

Resumen:

En este Trabajo de Fin de Grado, con el que se concurre a la obtención del Grado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Sevilla, se estudiará el contenido de la Responsabilidad Social Corporativa, centrándose en el ámbito de las Pequeñas y Medianas Empresas y el sector tecnológico. Se detallarán las ventajas e inconvenientes de aplicar una política sostenible, así como su impacto. Por último, se procederá a la observación de la Responsabilidad Social Corporativa en un caso del sector tecnológico: La empresa PC Componentes.

Palabras clave:

Responsabilidad Social Corporativa, Ética, Grupos de interés, Pequeña y Mediana Empresa, sector tecnológico, PC Componentes.

Abstract:

In this end-of-degree project, finality is to obtain the degree in Administration and Business Management at the University of Seville, the contents of Corporate Social Responsibility will be studied, focusing on the Small and Medium Companies/Businesses Area as well as on the technological one. The advantages and disadvantages of applying a sustainable policy, along with its impact, will be detailed in detail. Finally the observation of Corporate Social Responsibility will be dealt with in a study case: The company PC Componentes.

Key words:

Corporate Social Responsibility, Ethics, stakeholders, Small And Medium-Sized Business, technological sector, PC Componentes.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	7
1.1. Motivación y objetivos del estudio	8
1.2. Metodología	9
1.3. Estructura	9
CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES	10
2.1. Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa	10
2.2. Evolución del concepto	10
2.3. Teorías asociadas a la Responsabilidad Social Corporativa	12
2.4. Pilares básicos de la Responsabilidad Social Corporativa.....	13
2.4.1. Ética y responsabilidad corporativa	14
2.5. Alcance de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva del consumidor.....	17
2.6. Stakeholders	18
2.7. La medición de la Responsabilidad Social de la Empresa.....	19
2.8. Desarrollo Humano de la Responsabilidad Social Corporativa.....	23
2.9. Motivaciones para las elaboraciones de informes de sostenibilidad	23
2.10. Elementos débiles de la Responsabilidad Social Corporativa	25
CAPÍTULO 3: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.....	26
3.1. El modelo de Global Reporting Initiative	26
3.2. El papel de las Pequeñas y Medianas Empresas	27
3.3. Relación entre Responsabilidad Social Corporativa y el tamaño	28
3.4. Normativas y principios internacionales.....	30
3.5. Razones y ventajas para extender la Responsabilidad Social Corporativa en Pequeñas y Medianas Empresas	32
3.6. Obstáculos que pueden encontrar las Pequeñas y Medianas Empresas.....	34

CAPÍTULO 4: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR TECNOLÓGICO: UN CASO DE ESTUDIO. LA EMPRESA PC COMPONENTES	36
4.1. Evolución del concepto en el sector tecnológico español.....	36
4.2. Responsabilidad Social Corporativa e innovación	38
4.2.1. Responsabilidad Social Corporativa y el sector tecnológico español.....	40
4.3. Parque científico	41
4.4. Medidas de Responsabilidad Social Corporativa adoptadas por PC Componentes	43
5. CONCLUSIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición de Responsabilidad Social Corporativa según distintos autores	11
Tabla 2. Principales normas de Responsabilidad Social Corporativa en el conjunto sectorial.....	21
Tabla 3. Principales normas de Responsabilidad Social Corporativa en el conjunto general	22
Tabla 4. Principales pactos universales	30
Tabla 5. Principales pactos con ámbito regional	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Fortalezas reputacionales en 2001	15
Gráfico 2. Fortalezas reputacionales en 2020.....	15
Gráfico 3. Debilidades reputacionales en 2014	16
Gráfico 4. Debilidades reputacionales en 2020	17
Gráfico 5. Motivaciones para la elaboración de informes de sostenibilidad.....	24
Gráfico 6. Puntuación del sector tecnológico y de comunicación en el área de clientes y consumidores en 2018 y 2019	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Teorías relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa.....	12
Figura 2. Pilares básicos de la Responsabilidad Social Corporativa.....	14
Figura 3. Clasificación de stakeholders	19
Figura 4. Procedimientos que facilitan para determinar si una sociedad es socialmente responsable	21
Figura 5. Clasificación de impactos	28
Figura 6. Obstáculos que pueden encontrar las Pequeñas y Medianas Empresas.....	35
Figura 7. Categorías en medio de las ideas de Responsabilidad Social Corporativa	37
Figura 8. Métodos por las que la Responsabilidad Social Empresarial colaboran e incentivan la innovación.....	39
Figura 9. Parques científicos y tecnológicos	43

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

En este Trabajo de Fin de Grado con el que se concurre a la obtención del Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Sevilla, se abordan los distintos conocimientos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa a partir del estudio de sus tres principales pilares: social, económico y medio ambiental. La Responsabilidad Social Corporativa ha sido uno de los elementos más importantes de los últimos años que influye a diversos grupos de interés o *stakeholders*, consumidores, empleados, entre otros.

Sin embargo, existen diversas desventajas que podrían afectar a la imagen de dicho conocimiento, que como se observará en esta investigación, permite la consecución de una mejor sociedad y medio ambiente, mediante la realización de su actividad productiva. Uno de los principales aspectos negativos es la ausencia de una descripción que sea universalmente aceptada, tal y como será detallado a lo largo del presente estudio.

Además de la Responsabilidad Social Corporativa, se prestará especial importancia a la dimensión de las sociedades, donde puede tener el privilegio de algunas ventajas (y también inconvenientes) que no tenga en organizaciones de otro tamaño. Asimismo, se estudiará el sector tecnológico, el cual se ha convertido en un medio indispensable y muy vinculado con la Responsabilidad Social Corporativa.

Las diversas actuaciones sostenibles de Responsabilidad Social Corporativa, además de los distintos beneficios, argumentados con datos empíricos, como por ejemplo de encuestas, e inclusive su impacto, se analizarán también en un caso de estudio: PC Componentes. Se trata de un negocio en línea dedicado a la comercialización de elementos de tecnología online.

Esta empresa ha fomentado infinidad de acciones sociales, tales como la concesión de cestas de alimentos a familias en riesgo de exclusión durante la Navidad, iniciativas para lograr una sociedad libre de violencia de género, o cuidado del medio ambiente, que le han permitido lograr una muy buena imagen y reputación y, por ende, entre otros elementos que se precisarán, mejorar sus beneficios.

La justificación del presente Trabajo de Fin de Grado viene motivada para lograr un mayor entendimiento y demostración de los beneficios que originan una correcta Responsabilidad Social Corporativa. Dicho tema es uno de los más importantes y con mayor repercusión en la actualidad, donde se apreciará por qué ha sido llevada a cabo por diferentes empresas.

1.1. Motivación y objetivos del estudio

Hoy en día son numerosas las personas que piensan que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa no tiene utilidad. Tanto la opinión pública de empresas y/o individuos mediante sondeos, como estudios en materia de Responsabilidad Social Corporativa, tal como se verá en el presente trabajo, han conseguido demostrar la importancia y ventajas de ésta en sus tres pilares básicos (económico, social y medioambiental). Se trata de una indagación actual, que no tuvo peso en el pasado, por lo que se desconocían sus beneficios.

Por un lado, gracias a la Responsabilidad Social Corporativa se pueden conseguir numerosas ventajas, entre los que destacan aspectos económicos, como mayor rentabilidad. Además, está ligada a otros factores, como la reputación e imagen, motivación de los empleados o consideraciones éticas. Por otro lado, no carece de desventajas, tales como la ausencia de una descripción que sea universalmente aceptada o la variación de un concepto con el tiempo conforme lo va haciendo el entorno, y mucho más en el sector tecnológico.

Además de lo mencionado anteriormente, también se estudiará en las Pequeñas y Medianas Empresas, donde se podrá observar si existe alguna diferencia entre grandes y pequeñas empresas, y los obstáculos que pueden encontrar en cuanto al concepto de Responsabilidad Social Corporativa; así como el sector tecnológico, donde juega un papel fundamental, experimentando una correlación positiva entre Investigación, Desarrollo e innovación y las distintas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (Bernal, 2016).

1.2. Metodología

El presente trabajo manifiesta el objeto de estudio tanto de forma teórica como analítica. Para ambas partes, se ha cimentado en diferentes obras de bibliografía académica, principalmente libros, además de buscadores especializados. A lo largo de esta indagación, se han hallado numerosas limitaciones, por ejemplo, con el sector tecnológico, ya que se trata de un concepto muy contemporáneo. Este suceso ha complicado en gran medida el estudio, sin embargo, también ha permitido localizar información de gran relevancia y muy importante, como por ejemplo los parques tecnológicos.

1.3. Estructura

La investigación se estructura en cinco capítulos. Seguidamente de la presente introducción, en el segundo capítulo, se expone el concepto de la Responsabilidad Social Corporativa para lograr así un superior entendimiento de los capítulos y epígrafes posteriores. Además, también se podrá encontrar información analítica (igual que en capítulos posteriores) sobre la correlación existente entre la ética y la Responsabilidad Social Corporativa. Se concluirá el capítulo estudiando las diferentes motivaciones y elementos débiles en relación al objeto de estudio.

En el tercer capítulo se estudiarán los vínculos entre la Responsabilidad Social Corporativa y las Pequeñas y Medianas Empresas, así como las ventajas y obstáculos, entre otros. El capítulo cuarto, se explicará cómo de importante es la Responsabilidad Social Corporativa en el sector tecnológico y cómo ha ido evolucionando a lo largo de los años. Asimismo, se manifiesta un caso de estudio (PC Componentes), donde se verá reflejada la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa, y cómo la empresa la pone en práctica. Para terminar, en el capítulo quinto y a modo de conclusión, se presentan las diversas ideas y razonamientos a resultas de la investigación realizada con la elaboración de este Trabajo Fin de Grado.

CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES

2.1. Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa

Según Pinillos y Fernández (2011), la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC), también denominada Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE), es un concepto por el cual las empresas contribuyen voluntariamente a la consecución de una mejor sociedad y medio ambiente mediante la realización de su actividad productiva.

Cómo objetivo, pretende encontrar la grandiosidad de la empresa, así como la calidad de todos sus procesos productivos, con la incorporación de los tres pilares básicos de la RSC: económico, social y medioambiental, que serán detallados en un capítulo posterior, lo cual provocará el afianzamiento de la empresa, su éxito económico, y consolidar un mejor alcance en el futuro.

Autores como De la Cuesta González y Rodríguez (2004) distinguen la diferencia entre Acción Social y Responsabilidad Social. La Acción Social es externa. En cambio, la Responsabilidad Social, posee un enorme factor ético que debe afectar a todas las partes, siendo tramitada de forma externa y también interna, como puede ser el Libro Verde de la Comisión Europea, que será explicado con mayor detalle en un capítulo posterior.

Por todo ello, cuando se habla del concepto de Responsabilidad Social, estaremos haciendo referencia a la política medioambiental, política de recursos humanos (RRHH), de acción social, de producto, de cliente y de comunicación. Como se puede apreciar, posee una gran relevancia y participación de la Alta Dirección.

2.2. Evolución del concepto

Santos y Gómez (2016) explican que el concepto de RSC ha ido evolucionando con el tiempo, así como el pensamiento de diversos autores. Así, autores como Buchholtz y Carroll (2008), Claydon (2011) y Padgett, (2013) y otros, debido a la experimentación de escándalos, tales como crisis financieras o problemas relacionados con el medio ambiente, han experimentado una fase de sensibilización cada vez más grande, así como un proceso de disputa sobre los diferentes comportamientos de las empresas.

Por otra parte, Kakabadse et al. (2005) fijaron que el concepto de RSC fue concretado por primera vez por Howard R. Bowen. Incluso Carroll (1999) mencionó que el Padre de la Responsabilidad Corporativa debería ser Bowen. Crane et al. (2008) resaltaron entre otras cosas que la RSC se encuentra ubicada en diferentes materias y habría que tomar en consideración las ideas de cada una de ellas.

