

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS WEBS DE LAS COMPAÑÍAS AÉREAS: ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Ana María Vargas Pérez, ana.vargas@urjc.es, Universidad Rey Juan Carlos
Beatriz Rodríguez Herráez, beatriz.rodriguez@urjc.es, Universidad Rey Juan Carlos
M^a del Pilar Montes Gutiérrez, pilar.montes@urjc.es, Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la información de las acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las Páginas Webs de las compañías aéreas que operan en España. Para la realización de este trabajo se ha utilizado la técnica del Análisis de Contenido aplicada a las 60 principales aerolíneas. Los resultados muestran la realización de un número mayor de acciones de Responsabilidad Social Corporativa desde el enfoque medioambiental en el sector aeronáutico, mientras que ese número desciende en el caso de las acciones sociales y casi desaparece en el enfoque económico.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Análisis de contenido, Compañías aéreas, Página Webs.

ABSTRACT

The main of this research is to analyze through the webs site of the Spanish aircrafts companies the information about the actions this companies take in Corporate Social Responsibility (CSR). To solve this work we have used the Content Analysis technique for the main 60 airlines. The solution show us how aircraft companies make more actions in environmental approach meanwhile the number of actions in social approach is lower and almost none in economical approach.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Content Analysis, Airlines, Web Page.

1. INTRODUCCIÓN

Parece ser un tópico afirmar que la Responsabilidad Social Corporativa antes era considerada por las empresas como un objetivo secundario, al que los directivos no le otorgaban la importancia que se merecía dentro de la planificación de una organización. Se veía como un gasto superfluo, publicitario, etc., así como también, se veía a la empresa como organización dedicada exclusivamente a la obtención de beneficios, sin importar otros ámbitos de desarrollo como los empleados, la sociedad, el entorno, etc.

De igual forma, han sido triviales las reflexiones de que la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC) ha ido adquiriendo cada vez más interés en el mundo empresarial y por tanto en diferentes sectores económicos de la sociedad, debido sobretodo, a la gran interdependencia y estrecha relación del ser humano con la empresa.

Sin embargo, no es un tópico, sino más bien una evidencia, que algunos autores llamen a este desarrollo una “revolución socio-empresarial sin precedente” (De la Cuesta, 2004, p.45). En los últimos años se ha ido investigando cada vez más y se han ido multiplicando los trabajos sobre el tema, tratándose en cada uno de ellos diversas áreas como: la conceptualización del propio término de RSC, el desarrollo de modelos teóricos, el contraste empírico de los modelos planteados y el análisis de la RSC en determinados sectores (Lockett et al., 2006; Reyes, 2008).

En España, se han realizado investigaciones sobre la RSC de las PYMES (Vázquez, 2006; Marín y Rubio, 2008), así como la desarrollada en diferentes sectores económicos como por ejemplo el bancario (Sarro et al., 2007) y el turístico (Gessa et.al., 2008), y otros estudios más específicos que valoran la opinión de los consumidores españoles en general (CECU, 2008).

Investigaciones como las anteriores son las que han enriquecido este campo de estudio, y la delimitación de trabajos en sectores económicos son los que han permitido obtener resultados diferentes, comparaciones nuevas, novedosos modelos, líneas futuras de investigación, en resumen, nuevas aportaciones que se trasladan a la práctica empresarial y por consiguiente a la sociedad.

La importancia del sector turístico en la economía española, y en especial el protagonismo de las compañías aéreas unido a la nula existencia de trabajos académicos precedentes sobre el estudio de la RSC aplicada a las aerolíneas, justifica el desarrollo de este trabajo. Las razones más específicas que sirven para argumentar la elección del sector son las siguientes:

- El gran número de empresas que operan en los aeropuertos españoles: 1.033 compañías de transporte aéreo en 2008¹.
- El gran número de usuarios: 202.628.715 millones en el año 2008², es decir, el gran número de turistas tanto nacionales como internacionales.
- Los fenómenos recientes como la gran explosión que ha tenido para el sector turístico español la llegada de las compañías aéreas llamadas Compañías de Bajo Coste (en inglés “Low Cost”) (IET, 2007) y la gran preocupación existente en el sector aeronáutico por la gestión de la seguridad de pasajeros y trabajadores de las compañías de bajo coste.

¹ Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea:
<http://www.aena.es/csee/Satellite?cid=1113582476715&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas&c=Page>

² Op. cit.

Sin embargo, antes de adentrarnos en el estudio del sector aeronáutico y turístico a través de las páginas webs, es necesario enmarcar la investigación desde el punto de vista conceptual. En este sentido, más que profundizar en el estudio de las perspectivas o enfoques teóricos que han sido ampliamente estudiados por muchos autores (De la Cuesta, 2004; Lockett et al., 2006; Sarro et al., 2007; Reyes, 2008; Gessa et.al., 2008; Cortés, 2008; Vázquez, 2006; Navarro, 2008), trataremos de resumir dichas orientaciones con la intención de aclarar las variables tomadas en cuenta en el desarrollo de esta investigación.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Responsabilidad Social Corporativa

Son muchas las definiciones de RSC, incluso muchos los términos que se utilizan para referirse a ella: *Responsabilidad Social Empresarial*, *Responsabilidad Social Corporativa*, en inglés *Corporate Social Responsibility*, etc. y algunos otros términos como *Sostenibilidad* o *Desarrollo sostenible* que son usados como sinónimos. En esta investigación nos decantamos por utilizar la traducción en castellano del término *Corporate Social Responsibility*, es decir, *Responsabilidad Social Corporativa* con la intención de unificar criterios con las publicaciones anglosajonas.

