

Responsabilidad Social de la A a la Z

Para los estudios de Economía, Trabajo y
Empresa



Por la integración de la RSE en los programas de las asignaturas de los grados de Ciencias Sociales para desarrollar las competencias de una necesaria y urgente GESTIÓN RESPONSABLE.

COORDINADORAS - M. Isabel Sánchez Hernández y Dolores Gallardo Vázquez

COLABORADORES - Cristina Barriuso Iglesias, M. Jesús Barroso Méndez, Julio Daza Izquierdo, M. de las Mercedes Galán Ladero, Clementina Galera Casquet, M. del Mar García Galán, José García Gallego, M. del Mar Miralles Quirós, José Luis Miralles Quirós, José Luis Miralles Marcelo, Teresa Nevado Gil, Francisco Rubio Sánchez, Víctor Valero Amaro.

EDITA – Grupo eumed.net, Universidad de Málaga, España, 2013.

INDICE

PRESENTACIÓN

1 - PREÁMBULO

2 - NUESTRA MOTIVACIÓN

3 – CONCEPTUALIZACION Y DESARROLLO DE LA RSE

4 - LA INCLUSIÓN DE LA RSE COMO MATERIA TRANSVERSAL EN LOS GRADOS DE LA RAMA DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

4.1 - OBJETIVO GENERAL

4.2 - OBJETIVOS SUBSIDIARIOS

4.3 COMPETENCIAS DE LOS GRADOS EN CONEXION CON LOS OBJETIVOS

5 - GLOSARIO DE TÉRMINOS

6 – GUÍA DE RECURSOS EN LA RED SOBRE RSE

7 - FUENTES DE INFORMACIÓN

PRESENTACIÓN



Dra. M. Isabel Sánchez-Hernández
(isanchez@unex.es)

Doctora Europea por la Universidad de Extremadura, Máster en Organización y Dirección de Recursos Humanos por la Universidad Politécnica de Madrid, MSc en Economía por la Universidad de Aberdeen (Reino Unido) y Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid con la especialidad de Desarrollo Regional.

Actualmente es Docente e Investigadora en la Universidad de Extremadura con la figura contractual de Profesor Contratado Doctor del Área de Organización de Empresas del Departamento de Dirección de Empresas y Sociología de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

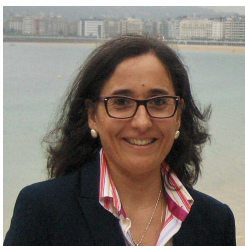
Acostumbrada a trabajar en contextos internacionales y multidisciplinares, habla con fluidez Inglés, Francés y Portugués y tiene amplia experiencia académica y profesional en gestión. Colabora en varios proyectos de formación dirigidos a emprendedores, profesionales y directivos así como en títulos de Grado y Postgrado en diversas instituciones y universidades. Ha dirigido proyectos de creación de nuevas empresas y trabajos académicos de investigación en distintos países.

En cuanto a su faceta investigadora, su línea principal es la Responsabilidad Social Corporativa con especial atención en la Gestión de los Recursos Humanos, a la que prefiere llamar "desarrollo de las personas en el puesto de trabajo", la Gestión del Cambio Organizativo, el Marketing Interno, la Innovación Social y la Competitividad, con enfoques metodológicos tanto cualitativos como cuantitativos. Actualmente es la investigadora principal del Proyecto *“Estudio de actitudes ante la responsabilidad social y medida del grado de interacción del empresariado extremeño con sus agentes de interés. Un enfoque centrado en la pequeña y mediana empresa”* del IV Plan Regional de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Además, es miembro activo del Grupo Extremeño de Marketing y Dirección de Operaciones (<http://merkado.unex.es>), de la Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo (AIMPN) así como de la Asociación Española de Marketing académico y Profesional (AEMARK) y de la Asociación Española de Dirección de Personal (AEDIPE).

Es autora del libro *Marketing Interno para Innovar en Servicios* de la Editorial Delta Publicaciones y recientemente ha publicado en colaboración en *Corporate Governance, Revista AECA, Spanish Accounting Review, Revista Educade, Journal of Security and Sustainable Issues, Economics & Sociology, Intangible Capital, European Journal of Innovation Management, Revista de Estudios Empresariales, International Review on Public and Nonprofit Marketing, Journal of Applied Research in Higher Education, Prisma Social, CIRIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa y Universia Business Review.*

PRESENTACIÓN



Dra. Dolores Gallardo-Vázquez
(dgallard@unex.es)

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Extremadura, Máster en Dirección y Gestión de Instituciones de Educación Superior y Máster en Formación y Docencia Universitaria en el Espacio Europeo de Educación Superior por la Universidad de Extremadura y Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla.

Actualmente es Docente e Investigadora en la Universidad de Extremadura con la categoría de Profesora Titular de Universidad del Área de Economía Financiera y Contabilidad del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Tiene una amplia experiencia docente, investigadora, así como de gestión y profesional externa. Posee un nivel B2 acreditado de inglés por la Escuela Oficial de Idiomas. Colabora en varios proyectos de formación dirigidos a estudiantes, profesorado y profesionales así como en títulos de Grado y Postgrado en diversas instituciones y universidades. Igualmente, colabora en proyectos en otras universidades y países.

En relación con el ámbito de la investigación, sus líneas principales de trabajo son los Activos Intangibles y Capital Intelectual, así como la Responsabilidad Social Corporativa con especial atención en la Gestión en Pymes, en Cooperativas, en el ámbito de la Revelación de Información Social, la Innovación Social y la Competitividad, con enfoques metodológicos tanto cualitativos como cuantitativos. Ha dirigido el Proyecto de Investigación regional titulado “*Diagnóstico de la Responsabilidad Social Corporativa como factor de innovación y desarrollo en Extremadura*”, concedido por la Comunidad Autónoma de Extremadura. También participa en otros proyectos de investigación, tanto regionales como a nivel nacional.

Además, es la investigadora principal del Grupo Investigación Empresarial (INVE), de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), de la Asociación de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC) así como de la Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo (AIMPN).

Es autora y coautora de numerosas publicaciones en revistas tales como el *Journal of International Management*, *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, *Corporate Governance*, *Revista AECA*, *Spanish Accounting Review*, *Revista Educade*, *Journal of Security and Sustainable Issues*, *Economics & Sociology*, *Intangible Capital*, *Cuadernos de Economía*, *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, *Revista de Estudios Empresariales*, *Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría*, *TIC*, *Revista de Innovación Educativa*, *Estudios de Economía Aplicada*, *Revista de Empresa*, *Cuadernos de Información Económica*, *Journal of Applied Research in Higher Education*, *Prisma Social*, *CIRIEC Revista de Economía Pública*, *Social y Cooperativa* y *Universia Business Review*.

1 - PREÁMBULO

En la Comunidad Autónoma de Extremadura, en España, contamos desde el 9 de diciembre de 2010 con la Ley de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que pretende impulsar de forma no coercitiva los comportamientos responsables de las empresas de la región. La Ley parte de la base de que la responsabilidad social es una herramienta de gestión capaz de poner a las empresas en estado de diálogo permanente. Ésta es su esencia, hacer hablar a las empresas con sus agentes de interés (los denominados comúnmente con el anglicismo de *stakeholders*). Es decir, poner a las empresas en coordinación con su capital humano, con los sindicatos, con los proveedores, con los consumidores, con la competencia, con los poderes públicos, con la sociedad civil y la comunidad local y con todos aquellos actores afectados de una forma u otra por su actividad productiva y generadora de riqueza. Se trata de contribuir a impulsar el dialogo, descubrir las oportunidades y las amenazas que van a encontrar en la puesta en marcha de acciones sociales.

En este contexto de cambio y concienciación hacia una economía sostenible basada en la gestión responsable de las empresas este trabajo pretende contribuir desde la Universidad de Extremadura, única universidad de la Región, y concretamente desde la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, a la generación de información sobre la responsabilidad social de las instituciones, a la inclusión transversal de estos contenidos en las materias que configuran los diversos currículos académicos y a la formación de conciencia crítica y constructiva de los estudiantes de la rama de las ciencias sociales y jurídicas.

2 - NUESTRA MOTIVACIÓN

En el proceso de adaptación de la Universidad de Extremadura al denominado Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), se han venido desarrollando diversos proyectos pedagógicos que una vez puestos en práctica, han dado muy buenos resultados en la docencia. Esta obra es el fruto del trabajo en equipo de las coordinadoras, especializadas en responsabilidad social, junto con todos los colaboradores, docentes e investigadores concienciados con la necesidad de incluir la RSE en la formación de los alumnos. Esta inclusión debe ser llevada a cabo de forma transversal, conscientes de que no existe en los planes de estudio una asignatura concreta que la desarrolle y que genere las competencias que requiere una gestión responsable de forma explícita, tal y como ocurre en muchas otras universidades. Nuestra motivación, por tanto, se centra en incluir contenidos de responsabilidad social en los siguientes programas curriculares en curso en nuestra facultad:

- Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE).
- Grado en Economía (ECO)
- Grado en Ciencias del Trabajo (GCT)
- Doble Grado ADE-Derecho
- Doble Grado ADE-Economía
- Doble Grado ADE- Ciencias del Trabajo

La Facultad de CC. Económicas y Empresariales ha iniciado ya su andadura en la formación en RSE contando con materias concretas en los Máster así como dando tutela académica a cuantos proyectos, cursos y jornadas se presentan en línea con la gestión responsable. Sin embargo, no parece suficiente y cualquier esfuerzo docente que implique colaboración académica en torno al tema de RSE, elaboración

de materiales consensuados, difusión de los mismos y utilización en las aulas para sensibilizar al alumno con la dimensión ética de la gestión de empresas y los objetivos sociales y medioambientales, más allá de los económicos, es bien recibido.

Este trabajo se presenta como una alternativa de interés para nuestra Facultad y de gran impacto, tanto por número de profesores implicados, el número de alumnos afectados y la propia naturaleza estratégica de fomento de la RSE de la Universidad de Extremadura. Además, somos conscientes que nuestro trabajo de equipo también puede servir para otros centros educativos que, como nosotros, quieran formar en ciencias sociales teniendo la RSE como base sobre la que construir los conocimientos y las competencias profesionales de sus alumnos.



3 – CONCEPTUALIZACION Y DESARROLLO DE LA RSE

La base teórica de la RSE está en la concepción de la empresa como una entidad que debe ser sostenible y responder a criterios éticos de comportamiento. Cuando la empresa, en el desarrollo de su negocio, toma decisiones y actúa, afecta irremisiblemente a diferentes agentes como los clientes, sus empleados, proveedores, accionistas y en general a la sociedad en su conjunto. Por eso, es imprescindible que las actuaciones de las empresas incorporen criterios de sostenibilidad, piensen en el presente y en el futuro, miren por sus intereses y por los intereses de los agentes con los que interaccionen, busquen beneficio económico y beneficio social. Para esto, los intereses de todos los agentes deben ser incorporados a la gestión de la empresa, considerados en su estrategia y correspondidos de forma satisfactoria.

La conceptualización del desarrollo sostenible tiene su origen en la Comisión Brundtland cuando lo definen como aquel desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial para el Desarrollo del Medio Ambiente, 1987).

La Declaración de Río de 1992 formalizó el compromiso de Naciones Unidas con el desarrollo sostenible, reforzándose posteriormente en 1997 cuando los signatarios de esta declaración y los miembros de la Unión Europea se comprometieron a elaborar estrategias en esa dirección para la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de 2002.

En el World Economic Forum de Davos de 1999 se llegó al Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) donde se hizo una llamada a los líderes y responsables de las empresas para que se unieran en un gran pacto fundamentado en diez principios básicos sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, buscando un desarrollo sostenible para impulsar el

progreso de la humanidad sin poner en riesgo la estabilidad de las sociedades futuras.

En el contexto empresarial, la posición a favor del desarrollo sostenible tiene a la cabeza al Consejo Mundial de la Empresa para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD) y en el ámbito de las actuaciones empresariales se promueve la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

El WBCSD en el informe del año 2000 titulado *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*, define la RSC como el compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico a la vez que mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como la comunidad local y la sociedad en su conjunto.

En Europa, las instituciones públicas a través de la Comisión de las Comunidades Europeas, han adoptado un claro liderazgo en la difusión y el impulso de la RSC en Europa desde la publicación del Libro Verde (CCEE, 2001) para fomentar un marco europeo para la RSC en Europa y la definen como la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores.

La RSC busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medioambiente. Y no cabe duda de que cada vez más directivos están sensibilizados con los problemas de carácter ético, con la conservación de los espacios naturales, con el cambio climático, con la desigualdad social, con los derechos de los trabajadores y con los derechos humanos en general. La creciente preocupación por parte de la sociedad acerca de estos aspectos, hace que las empresas traten de abordarlos en profundidad, adquiriendo un compromiso permanente y dinámico con todos los grupos de interés poniendo en marcha su RSC.

4 - LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ES UNA INNOVACIÓN

Muchas de las prolíficas investigaciones sobre innovación profundizan en qué es una innovación y porqué innovar es importante. Primero la investigación ha girado en torno a los procesos de desarrollo de nuevos productos. Pero a partir de los años 90 la investigación en servicios es una línea que gana peso en la literatura académica. En general, los trabajos sobre innovación abordan desde aspectos como el análisis de los factores de éxito y fracaso de los proyectos de desarrollo de nuevos productos o servicios hasta las capacidades que se requieren para que una organización aborde una innovación.

Durante las últimas décadas ha habido alteraciones en el entorno empresarial que han cambiado radicalmente la competencia en la mayoría de los negocios. En este contexto de cambio permanente, la RSE ha emergido con fuerza al tiempo que las economías occidentales han pasado de estar centradas en la producción a potenciar mercados basados en la sostenibilidad.

Sin embargo, pocas veces se hace referencia al carácter innovador que posee la RSE. Hoy, invertir tiempo y recursos en RSE supone una actividad innovadora porque las empresas que se esfuerzan en ser responsables y emprenden el camino sin retorno de la sostenibilidad, acaban por producir y generar bienes y servicios que son percibidos como nuevos y diferentes por los agentes de interés.