Por otro lado, Dahlsrud (2008) sostiene la existencia de ideas sobre la RSC y todas se refieren a las mismas dimensiones (social, económica, ambiental, *stakeholder* y voluntariedad).

A continuación, se puede apreciar la **tabla 1**, donde se recogen distintas definiciones por distintos académicos. Todas estas definiciones, constan de elementos que se encuentran inmersas en todas ellas.

Tabla 1. Definición de Responsabilidad Social Corporativa según distintos autores

Autor académico	Definición de RSC
Bowen (1953)	Distintas responsabilidades de las personas, en tomar las adecuadas decisiones o líneas de acción.
Frederick (1960)	Comprende una posición hacia los recursos humanos y la economía, para observar que los distintos recursos no son utilizados simplemente para intereses privados o empresas, si no para objetivos sociales.
Sethi (1975)	La RSC significa acercar un comportamiento de nivel corporativo, a un nivel donde sea coherente con las distintas normas y valores sociales que existan.
Carroll (1979)	Constituye las distintas posibilidades económicas, legales, éticas y discrecionales que disfruta la sociedad de las organizaciones en un periodo de tiempo.
Drucker (1984)	Define la RSC refiriéndose a que hacerla de forma correcta es como domar a un dragón, es decir, transformar un problema en una oportunidad.
Wood (1991)	Razona que la comprensión básica es que, tanto los negocios como la sociedad, funcionan de forma conjunta y no separada.
McWilliams y Siegel (2001)	Comentan que la definición de la RSC profundiza más que el simple cumplimiento de las obligaciones, y contribuye al acto social.
Hopkins (2003)	Establece que la RSC se encarga de moderar con los <i>stakeholders</i> de una forma ética (justa).
Kotler y Lee (2005)	Consiste en enriquecer el bienestar de la sociedad, gracias a prácticas de negocios voluntarios y contribuciones.

Fuente: Santos y Gómez (2016)

2.3. Teorías asociadas a la Responsabilidad Social Corporativa

Continuando en el estudio de Santos y Gómez (2016), Klonoski (1991) realizó una diferenciación entre tres tipos de teorías relacionadas con la RSC: la personalidad y agencia moral, el fundamentalismo y las instituciones sociales.

- La personalidad y agencia moral: Se estudia el sistema y la naturaleza de las empresas. El propósito por el que lucha esta teoría consiste en comprender las distintas responsabilidades sociales, infiriendo si las empresas son “*agentes morales*”.
- Fundamentalismo: Como su propio nombre indica, se basa en empresas que no tienen RSC o es muy restringida. Uno de los autores más destacados de esta teoría es Milton Friedman, quién analizó que las empresas poseen una única RSC. Ya que las empresas son de poder privado, los propietarios disfrutaban el derecho de crear diversas actividades que puedan facilitar la obtención de beneficios.
- Instituciones sociales: Empresas con responsabilidades sociales.

A continuación, en la **figura 1** se recoge una imagen con los tres tipos de teorías relacionadas con la RSC descritas anteriormente.

Figura 1. Teorías relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Elaboración Propia

Para concluir este capítulo, y continuando con la misma fuente de información, Garriga y Melé (2004) confeccionaron una organización donde consideraron que el factor más importante es la realidad social. Distinguieron cuatro grupos de teorías:

- En primer lugar, el primer grupo acepta que las distintas empresas u organizaciones existentes son las únicas herramientas de creación de valor de Responsabilidad Social.
- Continuando con el segundo grupo denominado teorías políticas, el cual se centra especialmente en el vínculo de la corporación y la sociedad, y su responsabilidad que puede llegar a tener en el ámbito político.
- En suma, el tercer grupo descrito como teorías integradoras, reflexiona que las empresas deben de ser las encargadas de constituir las distintas demandas sociales.
- Para concluir, el cuarto grupo analiza que el vínculo existente entre la empresa y la sociedad, se deben incluir valores éticos.

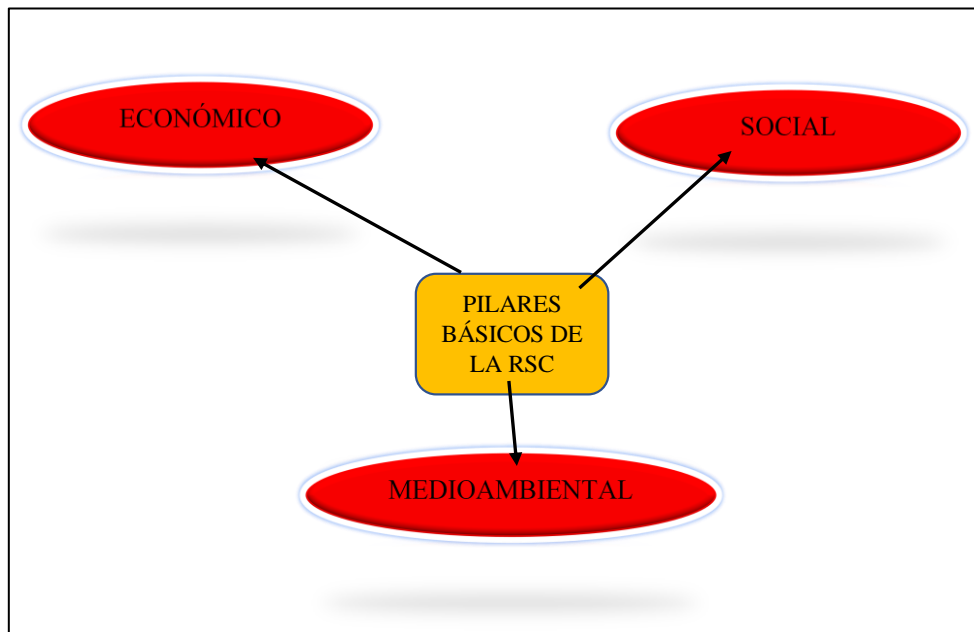
2.4. Pilares básicos de la Responsabilidad Social Corporativa

Tal como se definió anteriormente, el concepto de RSC es comprendido como el procedimiento por el que las empresas constituyen voluntariamente en su estrategia, gestión y operaciones comerciales, su interés social, económico y medioambiental. Estos tres son los pilares básicos de la RSC (Torre, 2006):

- Económico: Está fundamentado en un desarrollo ordenado, razonable y sostenible, para así poder promover la continuación y creación de valor para la empresa.
- Social: Consiste en un compromiso apropiado y con respeto a todos los trabajadores, así como el apropiado trámite de RRHH, acciones de arte y deporte, labores sociales y la no discriminación.
- Medioambiental: Se basa en actuar de forma adecuada y aceptable con el medioambiente, manifestando su inquietud, como puede ser el consumo de papel, cuidado de los océanos o consumo energético.

A continuación, en la **figura 2** se recogen los tres pilares básicos de la Responsabilidad Social Corporativa que han sido explicados, donde se ilustra a modo de imagen.

Figura 2. Pilares básicos de la Responsabilidad Social Corporativa



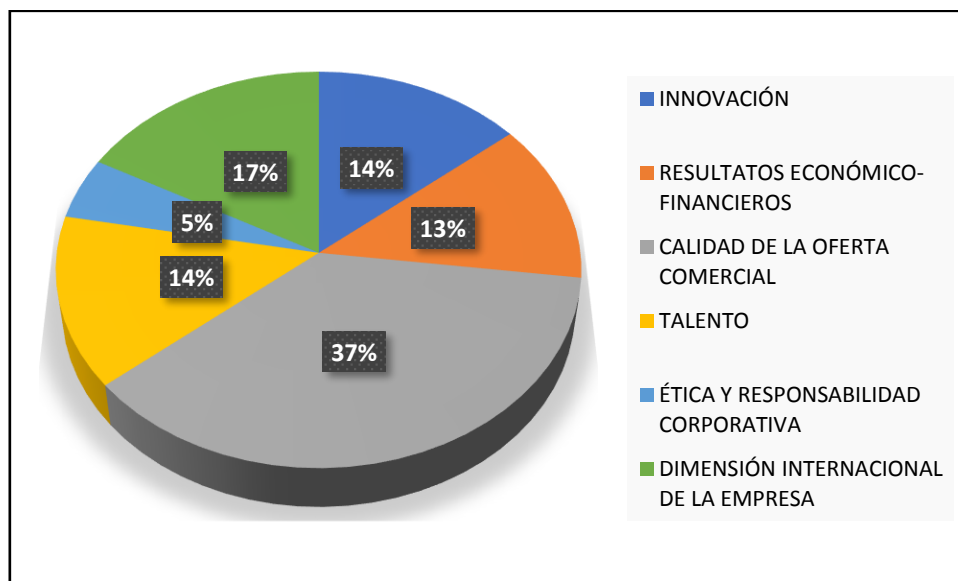
Fuente: Elaboración Propia

2.4.1. Ética y responsabilidad corporativa

Una vez analizados los tres pilares básicos de la RSC, se procede a estudiar empíricamente cómo ha evolucionado desde el año 2001 hasta el año 2020 el perfil reputacional en diversos factores, centrándose en la variación de la ética y la RSC de las empresas del MERCOSUR (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) (2020).

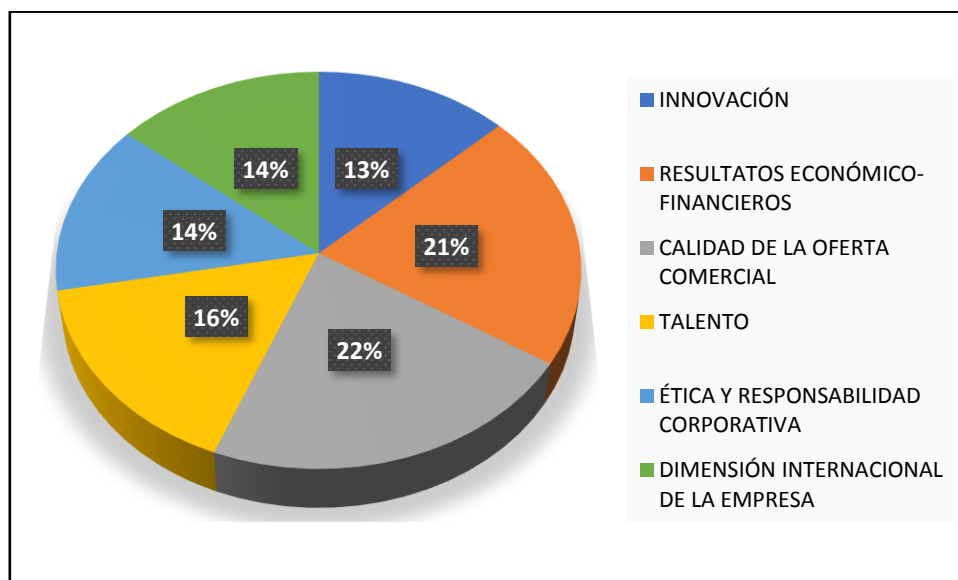
En primer lugar, tal como se puede apreciar en el **gráfico 1** y comparándolo con el **gráfico 2**, en el año 2001 la innovación ha disminuido respecto al año 2020 un 1%. Además, también disminuyó la calidad de la oferta comercial un 15%. Sin embargo, todos los demás factores aumentaron, y en cuanto a la ética y responsabilidad corporativa, se puede apreciar lo mucho que ha cambiado el perfil reputacional a lo largo de los años (además, cabe recordar que la suma debe de dar 100% y si estos factores mejoran, también es costa de otros). La ética y la RSC han incrementado su importancia como fortaleza.

