

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LAS TEORÍAS,
MODELOS DE COMPORTAMIENTO Y SU EVOLUCIÓN EN TIEMPO DE CRISIS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: DESCRIPTIVE ANALYSIS OF THE THEORIES, MODELS
OF BEHAVIOUR AND THEIR EVOLUTION IN TIMES OF CRISIS

Autores: Chávez Herrera, Adán Alexander
Pérez Mesa, Roberto
Pérez Mora, Mariangel

Tutor: Dr. Ravelo Mesa, Teodoro

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2019/2020

Convocatoria de junio

En San Cristóbal de La Laguna, a 12 de junio de 2020

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	Introducción.....	4
2.	Marco teórico de la responsabilidad social empresarial (RSE).....	4
2.1.	Mapa de teorías que componen la RSE.....	5
2.1.1.	Teorías Instrumentales.....	6
2.1.2.	Teorías Políticas.....	6
2.1.3.	Teorías Integradoras.....	6
2.1.4.	Teorías Éticas.....	7
2.2.	Modelos multidimensionales de la RSE.....	7
2.2.1.	Modelo del Desarrollo Sostenible.....	7
2.2.2.	Pirámide de Carroll.....	9
2.2.3.	Modelo de Brown y Dacin.....	10
2.2.4.	La Teoría de los Stakeholders.....	11
3.	La Agenda 2030 y la RSE.....	13
3.1.	Los Objetivos del Desarrollo Sostenible.....	13
3.2.	Los principios fundamentales del Pacto Mundial de la ONU.....	17
3.3.	Otros acuerdos internacionales o regionales de aplicación.....	19
4.	Implantación de la RSC en la empresa según su tamaño.....	20
5.	La estrategia de la RSE y su desarrollo en tiempos de crisis.....	23
5.1.	Comportamiento de la RSE durante la crisis económica de 2008.....	23
5.2.	Actuaciones de RSE durante la crisis sociosanitaria del COVID-19.....	25
6.	Conclusiones.....	27
7.	Limitaciones de la orientación y alcance y futuras líneas de investigación.....	28
8.	Referencias bibliográficas y enlaces de interés.....	29
8.1.	Referencias bibliográficas.....	29
8.2.	Enlaces de interés.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

1. Criterios PYME.....20
2. Número de empresas según la cantidad de asalariados en Canarias y en España.....21

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Ilustración de RSC derivada de los trabajos de Linnanen y Panapanaan.....9
2. Ilustración de RSC derivada del trabajo de Carroll (1991) y Forética.....10
3. Ilustración de asociaciones corporativas según el modelo de Brown y Dacin (1997).....11
4. Ilustración de RSE derivada del Modelo Stakeholders de Freeman.....12

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Evolución conocimiento de RSE 2008-2010.....21
2. Distribuciones de Certificaciones SGE por tamaño.....22
3. Distribución de las calificaciones en sostenibilidad por volumen de facturación.....22

RESUMEN

En la actualidad, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está en auge. Cada vez son más las empresas que adoptan en su cultura este término debido al gran interés que genera en la sociedad, ya que con el tiempo existe una mayor preocupación por el entorno en el que se ve rodeada. En este trabajo de fin de grado se realizará un análisis descriptivo de este concepto a lo largo de la historia, dando prioridad al enfoque económico, social y medioambiental.

Para conseguir este objetivo, se menciona una serie de teorías descriptivas (históricas y actuales), modelos de comportamiento y su evolución en tiempos de crisis, prestando especial atención a la crisis actual del COVID-19 y a la Agenda 2030, sobre todo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los principios fundamentales del Pacto Mundial de la ONU.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Agenda 2030, teorías RSE, COVID-19.

ABSTRACT

Nowadays, the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) is booming. More and more companies adopt this term in their culture due to the great interest it generates in society, since over time there is a greater concern for the environment in which it is surrounded.

In this final degree project, a descriptive analysis of this concept will be carried out throughout the history, giving priority to the economic, social and environmental approach.

To achieve this goal, a series of descriptive theories (historical and contemporary), behavioural models and their evolution in times of crisis are mentioned, paying special attention to the current crisis of COVID-19 and the 2030 Agenda, especially to the Sustainable Development Goals and the fundamental principles of the UN Global Compact.

Keywords: Corporate Social Responsibility, 2030 Agenda, CSR theories, COVID-19.

1. INTRODUCCIÓN

Si reflexionamos y pensamos en retrospectiva sobre nuestra sociedad, nos damos cuenta de que no solo está en constante cambio, sino que se encuentra en el camino hacia la justicia, la igualdad y la sostenibilidad medioambiental.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en las últimas décadas en uno de los fundamentos básicos por el que las empresas rigen sus actuaciones. Se vincula tanto a su comportamiento exterior como a su gestión interna. Por ende, surge de un compromiso entre las organizaciones y los valores que defiende activamente. Dichos valores ya no solo se configuran en base a un interés comercial, sino que trascienden a intereses humanitarios y/o medioambientales. La relativa novedad del concepto lo convierte en un tema de gran relevancia como objeto de estudio.

Cabe destacar que los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) hacen hincapié en el mismo significado. A lo largo de toda la literatura, muchos autores utilizan ambos términos sin distinción alguna, sin embargo, otros sí consideran que existe un matiz de diferencia: "la amplitud que abarca". Cuando nos referimos al concepto de RSC, mencionamos toda organización independientemente de su estructura o forma jurídica (empresas, universidades, cooperativas, administraciones públicas, etc.). Mientras tanto, en el concepto de RSE se hace referencia únicamente a las empresas. En el presente trabajo, utilizaremos este concepto por ser el más específico dada la naturaleza de nuestro estudio.

Dicho esto, el objetivo de nuestro TFG será realizar un análisis descriptivo de la RSE, poniendo especial atención en sus teorías y modelos de comportamientos y su evolución en tiempo de crisis. Para ello, se realiza una breve revisión de la literatura del concepto, una recopilación de los objetivos marcados en la Agenda 2030, en las actuaciones empresariales durante la crisis financiera de 2008 y durante la crisis sociosanitaria de 2020.

El trabajo se estructurará fundamentalmente en cuatro partes: el marco teórico de la RSE, la Agenda 2030 y la RSE, la implantación de la RSE según su tamaño y la estrategia de la RSE y su desarrollo en tiempos de crisis.

2. MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Hace más de medio siglo que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surgió como nueva perspectiva para explicar el papel de las empresas en la sociedad y viceversa. La misión de obtener puramente beneficios económicos se vuelve estrecha y, por ende, se empieza a considerar otros puntos de vista como la ética, la política, el medioambiente y/o las relaciones diádicas de la empresa. Este cambio de concepción se convierte en un gran hito para la evolución y el avance del área empresarial y organizacional a lo largo del último siglo. (Ludevid, 2000).

En la actualidad, la RSE no goza de una definición universal ni de una amplia aprobación por parte de los investigadores de las ciencias empresariales. Esto se debe esencialmente a la relativa novedad del

concepto, el cual aún continúa construyéndose y debatiéndose, por lo que su literatura envuelve aún cierta ausencia de cohesión y madurez teórica. La incertidumbre también viene de la mano de la infinidad de interpretaciones y aplicaciones empresariales derivadas de tener en cuenta tanto los grupos de interés como los sectores de actividad. (Martínez y Rodríguez, 2017).

Bowen (1953) y otros autores a lo largo de la historia plantean diferentes definiciones para el término de RSE, sin embargo, una revisión detallada de la literatura muestra como la mayoría de dichas definiciones se basan en dos ideas principales: (Martínez y Rodríguez, 2017).

- Las empresas poseen responsabilidades que van más allá de sus actividades productivas (responsabilidad económica) y de sus obligaciones legislativas (responsabilidad legal).
- Dichas responsabilidades se aplican a un grupo más amplio, no solo a los accionistas.

Con objeto de establecer una definición global que guíe la elaboración este trabajo, tomaremos como referencia la más reciente y completa para las empresas hasta el momento:

“Por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se entiende la integración de la gestión económica ética, social y ambiental en el día a día del negocio, atendiendo las expectativas de los grupos de interés de la empresa. La RSE abarca todos los ámbitos de gestión de una organización. Por eso, implica una serie de aspectos que todas las organizaciones, independientemente de su tamaño deben considerar.” - Guía para Pymes ante los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Noviembre 2019.

2.1. MAPA DE TEORÍAS QUE COMPONEN LA RSE

Garriga y Melé (2004) sintetizaron en su revisión bibliografía la gran variedad de teorías que enmarca el concepto de RSE y de esta forma, propusieron cuatro agrupaciones en base a las características comunes de todas ellas: las teorías instrumentales, las teorías políticas, las teorías integradoras y las teorías éticas.

2.1.1. TEORÍAS INSTRUMENTALES

Tal como sugiere la palabra “instrumento”, las teorías que se agrupan en esta categoría visualizan la RSE como una herramienta utilizada para consecución de un objetivo. Dicho en otras palabras, es utilizada como ventaja competitiva en las estrategias empresariales.

La RSE tiene como finalidad contribuir a lograr objetivos básicos (subcategorías) como la maximización del beneficio económico de los accionistas, el aumento de las ventas e ingresos a través de un *marketing con causa* (estrategia de diferenciación) o el refuerzo de las relaciones sociales de la empresa, las cuales conllevarán en sí mismo también una ventaja competitiva a largo plazo.

2.1.2. TEORÍAS POLÍTICAS

En el grupo de las teorías políticas se clasifican aquellas que sopesan el nivel de poder político que tienen las empresas en la sociedad y cómo lo utilizan. Estas entienden el poder como un derecho otorgado por la propia ley y sociedad que les rodea. De esta forma, se considera que la empresa está sujeta a un contrato bilateral con la sociedad, dado que puede ejercer derechos y debe cumplir obligaciones para con la comunidad, el medioambiente y el resto de las corporaciones.