Destacamos a continuación algunas razones que apoyan este enfoque:

- La RSE supone un cambio de actitudes y conductas en la empresa, acercándola hacia su entorno con una visión más a

largo plazo y una actitud más estratégica. Por tanto, supone una apuesta por la calidad y la excelencia en la gestión.

- La RSE contribuye a incrementar el capital de la empresa, fundamentalmente el capital intelectual. Una empresa responsable crea y desarrolla nuevos conocimientos, nuevos procesos y nuevas relaciones que aplica en su gestión.
- Una empresa responsable es una empresa que innova en su capital humano. En la medida en que se atienden las necesidades de sus trabajadores, como parte de los grupos de interés de la empresa, la empresa se convierte en un mejor lugar para trabajar, siendo más probable que se incremente la confianza y el compromiso de los trabajadores y confluyan en mayor medida los objetivos de organización y empleados.
- La RSE es un campo de investigación importante, y es una línea prioritaria de investigación en ciencias sociales tanto para organismos públicos como privados.
- La configuración del tejido empresarial español, compuesto en más de un 99% por PYME, plantea el reto de incorporar la PYME a la RSC, siendo éste un campo en el que todavía se puede avanzar mucho, y donde aún no se es del todo consciente de las oportunidades para la PYME de avanzar en prácticas responsables.

4 - LA INCLUSIÓN DE LA RSE COMO MATERIA TRANSVERSAL EN LOS GRADOS DE LA RAMA DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

La *Estrategia Universidad 2015* del Ministerio de Educación en España, señala el compromiso de las universidades con la responsabilidad social, la denominada RSU. Dicha responsabilidad se concreta en la integración voluntaria de su compromiso de buen gobierno, social y medioambiental en las tres misiones propias de enseñanza, investigación y transferencia de resultados a la sociedad. Se trata de que el objetivo general de desarrollo sostenible tenga su aplicación transversal en todas las misiones y capacidades de la universidad, en el conjunto de la comunidad que la conforma y en la relación con su entorno y que ese compromiso, si quiere ser verdaderamente responsabilidad social, se gestione con la misma calidad y excelencia que se aplica en el resto de funciones consideradas como básicas.

Las universidades socialmente responsables, además de ser organizaciones que tienen incorporados estos principios en su gestión, tienen incluidos en sus diseños curriculares aspectos relativos a la ética profesional, a la minimización del impacto de la actividad económica en los agentes de interés, al desarrollo armónico de los territorios, al control de los procesos en términos de sostenibilidad social y ambiental, etc. De esta forma, a través de los planes de estudio, se pretende actuar como motor de cambio en los egresados, los futuros profesionales que se incorporan al mercado. Sin embargo, no es común encontrar materias de RS en los diseños curriculares de los estudios oficiales. Por ejemplo, en España y para los grados de Economía y Empresa, donde parece más necesaria su inclusión, aunque un alto porcentaje de universidades contemplan este tipo de contenidos en sus programas, no lo hacen de forma específica con asignaturas

concretas e independientes, sino más bien como contenidos incluidos en otras materias relacionadas. Por consiguiente, aunque las universidades vayan entrando en la senda de la gestión responsable, la mayoría de las veces no consiguen programas formativos que desarrollen la RSE en toda su extensión.

Por tanto, una misión importante de la RSU recae en el desarrollo de competencias de responsabilidad en los estudiantes y en la ciudadanía en general, entendiendo que la universidad aborda el aprendizaje a lo largo de toda la vida.

Si en algún campo del saber el acercamiento a una gestión responsable y sostenible es interesante, es – a nuestro entender – en las Ciencias Económicas, las Ciencias del Trabajo y en la Administración y Dirección de Empresas.

Este empeño se presenta como una propuesta educativa innovadora, que se caracteriza porque el aprendizaje de la RSE debe estar centrado en el estudiante, que a lo largo de los estudios en su facultad y en diversas materias, debe ir encontrando nuevos aspectos de la gestión responsable vinculados en cada momento con las asignaturas que le sean impartidas por sus profesores.

La inclusión de conocimiento sobre la RSE, la sensibilización y el fomento de comportamientos responsables en lo económico, lo social y lo medioambiental en este tipo de estudios constituye una contribución valiosa al cambio de cultura imperante muchas veces en los negocios de máximo beneficio a corto plazo sin pensar en el beneficio futuro, y sus consecuencias nefastas tal y como demuestra la tremenda crisis económica actual.

Nos parece importante destinar esfuerzos a homogeneizar las metodologías utilizadas por los docentes de una misma área así como la creación de materiales comunes por área de conocimiento. Este documento, disponible *on line* de forma gratuita, sirve de base para que, con lenguaje compartido, pueda ser un hecho la inclusión de actividades de enseñanza-aprendizaje en RSE. Así, y teniendo como base los contenidos propios de cada asignatura, este texto sirve de nexo común para los distintos docentes y para los estudiantes a lo largo de su currículo formativo en los grupos por los que vayan pasando.

4.1 - OBJETIVO GENERAL

Contar con un instrumento que permita a los docentes de las áreas implicadas trabajar de manera conjunta, cohesionada y sinérgica en la inclusión transversal de la RSE en sus asignaturas para conseguir egresados más competentes en el mercado laboral que garanticen comportamientos éticos, liderazgo responsable y que tengan como fin último el desarrollo sostenible de la economía y los negocios.

4.2 - OBJETIVOS SUBSIDIARIOS

Construir un aprendizaje significativo basado en los principios de la gestión responsable que contribuya a un cambio cultural en la forma de hacer negocios de nuestro tiempo.

Motivar a los alumnos e invitarles (en vez de obligarles) a afrontar, analizar y solucionar problemas complejos de la economía y los negocios desde un enfoque responsable.

Identificar las necesidades de aprendizaje del alumno en aspectos relativos a la RSE y fomentar la búsqueda de información, aprendiendo

autónomamente y comprendiendo en profundidad los elementos, actores y consecuencias de la gestión.

Construir nuevo conocimiento vinculado con la RSE y saber aplicarlo después a situaciones problemáticas en la vida profesional en pro de una gestión responsable.

Mejorar la retención de conocimiento de la RSE y la capacidad para aplicarlo al abordar el tema transversalmente en distintos cursos y distintas asignaturas con enfoques complementarios.

Desarrollar nuevas competencias como solución de problemas desde la RSE, comunicación y liderazgo responsable, trabajo en equipo, etc. que son esenciales para resolver problemas profesionales.

4.3 COMPETENCIAS DE LOS GRADOS EN CONEXION CON LOS OBJETIVOS

La fuente para la descripción de estas competencias, que hemos adaptado al contexto de la RSE, es el libro *La Evaluación por Competencias* del Grado en Administración y Dirección de Empresas que fue publicado en 2010 por varios autores de la Universidad de Extremadura y del que son coautores varios docentes que participan también en este libro.



La idea que nos inspiró está reconocida como uno de los principios del Tratado de Bolonia y pasa por tener en cuenta en las calificaciones finales del alumnado otros parámetros distintos a los resultados obtenidos en los tradicionales exámenes y trabajos académicos. Así, la finalidad de esta publicación fue que el docente dispusiera de un baremo consensuado y compartido, que le permitiera medir objetivamente un conjunto de destrezas de los alumnos que, hasta el momento podían haber estado incluidas en los planes de estudios, pero que no tenían una forma tangible de reconocimiento.

El término de competencias procede del ámbito empresarial y está estrechamente relacionado con el rendimiento del puesto de trabajo en una organización concreta. En el actual contexto universitario, se supone que un egresado tiene más posibilidades de encontrar un puesto de trabajo satisfactorio cuanto mayor es su capacidad para adaptar sus competencias a las demandas del mercado laboral.

Hoy, “ser competente en RSE” se va perfilando como un valor del egresado, como un elemento diferenciador de los mejores cuando salen al mercado laboral. Por tanto, debe haber un esfuerzo desde las aulas para el desarrollo de esta competencia global.

A continuación se señalan las distintas ramificaciones de la competencia global “ser competente en RSE”:

- Capacidad de aprender de forma autónoma aspectos relacionados con la RSE, entendida como la capacidad para adquirir conocimiento con una motivación, unos contenidos, unas técnicas y una evaluación que proceden de la propia persona que aprende y son realizados por ella.

- Adaptación a nuevas situaciones desde un enfoque responsable, entendida como la modificación del comportamiento adecuándolo a situaciones de cambio o ambigüedad, manteniendo la efectividad en distintos entornos, con diferentes tareas, responsabilidades y personas.
- Creatividad para la gestión responsable, entendida como la capacidad de encontrar, imaginar, crear, definir y diseñar algo nuevo teniendo la RSE como punto de partida.
- Liderazgo social y responsable, entendido como la capacidad de dirigir un equipo de trabajo, generando un clima de energía, autonomía y compromiso. Promueve la participación, el intercambio de ideas y, por ende, el aprendizaje de los miembros de un grupo bajo el enfoque de la RSE.
- Iniciativa y espíritu emprendedor sostenible y responsable, entendido como la capacidad de pensar, razonar y actuar teniendo como eje principal las oportunidades planteadas con una visión global y llevadas a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. También como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva, a corto y largo plazo en pro del desarrollo sostenible de los negocios.
- Motivación por la calidad, entendida como la preocupación por realizar el trabajo bien hecho con altos niveles de calidad para la obtención de resultados.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales, considerando la capacidad de tener siempre presentes las

variables vinculadas al deterioro del entorno medioambiental, así como las principales cuestiones de preocupación social en la argumentación de una idea, la toma de decisiones o la defensa de una causa.

- Respeto de los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, entendido como la capacidad de tener siempre presentes los derechos y libertades fundamentales, especialmente la igualdad de géneros en la argumentación de una idea, la toma de decisiones o la defensa de una causa.
- Respeto a los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, entendido como la sensibilidad para reconocer, valorar positivamente y proponer medidas que garanticen la no discriminación, la igualdad de oportunidades, la integración social, profesional y la participación en la vida de la comunidad de las personas con discapacidad.
- Promoción de los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, entendido como la capacidad de incorporar en los argumentos y acciones elementos que impulsen la paz, la democracia, la no violencia y el diálogo como práctica a generalizar en la gestión y transformación de los conflictos.

4 - GLOSARIO DE TÉRMINOS

A continuación se presenta el glosario de términos que se han seleccionado en torno a la RSE y que pretenden ser la base para generar un lenguaje común en la inclusión de la RSE en la práctica docente. Todos ellos han sido consensuados por el equipo de colaboradores de este trabajo coordinados desde la dirección del mismo y no pueden ser considerados por tanto como las únicas definiciones, ni tampoco las mejores, son simplemente las nuestras.

Aquí radica la utilidad de este trabajo: un compendio de conceptos en torno a la RSE que han sido pensados, discutidos y definidos por el equipo de docentes que tenemos la tarea individual de formar alumnos comunes en distintas disciplinas pero, siempre, bajo un enfoque común de ética, de responsabilidad social y de sostenibilidad.

Entendemos que este esfuerzo de recopilación de términos, la elaboración de la definición que por consenso parecía más apropiada y la utilización del resultado en cada una de las diferentes materias que componen el currículo académico de las distintas titulaciones de las Ciencias Sociales y Jurídicas, representa un primer paso importante hacia una verdadera inclusión de la RSE en los currículos de forma oficial.

Pensamos que más pronto que tarde, la RSE pasará de ser una temática transversal de los estudios de Economía, Empresa o Trabajo, y pasará a ocupar un lugar troncal en el currículo. No sabemos si será efectivamente así o si lo que expresamos es un deseo, pero mientras tanto, y desde la Universidad de Extremadura en España, apostamos por la RSE como filosofía de gestión y sobre esta base queremos construir nuestra docencia.



GLOSARIO DE TÉRMINOS VINCULADOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



Acción Social de la Empresa – Podemos decir que el término acción social de la empresa es el antecedente del término de Responsabilidad Social. La acción social ha estado ligada fundamentalmente a las grandes empresas como un gasto, limitado a la aportación de dinero a actividades caritativas o humanitarias o como una contribución a iniciativas de las instituciones públicas. Esta acción social se ha vinculado generalmente al apoyo de la empresa a las personas más desfavorecidas de la sociedad, directamente o a través de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) y se ha articulado en tres grandes líneas: Programas relacionados con sus productos y servicios con donaciones o ventas a precios especiales a ONGs, apoyar proyectos sociales desde su infraestructura logística, comercial o de comunicación, en colaboración con sus clientes o con sus proveedores, o investigar sobre nuevos productos y servicios especialmente adaptados; Programas en colaboración con los empleados, no sólo canalizando sus inquietudes o respondiendo a sus iniciativas de financiación o voluntariado sino también mediante iniciativas más sofisticadas vinculadas a los planes de formación o al trabajo en

equipo; Programas corporativos, desde los más tradicionales de aportaciones económicas, patrocinio, mecenazgo o fundaciones empresariales, a los más sofisticados de apoyo al empleo de personas desfavorecidas.

Agenda 21 - Programa dinámico de sostenibilidad gestado en la Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible organizada por las Naciones Unidas de Río de Janeiro (Brasil) en el año 1992, en el que se describen las bases para la acción, los objetivos a alcanzar, las actividades a realizar y los medios necesarios para la ejecución de actuaciones programadas en el ámbito local y que implica a todos los sectores de una comunidad: sociales, culturales, económicos y ambientales.

Agricultura Ecológica - Sistema de producción agrícola basado en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos de síntesis u organismos genéticamente modificados, ni para abono ni para combatir plagas, logrando de este modo obtener alimentos orgánicos conservando la fertilidad de la tierra y respetando el medio ambiente. Se basa en una serie de objetivos y principios, así como en unas prácticas comunes diseñadas para minimizar el impacto humano en el medio ambiente, mientras se asegura que el sistema agrícola funcione de la forma más natural posible. De esta forma se consigue proporcionar al consumidor alimentos frescos y auténticos al tiempo que se respetan los ciclos vitales de los sistemas naturales. Todo ello, de forma sostenible y equilibrada.