Gráfico 1. Fortalezas reputacionales en 2001



Fuente: Merco (2020)

Gráfico 2. Fortalezas reputacionales en 2020

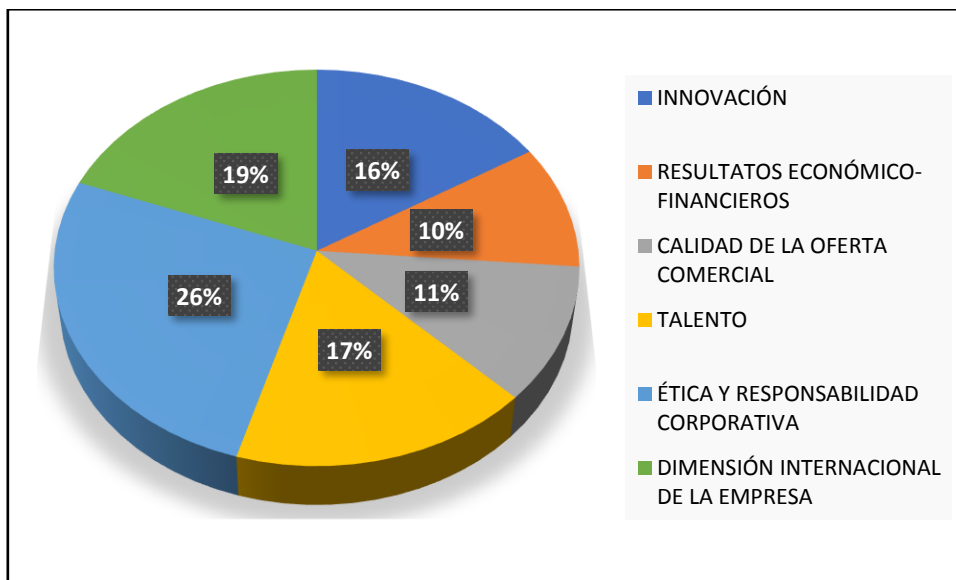


Fuente: Merco (2020)

Así como sus fortalezas, también se pueden encontrar debilidades (con los mismos indicadores). Se ha estudiado a partir del año 2014, ya que antes del 2014 no se

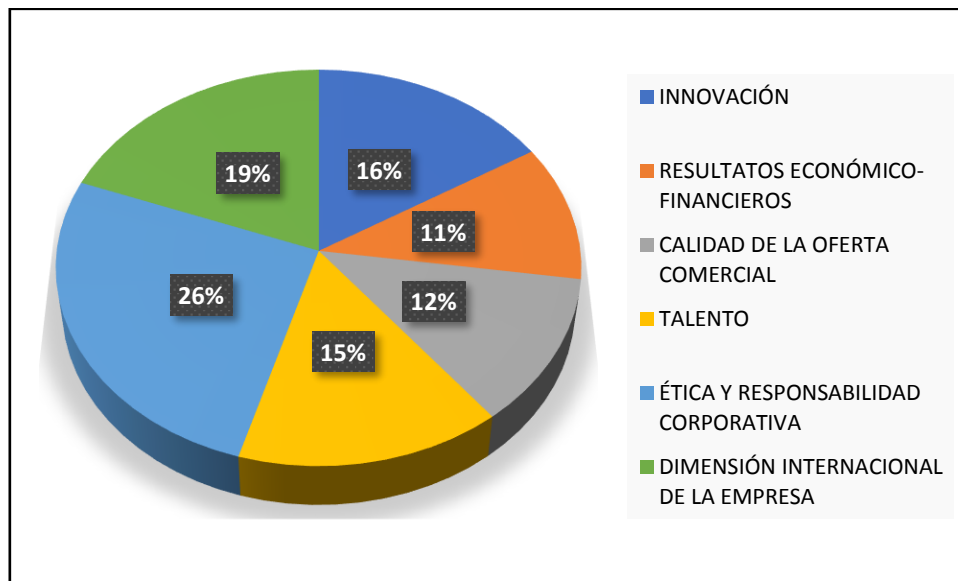
gestionaban debilidades. Tal como se puede apreciar en el **gráfico 3** y comparándolo con el **gráfico 4**, el talento pasó de un 17% a un 15%. Salvo la calidad de la oferta comercial, que aumentó un 1%, y los resultados económicos-financieros, que pasaron de un 10% a un 11%, los demás factores no sufrieron ninguna variación (recordar que la suma debe de dar 100% y si estos factores mejoran, también es costa de otros). Sin embargo, a pesar del incremento de la importancia como fortaleza mencionada anteriormente, la ética y la RSC siguen siendo las principales debilidades corporativas.

Gráfico 3. Debilidades reputacionales en 2014



Fuente: Merco (2020)

Gráfico 4. Debilidades reputacionales en 2020



Fuente: Merco (2020)

2.5. Alcance de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva del consumidor

Como ha sido observado en capítulos anteriores, la RSC tiene una gran importancia. En consecuencia, De la Cuesta González y Rodríguez (2004) defienden que, a partir de esta importancia, se puede afirmar que el consumidor se sitúa en dos vertientes: activa y pasiva.

- Activa: Se sitúa como un agente más, donde su decisión de adquisición actúa de forma más crucial.
- Pasiva: El consumidor, o incluso consumidores, puede ser considerado como receptor de diversas políticas de RSC.

Los consumidores atesoran de ser capaces de originar valores necesarios para la sociedad y para la práctica empresarial. Es el camino para así obtener una globalización social que incluya un principio básico: No discriminación, no al doble estándar. La declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo fue adoptada en 1998. Esta Declaración involucra a los Estados Miembros a respetar y promover los siguientes principios y derechos (Poyatos et al. 2008):

- Libertad de asociación, libertad sindical y el recuerdo efectivo del derecho de negociación colectiva.
- Supresión del trabajo forzoso u obligatorio.
- Eliminación del trabajo infantil.
- Abolición de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

2.6. Stakeholders

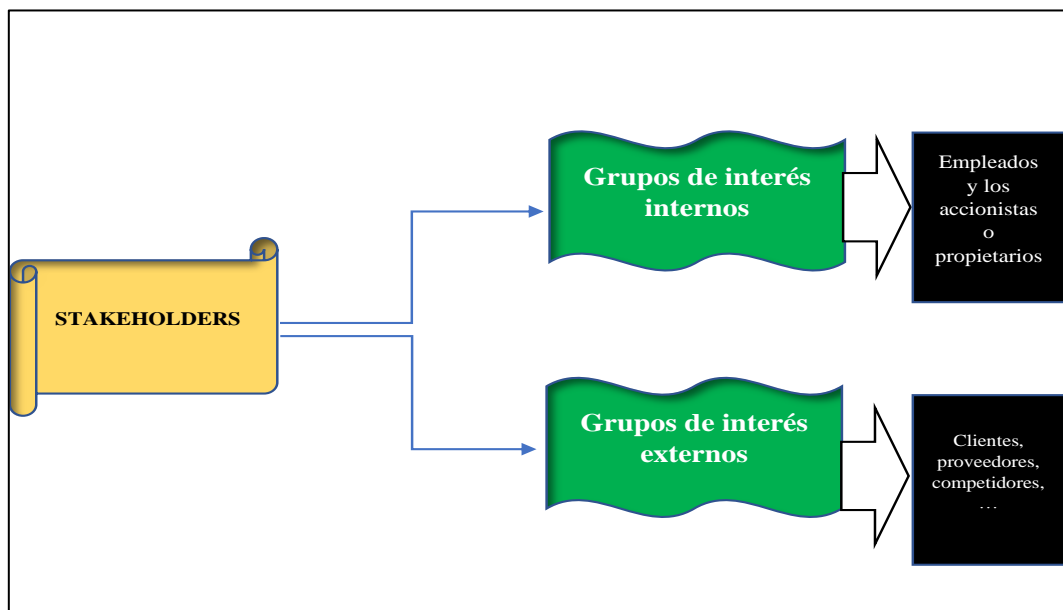
Conforme a Acosta et al. (2007) el concepto de *stakeholder* ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. La AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas), la definió como: un conjunto social y de individuos, afectado por la presencia y maniobra de la sociedad, con una disposición legítima, directa o indirecta, que repercute a su vez en la obtención de los propósitos pronunciados y su perduración.

Así, establece la siguiente clasificación:

- Grupos de interés internos, que se encuentran todos los grupos sociales dentro del sistema de la organización: empleados y los accionistas o propietarios.
- Grupos de interés externos, que se encuentran todos los grupos sociales fuera del sistema interno de la organización: clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, como pueden ser sindicatos, asociaciones de consumidores, grupos de opinión; administraciones públicas, comunidad local, sociedad y público en general; y el medio ambiente y generaciones futuras.

En la siguiente **figura 3** se recogen, de forma esquemática y resumida, la clasificación de los *stakeholders* mencionada anteriormente.

Figura 3. Clasificación de *stakeholders*



Fuente: Elaboración Propia

Siguiendo el estudio de Acosta et al. (2007), Freeman (1984) comentó que los directivos tienen la obligación de localizar todas las relaciones que sean estables entre los *stakeholders*, y para lograrlo deben contribuir con ellos, para así localizar soluciones e implicarlos en procesos formales de la organización.

La principal ocupación de la organización, que debe de llevar a cabo para poder ser socialmente responsable, es el reconocimiento de sus *stakeholders*, entre otros. Santos y Gómez (2016) mencionan que Mitchell et al. (1997) identificaron 3 variables para así poder solucionar numerosas cuestiones, en relación a los grupos de interés (*stakeholder*): poder, legitimidad y urgencia. En el estudio de Mitchell et al. (1997) indicaron que las trascendencias de los grupos de interés estarían directamente relacionadas con los números de atributos percibidos, es decir, poder, legitimidad y urgencia.

2.7. La medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

Las acogidas de buenas prácticas de RSC son llevadas a cabo por sociedades con diversas magnitudes, debido a que, por lo general, las asignaciones a los distintos códigos y

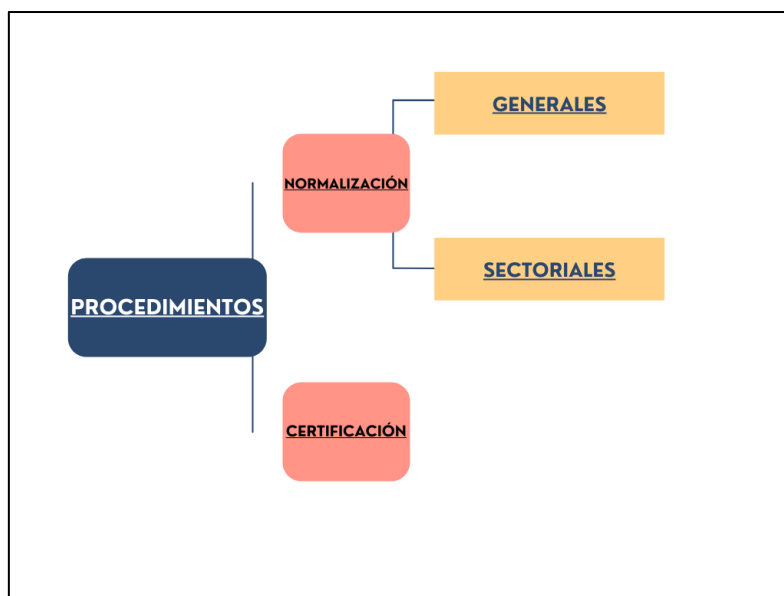
estándares es optativo. En algunos países, como por ejemplo Francia, sí se han decretado obligaciones para las empresas importantes, con el objetivo de ampliar su claridad ilustrativa, por medio de la confección de informes de sostenibilidad que perfeccionen los documentos financieros anuales previos (De La Cuesta González, 2005).