De igual forma, en este apartado expondremos algunas definiciones realizadas por varias organizaciones, nacionales e internacionales, así como acuerdos que promueven esta filosofía empresarial. Además algunas de estas organizaciones, como es el caso de la *Global Reporting Initiative*, marcan pauta para la aplicación de dichas políticas en las empresas actualmente:

- **Unión Europea (U.E.):**

Afirma que: *“la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* (U.E., 2001, p. 7)

- **Global Reporting Initiative (G.R.I.):**

Es una organización sin fin de lucro, ubicada en Ámsterdam (Holanda) que ha sido pionera en el desarrollo de reportes de sostenibilidad ampliamente utilizados a escala mundial en empresas, además, comprometidas a la aplicación de estas políticas en el mundo empresarial. Dicha institución utiliza el término de *Sostenibilidad* como sinónimo de RSC y plantea que la idea principal de un informe de sostenibilidad, consiste en la divulgación, medición y rendición de cuentas de una empresa en relación al desempeño sostenible. En este sentido, plantea que:

“Uno de los retos más importantes que conlleva el desarrollo sostenible es que exige alternativas innovadoras y nuevas formas de pensar. Si bien los avances en conocimientos y tecnologías contribuyen al desarrollo económico, también tienen el potencial de ayudar a resolver los riesgos y amenazas de la sostenibilidad de nuestras relaciones sociales, del medio ambiente y de las economías” (GRI, 2006a, p.4).

- **Naciones Unidas:**

A través del “Pacto Mundial” esta organización acuerda junto con varias empresas voluntarias, el compromiso de encaminar sus estrategias a través de diez principios aplicables que sintetizan la mayoría de las acciones de

RSC, resumidas en cuatro áreas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. En este sentido es un pacto que plantea que:

“Las empresas, el comercio y la inversión son pilares esenciales para la paz y prosperidad. Pero en muchas áreas las empresas están ligadas a serios dilemas, como pueden ser la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial. Las acciones empresariales responsables construyen confianza y capital social, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y mercados sustentables” (Naciones Unidas, 2009)

- **Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa:**

Es una asociación con sede en Madrid (España), integrada por organizaciones sin fines de lucro, sindicatos y organizaciones de consumidores que fomenta la participación, cooperación e investigación de la Responsabilidad Social Corporativa. Este Observatorio define a la RSC como:

“La forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto” (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009).

- **Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales (España):**

Recoge del “Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas” concluido en 2007 que:

“La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones” (Ministerio de Trabajo y asuntos sociales, 2007, p. 7).

Cabe destacar, como la mayoría de las definiciones se sustentan bajo tres pilares básicos: el económico, social o de derechos humanos y el del cuidado del medioambiente. Por esta razón, se dedicará el siguiente apartado a las actuales perspectivas o enfoques que integran el concepto, reiterando que la intención es delimitar las variables tratadas en la metodología, así como también, identificar los aspectos de mayor peso que según los autores integran cada enfoque.

2.2 Enfoques de la RSC

Como hemos destacado anteriormente la RSC responde a un enfoque integrador de varios aspectos, a los cuales los autores denominan con diferentes términos como “enfoques”, “gestiones”, “perspectivas”, “dimensiones”, “cuestiones”, etc., por ejemplo el Libro Verde (U.E., 2001) identifica dos “dimensiones” de la RSC: la interna y externa, también el CECU (2008) se refiere a las “gestiones”. Pero a pesar de que todavía la literatura en este ámbito no ha coincidido en una forma de citarlo, si existe congruencia y acuerdo en que la RSC está integrada por una base social, económica y medioambiental.

- ***Enfoque Económico:***

La visión generalizada de este enfoque es que la empresa debe dedicarse a perseguir la rentabilidad de sus negocios maximizando sus ganancias pero no como fin único de la compañía.

Según el trabajo realizado por la GRI (2006b) en el sector de transporte, este enfoque se basa en el impacto que la organización crea en las circunstancias económicas de sus accionistas y en el sistema local tanto nacional como internacional. Este impacto es considerado como directo e indirecto. En el trabajo se analizan aspectos directos como la distribución del conocimiento de los beneficios financieros en los grupos de accionistas, la capacidad económica de los accionistas, ventas netas, comportamiento de los mercados, costes de bienes materiales y servicios comprados, nóminas pagadas, incremento o disminución de beneficios obtenidos, impuestos pagados, entre otros; e indirectos como el impacto de la organización en la economía en general.