Este poder político al provenir no solo del entorno externo de la empresa, sino también del interno, hace ver que la posición empresarial es inestable y constante. Dentro de las subcategorías de las teorías políticas se encuentra el "*Constitucionalismo Corporativo*". Este entiende que el nivel de responsabilidades de una empresa viene determinado por el nivel de poder sobre el entorno en un momento dado. Y a su vez, también asume que las empresas que no ejerzan sus responsabilidades y obligaciones acabarán perdiendo el poder que poseen, pues otra empresa les sustituirá o la propia sociedad les sentenciará. La idea es ver la empresa como un "gobierno", el cual tiene un poder y él mismo define como llevar a cabo sus responsabilidades, es decir, dependerá de los directivos y gerentes que constituyan cada empresa. (Garriga, E. y D. Melé (2004) citando a David (1960)).

2.1.3. TEORÍAS INTEGRADORAS

Este grupo se fundamenta esencialmente en cómo los negocios deben integrar las demandas de la sociedad para poder existir y continuar creciendo en su actividad. Para llevar a cabo este proceso, las empresas deben analizar su entorno, su sociedad y sus valores acorde al momento temporal y a su posterior evolución. En otras palabras, las demandas que gestione cada empresa cambian continuamente y deben atenderse en función de los valores vigente en ese momento, además de su sector de actividad y su propio rol social. Debido a esto, cada empresa debe realizar su propia gestión personalizada de las mismas. Se distinguen cuatro grandes subcategorías: las referidas a la Gestión de Problemas, las que se rigen por el Principio de Responsabilidad Pública, la Teoría de los Stakeholders y, por último, la teoría del Desempeño Social Corporativo.

Las teorías integradores recogen en sí mismo como la RSE se hace cargo de gestionar estas demandas y procesos sociales, cómo llevar las actuaciones del proceso público y cómo integrar a todos esos grupos afectados por las políticas y prácticas empresariales en la toma de decisiones.

Las estrategias fundamentadas en estas teorías se convierten, por esta razón, en el método más certero para identificar, recoger, responder y comprometerse con su entorno y sus relaciones. Se fomenta con ello una ventaja competitiva debida a la legitimidad, aceptación y prestigio social creados.

2.1.4. TEORÍAS ÉTICAS

Finalmente se identifican las teorías centradas en la responsabilidad ética que la empresa tiene para con la sociedad. Aunque pueda parecer similar a lo mencionado en las teorías políticas, lo cierto es que este grupo se fundamenta en los propios principios éticos de las actividades y relaciones diádicas de la empresa. Es decir, bajo las cuestiones de qué se puede hacer por la sociedad y cómo, qué no se debe y por qué. (García, Palacios, Espasandín, 2018).

Se identifican cuatro subcategorías: la Teoría Normativa de los Stakeholders, los Derechos Universales, el Desarrollo Sostenible y la Teoría del Bien Común. En estas, se presta especial atención a las normas éticas que cimientan las relaciones de la empresa, es decir, los códigos de conducta, los derechos humanos y laborales por los que velan, las actividades colaborativas que realizan, los compromisos hacia el medioambiente, etc.

Cabe destacar que todas las teorías instrumentales, políticas, integradoras y éticas puestas en conjunto se entrelazan entre sí, por lo que sería contraproducente suprimir, aislar o tratar por separado cada una de ellas. Después de todo, es el conjunto de las mismas lo que engloba el concepto de RSC y RSE.

Esto se justifica también en la propia conclusión de Garriga y Melé en *"Mapping the territory"* que, tras aclarar la gran variedad de enfoques existentes, descubren la necesidad de crear y desarrollar una nueva teoría sobre la relación empresarial y social que incluya todos los enfoques mencionados, pues cada una de ellas por sí solas contienen limitaciones. Concretamente, la inclusión de:

- El planteamiento y desarrollo de objetivos que generen beneficios y ventajas a largo plazo.
- La realización de sus actividades y objetivos mediante las prácticas responsables.
- La integración de las demandas sociales y públicas en su actividad.
- El asentamiento de la ética y el bien común en sus acciones.

2.2. MODELOS MULTIDIMENSIONALES DE LA RSE

A día de hoy, las propuestas más relevantes para plantear las dimensiones que abarca la RSE son el Modelo del Desarrollo Sostenible (DS), la Pirámide de Carroll, el Modelo de Brown y Dacin, y la Teoría de los Grupos de Interés (Stakeholders).

2.2.1. MODELO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

El modelo del Desarrollo Sostenible (DS) es el más conocido tanto en la sociedad en general como en el ámbito empresarial. Esto se debe a que la Organización de las Naciones Unidas (ONU), además de otros organismos con autoridad internacional, utilizan frecuentemente el concepto del "desarrollo sostenible" para fundamentar sus acuerdos, directrices y políticas en esta materia.

La *Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* definen el desarrollo sostenible como “*aquel que garantiza la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer las suyas*”.

Asimismo, Martínez y Rodríguez (2017) citando a Doñate (2001) afirman que el término sostenibilidad se comporta como un:

- Principio ético, ya que tiene en cuenta la conservación del ambiente y de los recursos naturales para las futuras generaciones.
- Principio económico, puesto que utiliza los recursos responsablemente sin destruir su ciclo de generación natural.
- Principio jurídico, dado que vivir bajo un ambiente adecuado es parte de los derechos fundamentales del ser humano, que además se complementa con el acuerdo internacional de los países a respetar los ecosistemas y los procesos ecológicos esenciales para mantener la biosfera.
- Análisis sociopolítico, ya que las políticas sectoriales quedan integradas dentro de todos y cada uno de los factores ambientales.

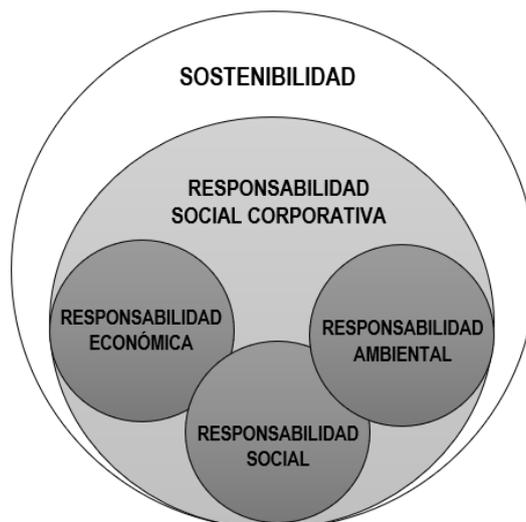
Este modelo plantea un crecimiento económico basado en la consideración de políticas ambientales, sociales y económicas, las cuales cimientan el plan de sostenibilidad y reduzcan los posibles riesgos del propio desarrollo a largo plazo, como son la escasez de recursos o la contaminación ambiental.

Estas políticas hacen entrever que el nuevo reto empresarial se fundamenta en el “*Triple Bottom Line*”, es decir, la formación de estrategias específicas por parte de las empresas para cada uno de los tres objetivos. (Martínez y Rodríguez, 2017, citando a Pangar et al, 2006). Además, cada empresa puede esbozar su propia interpretación y llevar a cabo estrategias únicas que se adapten a su singular cultura y sector empresarial. (Martínez y Rodríguez, 2017, citando a Marrewijk y Werre, 2003).

Las dimensiones de la RSE que se distinguen en el modelo de Desarrollo sostenible son (García, Palacios y Espadín, 2018) (Martínez y Rodríguez, 2017):

- La dimensión ambiental, la cual refleja que el desarrollo esté en concordancia con el sistema ecológico, que evite la sobreexplotación de los recursos renovables y el agotamiento de los no renovables. Incluyéndose, además, la preservación de los recursos naturales, la biodiversidad, la estabilidad atmosférica y otros recursos similares.
- La dimensión social y cultural, puesto que debe garantizar el desarrollo de la humanidad, sus valores, identidades y culturas. Para ello, se tendrá en cuenta la tolerancia intercultural, la equidad distributiva, la igualdad de género, la prestación de servicios sanitarios y educativos, la participación política, entre otros.
- La dimensión económica, ya que encamina el sistema económico a la máxima eficiencia y eficacia de los procesos, sin diezmar el nivel y calidad de los recursos de otros países o de las generaciones futuras.

Figura 1: Ilustración de Responsabilidad Social Corporativa derivada de los trabajos de Linnanen y Panapanaan (2002)



Fuente: elaboración propia a partir de García del Junco, J., Palacios, B., y Espasandín, F., (2018).

2.2.2. PIRÁMIDE DE CARROLL

La Pirámide de Carroll (1979) construye la RSE identificando cuatro niveles jerárquicos dependientes entre ellos y no mutuamente excluyentes ni acumulables. Estos niveles son: la dimensión económica, la dimensión legal, la dimensión social y la dimensión filantrópica o discrecional.

Aunque en su artículo original no se identificaba con esta figura geométrica, el autor si menciona y retrata una figura vertical que estructura las expectativas de la sociedad según cada cuestión y en función de la magnitud de estas. Por tanto, los niveles tan solo recogen los motivos por los cuales las empresas toman acción en su entorno y cómo cuanto más se acerca a la cúspide, más incertidumbre y libertad tienen las empresas para llevarlas a cabo. Esto último se debe a la ausencia de un marco claro de acción a medida que se trasvasa el origen natural de las empresas. (Ver figura 2).

El primer nivel, localizado en la base de la pirámide, se encuentra la dimensión económica. En él, se identifica la producción de bienes y servicios de las empresas para cubrir las necesidades y deseos de los consumidores. En contrapartida, por la fabricación y/o entrega de los mismos, la empresa obtiene una ganancia acorde durante el proceso de intercambio.

En el segundo nivel, se incluye la dimensión legal, en donde se incluyen las expectativas de la sociedad sobre que las empresas realicen sus actividades cumpliendo con el marco jurídico-legal pertinente.

En el tercer nivel, podemos encontrar la dimensión ética. Hace referencia a las expectativas de que el comportamiento y las actuaciones de las mismas estén en línea con los valores éticos sociales.

En el último nivel de la pirámide, se corresponde con la dimensión filantrópica, relacionada con la involucración voluntaria por parte de las empresas en actividades y proyectos de interés social, más allá incluso de su ámbito de actividad. (Carroll, 1979) (García del Junco, J., Palacios, B., y Espasandín, F., 2018)

El estudio de Forética (2008) comprobó la existencia de tres niveles según la valoración de los ciudadanos españoles sobre las distintas cuestiones de la RSE, e identificables a nuestro entendimiento con los tres últimos niveles de Carroll.