Auditoría (de RS) - Proceso de examen o comprobación, llevado a cabo por personas independientes a la empresa, sobre la información publicada en los llamados Informes de Responsabilidad Social Corporativa o Informes de Sostenibilidad. En este proceso, cabe solicitarse la colaboración de distintos agentes de interés, con el fin de observar la concordancia entre lo expresado oficialmente en el Informe y lo expresado realmente por las partes interesadas. Ello conducirá a

umentar la calidad del proceso, determinando la existencia o no de divergencias.

Balance Social - Estado contable o instrumento que ofrece información de naturaleza social, que junto a la económico-financiera suministrada a la sociedad de manera general, constituye un sistema de información contable integral con plena aptitud para cumplir una función social, proporcionando a los responsables de la toma de decisiones una adecuada información en materia de actividades sociales, y convertirse en un instrumento de diálogo y comunicación entre la empresa y los grupos sociales.

Banca Ética - Alternativa a la banca convencional que surge con el objetivo de contribuir desde el sistema financiero a un cambio positivo y sostenible en la sociedad. Es la encargada de canalizar el dinero procedente de las unidades de ahorro hacia las unidades necesitadas de financiación siguiendo criterios éticos y de sostenibilidad. Esto implica, por un lado, la total transparencia de su actividad para que el ahorrador sepa en todo momento que su dinero está siendo empleado de acuerdo a sus criterios éticos y, por otro lado, el proveer de financiación exclusivamente a proyectos que, además de ser económicamente rentables, aportan un valor añadido a la sociedad desde el punto de vista medioambiental, social, cultural o humanitario. Un ejemplo de banca ética es *Triodos Bank*, fundado en Holanda en 1980 bajo los criterios de la *triple bottom-line*, de ahí su nombre procedente del griego “tri hodos” que significa tres caminos: económico, social y medioambiental.

Bancos del Tiempo - Sistema de intercambio de servicios, en el que la unidad objeto de intercambio es el tiempo, nunca dinero. Las partes implicadas en el intercambio entregan horas de su tiempo para la realización de un servicio concreto en un cierto número de horas previamente pactadas, a la vez que recibirán como “pago” otra actividad o servicio por el mismo número de horas o su equivalente.

Por ejemplo, se pueden intercambiar horas de cuidado a niños a personas necesitadas, horas de ayuda al estudio, horas de lectura, horas de paseo, horas de lavado, pintura,...Con esta forma de actuación se fomentan las relaciones sociales y la igualdad entre los distintos estratos sociales y económicos. A la vez, este sistema se plantea como un mercado alternativo o economía complementaria capaz de solventar algunos problemas propios de la economía de mercado.

Buen Gobierno de la Empresa - Consiste en la unión de la buena gestión con la ética en los negocios mediante el cumplimiento de unas pautas o normas de conducta determinadas. En 2006 la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) elaboró el *Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas* (cuyos precedentes fueron los conocidos *Informe Olivencia* e *Informe Aldama*) para dotar a dichas empresas de un documento único de recomendaciones de buen gobierno. Estas empresas a su vez están obligadas a elaborar un informe anual de gobierno corporativo en el que se debe indicar si cumplen y en qué medida las pautas establecidas en dicho código.

Cadena de Valor y Cadena de Valor Responsable - La *cadena de valor* es el conjunto de actividades que se realizan en el seno de la empresa, desde que se adquiere la materia prima hasta que se entrega el producto o servicio final, proporcionando valor al cliente. Incluye actividades relacionadas con el aprovisionamiento, la producción y la distribución, así como todas las actividades transversales necesarias para realizar estas funciones (desarrollo tecnológico, gestión de recursos humanos, investigación y desarrollo, etc.). La *cadena de valor responsable* consiste en integrar los indicadores de la RS en la cadena de valor de una empresa. Implica, por tanto, revisar cada una de las partes de la cadena de valor con un enfoque de RS, de esta manera se consigue agregar valor a cada uno de los procesos y, finalmente, se crea valor en el propio negocio empresarial. Además de la revisión interna, debemos de analizar las capacidades de proveedores y clientes, con los que se relaciona la empresa, buscando que éstos

también sean socialmente responsables. Esta práctica conduce a la creación de valor para todos los grupos de interés.

Calidad de Vida - El concepto de calidad de vida es muy cercano al concepto de desarrollo, y hace referencia al grado de bienestar que una población o sociedad alcanza en un momento determinado. No se debe confundir con el concepto de *nivel de vida*, el cual está estrechamente vinculado con aspectos económicos y estrictamente mide ingresos o rentas. Más allá de medir la calidad de vida a través de índices de desarrollo (como el IDH elaborado por el PNUD), el bienestar social (o la calidad de vida de una población) se puede medir a través de múltiples indicadores o índices, en general todos ellos multidimensionales. Algunas de estas dimensiones, que contribuyen a crear el concepto de calidad de vida, son: salud, vida familiar y comunitaria, ingresos, estabilidad política, aspectos climatológicos y geográficos, empleo, garantía de libertades, igualdad de género, acceso a vivienda, etc.

Cambio Climático - Cambio persistente en los valores de determinadas variables climáticas, como por ejemplo, modificaciones en las temperaturas, en la velocidad del viento, en las precipitaciones y en otros elementos del clima, atribuibles directa o indirectamente al conjunto de actividades llevadas a cabo por el ser humano, y que vienen a sumarse a los cambios climáticos naturales observados durante períodos de tiempo equiparables.

Centros Especiales de Empleo - Empresas promovidas fundamentalmente por asociaciones o entidades cuya finalidad básica es la creación de empleo para personas con discapacidad, con el objetivo principal de su integración laboral y social. Los Centros Especiales de Empleo deben contar con la preceptiva autorización por parte de la Administración pública competente y ocupar un porcentaje mínimo de trabajadores con discapacidad física, psíquica o sensorial.

Certificación de RSE - Documento que acredita, frente a terceros (grupos de interés), que las organizaciones públicas o privadas se comportan de una manera socialmente responsable. Es una forma de hacer valer los esfuerzos de la organización en materia de RSE y de mantener la mejora continua en esta materia. A nivel externo, produce una mejora de la reputación corporativa e imagen de la organización. Se pueden obtener múltiples certificados relativos a esta materia, entre los que destacan: ISO 14001, de gestión medioambiental; OHSAS 18001, certificado de seguridad y salud en el trabajo; SA 8000, de aspectos socio laborales; IQNet SR10 que da respuesta a los principios de la norma UNE-ISO 26000 (Guía de RS); certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable); verificación de memorias de sostenibilidad GRI. Todas estas certificaciones son complementarias entre sí.

Ciudadanía Corporativa - Es la forma de concretar y llevar a la práctica la RS teniendo como principio básico el que la empresa no es una entidad aislada, sino que es parte de la misma sociedad en donde se encuentra, y que requiere ser *buen ciudadano* en cuanto a la trascendencia de todos sus actos, ya sea en la parte productivo-económica, social y medioambiental. Así, la empresa socialmente responsable es un ciudadano corporativo que trasciende sus obligaciones legales para fundamentar su gestión en políticas y programas que incidan positivamente en las personas, en el entorno y en las comunidades en las que opera involucrándose con la sociedad en todos los sentidos.

Comercio justo - Sistema comercial que se contrapone al comercio convencional destacando por su carácter solidario que busca el desarrollo de los diferentes pueblos que habitan la tierra y lucha contra la pobreza. Es fundamental en el comercio justo que las condiciones laborales de los trabajadores sean dignas y los salarios acordes al trabajo realizado para que puedan vivir con dignidad. Asimismo, se opone radicalmente a la explotación laboral infantil, busca la igualdad

entre hombres y mujeres, de manera especial al recibir una retribución económica equitativa, y es respetuoso con el medioambiente, ya que los artículos se fabrican por medio de técnicas que no dañan el entorno en el que se producen. El comercio justo es, por tanto, un sistema comercial que funciona como herramienta de cooperación. Desde un punto de vista internacional, es fundamental que existan acuerdos que permitan el acceso a los mercados de estos productos para favorecer el desarrollo de los países pobres del sur y así erradicar la pobreza y la desigualdad mundial. Las organizaciones de Comercio Justo activamente apoyan a los productores, pero principalmente tratan de sensibilizar al consumidor desarrollando campañas que permitan cambiar las prácticas del comercio internacional convencional. La Organización Mundial del Comercio Justo establece 10 criterios básicos que deben cumplirse: creación de oportunidades para productores con desventajas económicas; transparencia y responsabilidad; prácticas comerciales justas; pago de un precio justo; asegurar la ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso; compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación; asegurar buenas condiciones de trabajo; facilitar el desarrollo de capacidades; promoción del comercio justo; y respeto por el medio ambiente.

Conciliación - Necesidad de equilibrar el tiempo invertido en el trabajo con el tiempo dedicado a la vida familiar y personal como consecuencia de los cambios socioeconómicos sucedidos en las últimas décadas. Las medidas para conciliar deben estar basadas en un acuerdo y consenso entre las dos partes interesadas (organización y trabajador); el empleado puede disponer de tiempo para atender sus necesidades familiares, personales y de ocio, mientras que la organización puede disponer de empleados motivados, satisfechos, comprometidos y con menor nivel de absentismo y rotación; ello genera un buen clima laboral, antesala de elevados niveles de productividad. Dichas medidas abarcan desde la flexibilidad horaria, financiación de guarderías, tickets restaurantes, ayuda para cuidado de familiares enfermos hasta

permisos retribuidos o no retribuidos y excedencias para cuidados de hijos o enfermos.

Consumidor Socialmente Responsable - El consumidor que incluye criterios éticos en sus decisiones de compra. Considera que cada compra tiene implicaciones para la sociedad en su conjunto y observa qué empresa está detrás del producto comprado (si es socialmente responsable o no), valorando los efectos y las consecuencias de su compra y su posterior consumo.

Consumismo - El concepto de consumismo está asociado al fenómeno propio de las sociedades modernas de países desarrollados por el que se acumulan, compran o consumen bienes y servicios considerados no esenciales por encima de las necesidades de subsistencia. Generalmente está asociado con la obtención de satisfacción y felicidad personal mediante la atención de necesidades superfluas. Las personas consumistas buscan adquirir prestigio y status social mediante la adquisición de bienes y servicios, lo que a gran escala podría comprometer seriamente los recursos naturales y el equilibrio ecológico.

Consumo local - El consumo local es una forma de economía basada en el consumo de productos de un lugar concreto (localidad, comarca o región) que comparte una idiosincrasia particular. Por tratarse de una de las necesidades básicas, en la alimentación tiene particular incidencia este tipo de consumo, que se extiende desde la producción pasando por el procesamiento y la distribución hasta la venta final. Con ello se favorecen la economía y las relaciones sociales del lugar concreto. La economía local se basa en la comunidad y es una alternativa a la economía global en la que se da una separación entre productores y consumidores por una extensa cadena de intermediarios. Los controles de calidad, que en el ámbito de la alimentación son fundamentales, pueden ser mayor garantía en un entorno local, frente a la difusión que supone la cadena que se

mencionaba antes en un entorno global. En un entorno local aumenta la responsabilidad como consecuencia del aumento de las relaciones sociales.

Consumo Socialmente Responsable - El consumo que incluye consideraciones sociales, medioambientales y éticas en los procesos de selección de productos y marcas (y no sólo la relación calidad - precio).

Contabilidad Medioambiental - Rama de la Contabilidad en las empresas que incluye referencias a aspectos medioambientales, tales como las acciones de este tipo acometidas, el impacto ambiental generado, los beneficios obtenidos, haciendo referencia al empleo de recursos, los costes en los que se ha incurrido, ..., con el fin de medir los impactos financieros y no financieros sobre la empresa de las medidas que ésta ha adoptado para la preservación del medio ambiente.

Contabilidad Social - Es la rama de la ciencia contable que analiza, registra y describe los procesos correspondientes a hechos y operaciones con contenido, no sólo económico, sino también de tipo social y medioambiental. Su campo de información va más allá del análisis de los datos referentes a la actuación de la empresa en concreto, abarcando una información referida a la comunidad social que rodea a aquélla. En este sentido, la transmisión de la información se realiza a todos los grupos interesados, de dentro y fuera de la empresa.

Cooperación Internacional para el Desarrollo - Conjunto muy amplio de actuaciones diseñadas y ejecutadas por actores públicos o privados de distintos países, con países de diferente nivel de renta, con el propósito de: promover el progreso económico y social, un desarrollo más equilibrado y sostenible entre el Norte y el Sur, un sistema de relaciones internacionales más estables, pacíficas y seguras para el conjunto de la humanidad, favorecer formas de gobierno democráticas

y respetuosas con los derechos humanos y contribuir a la preservación y la mejora del medio ambiente. Incluye así por tanto la Ayuda al Desarrollo y la Cooperación en los países del Sur, como la Educación para el Desarrollo y sensibilización en el Norte. Pretende mejorar las condiciones de vida de las personas, introduciendo cambios económicos, sociales y políticos relacionados con el fomento de los Derechos Humanos, la consolidación de la democracia, y la asunción de valores y actitudes a favor de la paz y la solidaridad. Se ejecuta a través de redes y organizaciones nacionales e internacionales, públicas y privadas, del Norte y del Sur.

Cooperativas - Las sociedades cooperativas son asociaciones de personas, físicas o jurídicas, con intereses o necesidades socio-económicas comunes, orientadas al desarrollo de una actividad empresarial, en la cual los resultados económicos obtenidos se imputan a los socios, previa atención de los fondos comunitarios en función de la actividad cooperativa realizada. La identidad cooperativa se conforma en torno a un entramado de principios y valores cooperativos, en base a los que se consolida una sólida cultura organizacional en la que se incluye la aceptación y vinculación de los socios dentro de su realidad social. Son valores que deben estar presentes dentro de una cooperativa *la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad*. A su vez, los socios deberán interiorizar como propios las virtudes de *la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social*.