Además algunos autores (De la Cuesta, 2004; Vázquez, 2006) engloban aspectos relativos a este enfoque en la llamada “Cuestión económica”, en inglés “Economy case”, enfoque proveniente de una visión macroeconómica de la RSC donde la empresa debe preocuparse por los resultados de la economía en su conjunto, soportando como aspecto negativo: costes y efectos negativos, así como en el aspecto positivo la posibilidad de obtener los beneficios del entorno económico. De igual forma, hace referencia al buen gobierno corporativo que implica salvaguardar los intereses de los accionistas e inversores con la buena gestión de su inversión con criterios socialmente responsables, a este aspecto, también se refieren investigadores como Sarro et al. (2007) y Gessa et al. (2008).

Sarro et al. (2007) en una investigación en el sector bancario español, plantean que el aspecto financiero de la RSC tiene que ver con la maximización de la rentabilidad de la empresa, lo cual se traduce en un incremento de valor para los accionistas a la vez que favorece la creación de empleo. De igual forma coincide en esto Navarro (2008) quien se muestra de acuerdo además con la rentabilidad del capital humano.

Otras instituciones como el CECU (2008) mencionan dentro de su “gestión económica” la creación de valores económicos, sociales y medioambientales que permitirán afrontar con éxito el entorno económico, en este sentido, también se otorga importancia al perfil macroeconómico, así como también coinciden instituciones como la U.E (2001) que en su Libro Verde afirma que es objetivo de la RSC desde esta perspectiva, la aportación de capital riesgo e inversiones en empresas socialmente responsables. Además el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009 también hace alusión a la lucha anticorrupción como un aspecto importante a tener en cuenta dentro de este ámbito o enfoque económico de la RSC.

- ***Enfoque Social:***

Según el informe realizado por la GRI (2006b) en el sector transporte, este enfoque se basa en el impacto de los sistemas sociales dentro del cual opera. Se percibe a través de los activos intangibles, del capital humano y su reputación. Esta organización pionera en marcar las directrices de la aplicación de políticas de RSC analiza aspectos como creación de empleo, diversidad de sociedad civil, sindicatos representados por los empleados en la empresa, políticas de información y consulta con los empleados, seguridad y salud de los trabajadores y clientes, formación de empleados, diversidad y oportunidad de empleo, gestión de derechos humanos, impacto en la comunidad, lucha anticorrupción, mecanismos para quejas de los clientes, etc.

Algunos autores (De la Cuesta, 2004; Vázquez, 2006) engloban aspectos relativos a este enfoque en la llamada “Cuestión social”, en inglés “Social case” enfoque encargado de gestionar los impactos sociales desde una perspectiva también moral donde se incluye el elemento ético de las actuaciones empresariales tanto para el

inversor como para el consumidor. Se trata de individuos que reclaman valores éticos como por ejemplo organizaciones sociales, religiosas, sindicales, etc. De igual forma, los autores anteriores plantean el llamado enfoque de “Cuestión de negocios”, en inglés “Business case”, también relacionado con este enfoque, que promulga la actuación de la empresa socialmente responsable a través de una estrategia que supone beneficio para el negocio (inversionistas y sociedad), de manera tal, que lo que es beneficioso para la empresa de igual forma lo será para la sociedad.

En la misma línea ética de la RSC, Méndez (2005) propone como comportamiento ético y socialmente responsable la transparencia informativa y contable dentro de la organización. De igual forma, muchos autores revelan el acuerdo en establecer, observar, respetar y promover desde una perspectiva social en la RSC aspectos como:

- derechos humanos (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009; U.E., 2001),
- derechos laborales (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009).
- creación de valores sociales (CECU, 2008).
- protección al consumidor (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009).
- gestión de recursos humanos (Gessa et al., 2008), que obedece también según el Libro Verde de la RSC de la U.E. (2001) a una dimensión interna.
- salud y seguridad en el ámbito de trabajo (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009; U.E., 2001; Navarro, 2008).
- adaptación al cambio, que según el Libro Verde de la RSC de la U.E. (2001) obedece a una dimensión interna.
- Proyectos de acción social (Sarro et al., 2007; Navarro, 2008), que según el Libro Verde de la RSC de la U.E. (2001) lo engloban dentro de una dimensión externa.

Sarro et al. (2007) y Navarro (2008) afirman que la RSC debe promover el cuidado del capital humano, buscando diversidad de formación de los empleados. Este último, plantea la promoción de acciones como diversidad étnica, y de género, horas de trabajo y salarios y conciliación de la vida familiar.

Gessa et al. (2008) en un estudio realizado en el sector hotelero español, específicamente en Paradores, concluye que como principios de la RSC en el sector es importante cuidar el compromiso, transparencia informativa y la comunicación a accionistas de la empresa.