Para poder afianzar que la sociedad es socialmente responsable es vital descifrar los principios de RSC en variables ponderables, es decir, medibles, gracias a la elaboración de distintos modelos e indicios, donde se pueda determinar y valorar a la sociedad. El procedimiento que facilita precisar si una sociedad es socialmente responsable o no, lleva a profundizar en dos fases que podrían calificarse como normalización y certificación:

- En primer lugar, la normalización se apoya en las realizaciones, divulgaciones y empleos de unos preceptos por los que se instaura unas tesis que verifiquen la RSC. Dentro de esta se pueden encontrar las distinciones entre generales (si comprende todas las valoraciones de la RSC) o sectoriales (si se consolida en una valoración de una empresa).
- En segundo lugar, la certificación es el procedimiento por el cual una firma autosuficiente se compromete a que la sociedad esté sometida a la ley o estándar.

En la **figura 4** se representa un esquema con los procedimientos estudiados para determinar si una organización está o no comprometida.

Figura 4. Procedimientos que facilitan para determinar si una sociedad es socialmente responsable



Fuente: Elaboración Propia

El mundo de la normalización es el que se encuentra más progresado. Se piensa que subsisten 225 preceptos de RSE. No obstante, no todas poseen los mismos niveles de divulgación y reputación. La siguiente **tabla 2** recoge las principales normas de RSC en el conjunto sectorial y la **tabla 3** las principales normas de RSC en el conjunto general.

Tabla 2. Principales normas de Responsabilidad Social Corporativa en el conjunto sectorial

SECTORIALES	Amnesty International Human Rights Principles for Companies (respeto a los derechos humanos)
	Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices (relaciones laborales en el sector textil)
	FLA Charter Management (relaciones laborales)
	IFCTU Basic Code of Labour Practice (relaciones laborales)
	ISO 14000 (medio ambiente)
	Investors in People (relaciones laborales)
	SA 8000 (relaciones laborales)

Fuente: Elaboración propia a partir de De la Cuesta González (2005)

Tabla 3. Principales normas de Responsabilidad Social Corporativa en el conjunto general

GENERALES	Accountability 1000
	Caux Roundtable Principles
	CERES Principles
	Ethical Trading Initiative Base Code
	Fortune 's Corporate Reputation Index
	Global Reporting Initiative (GRI)
	Global Sullivan Principles
	Os for Multinational Enterprises
	United Nations Global Compact

Fuente: Elaboración propia a partir de De la Cuesta González (2005)

Prosiguiendo con la indagación de De la Cuesta González (2005), desde otra perspectiva, subsisten empresas autosuficientes las cuales contraponen los conocimientos proporcionados por las organizaciones, acudiendo a elementos intermediarios autosuficientes, como pueden ser ONGS o sindicatos. Estas empresas presentan las comunicaciones, ya sea en bases de datos o en forma de registros éticos. Las bases de datos son suministradas por las llamadas empresas “*de certificación o calificación ética*”.

Las superioridades frente a los registros éticos se basan en que los consumidores sean quienes establecen los distintos principios excluyentes y valorativos que consideren acertados a la hora de recopilar sus carteras o inversiones. Así, se individualiza la investigación, y la empresa no entra a dictaminar si una sociedad es ética o socialmente responsable.

Los llamados registros éticos se les han aplicado filtros íntegros, e incorporan a todas aquellas sociedades que sobresalen por poseer superiores comportamientos sociales y medioambientales. Está integrada por sociedades que gozan de resultados económicos y sociales benévolos.

Los índices éticos ayudan de referencia para una gran parte de las inversiones éticas. Estas inversiones éticas no aspiran a que las sociedades, por ejemplo, abandonen sus propósitos de riesgo y rentabilidad financiera, sino que agreguen en sus juicios las totalidades de responsabilidades y ocupaciones legales, éticas, domésticas y universales.

Además, las propias sociedades cada vez saben más sobre esas responsabilidades, no ya sólo por las reputaciones corporativas, sino también por los requisitos de organizar una adecuada gestión de riesgos. Es por ello que, con el paso del tiempo, su importancia está aumentando por ser calificadas como organizaciones socialmente responsables, y así, formar parte de los índices bursátiles éticos. Otras razones pueden ser que facilita captar capital originario de inversores institucionales. Con brevedad, estos índices administran los llamados “*filtros éticos*”, y eligen a aquellas sociedades que poseen mejores valoraciones.

2.8. Desarrollo Humano de la Responsabilidad Social Corporativa

En consonancia con Hurtado y Martínez (2006), las finalidades del Desarrollo Humano (DH) radican en profundizar el abanico de alternativas, con los objetivos de conseguir una explicación más democrática y participativa, que aseguren los ingresos a dimensiones vitales, como pueden ser la salud, la economía, la educación, la independencia política y los derechos humanos.

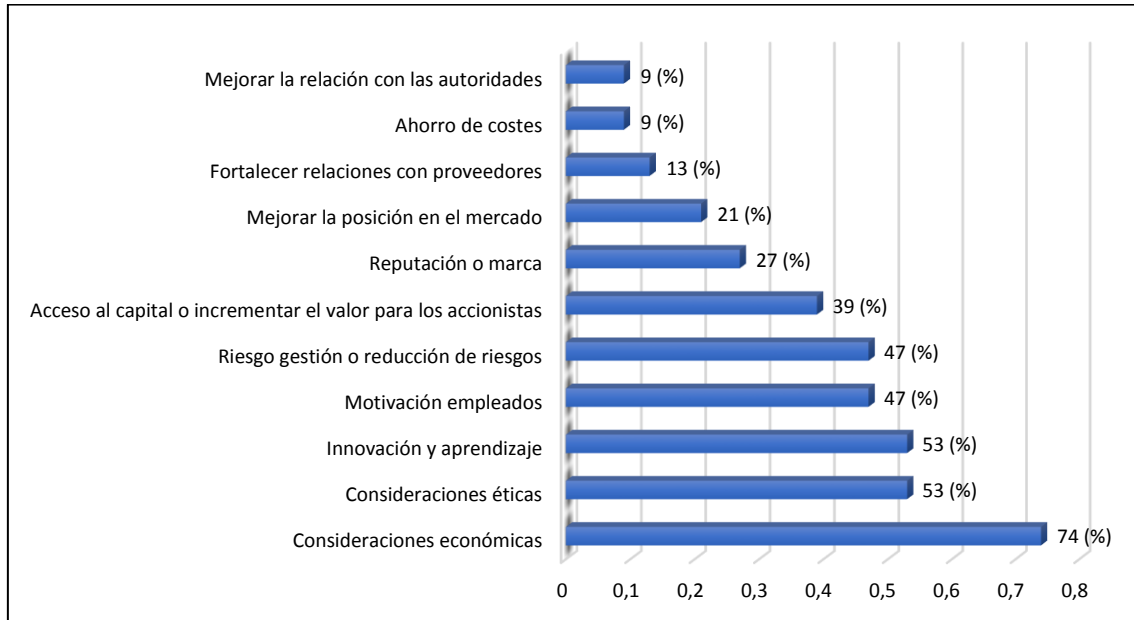
Las conexiones entre sostenibilidad y Desarrollo Humano sitúan en certidumbre que las tareas de las sociedades pueden perjudicar a elementos esenciales del DH de las regiones en las que ejercen, particularmente en aquellos en los que las normas públicas son más deficientes. Es por ello que, las Responsabilidades Sociales Corporativas de las organizaciones de las regiones evolucionadas que operan en los territorios del hemisferio Sur, deben de contar con aquellos elementos enlazados al DH de esos países y concretamente en lo referente a las entradas a servicios básicos, tales como el agua, la energía o la comunicación.

2.9. Motivaciones para las elaboraciones de informes de sostenibilidad

Las confecciones de estudios de sostenibilidades están fuertemente relacionadas a las exigencias de hacer frente a las demandas de los *stakeholders*, para así poder llegar a obtener rentabilidades superiores, en comparación a las que se alcanzarían únicamente con recursos financieros (ACCID, 2007).

A continuación, se muestra el **gráfico 5** con las diferentes motivaciones de las empresas para la elaboración de informes de sostenibilidad en porcentaje.

Gráfico 5. Motivaciones para la elaboración de informes de sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia a partir de ACCID (2007)

Se puede apreciar que son las consideraciones económicas las que tienen un mayor porcentaje, dejando atrás a las consideraciones éticas, o incluso al factor ahorro en costes, siendo con frecuencia recogidos en los “business case” o estudios de viabilidad. No parecen ser elementos guías el ahorro de costes. La conclusión sería que nos encontramos ante un entorno señalado por motivaciones económicas, las cuales estimulan adoptar diversas estrategias de RSC, enunciadas en informes de sostenibilidad.

En relación a las consideraciones económicas, existen diversos autores que defienden que existe una clara correlación causa-efecto entre reputación y rendimiento de las acciones. Por ejemplo, cuenta que la apreciación media en la bolsa a lo largo de los últimos trece años de las diez empresas más apreciadas es de un 20,1%, comparado con un 13,1% del “S&P 500” y el -1,9% de las diez menos admiradas.

2.10. Elementos débiles de la Responsabilidad Social Corporativa

A lo largo de los epígrafes se consiguió observar la gran variedad de ventajas que ofrece la RSC, pero, ¿existen elementos débiles? Tal como se mencionó al principio del trabajo, la respuesta es afirmativa.

Conforme a Santos y Gómez (2016), se pueden hallar los siguientes:

- En primer lugar, se puede encontrar la ausencia de una descripción que sea universalmente aceptada, ya que existen diferentes procedimientos de valoración, como el Global Reporting Initiative (GRI, que se analizará en el capítulo siguiente), el Libro Verde en la Comunidad Europea (se mencionó en este capítulo y se volverá a mencionar en el siguiente), el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI), entre otras.
- Además, se halló que la idea de RSC aglutina una gran variedad de organizaciones, como puede ser la economía, la ética o el medio ambiente. Hay que tener especial importancia, debido a que el concepto de RSC no puede ser estimado como estático, sino que es dinámico, es decir, varía/cambia con el tiempo conforme lo va haciendo el entorno.

CAPÍTULO 3: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

En el capítulo anterior se pudo observar la relevancia que tiene la RSC en la sociedad, pero, ¿sucede lo mismo en las Pequeñas y Medianas Empresas? Con arreglo a Moneva y Hernández (2009), es incuestionable la importancia económica y social de la Pequeña y Mediana Empresa (en adelante PYME).

Por ello mismo, la Comunicación de la Comisión Europea del 2005 señala la subsistencia de veintitrés millones de PYMES en la Unión Europea que, además, figuran el 99% del número total de empresas y contribuyen al empleo de diversos factores hasta el 80%. Conforme a la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, en España, las PYMES las componen el 99,87% de las empresas (también se incluyen las microempresas). Por lo tanto, tienen una gran relevancia también las PYMES. No solo con esto, la Comunicación de la Comisión Europea de 2002 indica la gran trascendencia del estímulo a la realización de prácticas de RSC en PYMES.

3.1.El modelo de Global Reporting Initiative

Prosiguiendo con la indagación de Moneva y Hernández (2009), el modelo de Global Reporting Initiative (GRI en adelante), como se ha podido ir observando a lo largo de este estudio, tiene mucha importancia, pero ¿por qué? Este modelo permite complacer la obligación de comunicar de forma totalmente transparente la información sobre la sostenibilidad de la empresa, sin importar el tamaño, ubicación o sector de ésta.

Para lograr esto, es decir, para poder acercarse a las PYMES, la GRI ha revelado los documentos “*High 5!*” (GRI, 2004) y el “*Ciclo Preparatorio para la Confección de Memorias de Sostenibilidad*” (GRI, 2007), donde aparecen detalladamente como se extienden las distintas situaciones que deben de perseguir las PYMES, para así poder desarrollar memorias de sostenibilidad en relación a sus fundamentos.

La GRI hizo manifiesto en octubre de 2006 una nueva interpretación de la Guía, para llevar a cabo la confección de distintas memorias de sostenibilidad, llamado G3 (GRI,

2006), para así facilitar un marco común a nivel universal de manera evidente y clara. Antes de esta guía, existieron dos, compartidas en los años 2000 y 2002.