Cooperativismo - El movimiento cooperativo surge desde el compromiso con el entorno, con las personas, y en el que la gestión y el control se realizan de forma democrática y conjunta, ampliando los fines de cualquier empresa a cuestiones de tipo social y cultural, superando los motivos puramente económicos. La existencia de unos principios y valores cooperativos, como elementos configuradores de la naturaleza jurídica de cooperativas, determina una relación muy clara

con los fundamentos de la RS. Los *principios cooperativos* se pueden considerar como guías de actuación tendentes a proveer tanto a socios como a cooperativas de los valores que para cada uno de ellos se establecen.

Creación de Valor - Resultado de un conjunto de actividades destinadas a incrementar o mejorar tanto aspectos materiales, como son el rendimiento empresarial o la rentabilidad de los accionistas, así como aspectos intangibles, como son la satisfacción de las necesidades de los diversos grupos de interés empresariales. Desde un punto de vista financiero (para el accionista) la creación de valor se alcanza cuando la rentabilidad obtenida supera sus expectativas. El empresario crea valor económico cuando consigue incrementar el beneficio neto, es decir, cuando los costes de su cadena de valor son inferiores al precio que el mercado está dispuesto a pagar por sus bienes o servicios. Pero, además, hay que crear valor para todos los grupos de interés, como pueden ser los clientes, conociendo lo que quiere el cliente y recogiendo esas preferencias en nuestros productos, mediante la innovación, la diferenciación, etc. Para los trabajadores, creando un clima laboral en el que se encuentre motivado y contribuya a alcanzar los objetivos de la organización, etc.

CSR 2.0 - Nueva etapa en el enfoque de la RSC con el fin de afrontar un cambio cualitativo. Supone el paso de la comunicación a la gestión de la RSC y la vinculación de ésta a la cuenta de resultados.

Derechos de Emisión - Derechos transferibles pertenecientes a un sujeto, a través de los cuales, éste tiene la facultad de emitir a la atmósfera, desde una instalación, cierta cantidad de dióxido de carbono equivalente, siendo dicha facultad válida exclusivamente para cada uno de los períodos de vigencia de un Plan Nacional de Asignación (PNA). Los derechos de emisión sólo pueden sobrepasarse adquiriendo o generando nuevos derechos.

Derechos de los Consumidores - Los derechos fundamentales de los consumidores y usuarios aparecen recogidos en el *Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios* (Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre). Son: La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos; La indemnización de los daños y reparación de los perjuicios sufridos; La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute; La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afecten directamente y la representación de sus intereses a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas; La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

Derechos Humanos - Es un concepto propio de los tiempos modernos, es decir, es una idea que surge y se consolida a partir fundamentalmente del siglo XVIII tras las revoluciones americana y francesa. Sólo a partir de aquí se puede hablar con propiedad de la existencia de los Derechos Humanos. Cuando nos referimos a los Derechos Humanos debemos tener en cuenta las dos ideas fundamentales que subyacen en este fenómeno. La primera idea se refiere a la *dignidad inherente* a la persona; es decir, los derechos humanos pretenden la defensa de dicha dignidad. La segunda idea hace referencia al establecimiento de *límites al poder*, siendo los derechos humanos uno de los límites tradicionales al poder de los Estados. Existen tres generaciones de Derechos Humanos. *Derechos de primera generación*: se trata de los clásicos derechos civiles y políticos (no discriminación por raza, sexo, color, religión, etc.; derecho a la vida, derecho a la libertad, derecho a la libertad de expresión y opinión, no sometimiento a esclavitud, servidumbre, tortura, trato cruel, etc.;

derecho a la libertad de pensamiento y de religión, derecho a la libertad de reunión y asociación, etc.). *Derechos de segunda generación*: derechos económicos, sociales y culturales (derecho a la seguridad social, derecho al trabajo, derecho a la sindicación y derecho a la huelga, derecho a la salud, derecho a la educación obligatoria y gratuita, etc.). *Derechos de tercera generación*: derechos colectivos y medioambientales (derecho a la autodeterminación, derecho a la paz, derecho a la independencia, derecho a un medioambiente sano, derecho al desarrollo, etc.). El reconocimiento internacional de los Derechos Humanos se consolida con la Declaración de los Derechos Humanos aprobada por Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, constituyéndose como el primer instrumento jurídico internacional general que, con carácter universal, vela por el cumplimiento de los Derechos Humanos y reconoce la libertad y la dignidad de las personas.

Desarrollo - Es realmente difícil establecer un concepto único de desarrollo, entendiéndose que no es posible unificar una definición de desarrollo válida para cualquier Estado o sociedad. En este sentido, se entiende que cada territorio debe plantear su propio concepto de desarrollo, pues es soberano para concretar qué aspectos o políticas desea fortalecer para impulsar el desarrollo de su población. Elementos económicos, culturales, sociales, etc. así como su propia línea de base, son básicos para definir cómo entiende cada país su propio desarrollo. Sin embargo, de manera general, existe unanimidad en diferenciar el concepto de desarrollo del concepto de desarrollo económico. Bajo esta perspectiva, se entiende que el desarrollo de un territorio va más allá del simple desarrollo o crecimiento económico, pues éste es condición necesaria pero no suficiente para garantizar el desarrollo. Siguiendo este argumento, el desarrollo se asocia más al *desarrollo humano* que al estricto desarrollo económico. El enfoque humano del desarrollo comienza a implantarse a partir de la década de los 90 y es el asumido por el PNUD, que entiende el desarrollo como la *ampliación de las capacidades y oportunidades de las personas* desde el campo

social, cultural, de la mujer, infancia, laboral, etc. una vez satisfechas las necesidades básicas de alimentación, salud y vivienda.

Desarrollo Sostenible - Este concepto fue acuñado en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, en el informe conocido como *Nuestro Futuro Común*, pero se dio a conocer sobre todo a raíz de la Cumbre de Río de Janeiro de 1992 (Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas). Se entiende por Desarrollo Sostenible el que satisface las necesidades del ser humano en el presente sin que esto disminuya la capacidad de las generaciones futuras para disfrutar de los recursos necesarios. Es decir, implica la solidaridad entre las diferentes poblaciones para hacer un uso de los recursos naturales que permita a todos alcanzar niveles satisfactorios de bienestar, tanto ahora como en las generaciones venideras. Este concepto considera de vital importancia la preocupación por la conservación y la sostenibilidad medioambiental como pilares fundamentales para el futuro de la humanidad.

Discriminación Positiva - Estrategia consistente en otorgar un trato preferencial a un determinado colectivo en el acceso a determinados recursos o servicios por el hecho de haber sufrido históricamente una discriminación (indirecta o negativa) por razón de su género, ideología, religión, raza...; el objetivo es resarcir o recompensar al colectivo por los perjuicios en el pasado y, de este modo, contribuir a mejorar su calidad de vida. La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, *para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*, promueve medidas específicas de “acción positiva a favor de las mujeres para corregir situaciones patentes de desigualdad de hecho respecto de los hombres”.

Eco-eficiencia - La eco-eficiencia es una estrategia medioambiental que persigue reducir el impacto de un producto o servicio mediante el aumento de la eficiencia en la utilización de los recursos. Se basa en la propuesta de crear más bienes y servicios utilizando menos recursos a la vez que se reduce la polución y se generan menos residuos. Para

conseguir ser eco-eficientes es necesario que los recursos utilizados para la creación de bienes y servicios estén en línea con la capacidad de abastecimiento y subsistencia de la Tierra.

Economía de la Comunidad - Modelo económico que nace como un nuevo modo de producir y distribuir riqueza por las carencias en las formas de beneficencia y de ayuda a los pobres, que consiste en que las empresas pongan en común sus beneficios y los destinen por partes iguales a sostener a las personas más desvalidas, a difundir esta mentalidad y a invertir en el crecimiento de la empresa.

Economía Social - Actividad económica ejercida por un conjunto de entidades privadas, basada en una gestión democrática y bajo la conjunción de los valores de participación, responsabilidad y solidaridad. Esta actividad desarrollada debe observar la obtención de una determinada rentabilidad y eficacia, lo cual permitirá una distribución de ganancias que favorezca el crecimiento de la empresa, aumentando la producción de bienes y servicios y mejorando los servicios a los socios y a las sociedades. De esta forma se crea riqueza, se genera empleo y se resuelven problemas sociales. Las empresas de la economía social son, por tanto, capaces de superar una situación de crisis de un modo superior a cualquier otra empresa debido a su capacidad para gestionar el nivel de empleo, la competitividad, productividad e innovación. La Economía Social se apoya en iniciativas que se pueden agrupar en torno a cuatro familias: asociaciones, fundaciones, mutualidades y cooperativas.

Eco-turismo - Turismo sensible al impacto medioambiental. Trata de evitar un impacto negativo sobre el medio ambiente. Es parte del turismo sostenible.

Emprendedores Sociales – Emprendedores que se preocupan por la creación de organizaciones cuya principal razón de ser es la consecución de fines sociales.

Emprendedores Sociales Internos – También denominados intra-emprendedores sociales, son personas que, como empleados de una organización, promueven desde dentro de la misma la realización de acciones de ámbito social para equilibrar los objetivos primarios de la entidad con los puramente sociales. Suelen ser personas que están trabajando en grandes organizaciones y con un enfoque “de dentro hacia fuera” desarrollan y promueven soluciones prácticas a los desafíos del entorno cuando el progreso se ve limitado por los fallos del mercado. En general son personas que defienden constantemente la integración de los aspectos sociales en los valores básicos de la empresa, son buenos comunicadores, saben escuchar activamente a los diferentes agentes de interés y son capaces de dirigirse a cada grupo de una forma distinta para hacerles entender que la acción social es relevante y encaja en sus necesidades y sus intereses. También son creadores de soluciones innovadoras, nuevas configuraciones, acciones y relaciones y actúan como catalizadores del cambio. Son coordinadores, capaces de reaccionar eficazmente hacia dentro y hacia fuera de la empresa y son percibidos por otros miembros de la organización como un verdadero apoyo para el éxito del grupo.

Empresa Social - La empresa que tiene objetivos sociales y que reinvierte sus excedentes principalmente con un fin social (en el negocio o en la comunidad), en lugar de dejarse llevar por la necesidad de maximizar los beneficios para los propietarios y accionistas. Aunque la definición de empresa social varía según el país, el contexto y el entorno institucional y legal en el que opera la compañía, en general podemos decir que las empresas sociales, que operan bajo una amplia variedad de estructuras legales, se caracterizan por: Estar directamente involucradas en la producción de bienes o la prestación de servicios a las personas de forma continua como una de las principales razones de su existencia; Mostrar un alto grado de autonomía, ya que no son administradas por autoridades públicas o de otras organizaciones; Asumir el riesgo de la iniciativa, ya que su viabilidad financiera depende de los esfuerzos de sus miembros y trabajadores para garantizar los

recursos adecuados; Tener carácter participativo con intervención de las personas afectadas por la actividad, teniendo en cuenta que el poder de decisión no se basa en la propiedad del capital y que la distribución de beneficios es muy limitada.

Empresas de Inserción - Sociedades mercantiles o cooperativas legalmente constituidas que, tras la preceptiva calificación por los organismos autonómicos competentes en la materia, realicen cualquier actividad económica de producción de bienes y servicios con el objetivo fundamental de integración y formación socio-laboral de personas en situación de exclusión social, como tránsito al empleo ordinario. Tienen una regulación jurídica propia para su constitución y funcionamiento, nutriéndose principalmente de trabajadores vinculados mediante modalidades específicas de contratación, por lo general temporales, que suelen contar con diversos tipos de bonificaciones o incentivos. Como parte de sus itinerarios de inserción, deben proporcionar a los trabajadores procesos personalizados y asistidos de trabajo remunerado, formación en el puesto de trabajo, habituación laboral y social. Asimismo, estas empresas deberán tener servicios de intervención o acompañamiento para la inserción socio-laboral que faciliten su posterior incorporación al mercado de trabajo ordinario.

Energías Renovables - Las energías renovables son las que se obtienen de fuentes inagotables porque éstas almacenan una enorme cantidad, o las que pueden regenerarse por medios naturales. Las principales con la solar, eólica, hidroeléctrica, geotérmica, biomasa y biocombustibles. El concepto de inagotable es aplicable en una escala humana, no geológica. Mientras el sol, el viento o el agua son energías limpias o no contaminantes, la biomasa y los biocombustibles que derivan de ella son contaminantes porque generan dióxido de carbono, aunque éste puede ser empleado para formar nueva biomasa, de ahí el carácter de energía renovable.

Ergonomía - Disciplina tecnológica cuyo objetivo es adaptar el trabajo a las capacidades y posibilidades del ser humano mediante el diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas que coinciden con las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y las capacidades del trabajador. Busca la optimización de los tres elementos del sistema, el humano, la máquina y el ambiente. Con esta finalidad elabora métodos de estudio aplicados para la adecuación de los productos y entornos artificiales a las necesidades, limitaciones y características de sus usuarios, optimizando la eficacia, seguridad y bienestar.

Estado de Bienestar - El concepto de Estado de Bienestar es un concepto político, y hace referencia al conjunto de propuestas políticas y económicas, así como organizativas, que un Estado planifica para poder proveer a su población de una serie de servicios y garantías de derechos. Hace referencia, de manera general, a la preocupación por parte de un Estado por garantizar a sus ciudadanos el acceso universal a unos servicios (educación, salud, atención a la diversidad, protección ante la vulnerabilidad, lucha contra la pobreza, acceso al empleo, acceso a la vivienda, garantía de una renta mínima, cobertura de necesidades básicas, etc.) que, en muchos casos, están regulados como derechos fundamentales para la población. En este sentido, el Estado de Bienestar responde a la responsabilidad que asume el Estado para garantizar la prestación de dichos servicios, en otras palabras, garantizar el bienestar social de los ciudadanos. Este concepto, como tal, aparece tras la Segunda Guerra Mundial, y se desarrolla en cada país de distinta manera según el Modelo de Estado de Bienestar que asume (Modelo Nórdico, Modelo Anglosajón, Modelo Continental o Modelo Mediterráneo). Sea cual sea el modelo planteado, el Estado de Bienestar (como modo de organizar la vida política y económica) ha sido objeto de continua discusión, existiendo múltiples interpretaciones, defensores y detractores. Las críticas al Estado de Bienestar crecieron a partir de la década de los 80, y con la llegada al

poder de Ronald Reagan (en EE.UU.) y Margaret Thatcher (en Gran Bretaña) comienza una época generalizada de replanteamiento y cuestionamiento del Estado de Bienestar, que muchos han denominado como la implantación de políticas neoliberales o *neoliberalismo*.