• **Enfoque Medioambiental:**

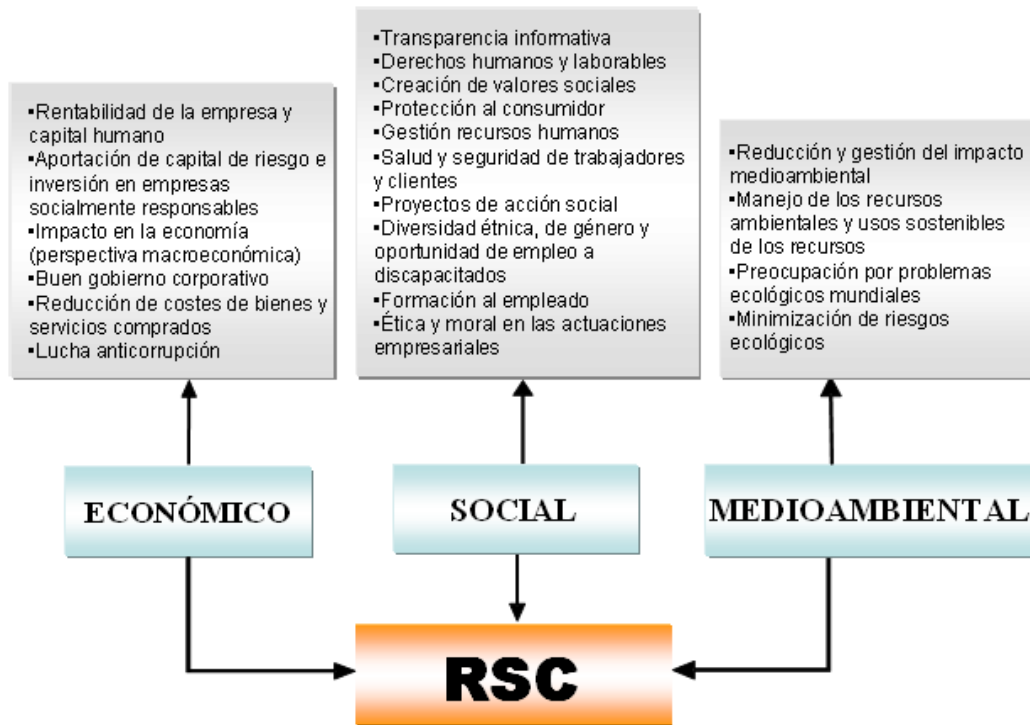
En el reporte realizado por la GRI (2006b) en el sector de transporte, este enfoque se basa en el impacto de la organización sobre los sistemas naturales vivos o inertes, incluyendo los ecosistemas, tierra, aire y agua. Cuida específicamente aspectos como materiales utilizados, materiales de desperdicio producidos, fuentes de energía utilizada, descripción del impacto de biodiversidad, emisiones y desperdicios emitidos, perfil del proveedor (si es socialmente responsable), impacto de los productos y servicios vendidos, entre otros.

Este enfoque se dirige principalmente a la reducción y gestión del impacto medioambiental (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2009; U.E., 2001; Navarro, 2008; Gessa et al. (2008), así como en el aprovechamiento del manejo de los recursos medioambientales a disposición de la empresa y usos sostenibles de los recursos (U.E., 2001; Sarro et al., 2007) los problemas ecológicos mundiales (U.E., 2001), la creación de valores medioambientales (CECU, 2008) y minimización de riesgos ecológicos (Navarro, 2008).

Autores como CECU (2008) mencionan dentro de su “gestión ambiental” la creación de valores ambientales, así como otros (De la cuesta, 2004; Vázquez, 2006) incluyen actuaciones extraídas de la perspectiva de la “Cuestión social”, en inglés “Social case”, como acciones de respeto al medioambiente.

En conclusión, a través de la revisión de la literatura se constata como la RSC está basada en estos tres enfoques: Económico, Social y Medioambiental, prevaleciendo esta estructura en la literatura científica-empresarial actual. Resumiendo de los autores anteriores se muestra a continuación la Figura 1 sobre los diferentes enfoques de la RSC.

Figura 1. Enfoques de RSC



Fuente: Elaboración propia

3. METODOLOGIA

Para la realización de este trabajo se ha utilizado la técnica del Análisis de Contenido. Este método conlleva la realización de una serie de fases secuenciales para una aplicación adecuada. En este caso en concreto se han realizado seis fases con las características que se indican a continuación:

➤ Fase I

Se han identificado los diferentes objetivos que se pretende alcanzar, que en el caso de esta investigación son los siguientes:

- Identificar si las páginas webs de las compañías aéreas contienen información de las actividades de RSC que realizan.
- Analizar la existencia de un acceso directo a esa información o en caso de no existir analizar la facilidad de acceso a la misma.

- Comparar si existen diferencias entre las compañías tradicionales y las compañías de bajo coste respecto al contenido de su página web en el tema de RSC.

- Identificar las actividades de RSC que llevan a cabo las empresas en los diferentes ámbitos: social, ambiental y económico.

➤ Fase II

Seleccionar la muestra de las compañías que se van a estudiar de forma que resulte representativo del total de compañías que operan en España. Para realizar esta selección se procedió a buscar información a cerca de las compañías que mayor número de viajes realizan tanto de entrada como de salidas en España.

Durante el año 2007 los viajeros que llegaron a España vía aérea lo hicieron en más del 65 por ciento en alguna de las veinte compañías principales (IET, 2007). La muestra que se ha utilizado de las sesenta compañías que más viajeros transportan recogen más del 95 por ciento del tráfico aéreo de España (AENA, 2009), es decir, de los 202 millones de viajeros que utilizaron este medio de transporte para sus desplazamiento más del 95 por ciento utilizó alguna de las compañías analizadas en este trabajo.

➤ Fase III

Se han definido las variables que se han utilizado para poder alcanzar los objetivos fijados. Las variables vienen definidas en el apartado de análisis de resultados.