Aunque la G3 tiene la intención de ser un marco leal y aceptable para realizar memorias o informes de sostenibilidad, tal como se comentó anteriormente, que logre ser empleado por las distintas organizaciones con autonomía de su dimensión, se han presentado los escritos “*High 5!*” (GRI, 2004) y “*Ciclo Preparatorio para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad*” (GRI, 2007), para así poder sobreponerse al limitado efecto de la GRI en el entorno de la PYME.

Sus primordiales objetivos son la protección y enseñanza de las PYMES en los distintos procedimientos sobre sostenibilidad. Se ha percibido un desarrollo positivo en la divulgación de memorias de sostenibilidad por PYMES españolas.

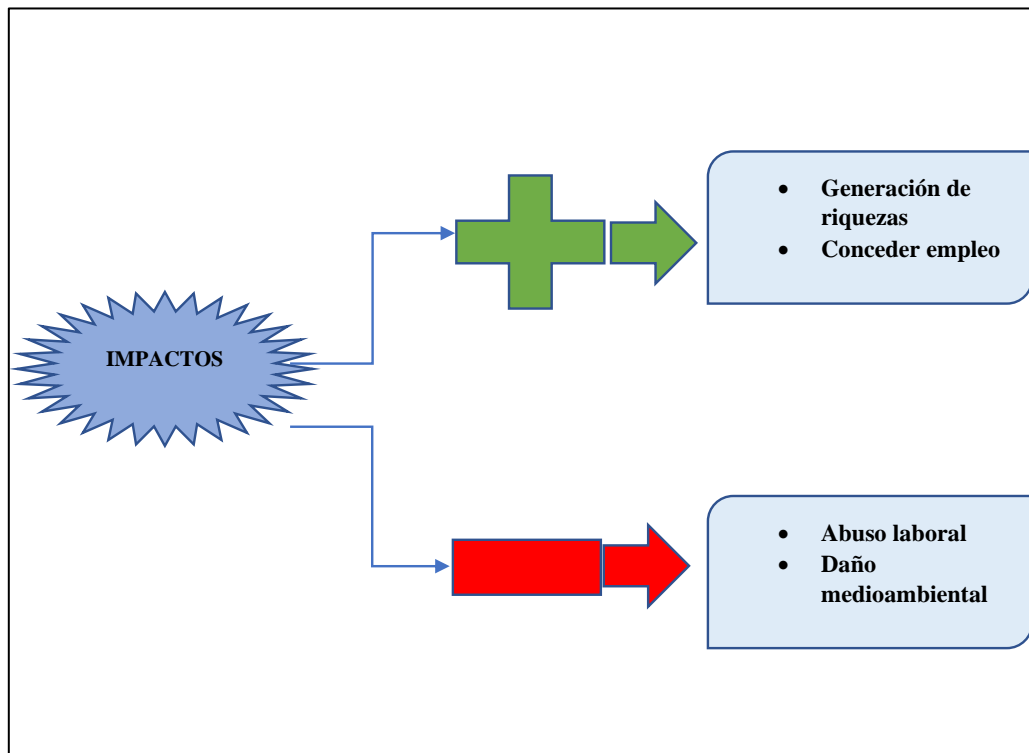
3.2. El papel de las Pequeñas y Medianas Empresas

Todas las empresas, así como los intermediarios de la sociedad, originan una sucesión de impactos, tanto regionales como universales. Estos impactos pueden ser (Suarez et al. 2011):

- Positivos, como pueden ser la generación de riqueza o conceder empleo.
- Negativos, tales como el abuso laboral o el daño medioambiental.

Lógicamente, unas de las primordiales tareas de la universalización es extender la significación de los impactos positivos, así como la disminución de los negativos. En la **figura 5**, se resume la clasificación de los impactos de las empresas, así como ejemplos.

Figura 5. Clasificación de impactos



Fuente: Elaboración Propia

Las prácticas de los sectores empresariales, sumado a la acumulación de estudios, y a la gran cantidad de bienes que disponen, han provocado que sean apreciados como una de las figuras esenciales en políticas de desarrollo. En los últimos tiempos, se ha arriesgado por responsabilizar a la sociedad en sus actos. Entre otras decisiones, se encuentran las generaciones de “*Alianzas Público Privadas para el Desarrollo*”, para así establecer sinergias.

3.3. Relación entre Responsabilidad Social Corporativa y el tamaño

Una vez se ha estudiado la importancia que tiene la RSC, de acuerdo con Muñoz (2015), en este epígrafe cabe mencionar qué importancia tiene el tamaño en la sociedad. Es posible encontrar diversos análisis que estudian los impactos de la RSC y el perfeccionamiento en las distintas sociedades de mayor tamaño, sin embargo, no ha sido posible encontrar este análisis de forma idéntica para las sociedades de menor tamaño. Es

por ello que el objetivo de este epígrafe será analizar si es posible encontrar una correlación entre la RSC y el tamaño de la sociedad.

Conforme al Parlamento Europeo, las generalidades de PYMES, en particular las microempresas, es probable que el procedimiento de RSE siga siendo informal y automático. Por otro lado, la correspondencia entre la innovación y el tamaño de la sociedad, es posible encontrar distintas consideraciones.

En relación a estudios que sostienen que las sociedades de mayor tamaño gozan de diferentes ventajas frente a las PYMES:

- Ventajas fundamentadas en superiores poderes de mercado, y capacidades para poder maximizar la inversión en innovación y así poder rescatar las rentas que procedan de la inversión en I+D.
- Ventajas fundamentadas en economías de escala donde se acentúa el potencial de innovación, tanto para la fabricación como para el reparto.

Además de lo mencionado anteriormente, es posible localizar autores que defienden que existen estudios donde las sociedades de menor tamaño encuentran una serie de facilidades para así poder incluir distintas medidas empresariales con un carácter más innovador. Esto es debido a la utilización de estrategias más ligeras, así como la exclusión de obstáculos lentos en las tomas de decisiones. Muñoz (2015) en su estudio argumenta que las PYMES atesoran una dificultad burocrática menor, un mayor intercambio de información entre todos los distintos niveles que posee la sociedad, y una mayor proximidad al mercado, lo que favorece la innovación.

Además, otra ventaja que exhiben las PYMES es la correspondencia directa con el comprador. Esto le permite beneficiarse de la conexión positiva entre el comprador y la sociedad para así poder engendrar más valor propio para el comprador. La composición de bienes y capacidades en las PYMES son capaces de producir ventajas competitivas. A pesar de todo esto, existen otros autores que sostienen que el tamaño de una sociedad no es tan importante. Un claro ejemplo es Penrose (1959), que decreta que lo que importa es el comportamiento que es apto de dictaminar por sí mismo.

3.4. Normativas y principios internacionales

En un entorno internacional, de acuerdo con Ganzo (2006), se incluyen en la **tabla 4** los principales pactos universales:

Tabla 4. Principales pactos universales

Pactos universales	Explicación
“El Pacto internacional sobre los Derechos económicos, sociales y culturales”	Se trata de un acuerdo que su herramienta ha sido legalizada y por ello, se ha integrado como una ley jurídica al Derecho nacional.
“El Pacto Mundial (The Global Compact)”	Su finalidad es fomentar el desarrollo sostenible y la RSC.
“The Global Reporting Initiative (GRI) y los otros estándares”	Tal y como fue estudiado en un epígrafe anterior, su principal finalidad consiste en la confección de Estudios y Normas de RSC.

Fuente: Elaboración Propia

Con un entorno local, más limitado a Occidente y Europa, se encuentra en la **tabla 5** los principales pactos con ámbito regional:

Tabla 5. Principales pactos con ámbito regional

Pactos con ámbito regional	Explicación
“Las directrices de la OCDE. El área occidental”	Ha llevado a cabo una aportación a la normalización de la RSC, que se enuncia como instrucciones.
“La Constitución Europea”	Dentro de este amplio tratado, se encuentran los pilares pertenecientes de los estados de los derechos de las Libertades de las sociedades (art. II, 76 del Tratado). Aun así, se constituyen restricciones a la misma. Se legalizan tres figuras: <ul style="list-style-type: none"> ➤ "El desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente". ➤ "La protección del consumidor". ➤ "La ayuda humanitaria a terceros países".
“El Libro Verde”	Se debe orientar como un medio jurídico aplicativo: un poco más que una simple explicación de pretensiones y un poco menos que una ley jurídica de aspecto concreto, pero que en una doctrina jurídica, como los modelos continentales o el español, tienen consecuencias como origen del Derecho, según el artículo 1,4 del Código Civil.
“Iniciativas de estandarización en Europa. Normativa ínter empresarial”	Unido a las decisiones universales, se ha podido establecer como alianza la RSC (Corporate Social Responsibility, CSR en inglés) europea, constituyendo sus modelos personales que actuarán como “Bench marks” (método que usan las sociedades para equiparar su evolución) capaz de ser integrado a los Balances sociales de las empresas.

Fuente: Elaboración Propia

Para concluir el epígrafe, cabe mencionar que España se apropia de las leyes y razonamientos explicados hasta aquí. Sin embargo, merece acentuar que acontecen una sucesión de particularidades (Ganzo, 2006).

3.5. Razones y ventajas para extender la Responsabilidad Social Corporativa en Pequeñas y Medianas Empresas

De acuerdo con Torre (2006), las PYMES gozan de una amplia variedad de ventajas:

- Capacidad de adaptación más veloz gracias al menor tamaño que posee.
- Mayor conocimiento y claridad. Las PYMES se encuentran más próximas de sus *stakeholders*, así como de sus necesidades.
- Permiten a las PYMES empleos más específicos de políticas de RSC que las grandes empresas.

Según la “*Guía de Introducción a la Responsabilidad Social de las Empresas para PYMES*”, de la Dirección General de Empresa de la Comisión Europea, la subsistencia de menores bienes y su vínculo más ajustado con sus colocutores, han hecho aconsejable que, por lo menos inicialmente, centralicen sus trabajos en las operaciones que se manifiesten más destacadas para los propósitos de las sociedades. No solo con lo descrito anteriormente, a continuación, se van a analizar las ventajas que la RSC puede aportar a las PYMES:

- Superior prestigio, y una percepción de sociedad ética que ejerce con consideración y conforme con determinadas aptitudes ante sus *stakeholders*. Este prestigio y percepción favorecen la difusión de las sociedades en las prensas, premios, televisiones, radios, así como sus actividades, como organizaciones éticas y socialmente responsables.
- Entrar a nuevos mercados, donde se requiere ser una organización socialmente responsable. Esto puede facultar las entradas a determinadas fuentes de financiación. Además, las entradas a nuevos mercados, van ligadas a un uso más eficiente de los bienes, debido a la manifestación de nuevas ocasiones de negocios.
- De igual manera, consiguen soportes de seguridad, ya sea con sus distribuidores o los consumidores. Estas seguridades pueden influir en un aumento de las

rentabilidades de las sociedades. Además, logran transformarse en uno de los componentes de persuasión y fidelización de los trabajadores.

- Otra ventaja es la distinción y ventaja competitiva en sus diferentes artículos y prestaciones en relación con otras compañías.
- Acentuar también las reducciones de riesgos.

