manifiesto en diferentes aspectos:

- En la necesidad de integrar la responsabilidad corporativa en los sistemas de gestión ya existentes o en el desarrollo de nuevos que contemplen la responsabilidad corporativa con carácter transversal.
- En la falta de medición para la evaluación y mejora continua: en este segmento, solo se conoce y cuantifica los resultados tangibles e intangibles de los proyectos de responsabilidad corporativa para todos los proyectos en el 17% de los casos, el resto, sólo para algunos proyectos (60%) o no lo cuantifica (23%).
- En el escaso desarrollo de estándares de fabricación de productos y/ o prestación de servicios que incluyan aspectos ambientales y sociales, de forma sistemática.
- Carecen de un plan de acción social (33%), aunque realicen actividades de esta índole.
- El 86% de las empresas no tiene un plan de acción para la preservación de la biodiversidad, pero en el 46% de los casos sí se han establecido prioridades teniendo en cuenta su impacto sobre la biodiversidad.

No obstante, las empresas perciben que cada vez existe menos dificultad para desarrollar este campo ya que ha aumentado mucho la sensibilidad y el conocimiento de la ciudadanía sobre la materia.

El resto de conclusiones, referidas a cada una de las áreas de la responsabilidad corporativa reflejadas en el estudio, diferencian entre las dos categorías identificadas, *líderes y mayoría de empresas*.

ESTRATEGIA



Destacan las siguientes notas entre las empresas **líderes**:

- Notable evolución de la presencia de un director de responsabilidad corporativa en la empresa (del 71% en 2009 al 90% en 2011).
- El 100% de las líderes cuenta con una estrategia corporativa específica cuyo objetivo exclusivo es implantar y desarrollar los principios de la responsabilidad corporativa.
- Todas las empresas de la muestra tienen política de responsabilidad corporativa o principios básicos conocidos por los empleados.
- Además del código de conducta completo, predomina el uso de herramientas internas (43%) o mixtas (52%) para identificar, gestionar y minimizar los posibles incumplimientos.
- No realizan contribuciones de carácter político y, si lo hacen, informan de dichas contribuciones de forma desglosada por país (5%).
- Han desarrollado un cuadro de mando integral para la Alta Dirección que sintetiza los indicadores de responsabilidad corporativa en el 100% de los casos.

- El 70% cumple más del 95% de sus proyectos de responsabilidad corporativa.

Las empresas que no son líderes, se caracterizan por lo siguiente:

- El 31% que no tiene una estrategia de responsabilidad corporativa ha desarrollado objetivos y proyectos anuales en temas parciales. Sólo el 4% no tiene estrategia ni planes parciales.
- Menor grado de cumplimiento de sus proyectos de responsabilidad corporativa, ya que el 77% de las empresas participantes que conforman esta categoría cumplen menos del 95% de sus proyectos anuales.

Gestión del diálogo con grupos de interés y comunicación

Ambos grupos de empresas tienen identificados, segmentados y priorizados sus grupos de interés, en el caso de las **líderes**, todos ellos.

El 48% de las empresas del segmento “**mayoría**” no realiza verificación externa de sus memorias de sostenibilidad.

Gestión técnico-económica

En ambos casos, tanto las **líderes** como las empresas “**mayoría**” realizan actividades de innovación responsable, la diferencia es que el 86% de las **líderes** lo hace con un presupuesto y recursos específicos. Sólo el 2% de las empresas que **no son líderes** no realizan tales actividades o no reconocen la necesidad de favorecer el clima de innovación y creatividad en la empresa.

Líderes

Las empresas **líderes** han desarrollado estándares de fabricación de productos y/o de prestación de servicios que contemplen aspectos ambientales y sociales, incluyendo, en su caso, su recogida y reutilización en la totalidad de las empresas participantes. Además, un 90% lo hace para la mayor parte de sus productos y servicios.

Significativa inversión en fondos ISR (62% de las líderes).

Mayoría de empresas

Las empresas del segmento “**mayoría**” han incorporado a la empresa las TIC para la mejora de la eficiencia y la gestión de procesos en porcentajes similares a las líderes (95% en el caso de las **líderes**, 93% en el caso de las que no lo son).

GOBIERNO CORPORATIVO

En esta área destaca sin duda el liderazgo y la diferencia que hay entre las empresas líderes y las que no lo son, ya que en las **líderes**:

- En el 76% de los casos, los Consejos de Administración de estas empresas lideran los temas de responsabilidad corporativa en su empresa a través de un consejero independiente o una comisión específica.
- El 100% de ellas presenta un informe de gobierno corporativo.

GESTIÓN SOCIAL EXTERNA

Se constata de nuevo una tendencia clara que viene marcada por las empresas **líderes**, que se basa en las siguientes premisas:

- Existencia de una acción social estructurada en la empresa.
- El 55% de las empresas realizan algún tipo de reconocimiento a proveedores responsables.
- El 67% de las **líderes** no efectúa ninguna compra a clientes que no cumplan los mínimos exigidos por ley.
- En el 90% de los casos, la empresa tiene implantadas de cuatro a ocho medidas para el control de la cadena de suministro, entre las que se encuentran: análisis de riesgos, criterios específicos de responsabilidad corporativa a proveedores de mayor riesgo sobre el negocio, análisis específicos por etapas, auditorías sociales externas, políticas y procedimientos internos, inspecciones en servicio y resolución del contrato por incumplimiento de las condiciones pactadas de responsabilidad corporativa.
- Concienciación a clientes sobre uso responsable y sostenible en el 95% de los supuestos.

Entre el segmento de “**mayoría**”, el 88% realiza acciones para la conservación del entorno en el que opera.

GESTIÓN SOCIAL INTERNA

Entre las **líderes**, cabe mencionar lo siguiente:

- No existen denuncias probadas de incumplimiento de los derechos humanos.
- El 95% cumple la ley de igualdad y el 5% restante ha adoptado medidas para ello.
- El 95% tienen cuatro o más medidas para la gestión de la igualdad y la diversidad.

- Todas ellas evalúan sistemáticamente las necesidades de formación y capacitación de los empleados para la estrategia de la empresa, respecto a todo tipo de formación en el 95% de los casos; el 5% restante, sólo en aquellos tipos de formación que tienen que ver con el negocio.
- Todas las empresas de este segmento valoran mayoritariamente el compromiso ético y el compromiso personal de los candidatos con la ética y los valores asociados a la responsabilidad corporativa existentes en la empresa.

Las empresas del grupo “**mayoría**” destacan por su compromiso en esta área, lo que queda de manifiesto en los siguientes aspectos:

- El 50% ha declarado su compromiso con los derechos humanos con carácter interno y externo y el 35% mediante una autodeclaración.
- El 5% de las empresas en esta categoría supera el volumen de contratación de empleados según LISMI.