➤ Fase IV

En esta fase se desarrolló un manual de codificación que permitiera a todos los codificadores evaluar las variables según las categorías establecidas y junto a las instrucciones necesarias indicadas en ese manual poder codificar toda la información de manera homogénea.

➤ Fase V

En esta fase se procedió a la codificación de las variables según lo establecido en el apartado anterior y para lo cual los codificadores se instruyeron previamente. En este trabajo han participado las tres autoras de la investigación y el nivel de coincidencia entre ellas ha sido elevado.

➤ Fase VI

En esta última fase se realizó el tratamiento estadístico de los datos obtenidos, realizándose con ellos un análisis descriptivo que ha permitido establecer una serie de conclusiones.

4. RESULTADOS Y ANALISIS

4.1 Acceso directo a la información de RSC

En la mayor parte de las compañías aéreas analizadas, el 90,0 por ciento, no existe un acceso directo a la información acerca de la RSC que lleva a cabo. El enlace que dirige a este tipo de información precisa de al menos de un pantallaza posterior a la página principal de la compañía.

Cuadro 1. Acceso directo a la información de RSC

Acceso	CT	CBC	Total
Si	10,5	9,1	10,0
No	89,5	90,9	90,0

La no existencia de este acceso directo no está asociada al tipo de compañía de la que se trate, ya que los porcentajes en el caso de las compañías tradicionales y de las compañías de bajo coste son muy similares. La prueba de asociación Chi cuadrado de Pearson muestra como las diferencias que existen no resultan estadísticamente significativas.

Chi cuadrado	Grados de libertad	Significación
0,000	1	1,000

4.2 Facilidad de acceso a la información de RSC

En el apartado anterior se ha comprobado como una gran parte de las webs analizadas no contaban con un acceso directo a la información relacionada con la RSC de las compañías. Ante este hecho se planteó analizar si el acceso a esta información resultaba fácil o si por el contrario era complejo llegar a este apartado. Para establecer un procedimiento objetivo y comparable entre las codificadoras se estableció fijar como un fácil acceso aquel que no precisaba de más de tres “clics” en diferentes enlaces para acceder a la información, mientras que si se precisaban de un mayor número se trataría de una web con un complejo acceso a ese contenido.

Los datos aportados a través de esta investigación recogen que el 60,0 por ciento de las aerolíneas analizadas no cuenta con un fácil acceso a la información de responsabilidad social corporativa, mientras que el 40,0 por ciento si tienen fácil acceso.

Cuadro 2. Acceso directo a la información de RSC

Acceso	CT	CBC	Total
Si	44,7	31,8	40,0
No	55,3	68,2	60,0

La no existencia de este acceso directo no esta asociado al tipo de compañía de la que se trate, ya que los porcentajes en el caso de las compañías tradicionales y de las compañías de bajo coste son muy similares. La prueba de asociación Chi cuadrado de Pearson muestra como las diferencias que existen no resultan estadísticamente significativas.

Chi cuadrado	Grados de libertad	Significación
1,193	1	0,274

4.3 Existencia de memoria de RSC

La memoria de RSC que las compañías realizan para mostrar públicamente sus objetivos y acciones en este terreno no es un documento que se encuentre disponible en las webs de las aerolíneas analizadas, el 86,7 por ciento de las páginas webs no lo tienen. Este dato no implica necesariamente que no se haya realizado esta memoria, pero el hecho de que no se haga referencia a ella si plantea dudas razonables sobre su existencia.

Cuadro 3. Existencia de memoria de RSC

Existencia memoria	CT	CBC	Total
Si	21,1	0,0	13,3
No	78,9	100,0	86,7

De las compañías de bajo coste analizadas no hay ninguna que tenga en su página web una memoria de RSC lo que supone unas diferencias significativas entre este tipo de compañías y las tradicionales. La prueba de asociación Chi cuadrado de Pearson muestra los valores que se recogen a continuación.