Por último, según De la Cuesta González y Rodríguez (2004), a continuación se presentan distintas encuestas e investigaciones llevadas a cabo:

- Un sondeo realizado por FORETICA en el año 2001 a distintos dirigentes de empresas españolas, donde sobresale que la mayoría sostiene a la ética como primordial motivo para comprometer su RSC (un 57,7% de los encuestados admiten que la RSC es su responsabilidad, en contra a un 15,3% que declaran motivos estratégicos, y un 11,9% comerciales).
- De acuerdo con una investigación realizada por PriceWaterhouseCoopers (Documento de Trabajo del Euroencuentro sobre RSC, 2003) en España, el 74% de las sociedades investigadas, estiman que la RSC actúa de forma beneficiosa a la rentabilidad final de las empresas.
- A nivel mundial, el sondeo elaborado por Burson-Marsteller en los países de Francia, Alemania y Reino Unido, brinda los siguientes resultados (World Bank Institute, 2003): El 66% de los encuestados están a favor de que la RSC será trascendental en el futuro. El 64% de los encuestados opinan que las fortalezas de prestigio corporativo influirán en sus correspondientes resoluciones como reguladores o periodistas. Por último, el 42% afirman que la RSC actuará en el costo de las distintas acciones en el futuro.

Para concluir el epígrafe, de acuerdo con Pajares y Abadía (2012), destacar que uno de los estudios iniciales sobre la RSC en PYMES residió bajo el “*Observatory of European SMEs*” divulgado por la Comisión Europea (2002b), fundamentado en un sondeo a unas 7600 PYMES de la UE. Las conclusiones de dicho estudio indican que en las PYMES europeas no se observa un cumplimiento ambiental importante, únicamente el 12%. En otras palabras, no se manifiesta un punto de vista proactivo en las prácticas ambientales. Sin embargo, la práctica social predomina por su gran impacto positivo en la empresa.

Por ejemplo, un 50% de las PYMES que fueron encuestadas, señalaron que llevan a cabo actividades con sus colectividades, como pueden ser:

- Donaciones.
- Patrocinios de actividades deportivas y culturales.
- Las que son eventuales y que no se asocian a los propósitos estratégicos de las empresas.

Las prácticas de RSC se ven condicionadas, más que por una ausencia de recursos, por unos comportamientos de indiferencia de los gerentes, del personal y el insuficiente tiempo para su búsqueda. Adicionalmente, no se localizan unas apropiadas conexiones de RSC con los demás *stakeholders*.

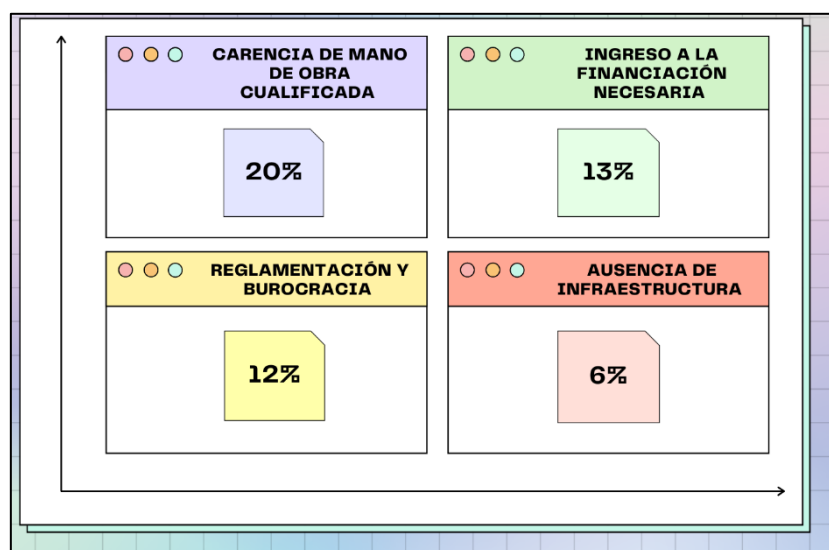
Las difusiones de la Comisión Europea (2003) en relación con las investigaciones de los diversos aprendizajes de RSC en las PYMES europeas, fomentan las buenas prácticas de RSC. La investigación se efectuó sobre 25 PYMES. Las conclusiones señalaron que el éxito empresarial y la RSC pueden ser conciliables y que pueden protegerse asimismo gracias a la inauguración de nuevas ocasiones comerciales. Además, se hallaron como ventajas en las prácticas de RSC:

- Felicidad y compromiso de los compradores.
- Equipo entusiasmado.
- Ajustados vínculos con las sociedades particulares y con los diversos poderes públicos.

3.6. Obstáculos que pueden encontrar las Pequeñas y Medianas Empresas

Como se pudo observar, en el epígrafe anterior se explicaban las grandes diversidades de ventajas analizadas sobre razones para extender la RSC en las PYMES. Por infortunio, también es posible que las PYMES encuentren barreras. Por ejemplo, en la **figura 6** se presentan los obstáculos a la hora de constituir prototipos o utensilios en la administración según el “*Observatorio de las Pequeñas y Medianas Empresas*” (sondeo llevado a cabo a diversas PYMES en 2002) (Muñoz,2015).

Figura 6. Obstáculos que pueden encontrar las Pequeñas y Medianas Empresas



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 4: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR TECNOLÓGICO: UN CASO DE ESTUDIO. LA EMPRESA PC COMPONENTES

4.1. Evolución del concepto en el sector tecnológico español

En consonancia con Bernal (2016), el atractivo por la RSC es un concepto muy contemporáneo, puesto que no es hasta el periodo de los años noventa cuando distintas instituciones, tanto privadas como públicas, no sólo comienzan a inquietarse por esta, sino que además comprenden a impulsar diversas propuestas.

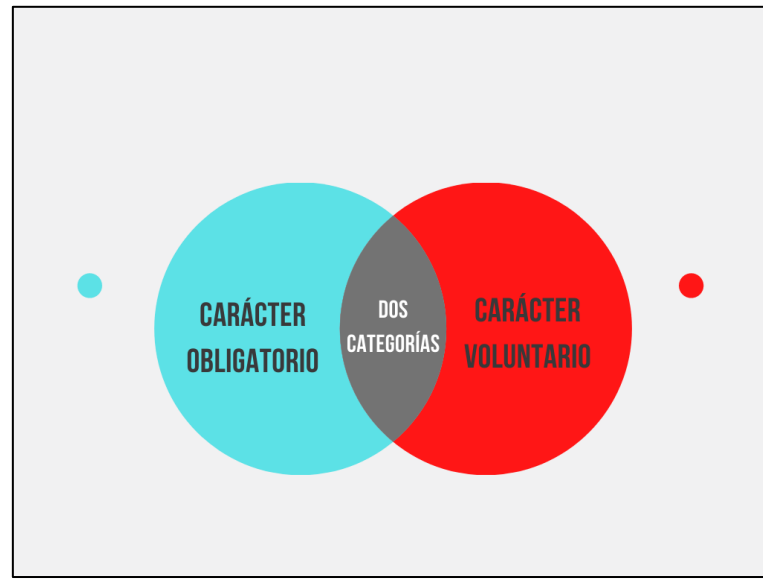
A pesar de ello, no es hasta el año 2003 cuando surgen auténticas proposiciones para así poder fomentar actuaciones socialmente responsables, luego de la presentación en el año 2002 del Libro Verde de la Comisión Europea “*RSC. Una contribución de los negocios al desarrollo sostenible*”, que conllevó el incentivo decisivo para el origen de la controversia de la RSC en España. Hasta entonces, las autoridades españolas habían comenzado insuficientes propuestas para poder intensificar la RSC. Realmente, no cooperaron con la confección del Libro Verde. Por esta razón, la mayoría de ideas han partido de los campos privados.

De tal forma que, en medio de estas ideas, es posible diferenciar dos categorías:

- Las que son de carácter obligatorio, es decir, indispensables, que son efectuadas por entidades públicas.
- Las que son de carácter voluntario, es decir, opcionales, que son impulsados por entidades privadas.

De cualquier manera, en España se ha antepuesto la fundación de foros de debate con la contribución de distintos *stakeholders*, procurando componer un acuerdo público a través de la cual poder evolucionar la RSC, así como un desarrollo de su institucionalización. Seguidamente, en la **figura 7**, se presentan las dos categorías mencionadas anteriormente.

Figura 7. Categorías en medio de las ideas de Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Elaboración Propia

Con arreglo a Bernal et al. (2016), la RSE se ha transformado en un elemento cada vez más importante para la rivalidad de las organizaciones. La rivalidad es una idea multidimensional que alude a cómo originar una ventaja competitiva sostenible que pueda ser empleada tanto a nivel doméstico como universal.

De esta manera, el impacto de la RSE (obtener resultados positivos para la sociedad en relación a la posición en el mercado) es mayor en aquellos sectores donde existe una alta competitividad (sector tecnológico, por ejemplo), mientras que es menor en sectores que no son competitivos, ya que las organizaciones siguen intentando destacar sobre el resto ofreciendo ventajas de marca, precio, entre otras.

Actualmente, es cada vez mayor los números de empresas españolas que piensan que deben cooperar con el desarrollo sostenible, con el objetivo de impulsar así el crecimiento económico, y poder aumentar su rendimiento y competitividad, cuidando al mismo tiempo la conservación del medio ambiente y favoreciendo la Responsabilidad Social, y realizando así los diversos intereses generales de las empresas, ya que la financiación en proyectos de RSE puede ser un fundamento de ventaja competitiva y una manera de optimizar los rendimientos económicos de las sociedades.

Para concluir, de acuerdo con Estanyol (2020), señalar que las relaciones de los temas de RSC con los distintos objetivos y voluntades de las empresas (sobre todo en organizaciones del sector tecnológico) buscan las difusiones de gustos científico-tecnológicos entre los más jóvenes.

4.2. Responsabilidad Social Corporativa e innovación

Según Bernal (2016), unas muy buenas secciones de publicaciones de RSC se han concentrado en los impactos de esta en los niveles de rivalidad de las empresas, ya sean grandes o pequeñas y en distintas zonas. No obstante, aún no se ha podido localizar ninguna investigación sobre su repercusión sobre la rivalidad de las empresas tecnológicas. A pesar de ello, sí se ha sido capaz de localizar su vinculación con la innovación. La innovación puede ser explicada como la integración, tanto de productos, servicios y procesos de gestión.

Bernal (2016) en su estudio señala la existencia de una conexión entre la I+D+i (Investigación, Desarrollo e innovación) y la RSE. Esto es debido a que las industrias obedecen a emplear distintas normas de Responsabilidad Empresarial en sus productos, que necesitan variaciones en las tecnologías aplicadas que pueden comprometer importantes inversiones y gastos en I+D. Por tanto, se halla una correlación positiva entre I+D y las distintas prácticas de RSE. Ambos se inclinan a componer cambios de producto o proceso, explorando una calidad superior.

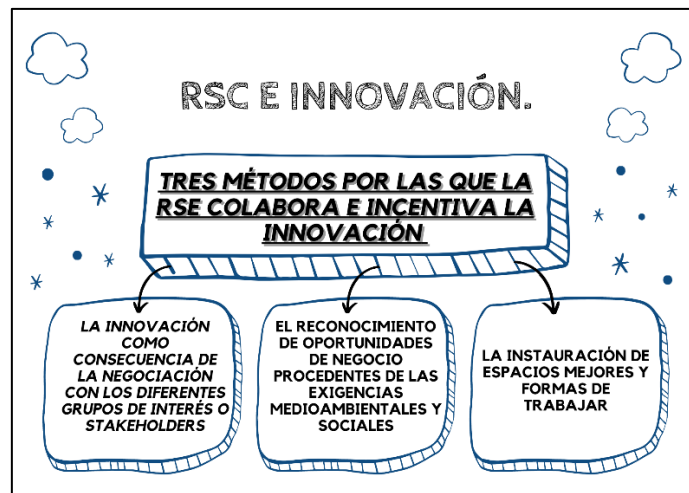
Se pueden encontrar tres métodos por las que la Responsabilidad Social Empresarial colabora e incentiva la innovación:

- La innovación, como consecuencia de la negociación con distintos *stakeholders*, tanto internos como externos a la sociedad, la cual se explicó en el capítulo 2.
- El reconocimiento de oportunidades de negocio procedentes de las exigencias medioambientales y sociales, ya sean en productos o procesos más eficientes o en diferentes métodos de negocios presididas a las designadas bases de la pirámide, la cual está conformada por individuos con escasez de recursos.