Estrategia Responsable - Estrategia acometida por una empresa orientada en la perspectiva del *Triple Bottom Line*, es decir, buscando actuar de manera voluntaria en las tres dimensiones propias de la Responsabilidad Social: económica, social y medioambiental. El fin de una estrategia responsable es lograr un desarrollo armónico y equilibrado, legar un medioambiente saludable a las generaciones futuras y reducir desigualdades. A su vez, se debe buscar la satisfacción de las necesidades e intereses de todos los grupos de interés con los que interactúa la empresa.

Ética Empresarial - La ética requiere que las empresas se atengan a las reglas morales que definen los comportamientos apropiados en la sociedad. Las responsabilidades éticas llevarán a la empresa a hacer siempre lo correcto y lo justo, incluso cuando no están obligadas por una norma o ley. En este sentido, no se puede reducir a la cooperación con instituciones benéficas, a la implantación de un código de buen gobierno o a dar preferencia a las minorías en la toma de decisiones. La empresa (formada por personas) deberá buscar en su actuación hacer el bien y evitar el mal.

Etiqueta Ecológica - Las etiquetas ecológicas son símbolos que se otorgan a aquellos productos que producen un menor impacto sobre el medio ambiente durante todo su proceso productivo. Se obtienen gracias al cumplimiento de una serie de criterios ecológicos definidos previamente por el análisis de su ciclo de vida. Su principal objetivo es promocionar aquellos productos y servicios que se esfuerzan por

reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de la misma categoría que no lo hacen.

Externalidades - Hace referencia a los efectos experimentados por un individuo o una empresa a causa de las acciones ejecutadas por otras personas o entidades. Se habla de externalidades positivas, cuando los efectos se traducen en beneficios, o de externalidades negativas, si los efectos suponen perjuicios. Muy a menudo se habla de actividades relacionadas con el medio ambiente, por ejemplo, la contaminación del agua.

Finanzas Éticas - Las finanzas éticas o finanzas sostenibles son una filosofía de ahorro e inversión cuyo objetivo es alcanzar una *triple bottom-line*, es decir, el beneficio económico, social y medioambiental. Esto se consigue a través de productos financieros que incluyen criterios éticos que garantizan que el dinero depositado en las entidades financieras será destinado a empresas o proyectos que cumplan unos criterios sociales o medioambientales determinados. De esta manera, se garantiza al ahorrador que su dinero se está utilizando según sus principios éticos y se proporciona financiación a proyectos de interés social, medioambiental y humanitario.

Fundaciones - Entidades de la Economía Social caracterizadas porque un determinado capital social se destina a un propósito con fin o utilidad social. Aún cuando se crean por voluntad del fundador, que puede ser una persona física que expresa su voluntad, o bien cualquier otra entidad o compañía. El objeto de fundación es determinado por su fundador, siendo siempre externo, es decir, procurando un beneficio para otras personas.

Fundraising - Voz inglesa que significa “captación de fondos”. Lo utilizan mucho las organizaciones no lucrativas (ONL) para financiar su causa. En tiempos de crisis, cuando las ONL sufren recortes de su financiación pública, el fundraising es su principal recurso para seguir operativas.

Gestión de la calidad - Actividad funcional de la organización que consiste en implantar un sistema de gestión de la calidad. La calidad es el modo sobresaliente de gestionar una organización y obtener resultados. Supone lograr el compromiso de todos los integrantes de la organización para lograr un producto lo mejor posible, empleando los mejores componentes, la mejor gestión, los mejores procesos posibles. La gestión de la calidad se aplica en cualquier tipo de organización y en todos los sectores de actividad.

Globalización - La globalización se define como la interdependencia económica existente entre los países del mundo, debida a la enorme difusión y flujo de información que es a su vez consecuencia de los avances tecnológicos, y que ha conducido a un gran aumento de las transacciones entre países y continentes de bienes, servicios y capitales. La extensión de los mercados y las empresas en una dimensión mundial se traduce en una supresión gradual de fronteras y diferencias de condiciones sociales, económicas o culturales entre los países. Es notorio que los países más avanzados son los que impulsan sus modos de producción, sus tendencias culturales y sociales, todo ello con flujos de capital desde esos países. La globalización ha sido posible por el enorme desarrollo de la tecnología, las telecomunicaciones y los transportes. Internet ha sido el elemento esencial que permite el acceso inmediato a la información y el conocimiento. En conjunto, se produce un fenómeno de homogenización de todo tipo de estándares que adquieren un carácter global. De manera proporcional, pero inversamente, tiene lugar una pérdida del carácter identitario de los diferentes países. Este fenómeno de mundialización puede tener consecuencias perjudiciales referentes a la concentración excesiva del poder económico y financiero que supone implicaciones sociales, políticas y culturales.

Grupos de interés (*stakeholders*) - El término grupo de interés (o en inglés *stakeholders*) se ha ido imponiendo progresivamente en el contexto empresarial para designar a todas las personas, grupos u

organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa; están dentro y fuera de la empresa, y pueden afectar o ser afectadas por las actividades de la empresa, positiva o negativamente. Las empresas con su actividad, generan impacto, directo o indirecto que afecta a sus grupos de interés, a los cuales es necesario identificar y analizar, minimizando el impacto negativo y optimizando el impacto positivo.

Huella de Carbón o Huella de Carbono - Medida capaz de cuantificar los efectos de los gases de efecto invernadero emitidos a la atmósfera como consecuencia de la producción o consumo de bienes y servicios. Dicho indicador se ha transformado en un patrón de competitividad, permitiendo analizar la eficiencia energética y su impacto en los costes de la empresa. Por tanto, además de contribuir a la sostenibilidad ambiental, puede llevar a una mejora del margen de beneficios de la empresa.

Igualdad de Oportunidades - Eliminación de todo tipo de prejuicios racistas, clasistas o de género en cuestiones relativas al acceso y desarrollo en todos los ámbitos posibles, tanto públicos como privados: educativo, político, económico, empresarial, laboral, social, familiar... En concreto, el concepto de “igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres” implica la consecución de una sociedad más igualitaria; aparece recogido en el artículo 1 del Título Preliminar de la Constitución Española: *España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político*. Sin embargo, problemas como la violencia de género, la discriminación salarial, el desempleo femenino, la dificultad de conciliar vida laboral y familiar, ponen de manifiesto que la igualdad de oportunidades de facto no existe, lo que impulsa la puesta en marcha de medidas particulares para su consecución.

Imagen Empresarial - La imagen empresarial hace referencia a la representación mental de lo que significa la empresa. Se trata de la forma en la que los consumidores perciben a la compañía, asociando ciertos valores a ella. Esta representación mental está influenciada por diversos elementos vinculados a la percepción como las campañas de comunicación de la compañía, los aspectos visuales asociados a la marca, el comportamiento de la empresa e, incluso, la repercusión de agentes externos no controlables por ella.

Índices de Desarrollo - Un índice de desarrollo es un indicador multidimensional que mide el nivel de desarrollo de un territorio, generalmente un país. El índice de desarrollo más utilizado es el IDH (*Índice de Desarrollo Humano*) elaborado desde 1990 por el PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo). El IDH es un indicador estadístico compuesto por tres parámetros o dimensiones: salud (medido a través de la esperanza de vida al nacer), educación (medido a través de tasas de alfabetización de adultos y tasas de matriculación) y riqueza (medido a través del PIB *per cápita* a Paridad de Poder Adquisitivo). El IDH actualizó su metodología de cálculo en 2010, y muestra un valor entre 0 y 1 para definir el grado de desarrollo de cada país. De acuerdo al valor del IDH, el PNUD cataloga los niveles de desarrollo en cuatro categorías: países con IDH muy alto, países con IDH alto, países con IDH medio, y finalmente países con IDH bajo.

Índices de Pobreza - Un índice de pobreza es un indicador, generalmente multidimensional, que intenta medir el nivel de vida de los habitantes de un territorio. Su uso permite, por un lado, determinar el *umbral* o línea de pobreza para una población, así como comparar niveles de vida entre dos o más territorios (regiones, estados, etc.). La complejidad del índice dependerá del concepto de pobreza que se esté utilizando. En la medida en que la definición de pobreza considere más aspectos, el índice propondrá mayores dimensiones de cálculo. Así, si la pobreza se conceptúa más allá de la perspectiva de ingresos o rentas (pobreza económica) y contempla aspectos relacionados con las

necesidades básicas cubiertas, o con las capacidades desarrolladas por las personas, el indicador de pobreza utilizado será más complejo. Generalmente, la medida de la pobreza suele delimitar la diferencia entre *pobreza moderada* y *pobreza extrema* (o pobreza severa). Uno de los indicadores de pobreza más utilizados es el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM, o MPI –*Multidimensional Poverty Index*–) calculado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). El IPM contiene 10 parámetros o indicadores para calcular la pobreza de una población. Estos diez indicadores se agrupan en tres dimensiones: educación, asistencia sanitaria y calidad de vida.

Índices de Sostenibilidad - Como consecuencia del continuo crecimiento de la ISR a nivel mundial, muchas compañías proveedoras de índices bursátiles han empezado a suministrar a sus clientes índices de sostenibilidad. Estos índices pueden seguir criterios de selección negativa (excluyendo compañías *sin*) o positiva (incluyendo sólo las compañías *best-in-class*). Actualmente, existen numerosos índices sostenibles pertenecientes a las familias *Calvert*, *Dow Jones*, *E.Capital*, *Ethibel*, *FTSE4Good*, *Humanix*, *Jantzi*, *KLD Analytics* y *Vigeo*. A nivel europeo, cabe destacar los índices de la familia *Dow Jones Sustainability* elaborados por las compañías Dow Jones y SAM, líderes en la elaboración de índices bursátiles y en la medición de criterios de sostenibilidad respectivamente. Entre ellos se encuentran índices elaborados con criterios de selección positiva, como es el *Dow Jones Sustainability Europe* (DJSE), compuesto por las compañías con mejores indicadores de sostenibilidad del conjunto de mercados bursátiles europeos. Entre los índices elaborados con criterios de selección negativa está el índice DJSE ex AGTAFa, compuesto por una selección de las mayores compañías cotizadas en las bolsas europeas entre las que se han excluido las pertenecientes a los sectores del alcohol, juego, tabaco, armamentístico, armas de fuego y entretenimiento adulto.

Innovación Social - Identificación, evaluación y explotación de oportunidades que tendrán por resultado un valor social, frente al clásico beneficio privado individual.

Inversión Socialmente Responsable (ISR) - Es el proceso de inversión que tiene en cuenta no sólo criterios financieros (obtener la máxima rentabilidad asumiendo el mínimo riesgo) sino también sociales, medioambientales y de gobierno corporativo. Esto puede implicar criterios de selección negativos o positivos. El primero de ellos consiste en excluir de la cartera de inversión aquellas compañías denominadas *sin* (pertenecientes a los sectores del alcohol, juego, tabaco, armamento y ocio adulto). Por el contrario, la selección positiva consiste en invertir sólo y exclusivamente en aquellas compañías líderes en comportamientos socialmente responsables, las denominadas *best-in-class*.

LISMI - LISMI es la abreviatura que responde a las siglas de la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social del Minusválido, que pretende principalmente impulsar y fomentar la integración laboral de personas con discapacidad. A tal fin establece para las empresas públicas y privadas, con una plantilla superior a 50 trabajadores, la obligación de contratar a un número de trabajadores con discapacidad no inferior al 2%.

Logística Inversa - Conjunto de procesos de planificación, desarrollo y control eficiente del flujo de materiales, productos e información desde el lugar de origen hasta el de consumo dirigidos a recuperar su valor o para proceder a la propia devolución de una forma eficiente y lo más económica posible. La logística inversa se encarga de la recuperación y reciclaje de envases, embalajes y residuos peligrosos, así como de los procesos de retorno de excesos de inventario, devoluciones de clientes, productos obsoletos e inventarios estacionales. Incluso se adelanta al fin de vida del producto, con objeto de darle salida en mercados con mayor rotación.

Marketing con Causa - Actividad de responsabilidad social corporativa (RSC) que consiste en un acuerdo entre una empresa y una organización no lucrativa (ONL) para colaborar en una causa social y obtener, de esta manera, un beneficio mutuo (en el caso de la empresa, podría ser, por ejemplo, un incremento de sus ventas o una mejora de su imagen; en el caso de la ONL, podría ser un aumento de sus fondos o dar a conocer su causa). El compromiso de la empresa se centra en contribuir (monetariamente o en especie) a la causa en función de las ventas realizadas o uso del producto (la donación dependerá, por tanto, del comportamiento del consumidor). No es sinónimo de marketing social.

Marketing Interno - Una extensión del marketing general que, si bien aparece en muchas publicaciones como instrumento al servicio de la Dirección de Recursos Humanos o como instrumento exclusivo del Marketing de Servicios, ha ido ganando progresivamente identidad propia. Consiste en la aplicación del marketing a la gestión del capital humano de la empresa. Se parte del principio básico de que la empresa, además de clientes externos tiene otro tipo de cliente, el propio trabajador, al que hay que *vender* la cultura, las ideas, las políticas y proyectos que sean necesarios para conseguir con éxito los objetivos empresariales.

Marketing Social - Es el marketing que pretende influir en la aceptación o rechazo de ideas sociales (dependiendo si son consideradas beneficiosas o se entienden perjudiciales). En el proceso se busca un cambio de comportamiento, de actitud o de ambos. En la mayoría de las ocasiones un programa de marketing social será llevado a cabo por la administración o por una organización no lucrativa. Una característica a destacar es que la institución que lo aplica no quiere un beneficio para sí, sino un beneficio para la sociedad en general o para un colectivo en particular.