Chi cuadrado	Grados de libertad	Significación
5,546	1	0,018

4.4 Acciones de RSC en el ámbito social

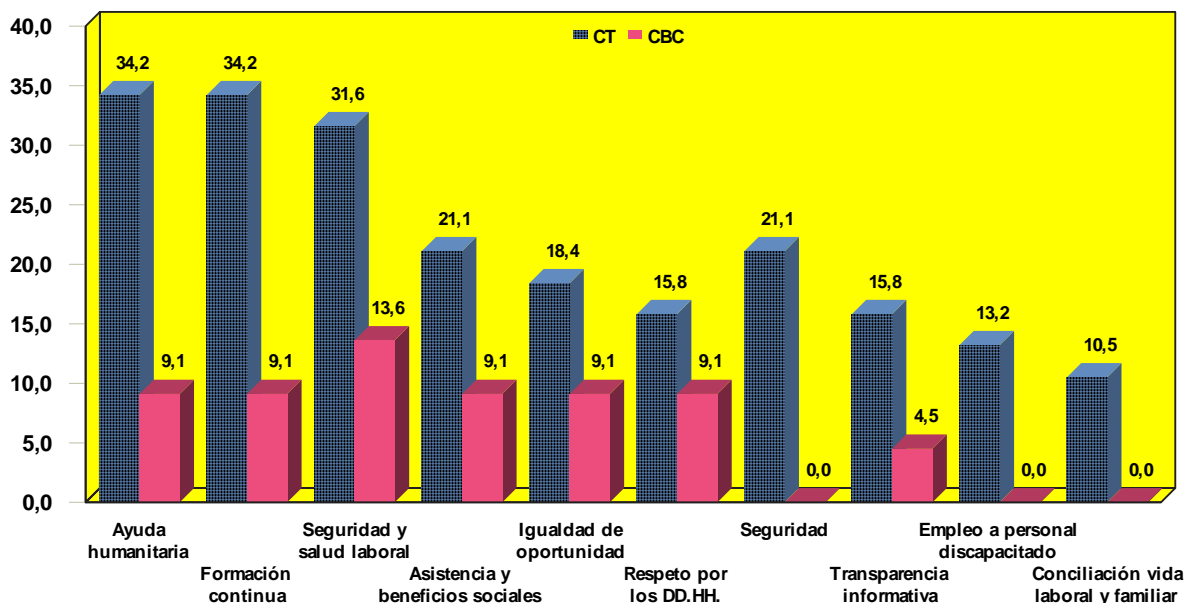
El 45,0 por ciento de las compañías aéreas analizadas no recoge en su web ninguna acción desarrollada en el ámbito social. Este porcentaje varía si nos referimos a las compañías tradicionales (28,9 por ciento) y a las compañías de bajo coste (72,7 por ciento).

Las acciones de RSC identificadas en las webs de las compañías aéreas analizadas que están referidas al ámbito social se identifican con las que tienen como beneficiarios a los empleados o a algún segmento de la sociedad. Las primeras se concretan en acciones que intentan mejorar las condiciones de trabajo de los empleados de forma que se ayuda a su desarrollo en el terreno profesional a la vez que se propicia una confianza que favorece la relación entre las personas y su integración en la empresa. En el segundo de los casos, se encuentran las acciones que se realizan para apoyar a entidades que desarrollan una labor social y a las que se presta tanto una ayuda económica como una ayuda humana.

Las tres primeras acciones que son desarrolladas con más frecuencia por parte de las aerolíneas analizadas comparten la primera posición y se identifican con la *Ayuda humanitaria*, *Formación continua* y *Seguridad y salud laboral*, que son realizadas por un 25,0 por ciento de las compañías. La siguiente acción es la *Asistencia y beneficios sociales* que señalan el 16,7 por ciento de las aerolíneas, y en la posición siguiente se encuentran la *Igualdad de oportunidades* con un 15,0 por ciento.

Una comparación entre las compañías tradicionales y las compañías de bajo coste sobre las acciones realizadas en esta dimensión social y la aplicación de la prueba de significación indica que existen diferencias significativas para las acciones referidas a la *Ayuda humanitaria*, *Conciliación de la vida laboral y familiar*, *Oferta de empleo a personal discapacitado*, *Formación continua* y *Seguridad*.

Figura 2. Acciones de RSC en el ámbito social



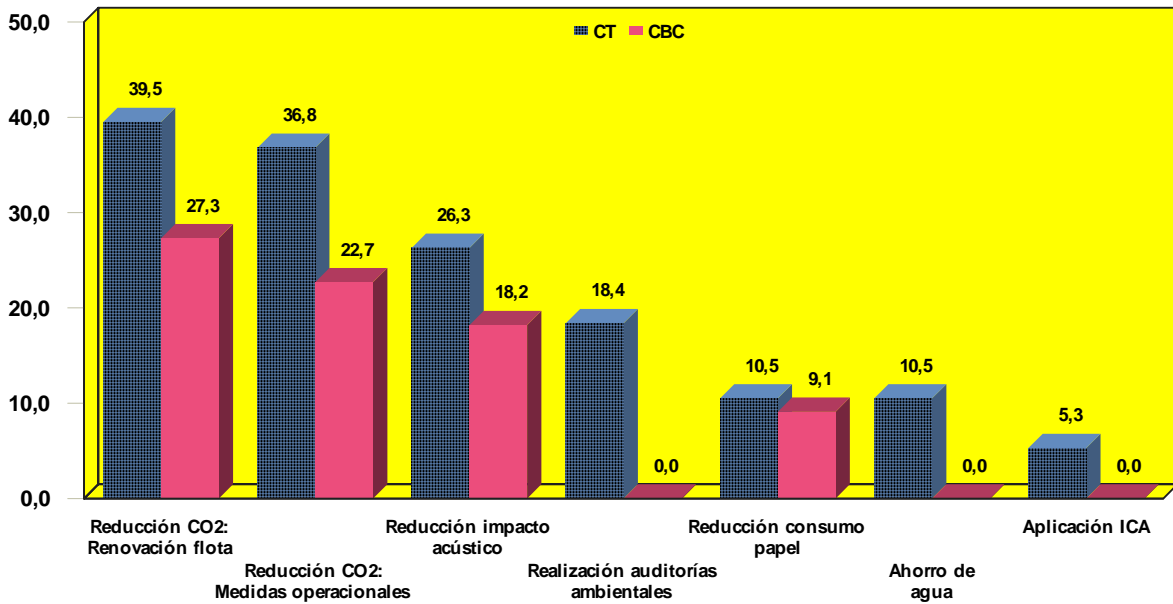
4.5 Acciones de RSC en el ámbito ambiental