MEDIO AMBIENTE

Entre las conclusiones a destacar en este apartado, dos son comunes al posicionamiento de empresas **líderes y las que no lo son**, en concreto:

- La adopción de estrategias de reducción/compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y lucha contra el cambio climático, ya que la mayoría de ellas han adoptado o bien una estrategia (86% de las **líderes**, 60% del resto de empresas) o acciones puntuales (14% de las **líderes**, 28% del segmento **mayoría**). Sólo el 12% de las empresas “**mayoría**” no lo han hecho.
- El 7% de las empresas que **no son líderes** no realiza acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la eficiencia energética de procesos internos y/o productos y servicios comercializados.

Entre las **líderes**, además, destaca:

- El 100% dispone de un sistema de gestión ambiental.
- Todas ellas tienen un plan de reducción de consumos que contempla, al menos, cuatro o más de las siguientes materias: agua, energía, combustibles, papel, tóner, materiales informáticos, embalajes u otros.

08.

RECOMENDACIONES



En el caso de las empresas líderes, las recomendaciones resultantes del análisis de los datos obtenidos son las siguientes:

- Mejorar el porcentaje de cumplimiento de los proyectos de responsabilidad corporativa planeados: el 70% de las empresas del segmento cumple más del 95% de sus proyectos de responsabilidad corporativa.
 - Cuantificar de forma adecuada y exhaustiva los resultados tangibles e intangibles.
 - Incentivar la presencia en el accionariado de los fondos de inversión con criterios de responsabilidad corporativa (ISR) - solidarios o similares-
 - Impulsar acciones de reconocimiento, tales como premios, para aquellos proveedores y/o subcontratas que demuestran un decidido compromiso con la responsabilidad corporativa. El 20% de las empresas lo hacen con todos sus proveedores, mientras que el 35% restante lo hace sólo para algunos de los principales.
 - Integrar a las personas con capacidades diferentes: queda pendiente superar el mínimo legal establecido por ley, porque precisamente la responsabilidad corporativa va más allá del cumplimiento legal.
- Para las empresas del segmento “mayoría” se recomienda:
- Completar los códigos éticos para que éstos sean más exhaustivos.
 - Adoptar medidas para la lucha contra la corrupción y soborno.
 - Incorporar un sistema de gestión de la responsabilidad corporativa. El 67% no tiene o sólo lo tiene para algunos de los aspectos contemplados frente al 95% de las líderes que sí lo tienen para todos los campos de actuación. Esa falta de sistematización se repite en todas las áreas.
 - Cumplir los proyectos de responsabilidad corporativa. El 77% cumplen menos del 95% de los proyectos planeados.
 - Verificar los informes de sostenibilidad.
 - Comunicar y promocionar con carácter externo la responsabilidad corporativa, por ejemplo, a través de las memorias de sostenibilidad o de las memorias de gobierno corporativo. Necesidad de compromisos explícitos con los principios de la responsabilidad corporativa en publicidad, que por ahora tienen el 52% de las empresas de este segmento.
 - Invertir más y con un presupuesto específico en innovación: 34% de las empresas del segmento “mayoría” no tiene presupuesto/ recursos específicos frente al 86% de las líderes que sí lo tiene.
 - Invertir un mayor volumen de los planes de pensiones de la empresa en fondos con criterios ISR y captar fondos ISR que inviertan en su capital y tengan presencia activa en el accionariado (86% de respuesta negativa en ambos casos).
 - Liderar la responsabilidad corporativa por el Consejo de Administración de las empresas de este segmento.
 - Adoptar un sistema de gestión integral de riesgos.
 - Un mayor esfuerzo para implantar acciones de reconocimiento, tales como premios, para aquellos proveedores y/o subcontratas que demuestran un decidido compromiso con la responsabilidad corporativa.
 - La adopción integral de medidas para el control de la cadena de suministro. El 60% de las empresas en este segmento tienen implantadas de una a tres medidas al respecto.
 - Adoptar un compromiso firme con el respeto a los derechos humanos.
 - Integrar personas con capacidades diferentes: queda pendiente superar el mínimo legal establecido por ley.
 - Implantar medidas para la gestión de la igualdad y la diversidad (46% tiene implantadas ninguna o menos de tres frente al 95% de las líderes que tienen cuatro o más).
 - Políticas de gestión ambiental más completas (el 15% tiene todos los aspectos planteados, mientras que este porcentaje es del 67% en el caso de las líderes).
 - Adoptar planes de reducción de consumos más completos: sólo contemplan la totalidad de las materias planteadas el 42% de las empresas.
 - La necesidad de adoptar un posicionamiento en materia de cambio climático y reducción de emisiones, ya que el 22% de las empresas que no son líderes no han maximizado todavía las oportunidades relacionadas con la materia en la oferta de productos y servicios.
 - Implementar planes de movilidad sostenible: el 74% no tiene un plan de movilidad sostenible.
 - Implementar actividades para la preservación de la biodiversidad: el 40% no realiza actividades de ese tipo.



09.

ANEXOS

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
<p>1 SECTOR DE LA EMPRESA. POR FAVOR, SELECCIONE UNO DE LOS SIGUIENTES:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Aeronáutica, automoción y autopistas <input type="checkbox"/> Alimentación, bebidas, tabacos <input type="checkbox"/> Constructoras e inmobiliarias <input type="checkbox"/> Electricidad, gas, petróleos, derivados <input type="checkbox"/> Entidades de financiación <input type="checkbox"/> Hostelería, turismo <input type="checkbox"/> Industrias sanitarias, asistenciales y farmacéuticas <input type="checkbox"/> Informática, software y equipamiento electrónico <input type="checkbox"/> Ingenierías <input type="checkbox"/> Maquinaria, equipos <input type="checkbox"/> Mayoristas, comercialización, tiendas, textil, calzado <input type="checkbox"/> Medios de comunicación, editoriales, ocio y entretenimiento, publicidad <input type="checkbox"/> Operadoras y telecomunicaciones <input type="checkbox"/> Químicas, papel, plásticos, productos metálicos, vidrio <input type="checkbox"/> Residuos y aguas <input type="checkbox"/> Seguros <input type="checkbox"/> Servicios a empresas <input type="checkbox"/> Siderurgia y metalurgia <input type="checkbox"/> TIC <input type="checkbox"/> Transporte, materiales <input type="checkbox"/> Otros
<p>2 ¿CUENTA SU EMPRESA CON UNA ESTRATEGIA CORPORATIVA ESPECÍFICA CUYO OBJETIVO EXCLUSIVO SEA IMPLANTAR Y DESARROLLAR LOS PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No, pero existen objetivos y proyectos anuales en temas parciales <input type="checkbox"/> No
<p>3 ¿CUENTA SU EMPRESA CON POLÍTICA O POLÍTICAS ESPECÍFICAS SOBRE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No, pero existen principios básicos conocidos por los empleados <input type="checkbox"/> No, aunque algunos puntos de esta política están en otras políticas <input type="checkbox"/> No
<p>4 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA. SEÑALE UNA O VARIAS DE LAS AFIRMACIONES QUE CORRESPONDEN CON SU MODELO ORGANIZACIONAL:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Su empresa tiene un Director de RC <input type="checkbox"/> El Director de RC depende directamente de primer ejecutivo <input type="checkbox"/> Existe un comité interno de RC <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores
<p>5 ¿LA EMPRESA TIENE UN CÓDIGO DE CONDUCTA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No, pero existen directrices y normas internas <input type="checkbox"/> No

	PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
6	<p>EN CASO DE QUE SU EMPRESA CUENTE CON UN CÓDIGO ÉTICO O DE CONDUCTA, SEÑALE, DE ENTRE LOS SIGUIENTES TEMAS, CUÁNTOS DE ELLOS ESTÁN RECOGIDOS EN EL MISMO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corrupción y sobornos • Seguridad y salud laboral • Discriminación • Violencia/acoso • Confidencialidad de la información • Igualdad • Productos/servicios • Entorno de trabajo • Relaciones con la competencia • Mal uso o apropiación indebida de recursos • Conflictos de interés • Medio ambiente • Relaciones con grupos de interés como clientes, proveedores, etc. • Otros 	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> de 1 a 5 <input type="checkbox"/> de 6 a 12 <input type="checkbox"/> Todos
7	<p>EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DE ESTOS PRINCIPIOS, ¿TIENE LA EMPRESA LAS HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR, GESTIONAR Y MINIMIZAR LOS POSIBLES INCUMPLIMIENTOS?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, mediante herramientas externas <input type="checkbox"/> Sí, mediante herramientas internas <input type="checkbox"/> Sí, mediante herramientas internas y externas <input type="checkbox"/> No, no tiene tales herramientas
8	<p>¿CUÁNTAS DE ENTRE LAS SIGUIENTES MEDIDAS PARA LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO HAN SIDO ADOPTADAS?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de riesgos relacionados con la corrupción, especialmente en zonas sensibles • Herramientas específicas para investigar y solucionar las denuncias probadas por decisiones u acciones de soborno, corrupción o atentados graves contra la política de la empresa de prevención de sobornos y corrupción • Formación específica a empleados y colaboradores sobre políticas y procedimientos anti corrupción 	<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Alguna/ s <input type="checkbox"/> Todas
9	<p>¿LA EMPRESA REALIZA CONTRIBUCIONES DE CARÁCTER POLÍTICO?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, pero no las informa <input type="checkbox"/> Sí, e informa de dichas contribuciones de forma desglosada por país <input type="checkbox"/> No, la empresa no realiza ese tipo de contribuciones
10	<p>NÚMERO DE PROYECTOS Y GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA ANUAL DE PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (EN %):</p>	<input type="checkbox"/> menos 75% <input type="checkbox"/> entre 75 y 85% (del total de cumplimiento) <input type="checkbox"/> entre 85 y 95% <input type="checkbox"/> más del 95%
11	<p>¿EXISTE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, para todos los aspectos y está certificado de manera externa <input type="checkbox"/> Sí, para todos los campos de actuación <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para algunos de los aspectos contemplados <input type="checkbox"/> No

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
<p>12 ¿EXISTE UN CUADRO DE MANDO INTEGRAL O SIMILAR PARA LA ALTA DIRECCIÓN QUE SINTETICE LOS INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>13 ¿SU EMPRESA TIENE IDENTIFICADOS, SEGMENTADOS Y PRIORIZADOS SUS GRUPOS DE INTERÉS?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí, todos</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, aunque sólo los principales</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>14 SI HA RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE A LA PREGUNTA ANTERIOR, SEÑALE CON CUÁNTOS DE LOS SIGUIENTES GRUPOS DE INTERÉS TIENE SU EMPRESA DEFINIDO UN MARCO DE RELACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Accionistas <input type="radio"/> Empleados <input type="radio"/> Clientes <input type="radio"/> Proveedores <input type="radio"/> Comunidades locales <input type="radio"/> Instituciones, fundaciones, ONG <input type="radio"/> Administraciones públicas (estatal, autonómica) <input type="radio"/> Sindicatos <input type="radio"/> Mercado/compañías <input type="radio"/> Analistas financieros <input type="radio"/> Medios de comunicación <input type="radio"/> Otros 	<p><input type="checkbox"/> de 1 a 5</p> <p><input type="checkbox"/> de 6 a 10</p> <p><input type="checkbox"/> Todos</p>
<p>15 ¿LA EMPRESA ELABORA Y EDITA UN INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA O DE SOSTENIBILIDAD?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí, y se trata de un informe específico de responsabilidad corporativa o sostenibilidad</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, integrado en la memoria anual</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>16 ¿LA INFORMACIÓN QUE SE PRESENTA EN ESTE INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA O SOSTENIBILIDAD ESTÁ VERIFICADA POR PROFESIONALES EXTERNOS INDEPENDIENTES?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí, se verifica por profesionales externos independientes y se asegura su correcta cualificación para realizar la verificación</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, se verifica por profesionales externos independientes</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>17 ¿CUÁNTOS DE LOS SIGUIENTES MEDIOS SE EMPLEAN EN SU EMPRESA PARA COMUNICAR LAS PRÁCTICAS DE RC?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Información sobre responsabilidad corporativa en la web corporativa, accesible para todos los grupos de interés <input type="radio"/> Información relativa a la RC en la intranet para los empleados <input type="radio"/> Entrega de algún tipo de información en soporte papel <input type="radio"/> Participación en foros o estudios con otras empresas u organizaciones <input type="radio"/> Participación en estudios comparativos o "benchmarking" en materia de responsabilidad corporativa <input type="radio"/> Otros 	<p><input type="checkbox"/> Ninguno</p> <p><input type="checkbox"/> 1 ó 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3 ó 4</p> <p><input type="checkbox"/> Todos</p>