Las obligatorias, relacionadas con los Derechos Humanos, la relación con proveedores y trabajadores, la lucha contra discriminación y la desigualdad, la creación de empleo, la protección de los derechos de los consumidores y las normas de protección del medioambiente.

Las exigibles serían las actuaciones para mejorar la situación y ambiente laboral de sus empleados, promover el equilibrio entre la vida laboral y familiar, la transferencia y diálogo con los grupos de interés, la incorporación de las demandas de los colectivos sociales desfavorecidos, la lucha contra el cambio climático y la ética dentro de la propia gestión de la empresa.

Finalmente, las deseables son las que están dentro de un plano de excelencia o mejores prácticas para la sociedad, pero no conforman crítica si no se dan, es decir, el desarrollo de proyectos educativos y culturales, colaboraciones con ONG, etc.

Figura 2: Ilustración de Responsabilidad Social Corporativa derivada del trabajo de Carroll (1991) y Forética (2008)



Fuente: elaboración propia a partir de Forética (2008) aplicados al Modelo de Carroll (1979).

2.2.3. MODELO DE BROWN Y DACIN

También se denomina “*Modelo de Asociaciones Corporativas*”. Las asociaciones de responsabilidad social son una categoría concreta dentro de las asociaciones corporativas.

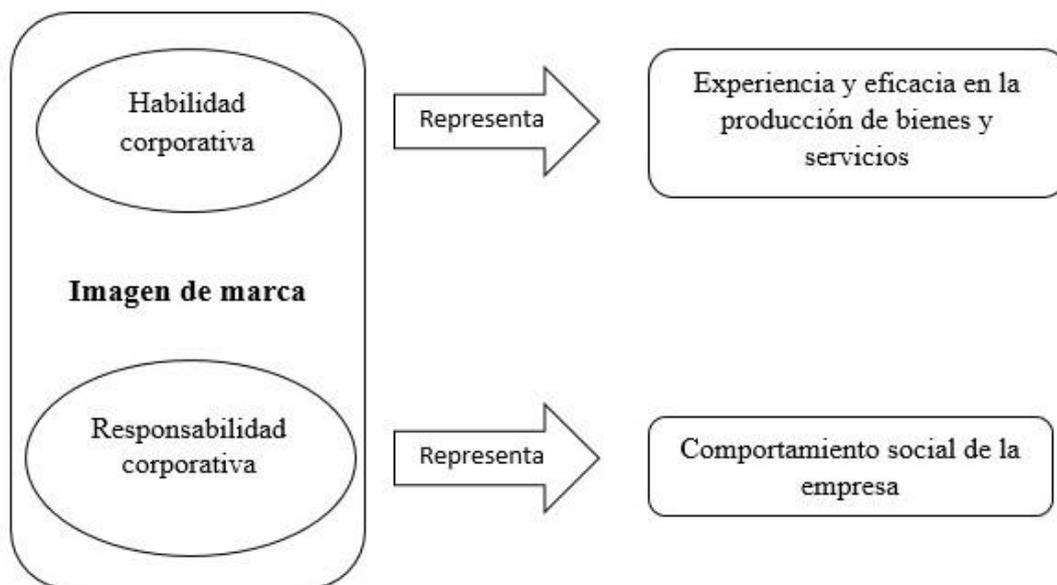
Brown y Dacin (1997) fueron los primeros autores en acuñar dicho término para distinguir los diferentes tipos de asociaciones que los consumidores perciben sobre una marca empresarial. El término “asociaciones corporativas” se crea para recoger toda la información que tienen los clientes de una corporación. Este término engloba conocimientos, creencias, percepciones y cualquier comportamiento

de la corporación, ya sea información sobre las acciones pasadas (en caso de que la empresa cotice en el mercado bursátil), las evaluaciones globales, los resultados del ejercicio, etc.

Las asociaciones corporativas que se destacan en este modelo son:

- Asociaciones de habilidad corporativa (*Corporate ability associations*), en relación con la percepción que tienen los consumidores de la compañía en cuanto a experiencia y eficacia en la producción de bienes y servicios por parte de la marca.
- Asociaciones de responsabilidad social corporativa (*Corporate social responsibility associations*), de suma importancia para la elaboración de este trabajo. Las asociaciones que reflejan un comportamiento corporativo responsable en relación a la compañía y, por tanto, a su marca, favorecen la emisión de críticas más favorables en cuanto a la percepción que los consumidores tienen de estas. A raíz de esto, los clientes serán más comprensivos en caso de errores en la prestación de servicios o distribución de productos por parte de la entidad.

Figura 3: Ilustración de asociaciones corporativas según el modelo de Brown y Dacin (1997)



Fuente: elaboración propia.

2.2.4. LA TEORÍA DE LOS STAKEHOLDERS

Existen otros modelos igualmente difundidos y con una gran aprobación por parte la comunidad empresarial y de los expertos en materia de RSE, como es el caso de la "Teoría de los Stakeholders". Esta se menciona en el epígrafe 2.2., tanto en las teorías integradoras como en las teorías éticas. Esto se debe a la perspectiva que se escoja como elemento central en RSE: puede ser desde el punto de la gestión de las demandas de cada grupo o desde el campo de la ética como núcleo. (Martínez, P., y Rodríguez, I., 2017).

La definición de *Stakeholders* viene dada por dos criterios: primero, deben tener algún interés o derecho legítimo sobre la misma; y segundo, que posea un valor intrínseco, digno de ser considerado y estudiado por separado. (Martínez, P., y Rodríguez, I., 2017).

En la Teoría de los Stakeholders (“los interesados” o “grupos de interés”) se expone que la empresa no solo debe satisfacer los intereses de sus accionistas, sino también los del colectivo de individuos que influyen en la empresa o que son influidos por la misma. Es decir, se justifica la existencia de grupos de interés y/o presión que pueden desencadenar tanto efectos positivos como negativos en caso de que la empresa no los atienda adecuadamente.

A continuación, se van a ilustrar la teoría bajo el modelo dimensional ideado por Freeman en 1984. En él, se diferencia entre entidades financieras, clientes, comunidad, trabajadores, asociaciones, proveedores, gobierno, grupos políticos y accionistas. (García del Junco, J., Palacios, B., y Espasandín, F., 2018)

Figura 4: Ilustración de Responsabilidad Social Empresarial derivada del Modelo Stakeholders de Freeman (1984)



Fuente: elaboración propia a partir de García del Junco, J., Palacios, B., y Espasandín, F., (2018).

Todas sus relaciones son bidireccionales, no existe prioridad entre las mismas y pueden ser directas o indirectas hacia la empresa. Dependiendo del entorno, la empresa se puede encontrar con unos grupos de interés u otros. De ahí la importancia de identificar clara y específicamente los grupos para cada una.

Concretamente, en el trabajo de Fassin (2011) se expresa la dinamicidad del modelo de los Stakeholders, dejando atrás la teoría clásica representada anteriormente. Se destaca la importancia del modelado y representación gráfica, además de la aplicación de las teorías de movilización y procesos para entender plenamente el caso particular de cada organización desde un punto de vista práctico. También concluye el valor de tener identificada una buena cadena de responsabilidad entre *Stakeholders*, especialmente durante las crisis o incidentes críticos, donde estos se vuelven más activos si no se tienen en cuenta sus intereses.

3. LA AGENDA 2030 Y LA RSE

La "Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible" es un plan de acción elaborado por los Estados miembros de las Naciones Unidas a favor del planeta, las personas que lo habitan y la prosperidad. También se plantea el fortalecimiento de la paz universal y el acceso a la justicia. El mayor desafío del mundo actual según los estados miembros de la ONU es la erradicación de la pobreza, consiguiéndose mediante el desarrollo sostenible. La Agenda 2030 abarca 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con 169 metas integradas e indivisibles que abarcan la dimensión económica, social y ambiental.

3.1. LOS OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

El 25 de septiembre de 2015, 193 países se comprometieron con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y su cumplimiento para el año 2030. Los objetivos persiguen la igualdad entre las personas, proteger el planeta y asegurar la prosperidad. De acuerdo la resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas "*Transformar nuestro mundo: la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*" A/RES/70/1 (25 de septiembre de 2015), los objetivos son los siguientes:

"Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo"

La pobreza es un problema fundamental de los derechos humanos. Se puede manifestar mediante el hambre, la malnutrición, falta de vivienda digna y falta de accesibilidad a otros servicios básicos como pueden ser la salud o la educación. Para erradicar la pobreza en todo el mundo, el crecimiento económico toma especial relevancia. Este ha de ser inclusivo, de manera que se creen empleos de forma sostenible y se promueva la igualdad.

"Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible"

Para este objetivo son importantes las inversiones en agricultura. Se necesita una reforma profunda del sistema agrario y alimentario de manera mundial.

Esto se consigue aumentando la capacidad productiva de este y los sistemas de producción alimentaria son necesarios para la ayuda contra el hambre.

"Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades"

Son necesarias más iniciativas para erradicar por completo la amplia gama de enfermedades que tenemos en el mundo actual, así como medidas preventivas para las enfermedades que puedan emerger en el futuro. Por ello es necesario una financiación más eficiente y eficaz de los sistemas de salud, así como la mejora en el saneamiento y la higiene, aumentando el acceso a los servicios médicos y elaborando más consejos sobre cómo reducir la contaminación ambiental (muy perjudicial para nuestra salud).

“Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos”

Uno de los pilares de la sociedad actual es la educación, pues ayuda a mejorar en gran medida la vida de las personas. Gracias a una educación equitativa y accesible para todo el mundo se puede abastecer con herramientas a la población local para desarrollar ideas innovadoras frente a los problemas más grandes del mundo.

La educación de calidad escasea debido a la falta de profesores capacitados y las malas condiciones de los colegios en muchas zonas del mundo. Para conseguirla, es necesario invertir en becas educativas, formación a los docentes, construcción de escuelas y una mejora en el acceso al agua y electricidad de las mismas.

“Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas”

La igualdad de género es un derecho humano fundamental y constituye la base necesaria para conseguir un mundo próspero y pacífico. Si se facilita a las mujeres y niñas el acceso a la educación, atención médica, trabajo docente, representación en los grandes puestos políticos y económicos, etc. se estarán impulsando económicas sostenibles y de calidad. Para conseguirlo será necesario establecer nuevos marcos legales sobre igualdad de las mujeres en el lugar de trabajo, con el fin de erradicar la discriminación que sufren debido a las prácticas nocivas que se les aplica por el mero hecho de ser mujeres.

“Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos”

La garantía del suministro de agua en cantidad y en calidad suficientes es fundamental para el desarrollo de la sociedad y para la lucha contra la pobreza y las enfermedades en cualquier parte del mundo. El carácter esencial del agua hace que sea un recurso fundamental para el desarrollo sostenible a nivel económico, social y ambiental.

“Objetivo 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos”

La paulatina penetración de fuentes renovables implementaría beneficios de carácter medioambiental (en forma de reducción de emisiones) como de carácter económico (generación de empleo, creación de nuevo tejido empresarial, reducción de la dependencia exterior y la mejora de la balanza de pagos). El “Acuerdo de París” adoptado el 12 de diciembre de 2015, y ratificado posteriormente por España, supone el marco de referencia en el que se ha de desarrollar la política energética.

“Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”

Este objetivo está directamente relacionado con el ámbito del trabajo y la economía. Las principales metas de este están formadas por componentes esenciales para lograr un crecimiento económico inclusivo. Destacan: reducir la tasa de desempleo, mejorar las condiciones laborales y aumentar la productividad laboral, reducir la tasa de desempleo (especialmente para los jóvenes y mayores sin formación) y mejorar el acceso a los servicios y beneficios financieros.

“Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación”

Para conseguir los objetivos medioambientales (como el aumento de los recursos, la eficacia y/o eficiencia energética) el progreso tecnológico debe estar en la base de los esfuerzos. Sin tecnología e innovación no hay industrialización y sin esta, no se produce el desarrollo.

El sector industrial español tiene el reto de transitar hacia una industria cada vez más sostenible, garantizando su viabilidad y adicionalmente, acometer su transformación digital hacia una industria 4.0.

“Objetivo 10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos”

La desigualdad es más grande en los países menos desarrollados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños estados insulares en desarrollo. A pesar de que esta desigualdad entre países ha podido reducirse con el transcurso de los años, dentro de los propios países ha aumentado.

Se ha llegado a la conclusión de que el crecimiento económico no es suficiente para reducir esta desigualdad, a no ser que sea inclusivo y tenga en cuenta las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la dimensión económica, la social y la medioambiental.

Se ha recomendado la aplicación de políticas universales que presten especial atención a los países más desfavorecidos y marginados con el fin de reducir esta desigualdad. También se insta a reducir los aranceles para favorecer las exportaciones de los países en desarrollo, además de aumentar la participación del voto de estos dentro del *Fondo Monetario Internacional* (FMI).

“Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles”

Los problemas más comunes que se dan en las ciudades son la congestión, la falta de fondos para prestar servicios básicos y el deterioro de las infraestructuras. Además, existen otros como la recogida y gestión segura de los desechos sólidos, que se pueden vencer de manera que se pueda aprovechar estos recursos y así reducir la contaminación y pobreza. El futuro para las ciudades incluye acceso a los servicios básicos, a la energía y agua, a la vivienda y al transporte.

“Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”

Este objetivo trata de promover la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales, reducir la generación de residuos, el desperdicio de alimentos y fomentar la gestión ecológicamente racional de los productos químicos. Asimismo, aspira a estimular la implementación de prácticas sostenibles en empresas y el acceso universal a información sobre estilos de vida en armonía con la naturaleza.

Es uno de los objetivos más transversales de la Agenda 2030 y también uno de los más importantes para los países más desarrollados, ya que persigue una transición de los modelos económicos, productivos y de consumo hacia la sostenibilidad.

“Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos”*

A través de este objetivo, se insta a adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. La lucha contra el cambio climático (tanto la reducción de emisiones de gases de efecto

invernadero como la adaptación al cambio climático) es una prioridad para España. "Reconociendo que la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático es el principal foro intergubernamental internacional para negociar la respuesta mundial al cambio climático".

"Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible"

El agua es un recurso esencial que resulta clave para el desarrollo sostenible. No obstante, en la actualidad existe un continuo deterioro de las aguas debido a la contaminación de los océanos. Esto da como resultado un efecto adverso en el funcionamiento de los ecosistemas marinos y de la biodiversidad. Por lo tanto, las áreas marinas protegidas deben ser administradas de manera eficaz gracias a una regulación que ayude a reducir la sobrepesca y la contaminación marina.

"Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad"

Según datos de las Naciones Unidas, el 30.7% de la superficie terrestre está cubierta por bosques. Este gran porcentaje proporciona seguridad alimentaria y refugio. Además, los bosques son fundamentales para la lucha contra el cambio climático, pues sirven como protección para la biodiversidad y viviendas de población indígena.

En la actualidad, "13 millones de hectáreas de bosque desaparecen cada año y la degradación persistente de las zonas áridas está provocando la desertificación de 3.600 millones de hectáreas". Solo un 15% de la tierra se encuentra bajo protección.

El 21 de junio de 2018, el *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo* (PNUD), en alianza con Mars y FINCH anunciaron la creación del fondo "The Lion's Share". Este fondo es una iniciativa que protege a los animales de todo el mundo. Se pide a las empresas relacionadas con el ámbito de la comunicación que contribuyan con un porcentaje de su inversión en los medios por cada vez que aparezca un animal en sus anuncios. Este porcentaje de inversión es del 0,5% y estará destinado a la ejecución de proyectos de conservación y bienestar animal.

"Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas"

Para cumplir con los requisitos de este objetivo es necesario el establecimiento de reglamentos más eficientes y transparentes. Por tanto, se debe elaborar un presupuesto gubernamental completamente detallado y realista para conseguirlo.

"Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible"

La alianza mundial viene determinada por la cooperación entre los distintos países del mundo. Las alianzas para lograr el desarrollo sostenible son de vital importancia entre los gobiernos, el sector privado y la ciudadanía. Estas alianzas son necesarias desde un nivel local hasta llegar al nivel global.

3.2. LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL PACTO MUNDIAL DE LA ONU

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible mencionados anteriormente se sustentan mediante los diez principios fundamentales del *Pacto Mundial de Naciones Unidas*.

Cabe destacar que estos principios se derivan de la Declaración Universal de Derechos Humanos, La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción. Se agrupan en las categorías de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Son los siguientes:

Derechos humanos:

“Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”

Respetar la protección de los derechos humanos significa que las empresas y los empresarios deben actuar para evitar que se vulneren, así como saber gestionar los posibles impactos negativos que puedan ocasionar en caso de que se vean afectados.

“Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos”

El término “cómplices” hace referencia a una relación de complicidad, esto es la implicación en algún caso de vulneración de los derechos humanos que hace otra entidad diferente a la propia empresa. Con este principio se intenta conseguir el cumplimiento sobre los derechos humanos por parte de la empresa que forme parte de la misma organización.

Normas Laborales:

“Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”

Los empresarios y trabajadores tienen el derecho a constituir asociaciones y/o sindicatos en función de sus necesidades. Los empresarios no deben interferir ni discriminar a un empleado si toma la decisión de afiliarse. Es más, tiene que suceder lo contrario, las empresas deben apoyar esa libertad de decisión a través de la negociación colectiva. Esta medida busca la implicación de empresarios, sindicatos y representantes de los empleados para obtener acuerdos que beneficien a todas las partes.

“Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”

Con este principio se pretende conseguir eliminar aquel trabajo (otorgado de manera no voluntaria) que se obtiene de una persona mediante amenazas o castigos. El trabajo debe ser ofrecido de manera libre y los trabajadores pueden marcharse cuando deseen de la empresa, respetando siempre las normas de la entidad correspondiente.

“Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”

El trabajo infantil es un término que constituye una violación de los derechos humanos y está reconocido por numerosos organismos internacionales. Sucede a causa de la pobreza y un desarrollo insuficiente, existiendo tanto en la economía legal como en la ilegal (donde se encuentran las peores formas de explotación infantil).

Existe un convenio que exige a los gobiernos que den prioridad a la eliminación del trabajo infantil, en concreto es el “Convenio Nº 182 de la OIT”, complementario de la Convención 138.

“Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”

Este principio intenta conseguir la eliminación de las prácticas discriminatorias, es decir, tratar a las personas de manera desfavorable debido a características que no están relacionadas con el puesto de trabajo que ocupa.

Según la legislación nacional, estas características incluyen: raza, color, sexo, religión, nacionalidad, edad, discapacidad, enfermedades como el VIH, afiliación a algún sindicato, orientación sexual, orientación política, etc.

Medioambiente:

“Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”

La clave de este principio está en el término “enfoque preventivo”. Consiste en la aplicación de manera sistemática para evaluar, gestionar y comunicar cualquier tipo de riesgo que se pueda causar al medioambiente. Para poder evitar un posible daño a este, se debe aplicar un enfoque preventivo a la hora de tomar decisiones.

“Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”

Este principio coge mayor importancia en la actualidad debido a la sociedad. Las empresas ganan prestigio cuando satisfacen las necesidades de los consumidores, y estos cada vez más demandan prácticas de responsabilidad sostenible.

El mejor ejemplo que tiene una empresa para demostrar el compromiso con el medioambiente se basa en cambiar sus “métodos tradicionales” por métodos socialmente más responsables. Además, un cambio de este tipo conlleva la consecución de una serie de beneficios futuros.

“Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”

Las tecnologías que se dan en la actualidad son capaces de contaminar menos, utilizar recursos sostenibles y reciclar sus residuos de una manera más aceptable que las tecnologías tradicionales. En definitiva, las nuevas tecnologías son capaces de proteger el medioambiente de una forma que no se lleva a cabo por las tecnologías tradicionales.

Lucha contra la corrupción:

“Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”

La corrupción es un término que está a la orden del día. Por lo tanto, la eliminación de esta se ha convertido en una prioridad para todo tipo de entidades. La confianza entre las empresas y el público se ha visto comprometida debido a las oleadas recientes de corrupción en casi cualquier institución, tanto públicas como privadas; sobre todo en partidos políticos, organismos eclesiásticos, para el deporte, etc.