Más del 50 por ciento de las compañías analizadas no señalan en su web la realización de ninguna acción de RSC relacionada con el área ambiental. Sin embargo, las acciones de RSC que realizan con más frecuencia las compañías aéreas están relacionadas con el medioambiente. Una de las prioridades empresariales de las aerolíneas es disminuir su impacto en el entorno y así proteger el medioambiente. Para llevar a cabo esta protección las compañías se han planteado una serie de acciones que se pueden agrupar en dos categorías relacionadas con el lugar donde se desarrollan, esto es, pueden referirse a operaciones de vuelo o a operaciones de tierra. En la primera categoría las acciones principales que realizan las compañías aéreas se corresponden con la reducción del consumo de combustible, la disminución de emisiones de CO₂ y a la reducción de la contaminación acústica. Las principales acciones relacionadas con las operaciones de tierra se refieren a las operaciones de asistencia al avión una vez que se encuentra en tierra (reducción de emisiones de los vehículos terrestres, ahorro de consumo de recursos, disminución de residuos) y al mantenimiento de las aeronaves.

Las dos alternativas relacionadas con la reducción de emisiones de CO₂ son las acciones más utilizadas relacionadas con la responsabilidad medioambiental. El 35 por ciento de las compañías aéreas analizadas han apostado por renovar la flota de aeronaves para tratar de reducir esas emisiones, mientras que el 31,7 por ciento está tratando de reducirlos a través de una serie de medidas operacionales. La reducción del impacto acústico es una acción con la que se comprometen a actuar el 23,3 por ciento de las aerolíneas.

La realización de las acciones de responsabilidad medioambiental no presentan diferencias significativas entre las compañías tradicionales y las compañías de bajo coste, excepto en el *Ahorro de agua* y la *Realización de auditorías ambientales*, acciones donde no se ha encontrado ninguna compañía de bajo coste que las haya llevado a cabo.

Figura 3. Acciones de RSC en el ámbito ambiental

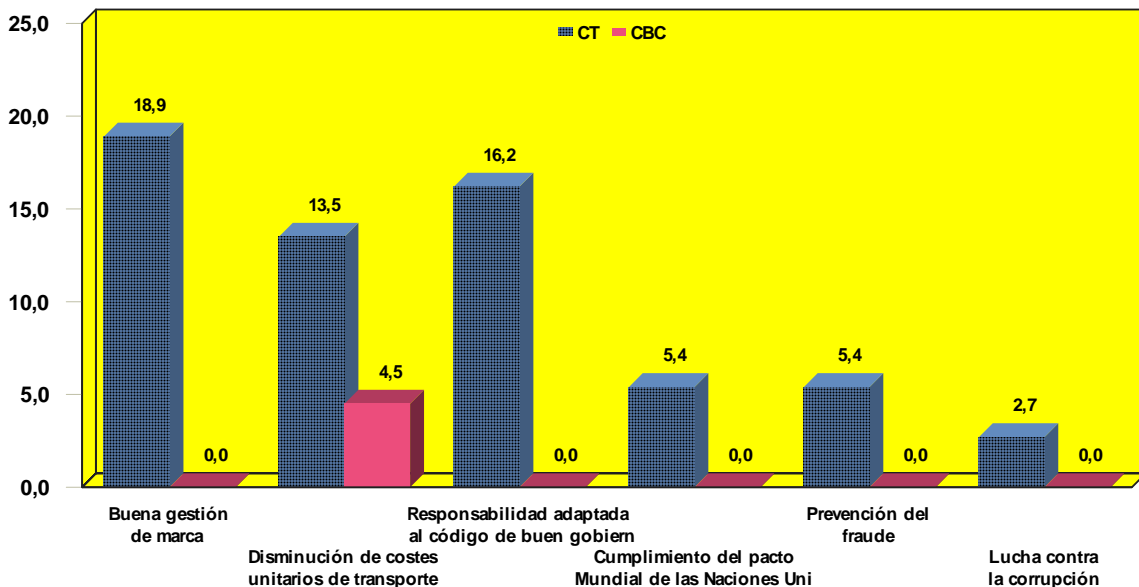


4.6 Acciones de RSC en el ámbito económico

Es el ámbito de actuación donde menos interés muestran las aerolíneas analizadas, casi el 80 por ciento de ellas indica no estar realizando ninguna actividad orientada hacia esta dimensión económica de la RSC. El reducido grupo de compañías que destina parte de sus esfuerzos a estas actividades las concentran en tres acciones principalmente como son el Desarrollo de una buena gestión de la marca (11,9 por ciento), la Disminución de los costes unitarios de transporte y Responsabilidad adaptada al código de buen gobierno, ambas señaladas por el 10,2 por ciento.

Las compañías de bajo coste muestran un interés casi nulo por la dimensión económica dentro de la RSC, esto produce que existan diferencias entre el escaso número de acciones que llevan a cabo estas compañías y las de las compañías tradicionales.