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
<p>18 PROMOCIÓN EXTERNA DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA. ¿CUÁNTAS DE LAS SIGUIENTES MEDIDAS HA ADOPTADO SU EMPRESA?</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Adhesión a iniciativas y/o acuerdos internacionales (Pacto Mundial, Objetivos de desarrollo del milenio de la ONU, CDP, Declaración tripartita OIT, Directrices OCDE, otros) ◦ Acciones de intercambio de mejores prácticas con otras empresas ◦ Acciones de promoción de la RC en pequeñas y medianas empresas ◦ Pertenencia a asociaciones para la promoción de la RC ◦ Orientación de sus campañas de comunicación de productos y servicios hacia atributos de carácter responsable y sostenible ◦ Promoción de los productos y servicios a través de publicidad real, no ofensiva y respetuosa ◦ Social media (blogs, redes sociales...) 	<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> de 1 a 3 <input type="checkbox"/> de 4 a 6 <input type="checkbox"/> Todas
<p>19 ¿LA EMPRESA PRESENTA UNA TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA QUE CONTEMPLA INGRESOS Y GASTOS Y LA FACETA ECONÓMICA, AMBIENTAL Y SOCIAL?</p>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<p>20 ¿LA EMPRESA TIENE CONSTANCIA DE MULTAS O SANCIONES DERIVADAS DEL INCUMPLIMIENTO DE LEYES, REGULACIONES Y COMPROMISOS EN MATERIA DE RC?</p>	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí
<p>21 ¿CONOCE Y CUANTIFICA SU EMPRESA LOS RESULTADOS TANGIBLES E INTANGIBLES DE SUS PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, para todos los proyectos <input type="checkbox"/> Sí, aunque sólo para algunos proyectos <input type="checkbox"/> No
<p>22 ¿REALIZA LA EMPRESA ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN RESPONSABLE, ENTENDIENDO COMO TALES AQUELLAS QUE CONSIDERAN EN LA I+D+I ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, con un presupuesto y recursos específicos <input type="checkbox"/> Sí, pero sin un presupuesto y/o recursos específicos <input type="checkbox"/> No, pero se reconoce la necesidad de favorecer el clima de innovación y creatividad <input type="checkbox"/> No
<p>23 ¿HA INCORPORADO SU EMPRESA LAS TIC PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA Y LA GESTIÓN DE PROCESOS?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, con carácter transversal <input type="checkbox"/> Sí, con carácter puntual <input type="checkbox"/> No
<p>24 ¿POSEE SU EMPRESA ESTÁNDARES DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS Y/O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE CONTEMPLAN ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES, INCLUYENDO EN SU CASO SU RECOGIDA Y REUTILIZACIÓN?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, para la mayor parte de productos y servicios <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para algunos productos y servicios <input type="checkbox"/> Sí, aunque no contemplan su recogida y reutilización <input type="checkbox"/> No
<p>25 ¿TIENE SU EMPRESA UN COMPROMISO EXPLÍCITO CON LOS PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN MATERIA DE PUBLICIDAD?</p>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No, pero sí hay un compromiso implícito en la política de la empresa de evitar la competencia desleal <input type="checkbox"/> No

	PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
26	¿TOMA EN CONSIDERACIÓN SU EMPRESA ESTUDIOS DE HÁBITOS DE CONSUMO RESPONSABLE?	<input type="checkbox"/> Sí, participando o promoviendo de forma directa o indirecta alguno <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
27	¿REALIZA ESTUDIOS DE LA REPUTACIÓN DE SU EMPRESA O TIENE EN CONSIDERACIÓN LAS EVALUACIONES DE MONITORES EXTERNOS?	<input type="checkbox"/> Sí, mediante estudios propios <input type="checkbox"/> Sí, a través de monitores externos <input type="checkbox"/> Sí, mediante estudios propios y monitores externos <input type="checkbox"/> No
28	¿UTILIZA FONDOS DE INVERSIÓN CON CRITERIOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (ISR) PARA LOS PLANES DE PENSIONES DE SU EMPRESA?	<input type="checkbox"/> Sí, con un porcentaje superior al 5% <input type="checkbox"/> Sí, con un porcentaje inferior al 5% <input type="checkbox"/> No
29	¿LOS FONDOS DE INVERSIÓN CON CRITERIOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (ISR) - SOLIDARIOS O SIMILARES- TIENEN PRESENCIA EN EL ACCIONARIADO DE SU EMPRESA?	<input type="checkbox"/> Sí, y participan activamente en la Junta de accionistas <input type="checkbox"/> Sí, pero la representación es mínima y no participan en la Junta y, si lo hacen, no ejercen su derecho de voto <input type="checkbox"/> No
30	¿ADOPTA SU EMPRESA CRITERIOS DE GOBIERNO CORPORATIVO?	<input type="checkbox"/> Sí, aunque no está cotizada <input type="checkbox"/> Sí, porque está cotizada <input type="checkbox"/> No
31	¿LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA ESTÁ LIDERADA EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE SU EMPRESA?	<input type="checkbox"/> Sí, a través de un consejero independiente o de una comisión específica <input type="checkbox"/> Sí, mediante el asesoramiento de un consejo externo y experto en RC que interviene a petición del propio Consejo <input type="checkbox"/> No, pero está previsto <input type="checkbox"/> No
32	INDIQUE SI SU COMPAÑÍA PUBLICA UN INFORME SOBRE GOBIERNO CORPORATIVO	<input type="checkbox"/> Sí, sin estar obligada <input type="checkbox"/> Sí, puesto que está obligada <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No, aún estando obligada
33	¿DISPONE SU EMPRESA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS?	<input type="checkbox"/> Sí, y aplica tanto a los procesos internos como a aquéllos provenientes del sector al que pertenece la empresa <input type="checkbox"/> Sí, y evalúa, junto a los riesgos internos y del sector, los riesgos sociales, éticos, ambientales y de seguridad y salud de las personas, realizando proyectos para su control y minimización <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para los riesgos en procesos internos <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para los riesgos provenientes del sector al que pertenece la empresa <input type="checkbox"/> No

	PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
34	<p>¿CUÁNTOS DE LOS SIGUIENTES RIESGOS CUBRE LA GESTIÓN INTEGRAL DE SU EMPRESA?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de mercado • Riesgos operacionales/de procesos • Riesgos regulatorios • Riesgos de contraparte • Riesgos de negocio 	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> 1 ó 2 <input type="checkbox"/> 3 ó 4 <input type="checkbox"/> Todos
35	<p>¿SU EMPRESA DESARROLLA ACCIONES DE CARÁCTER SOCIAL?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, (de forma sistemática) y tiene un sistema estructurado de acción social <input type="checkbox"/> Sí, aunque sin un plan de acción social <input type="checkbox"/> No
36	<p>SI SU EMPRESA EFECTIVAMENTE DESARROLLA ACCIONES DE CARÁCTER SOCIAL, INDIQUE EN CUÁNTAS DE LAS SIGUIENTES ACCIONES INTERVIENE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos propios específicos de acción social • Aportación económica para la cofinanciación de proyectos • Aportación económica para la financiación de proyectos • Voluntariado corporativo • Compras solidarias • Marketing con causa • Cesión de activos (espacios físicos, publicitarios, etc.) • Donación • Otros 	<input type="checkbox"/> De 1 a 4 <input type="checkbox"/> De 5 a 8 <input type="checkbox"/> Todas
37	<p>¿SU EMPRESA REALIZA ACCIONES DE PATROCINIO Y MECENAZGO?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, de forma sistemática <input type="checkbox"/> Sí, con carácter puntual y teniendo en cuenta el fin económico de la empresa <input type="checkbox"/> No
38	<p>¿LA EMPRESA REALIZA ACCIONES PARA LA CONSERVACIÓN DEL ENTORNO EN QUE OPERA?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, y promueve además acciones de ese tipo entre sus proveedores <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
39	<p>¿LA EMPRESA REALIZA ACCIONES DE RECONOCIMIENTO, TALES COMO PREMIOS, PARA AQUELLOS PROVEEDORES Y/O SUBCONTRATAS QUE DEMUESTREN UN DECIDIDO COMPROMISO CON LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, para todos sus proveedores <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para algunos de sus proveedores principales <input type="checkbox"/> No
40	<p>¿LA EMPRESA FOMENTA LAS COMPRAS A PROVEEDORES LOCALES O A PROVEEDORES DE PAÍSES EN DESARROLLO QUE CUMPLEN CON LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS?</p>	<input type="checkbox"/> Sí, a ambos <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo a proveedores locales <input type="checkbox"/> No
41	<p>¿REALIZA LA EMPRESA ACTIVIDADES DE CONCIENCIACIÓN A SUS CLIENTES SOBRE EL USO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE DE SUS PRODUCTOS?</p>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
<p>42 ¿EXISTE UN CÓDIGO DE CONDUCTA ESPECÍFICO PARA PROVEEDORES?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí, que se aplica a todos los proveedores <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo se aplica a los principales proveedores <input type="checkbox"/> No existe un código de conducta específico, pero se aplica el correspondiente a todos los grupos de interés (internos y externos) de la empresa <input type="checkbox"/> No, no existe un código de conducta aplicable a proveedores
<p>43 ¿CUÁNTAS DE LAS SIGUIENTES ÁREAS CONTEMPLA EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE PROVEEDORES?</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Estándares laborales/ sociales ◦ Estándares ambientales. Protección del medio ambiente ◦ Estándares de salud y seguridad ◦ Derechos humanos ◦ Educación y formación ◦ Participación en la memoria de responsabilidad corporativa ◦ Inclusión de las expectativas de los proveedores en los planes de RC ◦ Creación y desarrollo de nuevos productos sostenibles 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> De 1 a 5 <input type="checkbox"/> de 6 a 9 <input type="checkbox"/> Todas
<p>44 SEÑALE CUÁNTAS DE LAS SIGUIENTES MEDIDAS HA IMPLEMENTADO LA EMPRESA PARA EL CONTROL DE LA CADENA DE SUMINISTRO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Se ha desarrollado un análisis de riesgos, que determina los productos y servicios susceptibles de riesgo de RC ◦ Se trasladan los criterios específicos de responsabilidad corporativa a los proveedores de productos/servicios con mayor riesgo sobre el negocio a través de cuestionarios de auto evaluación ◦ Análisis específicos por etapas ◦ Se realizan auditorías sociales externas en la cadena de suministro en proveedores clasificados como susceptibles de riesgo de RC ◦ Existen políticas y procedimientos internos que sirven de guía sobre cómo actuar en caso de no cumplimiento de la normativa por parte de los proveedores (definición de diferentes categorías de no cumplimiento, acciones recomendadas en caso de no cumplimiento) ◦ Inspecciones en servicio ◦ El incumplimiento de las condiciones pactadas de RC con los proveedores es causa de rescisión del contrato 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> de 1 a 3 <input type="checkbox"/> de 4 a 7 <input type="checkbox"/> Todas
<p>45 ¿REALIZA SU EMPRESA COMPRAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS PROCEDENTES DE CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí, para un gran volumen de ellos <input type="checkbox"/> Sí, aunque sólo para algunos de ellos <input type="checkbox"/> No
<p>46 ¿LA RC ES UN CRITERIO INDISPENSABLE PARA LA CALIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí, no se efectuará ninguna compra a clientes que no cumplan los mínimos exigidos de RC <input type="checkbox"/> No, pero es un criterio orientativo en todos los procesos de compra <input type="checkbox"/> No, en ningún caso

	PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
47	¿EXISTE UN COMPROMISO FIRME DE LA EMPRESA CON LOS DERECHOS HUMANOS?	<input type="checkbox"/> Sí, hay una auto declaración/ compromiso interno firmado por la Dirección y que se ha comunicado a los empleados <input type="checkbox"/> Sí, la empresa ha declarado su firme compromiso con carácter externo e interno <input type="checkbox"/> No hay tal compromiso por escrito, público y accesible
48	¿CUÁL ES EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS Y DERECHOS HUMANOS?	<input type="checkbox"/> No existen denuncias probadas de incumplimiento de los derechos humanos, convenciones que los desarrollan o legislación básica de la OIT <input type="checkbox"/> Existen denuncias aún no resueltas sobre alguno de esos aspectos <input type="checkbox"/> Existen denuncias probadas por incumplimiento de estos derechos
49	¿TIENE SU EMPRESA UN SISTEMA DE GESTIÓN PARA ASEGURAR LA ACCESIBILIDAD EN CENTROS DE TRABAJO Y/O INSTALACIONES?	<input type="checkbox"/> Sí, y certificado mediante norma ISO170001 <input type="checkbox"/> Si, aunque no está certificado <input type="checkbox"/> No, aunque se realizan proyectos y estudios de accesibilidad <input type="checkbox"/> No
50	% DE SUPERACIÓN DEL VOLUMEN DE CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS SEGÚN LISMI	<input type="checkbox"/> No se cumple el mínimo establecido por ley <input type="checkbox"/> De 2 a 5% <input type="checkbox"/> Más del 5%
51	¿SU EMPRESA TIENE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD LABORAL?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
52	SEÑALE CUÁNTOS DE ENTRE LAS SIGUIENTES ASPECTOS CONTEMPLA EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD LABORAL (SSL) DE SU EMPRESA: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Revisión regular de la política de SSL y de sus resultados <input type="checkbox"/> Programación anual de proyectos de eliminación o reducción de riesgos <input type="checkbox"/> Indicadores para su seguimiento y evaluación <input type="checkbox"/> Formación de los empleados en cuestiones de SSL <input type="checkbox"/> Objetivos en cuestiones de SSL <input type="checkbox"/> Certificación OHSAS 18001 o similar <input type="checkbox"/> Otros 	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> De 1 a 3 <input type="checkbox"/> De 4 a 5 <input type="checkbox"/> Todos
53	¿CUMPLE SU EMPRESA TODOS LOS ASPECTOS DE LA LEY DE IGUALDAD?	<input type="checkbox"/> Sí, en el 100% <input type="checkbox"/> Sí, en su mayoría <input type="checkbox"/> No, aunque se están adoptando las medidas adecuadas para su cumplimiento <input type="checkbox"/> No