3.3. OTROS ACUERDOS INTERNACIONALES O REGIONALES DE APLICACIÓN

Además de los compromisos adquiridos por España con relación a la Agenda 2030, las actuaciones en materia de responsabilidad social llevadas a cabo por las empresas se ven afectadas e influenciadas por la firma y el compromiso adoptados en otros tratados, acuerdos y leyes.

Si nos remontamos a los inicios, la *“Declaración Universal de los Derechos Humanos”* es un documento que marca un hito en la historia de los derechos humanos. Elaborada por representantes de todas las regiones del mundo con diferentes antecedentes jurídicos y culturales, la Declaración fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948 en su Resolución 217 A (III), como un ideal común para todos los pueblos y naciones.

De la misma forma, existen diversas normas que pueden servir de guía para las empresas en materia de RSE, las cuales no son de obligado cumplimiento, sino que tratan de meras iniciativas para intentar fomentar, promover e impulsar la RSE en las organizaciones. En el ámbito europeo, el *Libro Verde de la Comisión Europea sobre la RSC (2001)* y el *Libro Blanco de la Comisión Europea sobre responsabilidad medioambiental (2000)*. En el término nacional, el *Libro Blanco de la RSE (2006)*.

La *“Estrategia para una Economía Sostenible”*, aprobada por el Consejo de Ministros en noviembre de 2009, articula un ambicioso y exigente programa de reformas que profundiza en la dirección de algunas de las opciones estratégicas como la prioridad otorgada al incremento en la inversión en investigación, desarrollo e innovación o al fomento de actividades relacionadas con las energías limpias y el ahorro energético.

La sostenibilidad perseguida es de tres tipos:

- Económica, asentada en la mejora de la competitividad, en la innovación y en la formación.
- Medioambiental, aprovechando la imprescindible gestión racional de los medios naturales para impulsar nuevas actividades y nuevos empleos.
- Social, persiguiendo la igualdad de oportunidades y la cohesión social. Buena parte de su contenido aparecerá en otros textos legales.

“La presente Ley de Economía Sostenible es una de las piezas más importantes de la Estrategia ya que aborda, transversalmente y con alcance estructural, muchos de los cambios que, con rango de ley, son necesarios para incentivar y acelerar el desarrollo de una economía más competitiva, más

innovadora, capaz tanto de renovar los sectores productivos tradicionales como de abrirse decididamente a las nuevas actividades demandantes de empleos estables y de calidad”.

(Ley 2/2011, de 4 de marzo de Economía Sostenible).

4. IMPLANTACIÓN DE LA RSC EN LA EMPRESA SEGÚN SU TAMAÑO

La definición de PYME (Pequeña Y Mediana Empresa) está recogida en el *Anexo I del Reglamento (UE) n° 651/2014 de la Comisión*. El texto clasifica los tipos de empresas y establece que para pertenecer a alguna de estas categorías se debe cumplir necesariamente el límite del número de empleados contratados, además de una de las dos siguientes: volumen de negocio o balance general.

Tabla 1. Criterios PYME

Categoría de empresa	Nº de trabajadores	Volumen de negocio	Balance general
Microempresa	< 10	≤ 2 millones EUR	≤ 2 millones EUR
Pequeña empresa	< 50	≤ 10 millones EUR	≤ 10 millones EUR
Mediana empresa	< 250	≤ 50 millones EUR	≤ 43 millones EUR

Fuente: elaboración propia con los datos recogidos de www.ipyme.org

Según este criterio cuando una entidad supera dos de los tres límites, se considerará gran empresa. Una vez mencionados los criterios de clasificación, conviene señalar que el tejido empresarial que sostiene la economía global está formado mayoritariamente por PYMES (tanto en Europa como en España). Según los últimos datos disponibles (2019) del *Instituto Canario de Estadística (ISTAC)*, aproximadamente el 99,6% de las empresas españolas contienen entre 1 y 249 asalariados. Cifras que reflejan a las PYMES como motor principal de la economía y las cuales poseen, por tanto, el mayor impacto a nivel medioambiental y social. La adecuada implantación de sistemas de gestión de RSE sobre este conjunto pueden otorgar los cimientos para una economía sostenible en nuestro país y en nuestra Comunidad Autónoma. (Ver *Tabla 2*).

Tabla 2. Número de empresas según la cantidad de asalariados en Canarias y España

Nº Asalariados	Canarias	España
De 1 a 2 asalariados	31.310	714.284
De 3 a 5 asalariados	14.358	301.576
De 6 a 9 asalariados	6.915	137.417
De 10 a 49 asalariados	7.756	157.113
De 50 a 249 asalariados	1.363	25.154
De 250 a 499 asalariados	155	2.633
500 o más asalariados	90	2.238
Total	61.947	1.340.415

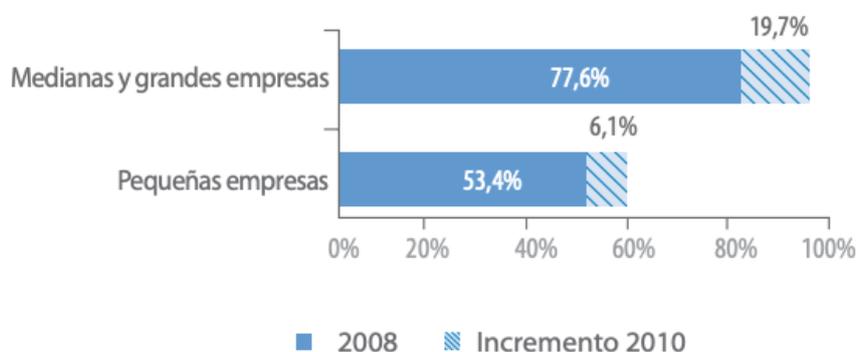
Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por el ISTAC y el INE.

Su gran número se debe, entre otras razones, a que poseen una alta competencia en la realización de productos y servicios individualizados, siendo las principales auxiliares de las grandes empresas que, a través de la subcontratación de sus servicios y productos, minoran sus costes fijos. Además, el tamaño de las PYMES proporciona grandes ventajas en su adaptación a los cambios del entorno. No obstante, también poseen ciertas debilidades como puede ser la escasez de financiación e inversión, su limitado volumen de negocio y sus continuas dificultades para adaptarse al avance tecnológico. (Atará, 2015)

Por el contrario, las grandes empresas producen mayoritariamente productos y servicios más estandarizados y, aunque pueden ser más rígidas ante cambios en el entorno, suelen gozar de mayor cantidad de recursos financieros y tecnológicos. Tener en cuenta la dimensión y características de cada entidad es fundamental para entender y poder aplicar adecuadamente las estrategias RSE. (Atará,2015)

Para analizar la evolución de la Responsabilidad Social en España, recurriremos a los informes elaborados por la entidad *Forética*. En su informe en 2011, se observaba que las grandes empresas estaban familiarizadas con el concepto de RSE (97,3%), mientras que, por otro lado, se evidenciaba la falta de interés por parte de las PYMES, alcanzando un valor del 60% en 2010, habiéndose incrementado en tan solo un 6,1% respecto al año 2008.

Gráfico 1. Evolución conocimiento de RSE 2008-2010

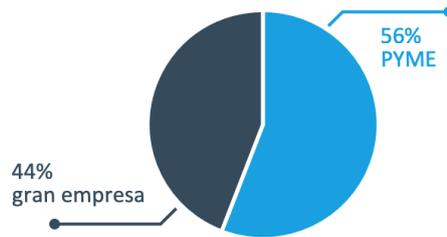


Fuente. Forética 2011.

No obstante, es importante destacar que existe una divergencia en el nivel de implantación de la RSE en la empresa según su tamaño. El grado de penetración de políticas y herramientas de RSE en las PYMES españolas es todavía bajo en comparación con las medianas y grandes empresas. De acuerdo con el "*Informe Forética 2011*", solo el 4% de las PYMES disponía de políticas y herramientas avanzadas en RSE, frente al 54% en la mediana y gran empresa.

Parece poco probable que la PYME haya avanzado significativamente en los últimos años, teniendo en cuenta la especial fragilidad de estas ante las condiciones económicas. No obstante, hay indicios para el optimismo. Por ejemplo, de las 105 empresas certificadas en la "*Norma de Responsabilidad Social SGE 21*" en España, más de la mitad del total (58) son PYMES. (Forética, 2015).

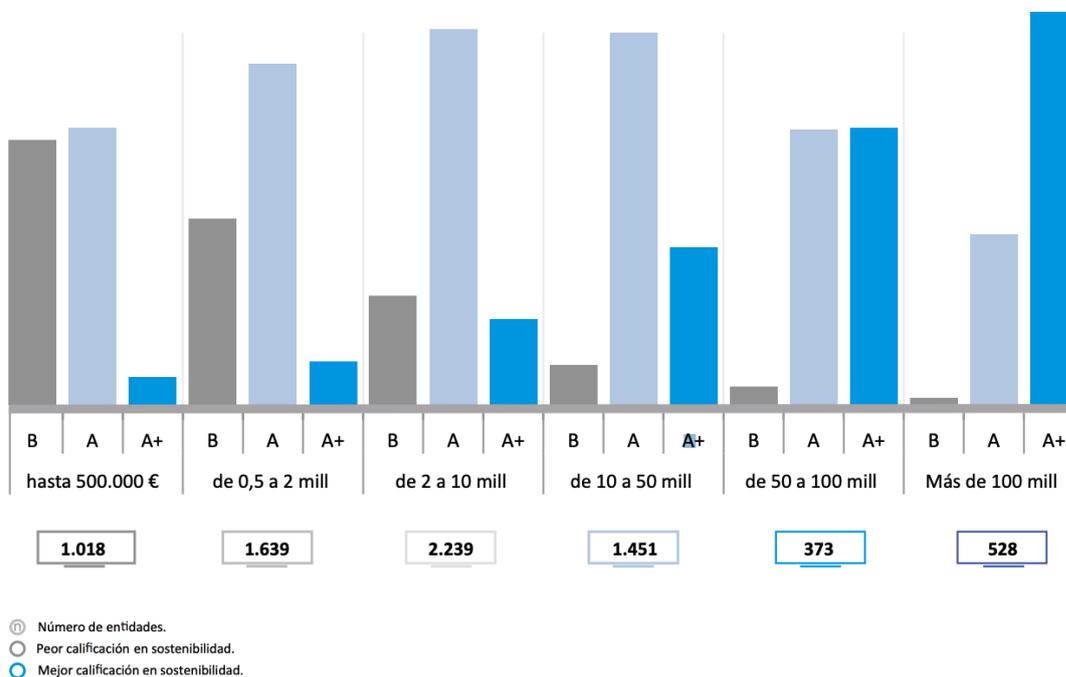
Gráfico 2. Distribuciones de Certificaciones SGE por tamaño



Fuente: Forética (2015).