Marketing Social, también denominado **Marketing de las Causas Sociales** o **Marketing de las Ideas** – El diseño, implantación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales e implica consideraciones de planificación de producto, precio, comunicación, distribución e investigación de marketing. Su finalidad última es estimular y facilitar la aceptación de ideas y comportamientos sociales que se consideran beneficiosos para la sociedad, o bien frenar o desincentivar aquellas otras ideas o comportamientos que se consideran perjudiciales. Suele combinar cuatro enfoques complementarios: legal (leyes, normas específicas), tecnológico (innovaciones tecnológicas), económico (multas, sanciones, subvenciones, etc.) e informativo (publicidad social, informes, etc.). Las principales estrategias seguidas en marketing social son: refuerzo (cuando la actitud y el comportamiento son los deseados), inducción (cuando la actitud es favorable pero el comportamiento no se lleva a cabo), racionalización (cuando la actitud es contraria a la deseada pero el comportamiento se lleva a cabo) y confrontación (cuando la actitud y el comportamiento son contrarios a lo deseado socialmente). No es sinónimo de marketing con causa.

Marketing Social Corporativo - Marketing social aplicado por la empresa. Su fin es fomentar un determinado comportamiento, una actitud o una idea socialmente deseable; o cambiar o desincentivar un determinado comportamiento, una actitud o una idea que socialmente no es deseable. No es sinónimo de marketing con causa.

Memorias de Sostenibilidad - Informe elaborado por las empresas, de manera voluntaria, para recoger la información catalogada de responsabilidad social. En estos documentos, la empresa partiendo de una estrategia definida, con una planificación de actividades y objetivos, y estableciendo unos procedimientos para su consecución, expresa todas sus acciones socialmente responsables acometidas en su gestión. Con la memoria de sostenibilidad las da a conocer a los diversos grupos de interés y a la sociedad en su conjunto. Consideradas

como elementos de rendición de cuentas, a partir de ellas, la empresa podrá comunicar el desempeño realizado.

Microcréditos - Los microcréditos son préstamos de reducido importe concedidos a personas humildes o pobres que no tienen acceso a la banca tradicional destinados a financiar proyectos laborales de autoempleo que les permitan obtener ingresos sostenibles necesarios para el cuidado y manutención de ellos y de sus familias. Estos microcréditos son comunes en países en vías de desarrollo y constituyen una parte esencial de las microfinanzas, dentro del que se encuentran otros servicios tales como los microseguros, ahorros u otros.

Microfinanzas - Se denomina microfinanzas a la práctica de proveer de manera sostenible de servicios financieros básicos a personas en situaciones de pobreza para mejorar sus condiciones de vida. El producto financiero más conocido es el microcrédito, al que hay que añadir otros servicios como los microseguros, cuentas de ahorro y previsión, servicios bancarios de cobros y pagos, etc.

Objetivos del Milenio - Ocho propósitos de desarrollo humano fijados en el año 2000, que los 189 países miembros de las Naciones Unidas acordaron conseguir para el año 2015. Estos objetivos tratan problemas de la vida cotidiana que se consideran graves y/o radicales: 1) Erradicar la pobreza extrema y el hambre; 2) Lograr la enseñanza primaria universal; 3) Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer; 4) Reducir la mortalidad infantil; 5) Mejorar la salud materna; 6) Combatir el SIDA, el paludismo y otras enfermedades; 7) Garantizar el sustento del medio ambiente; 8) Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

ONG - Entidad de carácter privado, sin fines lucrativos, creada independientemente de cualquier gobierno (local, nacional o internacional), que se dota de sus propios objetivos y metas adoptando

jurídicamente naturaleza de fundación, federación, asociación, etc. y, por tanto, fijando una estructura y organigrama específicos. Forman parte del llamado *tercer sector* o *sector no lucrativo* y participan del movimiento asociativo voluntario de la sociedad civil. Poseen recursos humanos y económicos para la consecución de sus metas o causas sociales, y deben ejercer su actividad bajo los principios de responsabilidad y transparencia ante sus socios, trabajadores, voluntarios, beneficiarios y la sociedad en general. Aunque hay de diferentes tipos y ámbitos de actuación de ONG, coloquialmente esta denominación se suele atribuir en los países del Norte a las organizaciones que con más propiedad cabría llamar ONG de Desarrollo (ONGD), dedicadas a realizar proyectos en el campo de la Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Acción Humanitaria o la Educación para el Desarrollo.

Outplacement – Práctica responsable de gestión de recursos humanos que consiste en la puesta en marcha de un plan integral de desarrollo de competencias, apoyo psicológico y profesional para los empleados despedidos de la organización y que tiene como finalidad facilitar su pronta recolocación, sea en otra empresa, sea con el apoyo necesario para el autoempleo con la puesta en marcha de una idea de negocio.

Paridad - Del latín, *paritas* - igualdad de las cosas entre sí – es una práctica que consiste en hacer efectivo el derecho de igualdad y oportunidades entre hombres y mujeres en lo que se refiere al acceso al empleo, en la formación y en la promoción profesionales y en las condiciones de trabajo. En este sentido, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, *para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*, promueve la presencia equilibrada de mujeres y hombres, en los nombramientos y designaciones de los cargos que corresponden a los Poderes Públicos, Fuerzas Armadas, Consejos de Administración de empresas obligadas a presentar cuentas anuales no abreviadas, entre otros.

Pobreza - Es una situación de carencia de recursos que no permite cubrir las necesidades mínimas para un vida digna. En general, se habla de falta de bienes o servicios más materiales, es decir, las personas carecen de vivienda, comida, ropa, etc. o de asistencia sanitaria, educativa, etc., pero la pobreza también atiende a la imposibilidad de superar barreras para salir de esa situación de privación. La pobreza no sólo alcanza a los países del Tercer Mundo, sino que cada vez es más habitual en los países industrializados.

Prevención de Riesgos Laborales - Principios y normas de carácter obligatorio e irrenunciable que, dentro del marco de las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo y la Unión Europea, tienen como objetivo velar por la seguridad y salud de los trabajadores, mediante la adopción de medidas preventivas y el desarrollo de actividades necesarias para evitar o, al menos, disminuir los riesgos derivados del trabajo. La prevención de riesgos laborales parte de la evaluación e identificación de éstos, evitando lo evitable y tratando de paliar en la medida de lo posible la frecuencia y/o consecuencias de los riesgos que resulten inevitables.

Reciclaje – Actividad que consiste en la recogida de productos de desecho para su posterior transformación en nuevos materiales que pueden ser empleados como nuevos productos o como materia prima para la fabricación de otros productos. La recogida selectiva desde los diferentes contenedores que existen en las ciudades dónde los ciudadanos depositan los desechos es el paso inicial del proceso de reciclaje. Este proceso es completo cuando tiene lugar la transformación que permite la reutilización del material. El reciclaje no consiste sólo en volver a aprovechar de nuevo los diferentes materiales dándoles un segundo uso, sino que también una vez finalizada la vida útil de un producto puede ser empleado para una función distinta para la que fue fabricado. Con el reciclaje se aprovechan los residuos urbanos y se disminuye el volumen de su almacenaje. Además, se protege el medio ambiente y se ahorra energía, alargando la vida de los

materiales. El reciclaje de papel es fundamental para desacelerar el proceso de deforestación, sirviendo de ejemplo de cómo con el reciclaje se lucha contra el agotamiento de los recursos naturales. El reciclaje es más eficiente cuando los ciudadanos colaboran activamente en la separación de residuos urbanos (contenedores amarillos para los envases de plástico y *tetra bricks*; contenedores azules para papel y cartón; contenedores verdes para vidrio), para evitar la generación de basuras que sean mal recicladas.

Reputación Corporativa - La reputación corporativa o empresarial es el reconocimiento o estima que los grupos de interés tienen por la empresa. Esta reputación se forma a partir del grado de cumplimiento de la compañía con las expectativas de grupos como clientes, inversores, empleados, proveedores, y en general de cualquier grupo de interés que se vea afectado por la actividad de la compañía. Se puede considerar que la reputación corporativa tiene un mayor sentido cuando se compara con la de las empresas competidoras.

Responsabilidad Económica - Según la visión tradicional, es la primera y principal responsabilidad social de las empresas, consistente en la necesidad y obligación por parte de las mismas de conseguir beneficios para retribuir el capital aportado por los propietarios; es decir, ser rentables. Sin duda, esta es una cuestión esencial requerida para el normal funcionamiento del sistema capitalista. La cuestión ya superada radicaba en determinar hasta qué punto la responsabilidad económica es la única responsabilidad social de las empresas (enfoque del *stockholder*: los propietarios o accionistas son los principales grupos de interés); el enfoque actual de RSC aboga por una visión más amplia que hace a todos los grupos de interés destinatarios de las consecuencias positivas derivadas de la actividad empresarial (enfoque del *stakeholder*).

Responsabilidad Ética - Tras la responsabilidad legal, la ética constituye el tercer nivel de responsabilidad social de las empresas; si bien la

económica y la legal son responsabilidades exigidas por la sociedad a la empresa, la ética conviene en ser un conjunto de normas, valores, principios y expectativas que los diferentes agentes de interés esperan de las organizaciones. Al ser la ética la parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del ser humano, la responsabilidad ética de las organizaciones va más allá del cumplimiento estricto de las leyes; consiste en alcanzar elevados estándares de comportamiento en cuestiones que no han sido aún reguladas por normas. De hecho, la ética suele preceder a la ley en numerosas cuestiones, anticipando cambios sociales.

Responsabilidad filantrópica - Tras la responsabilidad económica, legal y ética, se encuentra la filantrópica (del griego, “amor al género humano”), entendida como un nivel voluntario de responsabilidad más elevada que la ética. La responsabilidad filantrópica implica la aplicación de recursos a causas caritativas. De este modo, aunque una organización no desarrolle una orientación filantrópica, no puede ser considerada falta de ética. Suponen un nivel de implicación social más elevado, con contribuciones de voluntariado corporativo, financiación de programas educativos, de integración social, etc., que pretenden, en definitiva, una restitución de los altos principios de equidad y justicia social.

Responsabilidad legal (de la empresa) - Cumplimiento efectivo de la normativa vigente en cada momento en materia laboral, civil, mercantil, fiscal y penal. Correlativa responsabilidad empresarial en caso de incumplimiento o infracción de las referidas normas, que solo puede exigirse bajo los principios del correspondiente ordenamiento sancionador y por parte de los órganos competentes. Incluye la eventual obligación de reparar eventuales daños y perjuicios causados a terceros, que puedan derivarse de la responsabilidad por actuaciones culposas (imprudencia o negligencia) o dolosas relacionadas con la actividad empresarial.

Responsabilidad Social Empresarial - El compromiso voluntario, que va más allá del cumplimiento de las obligaciones legales a las que esté sujeta la empresa, de contribuir a un desarrollo económico armónico y sostenible, tanto local como globalmente, y que consiste en integrar las preocupaciones económicas, sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y en su cadena de valor teniendo siempre en cuenta a todos los colectivos implicados o agentes de interés.

Responsabilidad Social Empresarial Externa - Dimensión de la RSE que se refiere a las responsabilidades fuera de la empresa. En concreto se refiere a las relaciones con clientes, proveedores, administración pública, y con el resto de sus grupos de interés en busca del respeto a los derechos humanos, la cooperación al desarrollo y la lucha contra la corrupción, entre otros.

Responsabilidad Social Empresarial Interna - Dimensión de la RSE que hace referencia a las prácticas socialmente responsables dentro de la empresa, directamente vinculadas con la gestión de los recursos humanos y la gestión de los recursos naturales en los procesos productivos. Se concreta en aspectos como la prevención, la salud y la seguridad, la conciliación de la vida familiar y profesional, las prácticas de reclutamiento, selección, socialización y remuneración, la evaluación del rendimiento de la plantilla, las prácticas de formación, motivación y liderazgo, desarrollo del personal y procesos de desvinculación y la gestión responsable de recursos naturales.

Responsabilidad Social Universitaria - Estrategia de funcionamiento en el ámbito universitario orientada a observar y determinar las consecuencias de la actividad universitaria para la sociedad en general, exigiéndose que todas ellas resulten beneficiosas para la misma y ayuden a facilitar una senda de progreso que culmine con un bienestar general. Para acometer este tipo de acciones, la Universidad tiene la capacidad de difundir una serie de principios y valores fundamentales,

poniéndolos en práctica a través de sus cuatro procesos claves: docencia, investigación, gestión y extensión.

RS en las Administraciones Públicas - Es el compromiso social que se incorpora en todas las actividades de las administraciones públicas y que se vincula tanto en sus acciones como en las decisiones tomadas por sus líderes. La RS corporativa requiere, a su vez, una serie de programas y políticas gubernamentales afines al compromiso social y, al mismo tiempo, reforma la cultura empresarial al incorporar aquellos valores éticos más relevantes en todos los aspectos que conciernen a la organización. Los agentes involucrados en la RS atienden a los problemas sociales, ambientales, de mercado y laborales.

Seguridad y Salud Laboral - Seguridad laboral es la ausencia o atenuación de riesgos en el trabajo y salud laboral la ausencia o evitación de enfermedades relacionadas o derivadas de la actividad laboral. Mediante el cumplimiento de las normas y la adopción de medidas en materia de prevención de riesgos laborales, se pretende que el ambiente y entorno de trabajo resulte lo más seguro y saludable, dotándole del mayor bienestar físico, psíquico y social posibles.

Sellos de igualdad - Reconocimiento social, o certificación, por parte de entidades públicas o privadas, concedido para estimular la labor de organizaciones que apuestan por un espacio de trabajo igualitario y tienden a transformar sus estructuras, así como la gestión de los recursos humanos, para eliminar las desigualdades de género que existan. Busca convertir la empresa en un espacio de trabajo donde se encuentren las mismas oportunidades para hombres y mujeres, no haya acoso laboral, ni violencia en el trabajo, exista conciliación de la vida personal, familiar y laboral, y se adopten planes de igualdad. En España, este distintivo de "Igualdad en la Empresa," se concede por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, a empresas que cumplan con lo establecido en el Real Decreto 1615/2009. La posesión

del sello implica un compromiso de la dirección con la igualdad de oportunidades y, al mismo tiempo, una garantía frente a todos los grupos de interés de la existencia de una cultura empresarial que apuesta por la igualdad.