- La instauración de espacios mejores y formas de trabajar, las cuales benefician la innovación y la originalidad, como pueden ser las fundamentadas en más intervención de los trabajadores y más seguridad en ellos a través del aprendizaje.

Seguidamente se ilustra la **figura 8**, donde se realzan los métodos descritos.

Figura 8. Métodos por las que la Responsabilidad Social Empresarial colaboran e incentivan la innovación



Fuente: Elaboración propia a partir de Bernal (2016)

Para poder favorecer las innovaciones de productos y procesos, las sociedades deben de llevar a cabo ejercicios legales de RSC y decretar actuaciones e instrumentos que se encuentren ordenados con sus estrategias corporativas. Es por ello que existen investigaciones que defienden que la RSC posee una participación valiosamente positiva en la competitividad nacional, o incluso en los diferentes niveles de condición de vida, pues cuando las sociedades atesoran la RSC incorporada en su estrategia, estas son capaces de reconocer a sus *stakeholders* y se concentran en la visión externa, de tal modo que expresan lo que hacen y esto se manifiesta en los diversos escritos oficiales que explican sus prácticas de RSC. Es decir, se confía que la innovación se incremente cuando la sociedad es responsable, y ese incremento de la innovación se convierte en aún más prestigio.

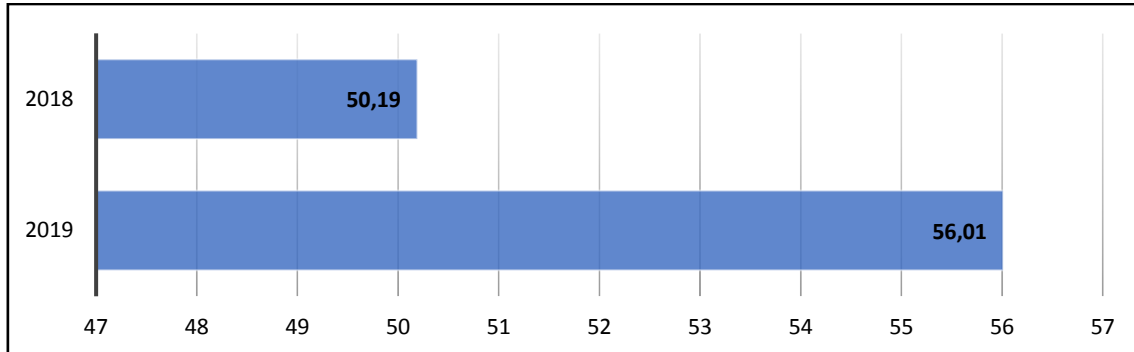
4.2.1. Responsabilidad Social Corporativa y el sector tecnológico español

La información sobre el sector tecnológico se estima limitada. Esto es debido a que todavía no ha ocurrido un estudio en profundidad sobre los atractivos de la RSC y su incorporación en el método de gestión de la empresa tecnológica, es decir, los estudios aún se encuentran en etapas iniciales (Bernal, 2016).

Varios autores han establecido el sector tecnológico como unas de las piezas que incurren sobre las culturas organizativas a la hora de practicar y constituir los diversos ejercicios de RSC en los distintos planes estratégicos de las sociedades. Por ejemplo, Bernal (2016) señala que ha sido posible detectar como sociedades del sector de las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) se encontraban más dispuestas a comprobar e indagar sobre sus comportamientos de RSC. Por el contrario, las empresas de producción, centraban más importancia en animar a sus trabajadores, gracias a la realización de distintas tareas de forma voluntaria en las sociedades donde viven.

Bernal (2016) también explica que las sociedades que cotizan en el IBEX-35 se relacionan con los sectores de la tecnología y telecomunicaciones, y guardan impactos positivos, aunque no relevantes en las extensiones de actos de RSC. Además, las valoraciones de los sectores de la tecnología y comunicaciones en las áreas de clientes y consumidores se han visto incrementadas, tal como se muestra en el **gráfico 6**. A pesar de ello, internet y la aparición de las nuevas tecnologías han provocado distintas maneras de fraude y violación de normas (Vázquez y Illescas, 2019).

Gráfico 6. Puntuación del sector tecnológico y de comunicación en el área de clientes y consumidores en 2018 y 2019



Fuente: Elaboración propia a partir de Vázquez y Illescas (2019)

Siguiendo el estudio de Bernal (2016), argumenta que en ciertos sectores tecnológicos, las fases de crecimiento de productos son muy extensas y las sociedades están acostumbradas a publicar resultados negativos en los primeros años, manifestando mayores obstáculos de financiación. En estos casos, las señales financieras no son capaces de evaluar las capacidades de las sociedades, siendo más conveniente los activos intangibles y los justificados en los conocimientos (*know how*, en inglés).

Dentro de estos activos intangibles, se puede localizar la RSC, la cual atesora una correlación positiva con los beneficios financieros, y logran que las empresas tecnológicas aumenten sus rendimientos (*performance*, en inglés) económicos, gracias a la RSC. De igual manera, las pruebas de RSC pueden permitir aumentar el prestigio de la sociedad, ante los bancos e inversores, y así poder permitir su financiación.

4.3. Parque científico

De acuerdo con Bernal et al. (2016), las sociedades situadas en los parques científicos y tecnológicos (PCyT) exhiben superiores sacrificios en innovación, aprecian más las limitaciones a las innovaciones y se percibe unos niveles de colaboraciones emblemáticamente superiores. La idea del parque científico comenzó a finales de 1950. El prestigio de parque tecnológico ha afectado para difundir el modelo en otras naciones.

En España, los principales parques brotaron a mediados de la década de 1980, derivándose a unas estrategias de atracción de alta tecnología, con la finalidad de

contribuir al crecimiento económico y empresarial en el territorio regional o particular. Hoy en día, subsisten 68 parques científicos y tecnológicos y en ellos se acogen organizaciones de procedencias, características y rendimientos distintos.

Los PCyT establecen la confección de sociedades tecnológicas o captar organizaciones ya afianzadas para estimular el crecimiento territorial, gracias a un tratamiento tecnológico y a la elaboración de empleo y bienestar. En virtud de ello, los parques tecnológicos permanecerán claramente vinculados con dos de los tres pilares básicos de la RSC estudiados al comienzo de esta investigación (la económica y la social), y provocaría un sistema de apoyo entre empresas tecnológicas, lo cual puede lograr un mayor conocimiento y extender positivamente las conexiones con los diversos agentes propios de los negocios.

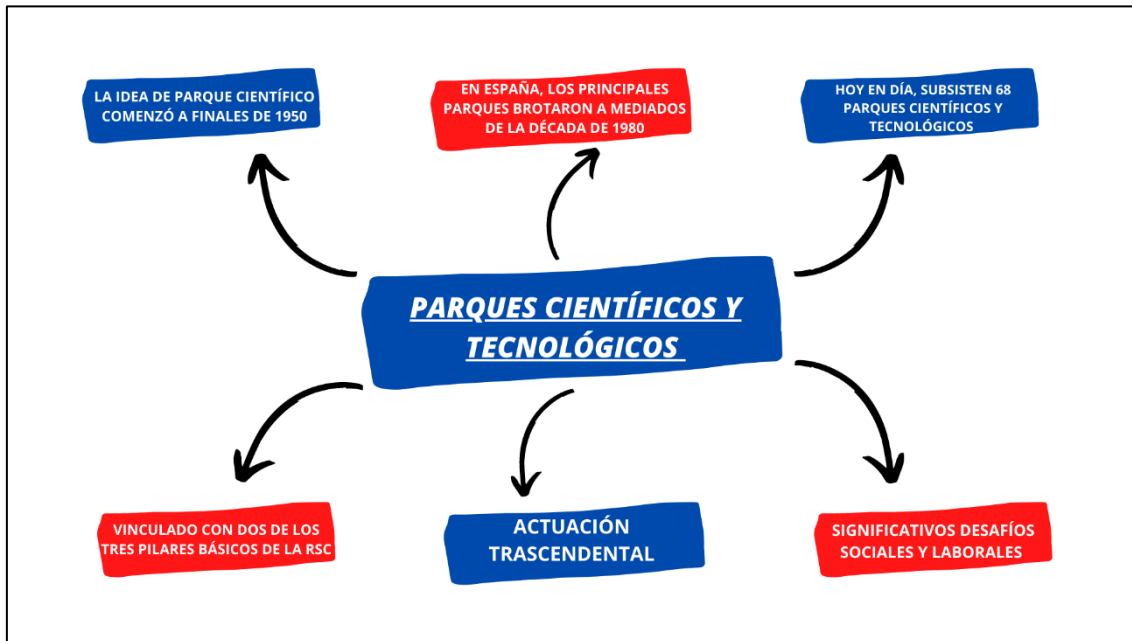
Además, las sociedades alusivas a los parques son en término medio de inferior tamaño, poseen una mayor preferencia exportadora, integran con más frecuencia a grupos de organizaciones, son en mayor medida de nueva creación y disponen una disminución con menor frecuencia de la cifra de negocios por venta o incluso por cierre de la empresa. Tal como se contempla, las sociedades tecnológicas llevan a cabo una actuación trascendental, ya que proporcionan:

- Inversión directa.
- Suscita a la generación de empleo.
- Brinda formación.

A pesar de ello, esta tarea también ha provocado significativos desafíos sociales y laborales.

Varias de las ideas mencionadas anteriormente, se recogen de forma simplificada en la **figura 9**.

Figura 9. Parques científicos y tecnológicos



Fuente: Elaboración propia

Una vez se ha investigado en este trabajo la importancia que posee la RSC y, concretamente en las PYMES y en el sector tecnológico, se procede al estudio de la empresa PC Componentes, así como las distintas medidas de RSC adoptadas.

4.4. Medidas de Responsabilidad Social Corporativa adoptadas por PC Componentes

PC Componentes es un negocio en línea (on-line) que se responsabiliza en comercializar diferentes mercancías de tecnología, fundamentalmente componentes y accesorios de ordenador. Su establecimiento siempre ha sido en línea hasta hace poco, cuando constituyó dos tiendas físicas, una en Murcia y otra en Madrid (España).

Es la organización puntera en España en este ámbito, a causa de un buen y atractivo servicio técnico, y también a la sencillez que suministra para que el cliente pueda sin ningún tipo de problemas modelar su ordenador personal, con la ayuda del configurador de PC's que dispone en su página web dicha empresa (Díaz Renedo, 2020).

Después de la breve introducción sobre PC Componentes, se procede a analizar las distintas medidas de RSC adoptadas por PC Componentes. Estas medidas claramente han funcionado para poder mejorar su imagen y reputación y con ello poder obtener todos los beneficios que se han ido mencionando en esta investigación, y posteriormente se realizará una breve conclusión. Algunas de estas medidas son las siguientes:

- Asistencia remota para las personas que estén en casa y tengan problemas tecnológicos (principalmente en la cuarentena debido al COVID-19).
- Donación de 125 tablets a Cáritas para las clases más sensibles.
- Decena de tablets para el Hospital Virgen de la Arrixaca, para poder facilitar la comunicación entre los pacientes que se encuentran ingresados y los familiares, del mismo modo con portátiles y auriculares que han sido suministrados a Cruz Roja.
- Recogida de fondos.
- Ofrenda de 500 teléfonos móviles al Servicio Murciano de Salud para poder respaldar el interés y acompañamiento de los enfermos por vía telefónica para así prevenir el abarrotamiento del sistema sanitario.
- Donación de 600 kilogramos (KG) de filamento para impresión 3D. Esto es debido a que cuando se disparó la crisis, muchas familias carecían de equipamiento para la protección del coronavirus (COVID-19) y comenzó a fabricarse con impresión 3D mascarillas, viseras, respiradores, además de que eran una forma mucho más vertiginosa y eficiente.
- Concesión de cestas de alimentos a familias en riesgo de exclusión durante la Navidad.
- Uso de gafas de realidad virtual para niños y adolescentes que reciben terapia contra el cáncer y así puedan tener una permanencia en el hospital más tolerable.
- Transmisión de ropa laboral a “*Proyecto Abraham*”, que consiste en la recolecta de sus desperdicios textiles, provenientes de la ropa de trabajo que han abandonado los trabajadores para su subsiguiente reutilización o reciclaje, donde velan por la protección del medio ambiente, colaborando a disminuir emisiones de CO2 y otros gases de efecto invernadero, procedentes de residuos textiles.