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
<p>54 ¿CUÁNTAS DE ENTRE LAS SIGUIENTES MEDIDAS CONTEMPLA SU EMPRESA PARA LA GESTIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD?</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ La empresa tiene un plan de igualdad ◦ La empresa tiene política de igualdad ◦ La empresa elabora un balance/ informe sobre las medidas de igualdad implantadas en la empresa ◦ Existen planes de no discriminación ◦ Hay un sistema de gestión de la multiculturalidad ◦ No existen tales planes o políticas, pero sí prácticas concretas para su respeto 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> de 1 a 3 <input type="checkbox"/> de 4 a 5 <input type="checkbox"/> Todas
<p>55 RELACIÓN ENTRE SALARIO BASE DE LOS HOMBRES CON RESPECTO AL DE LAS MUJERES, DESGLOSADO POR CATEGORÍA PROFESIONAL</p>	
<p>56 ¿EXISTEN HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN DE UNA REMUNERACIÓN COMPETITIVA Y EQUITATIVA ENTRE HOMBRES Y MUJERES?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<p>57 ¿DISPONE SU EMPRESA DE PLANES DE CARRERA PARA SUS EMPLEADOS?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí, para todos los empleados <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para el personal directivo <input type="checkbox"/> No
<p>58 PLANES DE MEJORA DE EMPLEABILIDAD DE LA PLANTILLA</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Horas de formación por empleado: ◦ Inversión en formación (total): ◦ Inversión en formación por empleado: 	
<p>59 ¿EVALÚA SISTEMÁTICAMENTE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN Y DE CAPACITACIÓN DE SUS EMPLEADOS PARA LLEVAR A CABO LAS ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí, para todos los tipos de formación <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo en aquellos tipos de formación que tienen que ver con el negocio <input type="checkbox"/> No
<p>60 SEÑALE CUÁNTAS DE LAS SIGUIENTES MEDIDAS INCLUYE EL PROGRAMA DE FORMACIÓN DE LA EMPRESA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Igualdad y no discriminación ◦ Prevención de riesgos laborales ◦ Buenas prácticas ambientales ◦ Principios y actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa ◦ Convenios de colaboración con entidades educativas 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Alguna/ s <input type="checkbox"/> Todas
<p>61 ¿DESARROLLA SU EMPRESA PROYECTOS Y ACTIVIDADES PARA LA MEJORA DE LA SALUD DE SUS EMPLEADOS Y LA MEJORA DE SUS HÁBITOS DE VIDA (PRÁCTICA DE DEPORTE, ALIMENTACIÓN ADECUADA, ETC.)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sí, evaluándose el resultado de estas iniciativas <input type="checkbox"/> Sí, pero sin realizar una evaluación <input type="checkbox"/> No

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
<p>62 ¿LA EMPRESA VALORA EL COMPROMISO PERSONAL DE LOS CANDIDATOS CON LA ÉTICA Y LOS VALORES ASOCIADOS A LA RC EXISTENTES EN LA EMPRESA?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí, garantizando además la objetividad, transparencia, igualdad de oportunidades y no discriminación en el proceso</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>63 ¿DISPONE SU EMPRESA DE MEDIDAS DE CONCILIACIÓN?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí, se ha elaborado e implantado una política, programas anuales y se evalúa su implantación</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, se ha elaborado e implantado algún programa en la empresa</p> <p><input type="checkbox"/> No, la empresa no dispone de medidas de conciliación</p>
<p>64 ¿CUÁNTOS DE LOS SIGUIENTES BENEFICIOS SOCIALES CONTEMPLA LA EMPRESA EN SU RELACIÓN CON LOS EMPLEADOS?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Flexibilidad horaria <input type="checkbox"/> Teletrabajo <input type="checkbox"/> Seguro médico privado <input type="checkbox"/> Plan de pensiones <input type="checkbox"/> Guardería <input type="checkbox"/> Cheque comida <input type="checkbox"/> Apoyo profesional, asesoramiento y servicios <input type="checkbox"/> Apoyo extrasalarial, financiero y material <input type="checkbox"/> Modalidades de permisos más allá de lo establecido por ley <input type="checkbox"/> Periodo de excedencia o tiempo libre para proyectos de impacto social (voluntariado), investigación o desarrollo estratégico de la compañía 	<p><input type="checkbox"/> Ninguno</p> <p><input type="checkbox"/> de 1 a 4</p> <p><input type="checkbox"/> de 5 a 9</p> <p><input type="checkbox"/> Todos</p>
<p>65 CUÁNTOS DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS CONTEMPLA LA POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL DE LA EMPRESA?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sistema de gestión ambiental <input type="checkbox"/> Acciones o proyectos que desarrollen o promuevan la ecoeficiencia de procesos internos y/o productos y servicios <input type="checkbox"/> Plan de reducción de consumos de materias básicas <input type="checkbox"/> Cambio climático <input type="checkbox"/> Prevención de la contaminación <input type="checkbox"/> Mejora de la eficiencia energética en las operaciones y productos <input type="checkbox"/> Programas para potenciar la biodiversidad <input type="checkbox"/> Indicador global de calidad medioambiental <input type="checkbox"/> La gestión ambiental en la cadena de proveedores <input type="checkbox"/> Códigos voluntarios sobre información y etiquetado de productos y servicios 	<p><input type="checkbox"/> Ninguno</p> <p><input type="checkbox"/> de 1 a 4</p> <p><input type="checkbox"/> de 5 a 9</p> <p><input type="checkbox"/> Todos</p>
<p>66 ¿DISPONE DE UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sí, y está certificado/ registrado para todos los centros y actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, pero sólo está certificado/registrado en algunos centros y actividades</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, pero no está certificado ni registrado</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>

PREGUNTA	POSIBLE RESPUESTA
67 ¿SE HA DEFINIDO EN SU EMPRESA UNA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN/COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No hay una estrategia, pero sí acciones puntuales <input type="checkbox"/> No
68 ¿LA EMPRESA TIENE ESTRATEGIAS PARA MAXIMIZAR OPORTUNIDADES EN LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON EL CAMBIO CLIMÁTICO?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No, pero están previstas algunas actuaciones con determinados productos y servicios <input type="checkbox"/> No
69 ¿CUÁNTAS DE LAS SIGUIENTES MATERIAS TIENE EN CUENTA EL PLAN DE REDUCCIÓN DE CONSUMOS? <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Energía <input type="checkbox"/> Combustibles <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Tóner <input type="checkbox"/> Materiales informáticos <input type="checkbox"/> Embalajes <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Ninguna, porque no hay un plan de reducción de consumos <input type="checkbox"/> de 1 a 3 <input type="checkbox"/> de 4 a 6 <input type="checkbox"/> Todos
70 ¿DISPONE SU EMPRESA DE UN PLAN DE GESTIÓN Y MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS?	<input type="checkbox"/> Sí, para todos los residuos <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para algunos residuos <input type="checkbox"/> No
71 ¿DISPONE SU EMPRESA DE ACCIONES O PROYECTOS QUE DESARROLLEN O PROMUEVAN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE PROCESOS INTERNOS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS COMERCIALIZADOS?	<input type="checkbox"/> Sí, para la mayoría <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para algunos <input type="checkbox"/> La empresa prevé la gestión integral de los productos desechados por clientes y usuarios después de su vida útil <input type="checkbox"/> No
72 ¿TIENE SU EMPRESA ESTABLECIDO UN PLAN DE MOVILIDAD SOSTENIBLE?	<input type="checkbox"/> Sí, para todos los grupos de interés <input type="checkbox"/> Sí, pero sólo para empleados <input type="checkbox"/> No, pero si ha contemplado otras medidas que fomentan la movilidad sostenible <input type="checkbox"/> No
73 ¿LA EMPRESA REALIZA ACTIVIDADES PARA LA PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD?	<input type="checkbox"/> Sí, y para ello tiene un Plan de acción para la biodiversidad <input type="checkbox"/> La compañía no tiene un Plan de acción, pero sí ha establecido prioridades teniendo en cuenta su impacto sobre la biodiversidad <input type="checkbox"/> No
74 PRINCIPALES DIFICULTADES Y RETOS EN LA IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (GENERAL)	
75 PRINCIPALES DIFICULTADES Y RETOS EN LA IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (SECTOR)	

Ficha técnica y metodológica del estudio

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Paso 1

Selección del universo de empresas:

- El tamaño del universo considerado ha sido de 450 empresas, de las cuales sólo ha podido realizarse el contacto de forma efectiva con 385 de ellas, por lo que resulta que casi el 15% (14,44%, correspondiente a 65 empresas) no deben tenerse en cuenta en el cómputo total.
- Las características de las empresas que han sido contactadas son las mismas que en los dos estudios anteriores:
 - Grandes empresas que operan en España (independientemente del país de origen)
 - Con un volumen de facturación aproximado o superior a los 300 millones de euros
 - Y cuyos sectores de actividad están inspirados en los índices Dow Jones.
- El tamaño de la muestra obtenido es de 144 empresas, lo que supone una representación del 37,40%.