Shareholders - Propietarios o accionistas de determinada empresa. Son los propietarios del capital, quienes detentan la posesión de las acciones en que aquél se divide, quienes deciden sobre la gestión llevada a cabo, sobre las inversiones a realizar, sobre el reparto de los resultados, en definitiva, de quienes depende el tipo de acciones a realizar y las consecuencias que las mismas tengan en la sociedad, de acuerdo con la divulgación de información que realicen.

Sociedad civil - La sociedad civil hace referencia al conjunto de personas que, aun pudiendo ser de diversa categoría, procedencia, clase social, etc; se reúnen de manera colectiva para defender una causa común, realizar actividades o proyectos sociales, incidir en la vida política y económica o cualquier otra misión compartida que motive este movimiento. La sociedad civil es la manifestación de nuestra responsabilidad como ciudadanos dentro de un Estado democrático, y representa la capacidad de un pueblo para organizarse y desarrollar acciones cívicas, voluntarias y sociales contraposición con la tarea asignada al Estado. La sociedad civil es la base de la que se nutren todas las entidades del *tercer sector* y por otro lado la razón de su existencia, pudiéndose manifestar a través de ONG, ONL (organizaciones no lucrativas), sindicatos, colegios profesionales, asociaciones vecinales, grupos religiosos, clubs deportivos o sociales, etc.

Subdesarrollo - El término *subdesarrollo* es un concepto en desuso. Generalmente, se utilizaba para denominar el estado en el que se encontraban aquellos países que no alcanzaban un grado de desarrollo alto (entendiendo que el desarrollo alto es el que gozan los Estados del Norte). Sin embargo, esta terminología ha ido variando con el tiempo y

ya no es habitual hablar de *países desarrollados* y *países subdesarrollados*. Fundamentalmente, se intenta evitar esta distinción en la medida en que no existe un único concepto de desarrollo, y por tanto no es fácil delimitar la frontera entre lo que se puede considerar *desarrollado* y lo que no. Actualmente se suele hablar de *países desarrollados* y *países en desarrollo*, siendo ya incluso obsoleta la expresión *país en vías de desarrollo*. Sea cual sea la denominación, hace referencia a la situación que vive un Estado cuando su nivel de desarrollo (medido a través de un índice) no permite proveer a sus habitantes de los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades básicas, impidiendo que se alcancen unos niveles adecuados de Desarrollo Humano que permitan a dicha población vivir en unas condiciones óptimas a nivel sanitario, educativo, de vivienda, etc. Siguiendo el Índice de Desarrollo Humano elaborado por el PNUD, actualmente en el Mundo hay aproximadamente 50 países con un IDH bajo, siendo la mayoría Estados pertenecientes al África Subsahariana.

Tercer Sector - Término definido de forma diferente con respecto a los otros dos sectores institucionales (sector público y sector lucrativo) para reivindicar su rol como agente generador de bienestar social. Dicho concepto, empleado por primera vez en la década de los setenta, suele hacer referencia, por tanto, a organismos carentes de ánimo de lucro, privados y voluntarios, y cuyo fin principal es de naturaleza filantrópica.

Transparencia - Modo en que la empresa da a conocer o transmite a los diferentes grupos de interés el impacto real de las políticas y sistemas de gestión previamente formalizados. Supone el compromiso de ser realizada una evaluación completa y precisa del impacto que la actividad tiene en el ámbito social, económico y medioambiental, abarcando con toda la amplitud posible, con claridad, certeza y fiabilidad, todas las áreas de trabajo de la empresa y todos los grupos de personas con las que tiene influencia.

Turismo accesible (también denominado **turismo para todos**) - Se refiere a un conjunto de servicios e infraestructuras capaces de garantizar a las personas con necesidades especiales disfrutar sus vacaciones y tiempos de placer sin barreras ni problemas específicos. Se trata, por tanto, de ofrecer servicios o, más concretamente, oportunidades para disfrutar experiencias turísticas, atendiendo a las necesidades específicas de una persona que sufre algún tipo de limitación en su capacidad relacional y presenta necesidades especiales durante el viaje, en el alojamiento o en otros servicios turísticos. Incluye esencialmente a personas con discapacidades físicas, sensoriales o intelectuales, así como otras que se encuentren en condiciones de salud y de edad que requieren cuidados especiales, temporal o permanentemente. El turismo accesible puede ser considerado una forma de turismo social (procura vencer obstáculos que impiden a un individuo ejercer su derecho de hacer turismo). Además, puede ser entendido como una fuerza social promotora de inserción, tolerancia y paz. Esta modalidad de turismo no sólo permite a las empresas una especialización (y, por tanto, una mejor satisfacción del mercado de personas con discapacidad), sino también les permite mostrar una imagen más humana, conseguir una reputación de empresa turística socialmente responsable, lo cual puede constituir una importante ventaja competitiva en el mercado general y, sobre todo, en el que se muestra sensible a las causas sociales.

Turismo responsable (también denominado **turismo sostenible**) - Es aquél en el que los turistas se interesan por la situación de las zonas que visitan y las consecuencias que ese turismo puede tener para el medio ambiente y para la población local (por ejemplo, la explotación del entorno natural, cambio de costumbres locales, ...). Implica una actuación en tres ejes: el económico, el medioambiental y el socio-cultural. El turismo sostenible permite añadir nuevos valores y atributos emocionales, mejorando la satisfacción de los visitantes y contribuyendo al desarrollo local de una manera positiva.

Turismo solidario (también denominado **turismo para el desarrollo, vacaciones solidarias, viajes solidarios, viajes de cooperación, o viajes de sensibilización**) - Es parte del turismo responsable y, normalmente, se realiza fuera del circuito de las agencias de viaje. Constituye una alternativa al turismo tradicional. En esta modalidad de turismo, los turistas tratan de descubrir la situación real de los países que visitan, alejándose de los típicos circuitos tradicionales y conociendo los distintos proyectos de desarrollo llevados a cabo en la zona por las ONG u organismos internacionales. El turista realiza algún tipo de contribución hacia determinados proyectos de cooperación, ya sea aportando material, dinero o trabajo. A veces, las personas implicadas (estos turistas) necesitan una formación previa y/o unas posteriores actividades de difusión y concienciación. Al principio, los viajes solidarios fueron simplemente acciones aisladas de algunas ONGD para ofrecer transparencia, al permitir que sus donantes pudieran ver “in situ” los proyectos financiados en el Tercer Mundo (países subdesarrollados y en vías de desarrollo) y conocer mejor su realidad. Sin embargo, en la actualidad, se han convertido en componentes estratégicos para estas organizaciones y otros agentes implicados. La principal característica que define este tipo de viajes es que fueron creados para compartir y practicar la solidaridad entre las personas que viajan y aquéllas que les reciben en destino. Estas experiencias suelen llevarse a cabo en vacaciones (de verano principalmente, aunque también se realizan en Navidad y Semana Santa).

Verificación (de la RS) - Proceso para acreditar y certificar que una empresa dispone de un sistema de gestión responsable con sus grupos de interés. Este proceso supone acometer en primer lugar una armonización de conceptos en torno a qué se considera una acción socialmente responsable en las empresas. Seguidamente será necesario observar la implantación voluntaria y libre por cada empresa y, finalmente, se procederá a examinar las acciones llevadas a cabo, las cuales serán validadas si superan un determinado estándar.

Voluntariado – Fenómeno social de nuestro tiempo que hace referencia al conjunto de personas que se ofrecen de forma altruista y voluntaria para realizar alguna actividad, ya sea de manera informal o bien incorporándose a una entidad organizada dentro del *tercer sector*. Del mismo modo, también define a las tareas que llevan a cabo los voluntarios. En el ámbito de las ONG se trata de aquellas personas que realizan determinados trabajos dentro de una organización por voluntad propia, movidos por sus intereses y valores personales, empleando parte de su tiempo, sin recibir ningún tipo de remuneración económica a cambio, con el objetivo de satisfacer sus inquietudes e implicarse de manera más directa con aquello en lo que creen o la causa que defienden. Dentro de las ONG hay distintas líneas de trabajo en las que una persona voluntaria puede integrarse en función de sus habilidades, actitud, disponibilidad de tiempo, etc. El voluntariado es uno de los principales activos con los que cuenta una ONG, en España aproximadamente el 40% de las actividades realizadas por el *tercer sector* son llevadas a cabo por personal voluntario.

Voluntariado Corporativo - Partiendo de que el VC es todavía un fenómeno de reciente creación y que no existen datos fiables referentes a su impacto, crecimiento y morfología, lo definimos como un concepto en evolución centrado en la implicación voluntaria y planificada de las organizaciones con el desarrollo sostenible de la comunidad a través de los empleados en activo, jubilados y de las personas vinculadas a éstos (familiares y amigos). Si observáramos el trabajo desde una *óptica marxista*, donde se le considera como algo externo a la persona, de tal manera que el empleado “está en lo suyo” cuando no trabaja y “no está en lo suyo” cuando trabaja, podríamos decir que el voluntariado corporativo puede servir para vencer ese riesgo de *alienación* del empleado al integrarlo en un proyecto de empresa “para y por” la comunidad. El empleado recupera así el control sobre su participación en la producción final de la empresa, si es que lo había perdido, sintiéndose parte activa, haciendo tangibles sus logros, humanizando su función, protegiéndose de cualquier

sentimiento de enajenación y recuperando su identidad cuando trabaja. Con la participación en acciones de VC el empleado satisface necesidades personales difíciles de alcanzar en entornos tradicionales de trabajo. Se trata en esencia de empleados *generosos* a los que la empresa les ofrece una vía para su realización personal en el ámbito social, y los empleados *generosos* ofrecen en su empresa lo mejor de sí mismos, lo que contribuye a crear las mejores empresas.



6 – GUÍA DE RECURSOS EN LA RED SOBRE RSE

- **AA 1000: Accountability (www.accountability.org.uk)**

Norma que permite la medición de los resultados sociales de las empresas.

- **AccountAbility (www.accountability21.net)**

Organización internacional comprometida con el impulso de la actuación de las organizaciones y del desarrollo de las competencias de los individuos en la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible.

- **AECA (www.aeca.es)**

Es la única institución profesional española emisora de Principios y Normas de Contabilidad generalmente aceptados y de pronunciamientos y estudios sobre buenas prácticas en gestión empresarial. Marco Conceptual de la RSE.

- **Agencia Europapress (www.europapress.es)**

Contiene noticias sobre RSE

- **Asociación del Pacto Mundial (www.pactomundial.org)**

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de compromiso ético destinada a que las entidades de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, diez principios de conducta y acción en materia

de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

- **Business & Human Rights (www.business-humanrights.org)**

El Centro de Recursos es una sociedad benéfica independiente que trabaja en asociación con sectores de Amnistía Internacional y prominentes instituciones académicas.

- **Business for Social Responsibility (www.bsr.org)**

Organización global no lucrativa que ayuda a sus miembros a lograr éxitos comerciales respetando los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente

- **Business in the community (www.bitc.org.uk)**

Asociación británica cuyo objetivo es generar un beneficio público trabajando junto con las empresas para mejorar el impacto positivo de la actividad empresarial en la sociedad.

- **Caux Round Table (www.cauxroundtable.org)**

Es una red global de líderes empresariales que entienden que las empresas tienen un papel esencial en el desarrollo y la promoción de una sociedad justa, libre y transparente.

- **Club de Excelencia en Sostenibilidad (www.club sostenibilidad.org)**

Es una asociación empresarial compuesta por un grupo de grandes empresas que apuestan por el crecimiento sostenido desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

- **CRS Europe (www.crseurope.org)**

CSR Europe es una asociación de empresas y de la Comisión Europea, cuya misión es ayudar a las empresas a compaginar rentabilidad, crecimiento sostenible y progreso humano a través de la integración de la responsabilidad social en la práctica empresarial.

- **EBEN (www.eticaed.org)**

Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones. Rama española de la European Business Ethics Network (EBEN).

- **Ecología y Desarrollo (www.ecodes.org)**

Es una entidad sin ánimo de lucro e independiente, formada por un grupo de profesionales que trabajan para contribuir a la construcción de un desarrollo sostenible mediante la generación y puesta en marcha de alternativas ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables, tanto en España como en América Latina

- **EFQM y la Responsabilidad Social (www.efqm.org)**

Fundación Europea para la Gestión de la Calidad que ha creado el Modelo Europeo de Excelencia Empresarial EFQM.

- **Ethical Consumer (www.ethicalconsumer.org)**

Revista del Reino Unido sobre consumo ético.

- **Ethical Corporation (www.ethicalcorp.com)**

Publicación referida a la RSC.

- **Ethical Performance (www.ethicalperformance.org)**

Es una publicación *on line* independiente y mensual sobre la responsabilidad social corporativa en Europa y también en el mundo.

- **Ethical Trade (www.ethicaltrade.org)**

La ETI (Iniciativa de Comercio Justo) es un proyecto de colaboración cuyo objetivo es identificar y promover prácticas válidas en la implementación, control y verificación independiente de los códigos de conducta laborales.

- **European Business Ethics Networks (www.eben.org)**

Red internacional dedicada a la promoción de la ética empresarial en Europa.

- **EUROSIF (www.eurosif.org)**

Foro Europeo por el fomento de la Inversión Social.

- **FORETICA (www.foretica.es)**

Foro multidisciplinar, donde todos sus socios colaboran en el fomento de una gestión responsable.

- **Foro de Reputación Corporativa (www.reputacioncorporativa.org)**

Lugar de encuentro, análisis y divulgación de tendencias, herramientas y modelos de gestión de la reputación corporativa.

- **Fundación Carolina (www.fundacioncarolina.es)**

Fundación dedicada a la investigación y el desarrollo de la RSE.