- Sistema de empaquetado innovador, inteligente y ecológico (se considera que es capaz de ahorrar un 95% de plástico y un 50% de cartón, así como disminuir las emisiones de CO2 (ahorro de espacio en los vehículos donde se transporta)).
- Donación de sangre por parte de sus empleados.
- Impulsa una iniciativa por una sociedad libre de violencia de género.
- Limosna de 4.000 € para el programa “*BECAS COMEDOR*”, para que los menores que se encuentren en riesgo de exclusión social puedan lograr una alimentación íntegra y sana.
- Compromiso a intervenir activamente en las distintas campañas de actuación de emergencia de Cruz Roja en ámbito nacional, proporcionando material tecnológico, software y formación, para así poder permitir la solución en caso de hecatombes.
- Proyectos de ahorro energético, con una importante inversión, que ha permitido un ahorro sobre el 70% en consumo de energía.
- Colaboración con el ciclista Alejandro Valverde para la enseñanza y el desarrollo del ciclismo. Se trata de una medida para fomentar una vida sana a sus clientes actuales y potenciales.

No solo han llevado a cabo acciones de carácter donativo, si no de otras índoles, donde se resaltan: orientativo, para poder ayudar a personas que presenten problemas de manera gratuita, como puede ser la aptitud hacia clientes y usuarios de una serie de recomendaciones que podrían ayudar a mantener los equipos informáticos, para así poder eludir mayores problemas, o ampliación del servicio de ayuda técnica remota de forma también gratuita.; generosidad, como proyectos de respaldo escolar a menores desfavorecidos, compuesto por unos 100 niños que recibieron un regalo en las localidades de La Aljorra, Alquerías, Los Ramos y Algezares, o marchas solidarias contra el cáncer o de apoyo a la mujer.

Estas acciones se han visto recompensadas, además de los beneficios que se explicarán a continuación, con la consecución de premios, como un galardón como signo de su contribución en el impulso de empleo por parte de la UMU (Universidad de Murcia).

Gracias a la Responsabilidad Social que han llevado a cabo (que provocan una mejor satisfacción en las personas), les permiten mejorar su fama (como las iniciativas para

luchar por una sociedad libre de violencia de género) con lo que podrían obtener mayores ventas, incluso llevar a cabo colaboraciones las cuales pueden facilitar tareas futuras y darse más a conocer, por ejemplo, con Sakata (Donación de 600 kilogramos (KG) de filamento para impresión 3D), o con el ciclista Alejandro Valverde, donde animan a llevar a cabo este deporte y tener una vida más sana.

Además, no sólo con ello, llevan a cabo una de las variables del Marketing-Mix (promoción), y así difundir su marca para llegar a un mayor público. Adicionalmente, los consumidores potenciales podrían prestar una mayor atención con estas actividades que con un simple anuncio publicitario, por ejemplo. Tal como se ha visto a lo largo de toda la investigación, también implementan medidas para la protección de medio ambiente, donde manifiestan su inquietud, mostrando una imagen positiva de la empresa.

Para concluir, y no por ello menos importante, se puede apreciar dos de los tres pilares básicos de la RSC a simple vista:

- Social: campañas de actuación de emergencia de Cruz Roja, por ejemplo.
- Medio ambiental: como proyectos de ahorro energético.

5. CONCLUSIONES

En el presente Trabajo de Fin de Grado que se ha elaborado en estas páginas, se plantea el tema de la Responsabilidad Social Corporativa, enfocándose en PYMES y en el sector tecnológico, con la finalidad de analizar cuáles son sus ventajas y desventajas, del mismo modo con su impacto y su transformación a lo largo de los años.

Desde finales de los 90 del siglo XX se han producido enormes atractivos por las materias de índoles sociales y medioambientales, y por los efectos económicos en las sociedades, además de tener presente como objetivo estratégico la creación de valor para los diferentes *stakeholders*, como los accionistas. Se concluye que la RSC es un desafío para las sociedades del futuro. Cada vez son más las sociedades que anhelan hacerse completamente responsables. A pesar de ello, la dedicación a la RSC es una lección indudable de la enorme complejidad de observación e indagación. Esto ha ocasionado un impedimento de poder dar origen a una doctrina que pudiera ser exacta y globalmente aprobada.

Tal como se vio en el capítulo dos, la concepción de RSC comprende una dimensión triple: social (respeto, costumbres, cultura), económica (averiguando cómo crear valor para sus *stakeholders*) y medioambiental (respetando el ecosistema y la variedad de seres vivos).

Ahora bien, si no queremos que la RSC acabe siendo única y exclusivamente teórica, es vital que esta esté moderada por diferentes leyes y reglamentos comprensibles, tal como se apreció en el capítulo tres en relación a las normativas y principios internacionales. La RSC debe de funcionar más allá del simple desempeño de las distintas leyes y documentos. Además, la RSC no es única obligación de las sociedades, sino de todos: organismos, estados, ciudadanos, entre otros.

Así, gracias a este trabajo, se verifica de forma práctica que los efectos de la RSC no se acotan a influir de forma efectiva en los distintos resultados financieros, sino que se brinda una expectativa más importante y de largo plazo con la integración de la competitividad como variante subordinada. Por si fuera poco, la RSC es como un medio más que coopera para conseguir éxito, ya sea de manera directa, o indirecta, como puede ser a través de la imagen.

Buen ejemplo del empleo de prácticas de RSC en el tema de este proyecto, PYMES, pueden ser las distintas estrategias de recursos humanos (RRHH), la claridad en la comunicación a usuarios, la participación con los obstáculos de la sociedad, donde tiene la labor o los actos de categoría medioambiental.

Centrándose en el otro tema de estudio del trabajo, en relación con lo mencionado anteriormente, las organizaciones tecnológicas también pueden fortificarse, tal como vimos, con las realizaciones de medidas de RSC, tales como la formación de los trabajadores, el entendimiento sostenible y el trato con los *stakeholders*, y así obtener sinergias positivas. Sin embargo, el sector tecnológico es muy dinámico, es decir, cambia rápidamente con el tiempo, y puede suponer una enorme dificultad analizar y configurar los elementos analizados.

Sumado al caso de estudio de la empresa PC Componentes, ha servido para poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en el presente trabajo, desde ayudar a la protección del medio ambiente, por ejemplo, con planes de ahorro energético o de acción social, como concesión de cestas de alimentos a familias en riesgo de exclusión durante la Navidad, y todo esto ha repercutido aumentando la fama e imagen de la empresa y por lo tanto en un aspecto muy positivo para sus resultados económicos.

Para concluir a modo de resumen, es significativo citar que la investigación de la RSC es un asunto de especial importancia hoy en día por todas las intervenciones que atesora, desde la perspectiva académica, empresarial y legítima. Es por ello la gran trascendencia de persistir en realizar análisis sobre sus factores, sus impactos favorables y perjudiciales, así como los seguimientos que se van alcanzando en las distintas posiciones que se apliquen, poseyendo en especial relevancia la variedad de negocios y secciones donde sucedan. Aun así, hay negocios que todavía no aplican la RSC. ¿Obtendrían los mismos resultados? Gracias a este estudio se puede decir claramente la respuesta, no.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, R. M. V., Domínguez, M. J. M., y Ligeró, F. J. R. (2007). Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa desde tres enfoques: *stakeholders*, capital intelectual y teoría institucional. In *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (p. 222). Universidad de la Rioja, 5.

Bernal Conesa, J. A. (2016). Responsabilidad Social Corporativa: análisis de los modelos normalizados y creación de un nuevo modelo integrado de organización empresarial en empresas de ámbito tecnológico, 137, 151-155.

Bernal-Conesa, J. A., Nieves-Nieto, D., y Briones-Peñalver, A. J. (2016). CSR and technology companies: A study on its implementation, integration and effects on the competitiveness of companies. *Intangible Capital*, 12(5), 1529-1590, 10.3926/ic.721.

Colegio de Economistas de Cataluña (2007). Responsabilidad Social Corporativa. Ed. ACCID, Barcelona, 21,64.

Conesa, J. A. B., Peñalver, A. J. B., y de Nieves Nieto, C. (2016). RSC y empresas tecnológicas: Un estudio sobre las motivaciones de implantación e integración en empresas españolas. *Tourism y Management Studies*, 12(2), 154-164.

De la Cuesta González, M. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa o la Responsabilidad Social de la Empresa. *Jornadas de Economía Alternativa y Solidaria*. Octubre, 18, 19, 36-41.

De la Cuesta González, Marta y Rodríguez Duplá, Leonardo (Coords.) (2004). Responsabilidad Social Corporativa, KADMOS, 39, 57 y 371.

Díaz Renedo, S., Neira Martín, M., y Mijares Muñoz, D. (2020). Sistema de alertas PC Componentes, 2.

Estanyol, E. (2020). Comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC): análisis de las campañas más premiadas en 2018. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3), e290334, 1.

Ganzo, E. F. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa: su dimensión normativa: implicaciones para empresas españolas. *Pecunia: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León*, (3), 1-20.

Hurtado, F., y Martínez, Á. (2006). Responsabilidad Social Corporativa (RSC). *Bit*, (158), 72-75.

Mercó (2020). 20 años de RSC/ Sostenibilidad en las empresas españolas: Evolución y tendencias, DIRSE, 12 y 14.

Moneva, J. M. (2009). Responsabilidad Social Corporativa e Información de Sostenibilidad en la PYME.: José M. Moneva Abadía y Julio C. Hernández Pajares. *Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa*, 1(2), 23-41.

Mundo PC Componentes.

Accesible en: <https://mundo.pccomponentes.com/category/rsc/>

Muñoz del Nogal, N. (2015). Estrategias de sostenibilidad, Responsabilidad Social e innovación en el plan de negocio de las PYMES. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa No. 85/2015 pp. 83-108*.

Pajares, J. C. H., y Abadía, D. J. M. M. (2012). *Factores de desempeño y de información de Responsabilidad Social Corporativa en la PYME* (Doctoral dissertation, Universidad de Zaragoza), 25-26.

Pinillos, A. A., y Fernández, J. L. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard-Deusto Business Review*, 207(1), 5-21.

Poyatos, R. P., Solís, J. M. A., y Gámez, M. D. M. V. (2008). La Responsabilidad Social Corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. In *Estableciendo puentes en una economía global* (p. 48). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC, 10.

Santos, J. J. G., y Gómez, S. M. M. (2016). La evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa: Revisión literaria. *Conciencia Tecnológica*, (51), 38-46.

Suarez, M., Borrella, I., Lemonche, P., Martínez, R., Mataix, C., y Sánchez, E. (2011). Guía de Responsabilidad Social Corporativa para PYMES. *Recuperado de <https://ongawa.org/wp-content/uploads/2016/08/RSC-Documento-Final-para-PRINT-vfinal.pdf>*, 7-8.

Torre, P. R. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa en las PYMES. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, (14), 77-92.

Vázquez Oteo, O, y Illescas Núñez, A. (2019). La Responsabilidad Social Corporativa en las empresas del IBEX-35, 6.