Paso 2

Identificación de los receptores de la información: director de responsabilidad corporativa, responsable de comunicación o relaciones institucionales, recursos humanos, marketing u otros.

Paso 3

Envío de un cuestionario para la recopilación de información (ver Anexo 1. Cuestionario)

Paso 4

Seguimiento de la información, periodo durante el cual se verifican los contactos y se insiste en su colaboración hasta la obtención del cuestionario debidamente cumplimentado.

Paso 5

Recepción de la información, recopilación y tratamiento de datos.

Paso 6

Valoración de las respuestas: para la interpretación de las respuestas, se asigna una puntuación y una ponderación a cada pregunta y a sus correspondientes respuestas según su criticidad y peso en la gestión empresarial.

Paso 7

Segmentación: clasificación de las empresas atendiendo a patrones de comportamiento y madurez en términos de responsabilidad corporativa.

Paso 8

Elaboración del documento final.

FICHA TÉCNICA

SELECCIÓN DEL UNIVERSO: la selección de empresas participantes toma como base los principales indicadores económicos y empresariales en España, anteriores colaboraciones en ediciones pasadas del estudio y contactos preexistentes del Club de Excelencia en Sostenibilidad, tomando como punto de partida las características de empresa descritas en la selección del universo de empresas.

RECOGIDA DE INFORMACIÓN:

- Envío de una comunicación informando a las empresas del inicio de la recopilación de datos para la elaboración del estudio.
- Envío de una comunicación por e-mail o por teléfono informando de las características del estudio junto a una copia del cuestionario propuesto, que podía rellenarse bien a través de una plataforma electrónica desarrollada al efecto o cumplimentando el propio documento adjunto y reenviándolo por correo electrónico, postal o fax.
- Contacto telefónico previo al envío del cuestionario para obtener datos de contacto y posterior al envío para mejorar la cantidad y precisión de las respuestas.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA OBTENIDA. Véase el listado de empresas participantes en el “Anexo 4. Listado de empresas participantes”.



COMPARATIVA ENTRE LAS DISTINTAS EDICIONES DEL ESTUDIO MULTISECTORIAL SOBRE EL ESTADO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE LA GRAN EMPRESA EN ESPAÑA.

La siguiente tabla muestra la evolución de los porcentajes de respuestas afirmativas de las empresas líderes en los diferentes estudios de la serie, iniciada en 2007, y respecto a las preguntas que permiten la comparabilidad de resultados:

EVOLUCIÓN DE LAS LÍDERES (EN %)	2007	2009	2011
Estrategia para implantar y desarrollar los principios de la RC	97	100	100
Existencia de planes anuales para el desarrollo de la RC	86	95	-
Existencia de política(s) de RC en la empresa	94	100	95
La empresa tiene un director de RC	0	81	90
El director de RC depende directamente del primer ejecutivo	0	43	38
Existe un Comité Interno o similar constituido por miembros de la Dirección encargado de establecer políticas e impulsar las líneas de actuación en materia de RC	76	95	57
Existencia de un código ético o de conducta	89	100	100
Indicadores para evaluar el progreso de la empresa en RC	75	100	100
La empresa tiene un informe de RC o sostenibilidad	83	100	100
El informe de RC está integrado en la memoria anual	27	14	19
La información de los informes no se verifica	10	0	10
Valoración de los resultados tangibles e intangibles	47	100	100
Se invierte en innovación responsable	92	100	100
La empresa tiene estándares de fabricación de productos/servicios que contemplan aspectos ambientales y sociales	81	95	100
Utilización de fondos de ISR para los planes de pensiones de la empresa	28	38	62
Sistema de gestión integral de riesgos	92	100	100
Informe de gobierno corporativo	69	60	100
Reconocimiento para los proveedores comprometidos con la RC	0	29	55
Concienciación a clientes sobre uso responsable y sostenible de los productos	0	95	95
La empresa realiza acciones de carácter social	97	100	100
Sistema de gestión de SSL	97	100	100
Estudios y proyectos de accesibilidad	0	19	30
Se cumple la Ley de Igualdad	0	90	95
Evaluación sistemática de la formación y la capacitación alineada con la estrategia de la empresa	100	100	100
Mejora de la salud y hábitos de los empleados. Desarrollo y evaluación	0	71	81
Valoración del compromiso personal de los candidatos con la ética y los valores de la RC existentes en la empresa	0	90	100
Medidas de conciliación	0	100	95
Sistema de gestión ambiental	91	100	100
Plan de minimización de residuos	86	100	100
Se llevan a cabo acciones o proyectos que desarrollan o promueven la eficiencia energética	86	95	100

Listado de empresas participantes

Empresas participantes en el estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España	Participantes en ediciones anteriores del estudio sobre el estado de la RC de la gran empresa en España	Empresas participantes en el estudio multisectorial pertenecientes al IBEX-35	Empresas participantes en el estudio multisectorial que cotizan en la Bolsa española
ABERTIS INFRAESTRUCTURAS, S.A.	●	●	●
AC HOTELES	-	-	-
ACCIONA	●	●	●
ADECCO	●	-	-
ADIF	●	-	-
AENA	-	-	-
AGBAR	●	-	-
ALCAMPO	●	-	-
ALMIRALL	●	-	●
ARBORA & AUSONIA	-	-	-
ARCELOR MITTAL	-	●	●
ASEA BROWN BOVERI, S.A. (ABB)	●	-	-
ATOS ORIGIN	●	-	-
AZVI, S.A.	●	-	-
BANCAJA	●	-	-
BANCO POPULAR	●	●	●
BANCO SABADELL	●	●	●
BANCO SANTANDER	●	●	●
BANESTO	●	-	●
BANKINTER	●	●	●
BARCLAYS ESPAÑA	-	-	-
BASF ESPAÑOLA S.L	●	-	-
BBVA	●	●	●
BODEGAS EMILIO MORO	-	-	-
BODEGAS TORRES	-	-	-
BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.	●	-	-
BT ESPAÑA	-	-	-
CAJA MADRID	●	-	-
CAJA NAVARRA	●	-	-
CAJAMAR CAJA RURAL	●	-	-
CANAL DE ISABEL II	-	-	-
CARLSON WAGONLIT TRAVEL	●	-	-
CASER SEGUROS	-	-	-
CÁTEDRA ECOEMBES MEDIO AMBIENTE	-	-	-
CEMENTOS PORTLAND VALDERRIVAS, S.A.	●	-	●