- **Fundación Ecología y Desarrollo (www.ecodes.es)**

Grupo de profesionales que trabajan para construir un desarrollo sostenible fundamentalmente con la generación de alternativas ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables.

- **Fundación Empresa y Sociedad (www.empresaysociedad.org)**

Fundación que está formada por empresas comprometidas a mejorar su acción social y la del sector empresarial en su conjunto.

- **Fundación Entorno (www.fundacionentorno.org)**

Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible, impulsada en 1995 por un grupo de grandes compañías, está al servicio de las empresas que desean reforzar su compromiso con el desarrollo sostenible.

- **Fundación ETNOR (www.etnor.org)**

La Fundación ÉTNOR, para la Ética de los Negocios y las organizaciones pretende promover el estudio, el desarrollo y la difusión de la Ética Económica y Empresarial, así como el

respeto de los comportamientos éticos y los valores morales en la actividad empresarial y organizativa.

- **Fundación Lealtad (www.fundaciónlealtad.org)**

La Fundación Lealtad, creada en el año 2001, es una institución independiente y sin ánimo de lucro, cuya misión es fomentar la confianza de particulares y empresas en asociaciones y fundaciones que cumplan fines de acción social, cooperación al desarrollo, ayuda humanitaria y/o medio ambiente. Con ello, se pretende lograr un incremento de las donaciones y del voluntariado de particulares y empresas.

- **Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org)**

Centro colaborador del Programa de la ONU para el Medio Ambiente, que ha desarrollado el primer estándar global para la elaboración y presentación de memorias de RSC, comportamiento medioambiental y aspectos económicos de las empresas.

- **Instituto de Innovación Social (ESADE) (www.esade.es)**

El Instituto de Innovación social tiene como objetivo desarrollar las capacidades de las personas y las organizaciones de los sectores empresarial y no lucrativo para fortalecer, en sus actividades propias, su contribución a un mundo más justo y sostenible.

- **Instituto Ethos (www.ethos.org.br)**

El Instituto Ethos de la Responsabilidad Social y Empresarial de Brasil, es una asociación de empresas de todos los tamaños y

sectores que están interesadas en desarrollar sus actividades en una forma socialmente responsable, en un proceso permanente de evaluación y perfeccionamiento.

- **IRSE Inst. de Responsabilidad Social Empresarial (www.responsabilidadsocial.es)**

Es una entidad de carácter privado que tiene como objetivo el desarrollo de la RSE y la Prevención de Riesgos Laborales.

- **Media Responsable (www.empresaresponsable.com)**

Editorial especializada exclusivamente en Responsabilidad Social y en sostenibilidad empresarial.

- **MERCO (www.analisseinvestigacion.com)**

Monitor Español de Reputación Corporativa. Herramienta que es ya una referencia para las grandes compañías en la evaluación y la gestión de sus intangibles.

- **Observatoire de la RS des Entreprises (www.orse.org)**

Observatorio de la RSE en Francia.

- **Observatorio de la RSC (www.observatoriorsc.org)**

Nace como una apuesta de la sociedad civil para la creación de un foro generador de opinión, independiente, sin ligazón alguna a intereses empresariales que pretende aportar propuestas de reflexión positivas para una aplicación de la RSC verdaderamente positiva para la sociedad.

- **Observatorio RSE (www.observatorio-rse.org.es)**

El Observatorio de la RSE ha sido creado por la Unión General de Trabajadores, UGT, con el propósito de realizar el seguimiento y análisis del desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas de responsabilidad de las empresas en España.

- **OECD (www.OECD.org)**

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos es un foro en el que los Gobiernos de 30 países, trabajan conjuntamente para enfrentarse mejor a los desafíos económicos, sociales y de buen gobierno, acentuados con la globalización.

- **Organización Internacional del Trabajo (OIT) (www.ilo.org)**

La Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado de las Naciones Unidas que procura fomentar la justicia social y los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos.

- **Red Puentes (www.redpuentes.org)**

Asociación de ONGs de América Latina para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en América.

- **SA 8000 (www.sa8000.org)**

Herramienta lanzada en 1997 por el *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), actualmente *Social Accountability International* (SAI). Esta organización se centra, fundamentalmente, en las prácticas laborales.

- **SAI (www.sa-intl.org)**

SAI es una organización no lucrativa internacional de los derechos humanos dedicada al tratamiento ético de trabajadores alrededor del mundo.

- **Ser Responsable (www.serresponsable.com)**

Revista de actualidad dedicada a la RS desde distintos enfoques complementarios.

- **The Danish Institute of Human Rights (www.humanrights.dk)**

Institución Nacional Danesa sobre Derechos Humanos.

- **The Global Compact (www.unglobalcompact.org)**

La red Global Compact, programa de la ONU que reúne a más de 1500 entidades de 70 países (empresas, ONGs, sindicatos y representantes de la sociedad civil) promueve la ética empresarial en las empresas y establece los 10 principios básicos que las organizaciones deben cumplir en materia de RSE.

- **World Business Council on sustainable development (www.wbcsd.ch)**

Está compuesto por unas doscientas compañías que comparten el compromiso por el desarrollo sostenible, a través del crecimiento económico, el balance ecológico y el progreso social.

7 – FUENTES DE INFORMACIÓN

- **Bagnoli, M. y Watts, S. (2003):** “Selling to socially responsible consumers: competition and the private provision of public goods”, *Journal of Economics and Management Strategy*, 12 (3), 419-445.
- **Barin-Cruz, L. y Boehe, D.M. (2008):** “CSR in the global marketplace. Towards sustainable global value chains”, *Management Decision*, 46 (8), 1187-1209.
- **Bies, R.J., Bartunek, J.M., Fort, T.L. y Zald, M.N. (2007):** “Corporations as Social Change Agents: Individual, Interpersonal, Institutional, and Environmental Dynamics”, *Academy of Management Review*, 32 (3), 788-793.
- **Boyaltzis, R.E. (1982):** *The competent manager: A model for effective performance*. New York: Jonh Wiley and Sons.
- **Carneiro, M. (2004):** *La responsabilidad social corporativa interna: La nueva frontera de los recursos humanos*, ESIC Editorial, Madrid.
- **Carroll, A.B. (1979):** “A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance”. *Academy of Management Review* 4(4): 497-505.
- **Carroll, A.B. (1999):** “Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct”, *Business & Society* 38(3): 268-295.
- **Comisión de las Comunidades Europeas (2001):** *Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de*

las Empresas. Documento COM (2001) 366-final. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas.

- **Comisión de las Comunidades Europeas (2002)**: Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible/COM/2002/0347 (<http://eurlex.europa.eu>).
- **Comisión de las Comunidades Europeas (2011)**: Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas (<http://eur-lex.europa.eu>).
- **Comisión Mundial para el desarrollo del medio ambiente (1987)**: *Informe Brundtland* (<http://daccess-ods.un.org>).
- **De Boer, H.F., Enders, J. y Leisyte, L. (2007)**: “Public sector reform in Dutch higher education: the organizational transformation of the university”, *Public Administration* 85(1), 27-46.
- **De la Cuesta, M. y Valor, C. (2004)**: “Fostering Corporate Social Responsibility through public initiative: From the EU to the Spanish case”, *Journal of Business Ethics*, 55(3), 275-293.
- **De la Cuesta, M., Valor, C., Sanmartín, S. y Botija, M. (2002)**: *La Responsabilidad Social Corporativa: Una aplicación a España*. Universidad Nacional de Educación a Distancia y Economistas sin Fronteras.
- **Dubois, D.D. (1993)**: *Competency-based performance improvement: A strategy for organizational change*. Amherst: HRD Press.

- **Elkington, J. (1998):** *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. 2nd ed. Capstone Publishing Ltd., Oxford.
- **Enders, J. y Jongbloed, B. (2007):** *Public-private dynamics in higher education: Expectations, developments and outcomes*, Bielefeld, Transscript Verlag.
- **Fenwick, T. (2007):** “Developing organizational practices of ecological sustainability. A learning perspective”, *Leadership & Organization Development Journal*, 28 (7), 632-645.
- **Fernández-Kranz, D. y Santaló, J. (2010):** “When necessity becomes a virtue: The effect of product market competition on corporate social responsibility”, *Journal of Economics and Management Strategy*, 19 (2), 453-487.
- **Galbreath, J. (2006):** “Corporate social responsibility strategy: strategic options, global considerations”, *Corporate Governance*, 6 (2), 175-187.
- **Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M.I. y Corchuelo Martínez-Azúa, M.B. (2013):** “Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa”. *Revista de Contabilidad, Spanish Accounting Review*, 16, 1, enero-junio, 11-23.
- **Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. I., Corchuelo, M.B. y Guerra, A. (2011):** “Diagnóstico del voluntariado corporativo en la empresa española”, *Revista de Estudios*

Empresariales, Segunda época (2), Serie Especial sobre Responsabilidad Social Corporativa, 54-80.

- **García, J. y Mondaza, G. (2002):** *Jóvenes, universidad y compromiso social*. Madrid: Narcea.
- **González, O., Fontaneda, I., Camino, M. y Antón, A. (2010):** *La responsabilidad social en las universidades españolas 2010* (<http://rsuniversitaria.org>).
- **Grayson, D. y Sánchez-Hernández, M. I. (2011):** “Using internal marketing to engage employees in corporate responsibility”, *Working Paper Series of The Doughty Centre for Corporate Social Responsibility*. University of Cranfield, Reino Unido.
- **Jongbloed, B., Enders, J. y Salerno, C. (2008):** “Higher education and its communities: Ineterconections, interdependencies and research agenda”, *Higher Education* 56: 303-324.
- **Kolhi, A. y Jaworski, B. J. (1990):** “Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications”, *Journal of Marketing*, 54 (2), 1-18.
- **Lamy, P. (2002):** “Corporate social responsibility beyond buzz words” en T. Swift, T. y S. Zadek, *Corporate responsibility and the competitive advantage of nations*, The Copenhagen Centre, Institute of Social and Ethical Accountability.
- **Lépineux, F. (2005):** “Stakeholder theory, society and social cohesion”, *Corporate Governance*, 5(2), 99-110.

- **Levy-Leboyer, C. (1997):** *Gestión de las competencias*. Barcelona, Gestión 2000.
- **Ley Orgánica 3/2007**, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de hombres y mujeres. BOE de 23 de marzo de 2007.
- **Maxfield, S. (2008):** “Reconciling corporate citizenship and competitive strategy: Insights from economic theory”, *Journal of Business Ethics*, 80, 367-377.
- **Ministerio de Educación - ME (2010):** *Estrategia Universidad 2015. El camino para la modernización de la universidad*. (<http://www.educacion.gob.es/eu2015>).
- **Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales - MTAS (2005):** *La Responsabilidad Social de las Empresas. Diálogo Social*. (<http://www.mtas.es>).
- **Muñoz, M.J., Fernández, M.A. y Rivera, J. (2010):** “Gestión sostenible y socialmente responsable de las universidades”, En *Responsabilidad Social Universitaria* (coord. De la Cuesta, M., de la Cruz, C. y Rodríguez, J.), Netbiblo, 89-98.
- **Nevado Gil, T., Gallardo-Vázquez, D. y Sánchez-Hernández, M.I. (2013):** “La administración local y su implicación en la creación de una cultura socialmente responsable: información divulgada en la Comunidad Autónoma de Extremadura”, *Revista Prisma Social, Revista de Ciencias Sociales*, 10, 64-118.
- **Observatorio de la RSE (2006):** *Cultura, Políticas y Prácticas de Responsabilidad de las empresas del IBEX 35*. (<http://www.observatorio-rse.org.es>).

- **Pereda, S. y Berrocal, F. (2001):** *Gestión de Recursos Humanos por Competencias*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- **Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2006):** “The link between competitive advantage and corporate responsibility”, *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- **Ranganathan, J. (1998):** “Sustainability Rulers: Measuring Corporate Environmental & Social Performance”, en *Sustainable Enterprise Perspectives. Sustainable Enterprise Initiative*. World Resources Institute. WRI. New York.
- **Real Decreto 221/2008**, de 15 de febrero, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas. BOE de 29 de febrero de 2008.
- **Sachs, S. y Maurer, M. (2009):** “Toward dynamic corporate stakeholder responsibility”, *Journal of Business Ethics*, 85, 535-544.
- **Sachs, S. y Rühli, E. (2005):** “Changing managers’ values towards a broader stakeholder orientation”, *Corporate Governance*, 5(2), 99-110.
- **Sánchez-Hernández, M. I. (2008):** *Marketing interno para innovar en servicios*, Delta Publicaciones – Business and Economics Scientific Research, Madrid.
- **Sánchez-Hernández, M. I. y Miranda F. (2011):** “Linking internal market orientation and new service performance”, *European Journal of Innovation Management*, 14 (2), 207-226.
- **Sánchez-Hernández, M.I. y Gallardo-Vázquez, D. (2012):** “Approaching Corporate Volunteering in Spain”, *Corporate*

Governance. The International Journal of Business in Society, 13(4), 397-411.

- **Sánchez-Hernández, M.I. y Grayson, D. (2012):** “Internal Marketing for Engaging Employees on the Corporate Responsibility Journey”, *Intangible Capital*, 8(2), 275-307.
- **Server, R.J, y Villalonga, I. (2005):** “La responsabilidad social corporativa (RSC) y su gestión integrada”, *CIRIEC-España* 53, 137-161.
- **Seto-Pamies, D., Domingo-Vernis, M. y Rabassa-Figueras, N. (2011):** “Corporate social responsibility in management education: current status in Spanish universities”, *Journal of Management & Organization* 17(5): 604-620.
- **Swift, T. y Zadek, S. (2002):** *Corporate responsibility and the competitive advantage of nations*, The Copenhagen Centre, Institute of Social and Ethical Accountability.
- **World Bank (2002):** *Cities on the Move: a World Bank Urban Transport Strategy Review*, World Bank, Washington DC.
- **World Business Council for Sustainable Development (2000):** Meeting changing expectations, (<http://www.wbcsd.org>).
- **World Economic Forum (1999):** *Global Compact*. (<http://www.unglobalcompact.org>).