En este último informe de Forética (2015) se ratifica la correlación entre el tamaño de las entidades y su grado de adopción de política y herramientas de RSE. Como se puede observar en el gráfico, a medida que aumentan los tramos de facturación como indicador del tamaño de la empresa, la probabilidad de que esta tenga un mejor *rating* también aumenta.

Gráfico 3. Distribución de las calificaciones en sostenibilidad por volumen de facturación



Fuente: Forética (2015).

Por ello, la Unión Europea (UE) ha creado el programa “*InvestEU*”, con el que pretende activar las inversiones en infraestructuras sostenibles; investigación, innovación y digitalización; inversión social (integración) y capacidades de las PYMES. (Pes, A., Cueva, G., y Pich, V., 2019)

Paralelamente, la comisión de la UE fomenta la inversión a través de la difusión de productos sostenibles tales como los bonos sostenibles, los fondos de inversión sostenibles, los créditos verdes y la inversión

directa en acciones de empresas que coticen en el *Índice FTSE4Good IBEX*. (Pes, A., Cueva, G., y Pich, V., 2019)

No obstante, un 78% de las PYMES españolas no conoce la Agenda 2030 o solo la conoce de forma superficial, según informa Cristina Sánchez, directora ejecutiva de la *Red Española del Pacto Mundial*. Lo mismo ocurre con los programas de incentivo a PYMES que hemos mencionado. Sin embargo, un análisis de Índice Desarrollo Sostenible otorga a España una posición a mitad de ranking en la UE para 2010 con un IDS de 0,47. Para 2017 muestra tendencias positivas en gestión del agua, igualdad de género y reducción de las desigualdades, entre otros ámbitos.

5. LA ESTRATEGIA DE LA RSE Y SU DESARROLLO EN TIEMPOS DE CRISIS

Para realizar una síntesis del comportamiento de la RSE en tiempos de crisis es preciso definir el concepto de crisis. La Real Academia Española lo define como “*cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que estos son apreciados*”. En el ámbito económico, a la crisis se la define como la “*reducción en la tasa de crecimiento de la producción de una economía, o fase más baja de la actividad de un ciclo económico*” (RAE, 2020). Con frecuencia, los economistas definen al ciclo económico como el movimiento de la producción capitalista a través de fases que se van sucediendo: crisis, depresión, reanimación y auge. Cada crisis termina al final de su fase de descenso, iniciándose a partir de ese punto un nuevo ciclo (BBVA, 2019).

Frecuentemente (debido a la hiperconectividad de los sectores) se deriva a una crisis financiera, entendida como una perturbación, más o menos repentina, que produce una pérdida considerable de valor en instituciones o activos financieros que tienen influencia decisiva en la marcha de los negocios y de la actividad financiera y económica general, lo que provoca un desequilibrio fundamental entre la demanda de medios de financiación que realizan los sujetos económicos y la oferta que hacen las entidades o intermediarios financieros. (Juan Torres López, 2012).

De esta forma, se plantean una serie de cuestiones: ¿La RSE se ve afectada por las variables macroeconómicas? ¿La variable económica tiene gran influencia sobre estas políticas? ¿Las actuaciones en materia de responsabilidad social se vuelven prioritarias o pasan a un segundo plano en tiempos de crisis? ¿Tiene influencia la RSE en el desempeño de los agentes económicos y sociales durante los períodos de crisis? ¿Actúa de manera diferente en función del ciclo económico?

5.1. COMPORTAMIENTO DE LA RSE DURANTE LA CRISIS ECONÓMICA DE 2008

Sotomayor y Cámara de la Fuente (2014) mencionan que desde la *Revolución Industrial* las entidades empresariales han sido el foco de atención tanto por su posición legítima en la sociedad, como creadoras de trabajo y capital por su posición responsable, y causante, de numerosos problemas de desigualdad social e irregularidades en el mercado de trabajo. Es decir, se les ha imputado desde tiempo atrás los denominados “males sociales” a través de los medios de comunicación masivos. Sus acciones determinan su legitimación para poder permanecer dentro del mercado.

Uno de los ejemplos más recientes es la crisis económica de 2008. En ella, se evidenciaron numerosas prácticas poco éticas por parte de las empresas a nivel global, tanto por sus acciones en el pasado como en el transcurso de la recesión. Diversidad de acciones que iban en contra de todo lo que defiende y respalda el concepto de RSE. Kliksberg (2009) expone el caso de la aseguradora *American International Group (AIG)*. Empresa que, tras entrar en una profunda racha de pérdidas que hacía peligrar el estado de la economía norteamericana, fue salvada a través de los fondos públicos del estado. En el año 2009, se destaca el pago de 168 millones de dólares en forma de bonos a los ejecutivos causantes de dichas pérdidas y problemas económicos derivados, ocasionando el enfurecimiento de gran parte de los ciudadanos que exigían actuaciones al gobierno y represalias contra la empresa.

En el caso de España, concretamente dentro del sector financiero español, se mostró un debilitamiento de la credibilidad y confianza de las entidades en grandes grupos financieros y en las cajas de ahorro. Sus fusiones y reconversiones ocasionaron problemas en la construcción y transmisión de una identidad corporativa firme y clara. Se menciona la RSE como un instrumento que se omitió y desencadenó imágenes y reputaciones empresariales negativas, alentando al descrédito de las mismas.

Los fallos en materia de RSE que se cometieron durante dicha crisis financiera se resumen en: (Kliksberg, 2009)

- La predilección al cumplimiento de los intereses individuales de los altos directivos frente a los del conjunto de la sociedad.
- El olvido por parte del Estado como protector de los intereses públicos en las estrategias empresariales.
- El aprovechamiento de los vacíos legales y éticos que desencadenaron conductas sesgadas y deshonestas en las operaciones empresariales.
- El desentendimiento de las necesidades de los trabajadores y grupos más vulnerables.
- La inclinación a la toma de decisiones de índole puramente económica, sin atender a las consecuencias en otros ámbitos.

Las crisis económicas, sea cual sea su detonante, son parte de las fluctuaciones de los ciclos económicos. La problemática a destacar es cuando esas crisis se convierten rápidamente en crisis humanitarias. Es ahí cuando se incrementan severamente la pobreza, los estallidos sociales y las caídas de los gobiernos. (Kliksberg, 2009). En el caso que se menciona en el *epígrafe 5.2.*, la crisis del COVID-19 es lo que los expertos denominan un “*Cisne Negro*”, un impacto de poca probabilidad, pero de gran impacto en los mercados financieros que muestra perfectamente la vulnerabilidad del sistema. El nivel al que se involucren activamente las empresas para resolver las dificultades generadas será fundamental para crear un clima de confianza que ayude a salir de la crisis. (Kliksberg, 2009). Sin repetirse los errores cometidos en otros momentos de la historia económica.

Como ya mencionaba Adam Smith (1959), la ética dentro de las economías se vuelve vital para evitar riesgos y perjuicios al bienestar de los agentes económicos y grupos de interés. Se convierte en necesidad la existencia de comportamientos basados en valores como “la prudencia, la humanidad, la justicia, la generosidad y el espíritu público”.

El avance de la democracia y de la opinión pública engendra cada vez más unas mayores exigencias y responsabilidades a las empresas, entidades y gobiernos. Su descuido crea voluntades y pensamientos desagradables por parte de los afectados. Las investigaciones sugieren que hasta que la dirección de las empresas no toma una decisión que sacrifica la rentabilidad a corto plazo para demostrar sus valores y cultura empresarial, las personas no creerán realmente su compromiso con los mismos. (Kramer, 2020). Asimismo, otras ya han verificado que la utilización de medios de comunicación interactivos mejora la comunicación y credibilidad de la RSE. (Eberle, Berens y Li, 2013) (Sánchez Hervás, D. & Subiela Hernández, B., 2016)

5.2. ACTUACIONES DE RSE DURANTE LA CRISIS SOCIOSANITARIA DEL COVID-19

La crisis del COVID-19 ha dado una fuerte sacudida a las entidades y empresas de todo el mundo. Una crisis sanitaria inicial que transformó en poco tiempo una disrupción en la demanda agregada, en la oferta agregada y en los mercados financieros. Crisis en la que el impulso de la RSE ha sido clave para minimizar las consecuencias en el entorno empresarial y ayudar a luchar contra los problemas sociales y económicos derivados de la misma.

Las empresas, para afrontar la situación actual, han reorientado sus acciones en cada uno de los ámbitos que recoge la RSE dentro de su literatura (responsabilidades sociales, legales, filantrópicas, medioambientales, económicas, etc.) con objeto de cumplir con las demandas y procesos sociales de sus Stakeholders. A continuación, se exponen una lista recopilatoria de las mismas teniendo en cuenta las empresas españolas (tanto PYMES como grandes empresas) y sus posibles ventajas para la empresa a largo plazo. Para ello, se ha tomado la información que exponen en sus webs empresariales y redes sociales, además de algunas noticias de interés. (Ver epígrafe 8.2)

1. La utilización por parte de las empresas de mecanismos alternativos a la destrucción de empleo. Se utilizan otras medidas más beneficios para sus empleados como pueden ser: la solicitud de *Expedientes de Regulación de Empleo Temporal*, incorporación del teletrabajo, uso de los fondos de las empresas o la reducción de los sueldos y salarios de los ejecutivos para el asegurar el pago a sus colaboradores, etc. Esto podrá ser transformado en una mayor lealtad, productividad y reputación empresarial para las empresas. También afecta a la rentabilidad de empresa, evitando el coste de los despidos durante la crisis y de contratación cuando se empiece la recuperación. (Kramer, 2020).
2. La imagen corporativa de las empresas basadas en las acciones de RSE. El marketing empresarial se enfoca en uno basado en la solidaridad y en la concienciación para todos sus *stakeholders* y la población en general. Las empresas aportan su "grano de arena" y exigen a sus clientes que también lo aporten cumpliendo las normas del gobierno y las medidas sanitarias. Las empresas hacen uso de su posición en la economía para contribuir a la comunidad. Destacan acciones como mensajes de ánimo y esperanza en las páginas web de las empresas, uso de banners con hashtag #quedateencasa o #EstoNOtienequePARAR, publicaciones en web sociales y continuos correos electrónicos de apoyo. Esto se traduce, junto con las acciones que se llevan a cabo, en un fuerte auge de la marca, la

reputación y el prestigio empresarial. Se construye una confianza basada en el compromiso mutuo y justificado con acciones multidireccionales. (Ver epígrafe 5.1).