Figura 4. Acciones de RSC en el ámbito económico



CONCLUSIONES

La revisión de la literatura nos ha permitido reunir los enfoques principales de una política completa de RSC, según el peso dado por diversos autores en sus investigaciones nos referimos al enfoque Económico, Social y Medioambiental. Esta revisión nos ha servido como marco conceptual y punto de partida para el análisis de las acciones en torno a este tema dentro de las páginas webs de las empresas del sector aeronáutico que operan en España.

Obviamente a lo largo de la investigación se ha constatado que este sector no escapa a la aplicación de políticas de RSC en beneficio de sus propios negocios, y en este sentido, la fuerte presencia de políticas de RSC empleadas por las compañías aéreas desde un enfoque medioambiental, se aprecia como un aspecto positivo de las estrategias de dichas compañías, como por ejemplo la preocupación por la gestión de los recursos medioambientales y de la reducción del impacto ecológico.

Por otra parte, la investigación nos abrió las puertas de una problemática que se constata posterior al análisis de las diversas páginas webs, esta es, la escasa presencia de acciones de RSC desde un enfoque económico y en menor grado de lo social. Esto invita a la reflexión, a profundizar en el estudio de la RSC en este sector específico.

Por otra parte, a pesar de ser el objetivo principal de la investigación, el estudio de las páginas webs, hemos encontrado la limitación del acceder a este tipo de información exclusivamente a través de las mismas, sin el contacto directo con las empresas las cuales nos podrían proporcionar información complementaria para el análisis. En este sentido y a la vista de los resultados, como futuras líneas de investigación es necesaria la continuación de los estudios de este tema en el sector utilizando otras técnicas de investigación que permitan el contacto directo con accionistas, usuarios, proveedores etc., como ejemplo de estas técnicas podría utilizarse la entrevista en profundidad, encuestas o reuniones de grupo, entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

- Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA):
<http://www.aena.es/csee/Satellite?cid=1113582476715&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas&c=Page> fecha consulta: 16 de marzo de 2.009
- CECU (2008). “La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España”. 3era. Edición. 66 pp.
- Cortés G., Francisco. (2008). "Ética empresarial y responsabilidad social corporativa". *Boletín económico del ICE*. No. 2936. pp. 33-47.
- De la Cuesta G., Marta. (2004). “El por qué de la responsabilidad social corporativa”. *Boletín económico del ICE*. No. 2813. pp. 45-57.
- Gessa P., Ana; Ruiz J., Antonio; Jiménez J., Ma. del Amor. (2007) “La Responsabilidad Social Corporativa como modelo de gestión hotelera. Implantación y desarrollo en la red de paradores”. *In proceeding of XXI congreso anual AEDEM. Empresa Local y Mercados Locales. Madrid-Spain.*

- Global Reported Initiative (2006a). “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad”:
http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/415F297B-5289-4160-8B6C7CC034D5BE52/0/G3_GuidelinesESP.pdf
- Global Reported Initiative (2006b). “GRI Logistics and Transportation Sector Supplement Pilot Version 1.0”:
http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/541615B9-9392-448F-AD2A-53C38F2524DF/0/SS_LogisticsTransportation_ENG.pdf
- Instituto de Estudios Turísticos (2007), “Turismo, tráfico aéreo y Compañías Aéreas de Bajo Coste 2006”, *Secretaría de Estado de Turismo y Comercio*, Madrid (<http://www.iet.tourspain.es>)
- Lockett, A., Moon, J. and Visser, W. (2006) “Corporate Social Responsibility in Management Research: Focus, Nature, Salience and Sources of Influence”. *Journal of Management Studies*. 43:1 January.
- Marín R., Longinos y Rubio B., Alicia. (2008) “¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad Social Corporativa en PYME”. *Tribuna de Economía ICE*. No. 842. Mayo-junio. pp. 177-193.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2007). “Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas”:
http://www.observatoriorsc.org/images/documentos/rsc/documentos_de_referencia/INFORME_FORO_EXPERTOS_RSE.pdf
- Méndez, P., Ma. Teresa. (2005) “Ética y Responsabilidad Social Corporativa”. *Ética y Economía ICE*. No. 823. Junio. pp. 141-150.
- Naciones Unidas (2009). “Pacto Mundial”:
<http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html> fecha consulta: 16 de marzo de 2.009
- Unión Europea (2001). “Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”:
http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf
- Navarro, G., Fernando. (2008). “Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica”. ESIC. Madrid-España
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2009):
http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&task=view&id=40&Itemid=63 fecha consulta: 16 de marzo de 2.009
- Reyes, R., Luisa. (2007). “La Investigación en Responsabilidad Social en los diez últimos años: un análisis de las publicaciones en Business and Management”. *In proceeding of XXI congreso anual AEDEM. Empresa Local y Mercados Locales. Madrid-Spain*.
- Sarro, A.; Ma. del Mar; Cuesta, V., Pedro; Penelas, L., Azucena. (2007) “La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) una orientación emergente en la gestión de las entidades bancarias españolas”. *In proceeding of Conocimiento, Innovación y Emprendedores. Camino al futuro. Universidad de la Rioja. La Rioja-Spain*.
- Vázquez, G., Mónica. (2006). “Responsabilidad social de la PYME”. *Boletín económico del ICE*. No. 2901. pp. 31-34.