Empresas participantes en el estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España	Participantes en ediciones anteriores del estudio sobre el estado de la RC de la gran empresa en España	Empresas participantes en el estudio multisectorial pertenecientes al IBEX-35	Empresas participantes en el estudio multisectorial que cotizan en la Bolsa española
CEMEX ESPAÑA, S.A.	●	-	-
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR	●	-	-
CEPSA	●	-	●
CITIGROUP	-	-	-
CLH	●	-	-
COMERCIAL DE LAMINADOS	●	-	-
CONSUM S. COOP. V.	-	-	-
CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA S.A	-	-	-
CRITERIA CAIXACORP	-	●	●
DIA	-	-	-
DKV SEGUROS	●	-	-
DOW CHEMICAL IBERICA	●	-	-
EL CORTE INGLÉS	●	-	-
ENAGÁS	●	●	●
ENDESA	●	●	●
ENUSA	●	-	-
ERICSSON ESPAÑA S.A.	●	-	-
ERNST & YOUNG	-	-	-
EROSKI	-	-	-
ESTEVE	●	-	-
FCC	●	●	●
FERRO SPAIN S.A	●	-	-
FERROVIAL	●	●	●
FERTIBERIA	●	-	-
FINANCIERA MADERERA S.A.	-	-	-
FUNDACIÓN RANDSTAD	●	-	-
GADISA	●	-	-
GAMESA CORPORACIÓN TECNOLÓGICA, S.A.	●	●	●
GARRIGUES ABOGADOS Y ASESORES TRIBUTARIOS	●	-	-
GAS NATURAL FENOSA	●	●	●
GENERALI SEGUROS	-	-	-
GESTAMP AUTOMOCIÓN	●	-	-
GRIFOLS	●	●	-
GROUPAMA SEGUROS	-	-	-
GRUP SERHS	-	-	-
GRUPO ACS	●	●	●
GRUPO ANTOLÍN	●	-	-
GRUPO BORGES	-	-	-
GRUPO CORTEFIEL	●	-	-

Empresas participantes en el estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España	Participantes en ediciones anteriores del estudio sobre el estado de la RC de la gran empresa en España	Empresas participantes en el estudio multisectorial pertenecientes al IBEX-35	Empresas participantes en el estudio multisectorial que cotizan en la Bolsa española
GRUPO EMPRESARIAL ENCE, S. A.	-	-	●
GRUPO EULEN	●	-	-
GRUPO FUERTES	-	-	-
GRUPO MAHOU- SAN MIGUEL	●	-	-
GRUPO NUTRECO	-	-	-
GRUPO PELAYO	●	-	-
GRUPO SIRO	-	-	-
GRUPO SOS	●	-	●
HOLCIM ESPAÑA	●	-	-
IBERCAJA	●	-	-
IBERDROLA	●	●	●
IBERMUTUAMUR	●	-	-
IBERIA LAE OPERADORA	-	-	-
IKEA IBÉRICA, S.A.	●	-	-
INDRA	●	●	●
INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A. (INDITEX)	●	●	●
INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES, S.A. (IBM S.A.)	●	-	-
ISS FACILITY SERVICES	●	-	-
INDUSTRIA DE TURBO PROPULSORES (ITP)	●	-	-
KUTXA	●	-	-
"LA CAIXA"	●	-	-
LEROY MERLIN ESPAÑA S.L.U	-	-	-
LILLY	●	-	-
L'ORÉAL	-	-	-
MANGO MNG HOLDING S.L.	-	-	-
MANPOWER	-	-	-
MAPFRE	●	●	●
MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.	-	-	-
MERCADONA S.A.	●	-	-
MERCK	-	-	-
METRO DE MADRID	●	-	-
MICROSOFT IBÉRICA	●	-	-
MRW	●	-	-
MUTUA MADRILEÑA	●	-	-
MUTUA UNIVERSAL	●	-	-
NH HOTELES	●	-	●
NOVARTIS	●	-	-
OBRASCON HUARTE LAIN (OHL)	●	●	●
ORANGE FT-GROUP	●	-	-

Empresas participantes en el estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España	Participantes en ediciones anteriores del estudio sobre el estado de la RC de la gran empresa en España	Empresas participantes en el estudio multisectorial pertenecientes al IBEX-35	Empresas participantes en el estudio multisectorial que cotizan en la Bolsa española
PEPSICO	●	-	-
PERSAN S.A.	●	-	-
PESCANOVA S.A.	-	-	●
PORT AVENTURA ENTERTAINMENT, S.A.	●	-	-
PWC	●	-	-
RED ELÉCTRICA DE ESPAÑA	●	●	●
RENFE	●	-	-
REPSOL YPF	●	●	●
SACYR VALLEHERMOSO	●	●	●
SCHINDLER	●	-	-
SENER	●	-	-
SEUR S.A.	-	-	-
SIDERÚRGICA SEVILLANA, S.A.	-	-	-
SIEMENS ENTERPRISE COMMUNICATIONS	●	-	-
SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.	●	-	-
SODEXO	-	-	-
SOL MELIÁ S.A.	●	-	●
SONY ESPAÑA S.A.	-	-	-
TÉCNICAS REUNIDAS	●	●	●
TELEFÓNICA S.A.	●	●	●
THYSSENKRUPP ELEVATOR	-	-	-
TNT EXPRESS	●	-	-
TORRASPAPEL S.A.	-	-	-
TOSHIBA INFORMATION SYSTEMS ESPAÑA	-	-	-
TRAGSA	●	-	-
TRANSPORTS METROPOLITANS DE BARCELONA S.A	-	-	-
T-SYSTEMS IBERIA	-	-	-
TUBACEX S.A.	●	-	●
UNILEVER ESPAÑA	-	-	-
UNNIM	●	-	-
VODAFONE ESPAÑA S.A.U.	●	-	-

Las empresas que cumpliendo los requisitos establecidos quieran participar en el siguiente estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España pueden ponerse en contacto por mail (info@clubsostenibilidad.org) o en el teléfono 917820858. Más información en www.clubsostenibilidad.org y www.responsabilidadimas.org

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

the most common form of child abuse and neglect in the United States (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).

The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).

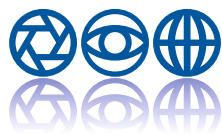
The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).

The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).

The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).

The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).

The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003). The prevalence of child abuse and neglect is estimated to be 16.6% (Child Welfare League of America, 2003).



Club de Excelencia en Sostenibilidad

CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD

Serrano 93, 7ªA
28006 Madrid
Tel. 91 782 08 58
Fax 91 564 69 67

www.clubsostenibilidad.org
www.responsabilidadimas.org