3. Cambios en la actividad productiva de las empresas para solventar problemas sociales. Las empresas manufactureras de productos sanitarios facilitan las normas y pasos para la fabricación de los mismos con la finalidad de que otras entidades puedan adaptar su cadena productiva y colaborar durante la emergencia sanitaria. En otras palabras, algunas empresas dejan de fabricar sus productos para centrarse en los más prioritarios: los suministros sanitarios, como pueden ser guantes, mascarillas y geles desinfectantes. Implícitamente se puede ver que se crea una nueva oportunidad de mercado (evitando su paralización empresarial), generando beneficios para las empresas y para la comunidad. (Ver epígrafe 2.3.2 y 2.3.4).
4. Realización de acciones filantrópicas. Las empresas ejecutan iniciativas humanitarias tales como donaciones de alimentos y suministros sanitarios, cesión de instalaciones para usos sanitarios e inversiones en proyecto de investigación para combatir la pandemia. Estas acciones, al ser catalogadas como filantrópicas no se consideran que originen beneficios individuales explícitos, sino implícitos. Es decir, se ven afectadas positivamente dentro del propio beneficio que generan en el entorno. (Ver epígrafe 2.3.2).
5. Transformación de las actividades económicas en base a las necesidades de los consumidores. Las empresas modifican sus operaciones y logística con la incorporación de la compra online y los envíos a domicilio de los productos. Establecen horarios y puntos de recogida para evitar las aglomeraciones y los potenciales contagios del COVID-19 durante la dinámica de compra. También se establecen estrategias de ventas, como las ofertas si se compra vía online o si se desea entrega a domicilio. Otras empresas ofrecen facilidades de pago, descuentos y asesoramiento sobre los productos y servicios para minimizar el coste de otras PYMES y autónomos.
Estas empresas satisfacen las necesidades de sus clientes de manera justa y velando por su seguridad a cambio de obtener una rentabilidad justa durante el proceso. Se hace referencia a la dimensión económica de la RSE. (Ver epígrafe 2.3.2).
6. Medidas de apoyo a sus empleados y colaboradores. Ayudan a mitigar los efectos de la reducción de los salarios, consecuencia de los ERTES, u otras, como las productoras y distribuidoras de alimentos les otorgan incentivos monetarios. Ofrecen préstamos al tipo de interés legal del dinero o inferior con objeto de evitar el endeudamiento desmesurado de los mismos. También buscan medidas creativas que refuercen la salud, protección y reconocimiento de sus empleados.
7. Acciones de apoyo de la comunidad. Algunas empresas han creado plataformas y aplicaciones para la difusión de información sobre medidas sanitarias, restricciones y empresas abiertas durante el confinamiento.
8. Aunque no se ha encontrado evidencia de acciones específicas de carácter medioambiental, probablemente al tratarse esencialmente de una crisis humanitaria, si se ha notado una clara

reafirmación por continuar y apoyar los compromisos derivados de la sostenibilidad. Conviene señalar que según el *Pacto Mundial Red Española* en referencia al Informe de Naciones Unidas “*Responsabilidad compartida, solidaridad global: una respuesta a los impactos socioeconómicos de la COVID-19*”, los efectos de la pandemia tendrán efectos tanto positivos como negativos en el cumplimiento de los ODS. Aquellos referidos a lucha contra el cambio climático podrán verse favorecidos debido a la disminución de la producción y el transporte. Sin embargo, los referidos al ámbito laboral y los derechos humanos se pueden ver entorpecidos debido al impacto económico y las pérdidas de puestos de trabajo que incrementan las desigualdades y la pobreza, entre otras.

6. CONCLUSIONES

A día de hoy, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un concepto inseparable de las acciones empresariales, tanto para PYMES como grandes empresas. El grado de impacto que tienen sus acciones y actividades en la economía, la sociedad y el medioambiente es tan grande que no se puede ignorar. A pesar de la inexistencia de un consenso entre los expertos, se puede concluir que el compromiso y ejecución de las estrategias basadas en RSE implica que las empresas deben hacerse cargo de las responsabilidades que legitiman su posición en las economías en las que operan (legales, políticas, fiscales, técnicas y económicas) y al mismo tiempo, cumplir con las responsabilidades como figura perteneciente e influyente en el entorno y en sus *stakeholders* (responsabilidades sociales, medioambientales y filantrópicas).

En esta materia, el *Pacto de las Naciones Unidas* es la mayor iniciativa puesta en marcha, la cual se compone por dos pilares fundamentales: los *Diez Principios* y la *Agenda 2030*. Los *Diez principios* son considerados los estándares mínimos de comportamiento para que una empresa sea cual sea su tamaño, sector de actividad o lugar de operaciones opere responsablemente. Además, de acuerdo con los 17 Objetivos que se plantean, las empresas deben focalizar sus esfuerzos en seleccionar y desarrollar los ODS que más relevancia tienen dada su actividad o país de actuación.

Para ello, la brecha entre PYMES y grandes empresas debe seguir reduciéndose en los próximos años. La difusión del conocimiento sobre RSE, la orientación de estrategias y el apoyo mediante proyectos de inversión y financiación por parte de las autoridades se hacen vitales.

La empresa empieza a identificarse como una institución esencial para el avance social, económico y medioambiental. La dinámica de las empresas en el mundo se puede visualizar como células indispensables que deben funcionar unidas y cohesionadas por el bien del organismo al que pertenecen y no únicamente como máquinas generadoras de beneficio individual. La confianza y la concienciación se vuelven claves en estos procesos, especialmente durante impactos negativos en el entorno. Las crisis económicas hacen entrever las deficiencias y debilidades que aún quedan en materia de RSE, aunque análogamente, también refuerzan las viabilidades que tiene para las entidades tomar en serio las acciones de refuerzo y desarrollo en cada uno de los ámbitos expuestos a lo largo este trabajo.

Las estrategias RSE seguidas durante el COVID-19 muestran un claro diferenciamiento en comparación con las aplicadas en otras crisis de la historia. Fundamentalmente, esta crisis alberga una incertidumbre

mayor que sus predecesoras. En el ámbito ambiental, ninguna otra pandemia, recesión o guerra había tenido un impacto tan grande en las emisiones de CO₂ durante el último siglo. La mayor caída en las cantidades de CO₂ proviene de la disminución del transporte terrestre. Sin embargo, desde las autoridades se está incentivando el uso del transporte privado como medida de prevención ante los contagios. En cuanto al ámbito económico y social, se habla de una generación pérdida o de la generación de las dos crisis. La generación de los milenial (los nacidos entre 1981 y 1999) se vieron envueltos en una tremenda crisis al inicio de sus proyectos de vida, donde sus aspiraciones se tornaron frustradas y tuvieron que resetearlo todo para salir adelante. Ahora, tras largos años de recuperación para reubicarse, una nueva crisis vuelve a parar de golpe sus vidas, sus proyectos. Apenas una década después. A lo que se suma, que España es el país de la UE con mayor tasa de paro juvenil, superior al 32,7 % según los datos de Eurostat.

El destino de esta generación, así como el del planeta son algunos de los muchos factores que condicionarán las actuaciones de las empresas en materia de RSE. Sus ventajas y su impacto en el entorno serán reflejado en los próximos años de recuperación.

7. LIMITACIONES DE LA ORIENTACIÓN Y ALCANCE DEL TRABAJO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Inicialmente, el contenido de este trabajo estaba centrado en un estudio que midiera el nivel de incidencia que han tenido las estrategias de RSE en las empresas del archipiélago canario. Es decir, en qué ámbitos de la RSE se estaban desarrollando y avanzando sus estrategias y en cuáles no y por qué. Para ello, se había planteado realizar una encuesta a una muestra representativa de las mismas y utilizar la metodología del Modelo de RASCH para evaluar qué tendencias existen competitivamente hablando.

No obstante, la crisis sanitaria del COVID-19 (que empezó en marzo de este año y ha perdurado hasta la entrega de esta memoria) ha impedido su correcta elaboración. La paralización de las empresas escogidas para la muestra y el período de confinamiento han dificultado la extracción de unas conclusiones de fundamento empírico y la consulta de los materiales físicos bibliográficos ofrecidos por la biblioteca de la Universidad de La Laguna. Dada la importancia de promover el concepto de RSE en PYMES y grandes empresas canarias, lo proponemos como posible línea de investigación en un futuro.

Siguiendo la misma línea práctica de investigación, también se podrían medir las estrategias empresariales a través del cumplimiento de los objetivos marcados por la Agenda 2030. Los resultados contribuirían a determinar cuáles están teniendo un mayor impacto, cuáles no se están llevando a cabo y en su caso, en cuáles debería hacerse un esfuerzo mayor por parte de las empresas y el gobierno canario.

Para estas líneas de investigación será esencial tener en cuenta el impacto del COVID-19 sobre la aplicación de dichas estrategias en el año 2020, dado que algunas variables se habrán impulsado y otras se habrán entorpecido según las características de las empresas.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ENLACES DE INTERÉS

Para la elaboración de este trabajo se han tomado las siguientes referencias bibliográficas y enlaces de interés.

8.1 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Atará Rueda, B.M (2015). “*Elaboración de instrumentos y pautas de orientación para la gestión práctica de la RSC para PYMES*” (Trabajo final de grado). Universidad Politécnica de Barcelona. Cataluña.

Recuperado de:

https://puntoq.ull.es/primoexplore/fulldisplay?docid=TN_cbuc_cat2072%2F258790&context=PC&vid=ull&lang=es_ES

Brown, T. y Dacin, P. (1997). “The company and the product: corporate associations and consumer product responses”. *Journal of Marketing*, Vol. 61 (January), p. 68-84.

Carroll, A.B (1979). A three- Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*. Vol. 4. pp. 497-505. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/257850>

Eberle, D., Berens, G. y Li, T. (2013), «The impact of Interactive Corporate Social Responsibility Communication on Corporate Reputation» en *Journal Business Ethics*, 118, pp. 731-746.

Fassin, Yves. "A Dynamic Perspective in Freeman's Stakeholder Model." *Journal of Business Ethics* 96.S1 (2010): 39-49. Web. Recuperado de:

https://puntoq.ull.es/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_springer_jour10.1007%2Fs10551-011-0942-6&context=PC&vid=ull&lang=es_ES

Forética (2008). Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España. Recuperado de: https://foretica.org/categoria_publicacion/informes-foretica/

Forética. (2011). Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en España. Recuperado de: https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/informes-foretica/informe_2011_version_extendida.pdf

Forética. (2015). Informe Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España. Recuperado de: https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/informes-foretica/informe_foretica_2015.pdf

Freeman, R., (1984). “*Strategic Management: A Stakeholder Approach*”. Boston: Pitman.

García del Junco, J., Palacios, B., y Espasandín, F., (2018) *Manual práctico de responsabilidad social corporativa. Gestión, diagnóstico e impacto en la empresa*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Garriga, E. y D. Melé (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. Journal of Business Ethics. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/profile/Domenec_Mele/publication/228737225_Citation_Classics_from_the_Journal_of_Business_Ethics/links/0046352a250a23e44b000000/Citation-Classics-from-the-Journal-of-Business-Ethics.pdf

Kliksberg, Bernardo. (2009). “RSE en tiempos de crisis”. *Harvard Deusto Business Review*, 180, 38-45. Recuperado de: <https://puntoq.ull.es/primo-explore/fulldisplay?docid=ullabsysULL00434572c-4&context=L&vid=ull>

Kramer, Mark R. (2020). “Coronavirus Is Putting Corporate Social Responsibility to the Test”. *Harvard Business Review*. Recuperado de: <https://hbr.org/2020/04/coronavirus-is-putting-corporate-social-responsibility-to-the-test>.

Lorenzo, C. (2019). *Medición de los objetivos de Desarrollo Sostenible en la Unión Europea a través de indicadores compuestos* (Trabajo final de grado). Universidad de La Laguna, Tenerife, España.

Ludevid, M. (2000). “La gestión ambiental de la empresa” [versión electrónica]. Barcelona: Editorial Ariel. Recuperado de:

https://www.academia.edu/8639308/LA_GESTI%C3%93N_AMBIENTAL_DE_LA_EMPRESA_MANUEL_LUDEVID_EDITORIAL_ARIEL_BARCELONA_-2004_1

Martínez, P., y Rodríguez, I. (2017). *La responsabilidad social corporativa en el sector turístico*. Cantabria: Editorial Académica Española.

Pes, A., Cueva, G., y Pich, V. (Noviembre de 2019). Guía para PYMES ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <https://www.clmsostenible.es/wp-content/uploads/2019/11/Guia-para-pymes-ante-los-ODS-Noviembre-2019.pdf>

Pérez, A. & Rodríguez del Bosque, I. (28 de septiembre de 2011). *La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España*. *Universia Business Review*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3866625>

Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas “Transformar nuestro mundo: la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” A/RES/70/1 (25 de septiembre de 2015). Recuperado de: https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

Sánchez Hervás, D. & Subiela Hernández, B. (2016). *La comunicación de la responsabilidad social corporativa en las organizaciones españolas con mejor reputación*. *Sphera Publica*, 2, (16), 39-53.

Definición de PYME en la UE. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (IPYME). Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Recuperado de: <http://www.ipyme.org/es-ES/UnionEuropea/UnionEuropea/PoliticaEuropea/Marco/Paginas/NuevaDefinicionPYME.aspx>

Smith, A. (1959). *The Theory of Moral Sentiments* [versión electrónica]. (6º ed.). São Paulo: MetaLibri. Recuperado de: https://www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_MoralSentiments_p.pdf

Empresas por CCAA, actividades principales, estratos de asalariados y años. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Gobierno de Canarias. Recuperado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/menu.do?uripub=urn:uuid:fd0f6cf2-861b-4a97-8a81-d9308b049739>

Torres López, J. (2012). "Crisis Financiera". Instituto de Investigaciones Sociales. Universidad Autónoma de México. Recuperado de: http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/504trabajo.pdf

8.2. ENLACES DE INTERÉS

Arana, I. (2019, 14 de noviembre). El 78% de las pymes desconoce la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. *CincoDías EIPaís*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/11/13/companias/1573648190_634073.html

BBVA. (3 de noviembre de 2015). *¿Qué es un ciclo económico?* Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/que-es-un-ciclo-economico/>

Binter pone en marcha varias iniciativas para la lucha contra la COVID-19. (12 de abril de 2020). *Diario de Avisos*. Recuperado de: <https://diariodeavisos.elespanol.com/2020/04/binter-pone-en-marcha-varias-iniciativas-para-la-lucha-contra-la-covid-19/>

Chocolates Valor sube un 20% el sueldo a la plantilla de sus fábricas "por el esfuerzo y la entrega" (18 de abril). *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/economia/2020/04/18/5e9ad655fdddf800e8b465c.html>

Días, L. (30 de marzo de 2020). 45.000 mascarillas llegarán a Tenerife gracias a una acción solidaria. *Diario de Avisos*. Recuperado de: <https://diariodeavisos.elespanol.com/2020/03/45-000-mascarillas-llegaran-a-tenerife-gracias-a-una-accion-solidaria/>

Endesa. (3 de mayo de 2020). La inversión de 1.200 millones para digitalizar Endesa desde 2016, clave para garantizar el suministro en esta crisis. Recuperado de: <https://www.endesa.com/es/prensa/sala-de-prensa/noticias/transicion-energetica/digitalizacion/la-inversion-de-1-200-millones-para-digitalizar-endesa-desde-clave-para-garantizar-el-suministro-en-esta-crisis>

Endesa dona respiradores y mascarillas a Sanidad y las comunidades. (17 de abril de 2020). *El día*. Recuperado de: <https://www.eldia.es/economia/2020/04/18/endesa-dona-respiradores-mascarillas-sanidad/1071301.html>

EUROPA PRESS. (13 de abril de 2020). PwC lanza un pasaporte sanitario digital para conocer la salud de los trabajadores. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/economia/2020-04-13/coronavirus-pasaporte-sanitario_2546495/

EUROPA PRESS. (17 de abril de 2020). Más de 600 empresas se unen en una semana a la iniciativa #EstoNOtienequePARAR para impulsar la recuperación económica. *EUROPA PRESS*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/economia/noticia-mas-600-empresas-unen-iniciativa-estonotienequeparar-impulsar-recuperacion-economica-20200417185207.html>

Figueras, B. (27 de marzo de 2020). La recesión que viene: cómo afectará a sectores y empresas. Recuperado de: <https://ideas.pwc.es/archivos/20200327/recesion-que-viene-como-afectara-sectores-y-empresas/>

Fyde CajaCanarias (7 de mayo). Emilio Ontiveros, José Luis Rivero: "Perspectivas económicas y nuevos desafíos ante la crisis del Covid-19" [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=qRf7qilY6BY>

Gámez, M. J. (s. f.). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Gantes, Y. (19 de marzo de 2020). Qué debe hacer un CEO ante la crisis: comunicar, proteger al empleado, hacer un equipo de guerra y un plan de contingencia. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/status/noticias/10426559/03/20/Que-debe-hacer-un-CEO-ante-la-cri-sis-comunicar-proteger-al-empleado-hacer-un-equipo-de-guerra-y-un-plan-de-contingencia-.html>

Gantes, Y. (15 de abril de 2020). El as en la manga de Amancio Ortega: Zara es la marca de moda española más valiosa del mundo. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/status/noticias/10482255/04/20/El-as-en-la-manga-de-Amancio-Ortega-Zara-es-la-marca-de-moda-espanola-mas-valiosa-del-mundo.html>

Grupo Dinosol. (26 de marzo de 2020). Hiperdino adapta varias de sus tiendas para dar servicio a la compra online. Recuperado de: <https://www.hiperdino.es/c9494/noticias/hiperdino-adapta-varias-de-sus-tiendas-para-dar-servicio-a-la-compra-online>

Grupo Dinosol. (3 de abril de 2020). Hiperdino reubica a 560 empleados tras el cierre temporal de la mayoría de sus tiendas turísticas. Recuperado de: <https://www.hiperdino.es/c9494/noticias/hiperdino-reubica-a-560-empleados-tras-el-cierre-temporal-de-la-mayor-a-de-sus-tiendas-tur-sticas>

Lorenzo, A. (3 de abril de 2020). Vodafone, el 'conseguidor' tecnológico del hospital del Ifema. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/10461599/04/20/Vodafone-el-conseguidor-tecnologico-del-hospital-del-Ifema.html>

Naciones Unidas. (2015, Abril 15). Diez Principios Archivos. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

Normalización Española. (20 de marzo de 2020). UNE facilita el acceso gratuito a sus normas para la fabricación de material contra el coronavirus. Recuperado de: <https://www.une.org/la-asociacion/sala-de-informacion-une/notas-de-prensa/une-facilita-el-acceso-gratuito-a-sus-normas-para-la-fabricacion-de-material-contra-el-coronavirus>

Pacto Mundial Red Española. (4 de abril de 2020). Los efectos de la COVID-19 en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <https://www.pactomundial.org/2020/04/los-efectos-de-la-covid-19-en-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Silos, J. (4 de abril de 2020). El Covid-19 desnuda la vulnerabilidad del sistema. *Invertia. El español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/invertia/opinion/20200404/covid-19-desnuda-vulnerabilidad-sistema/479822015_12.html

Vega, J. (18 de mayo de 2020). Asesores e ingenieros crean una web con todas las ayudas COVID para autónomos. *Cinco días*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/17/autonomos/1589732870_790716.html

Vera, L. (18 de mayo de 2020). Las pymes a las que el coronavirus les ha venido bien. *Cinco días*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/18/pyme/1589783575_835099.html