

Las empresas españolas y el Pacto Mundial

Silvia Ayuso
Mercè Roca

Documento de trabajo nº 8
Septiembre 2010



Cátedra de Responsabilidad
Social Corporativa

Escola Superior de Comerç Internacional
UNIVERSITAT POMPEU FABRA

Los contenidos de este documento son propiedad de sus autores y de ESCI, y queda prohibido su uso para finalidades comerciales. Se permite su difusión para finalidades formativas, de promoción y sensibilización, siempre haciendo referencia a la fuente original y autoría.

<http://mango.esci.es>

Depósito legal: B-42729-2010

Las empresas españolas y el Pacto Mundial

Silvia Ayuso

Mercè Roca

Escola Superior de Comerç Internacional – Universitat Pompeu Fabra

Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa

Documento de trabajo nº 8

Septiembre 2010

Índice

0. Resumen / Resum / Summary	1
1. Introducción	2
2. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas	3
2.1. Iniciativas internacionales de RSC.....	3
2.2. Funcionamiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.....	4
2.3. Éxito del Pacto Mundial en España.....	6
2.4. ¿Impacto real del Pacto Mundial?.....	7
3. Objetivo y metodología	9
3.1. Objetivo.....	9
3.2. Metodología.....	9
3.2.1. Descripción de la recogida de datos.....	9
3.2.2. Descripción de la muestra.....	10
4. Presentación y análisis de datos	13
4.1. Motivaciones y beneficios del Pacto Mundial.....	13
4.2. Resultados directos de adherirse al Pacto Mundial.....	17
4.3. Resultados indirectos de adherirse al Pacto Mundial.....	20
4.4. Elaboración de Informes de Progreso.....	24
5. Conclusiones	28
Referencias y notas	30
Anexos	31
Información sobre los autores	41

Cuadros

Cuadro 1: Principales iniciativas internacionales de RSC.....	3
Cuadro 2: Los Diez Principios del Pacto Mundial.....	5

Tablas

Tabla 1: Razones para adherirse al Pacto Mundial.....	13
Tabla 2: Beneficios percibidos de adherirse al Pacto Mundial.....	15
Tabla 3: Implantación de los principios del Pacto Mundial.....	19
Tabla 4: Impacto en el desempeño económico.....	19
Tabla 5: Impacto de la crisis económica.....	20
Tabla 6: Familiarización con la RSC antes y después de adhesión al Pacto Mundial.....	21
Tabla 7: Participación en redes de RSC después de adhesión al Pacto Mundial.....	23
Tabla 8: Implantación de diferentes sistemas de gestión antes y después de adhesión al Pacto Mundial.....	24

Figuras

Figura 1: Firmantes del Pacto Mundial en España (Julio 2010).....	6
Figura 2: Evolución de firmantes del Pacto Mundial en España.....	7
Figura 3: Cargos de personas que respondieron la encuesta.....	10
Figura 4: Tipología de empresas según dimensión.....	10
Figura 5: Sectores de empresas según clasificación CNAE.....	11

Figura 6: Año de adhesión al Pacto Mundial.....	12
Figura 7: Valoración promedio de motivaciones y beneficios del Pacto Mundial.....	16
Figura 8: Valoración promedio de beneficios por firmantes primeros y recientes.....	17
Figura 9: Valoración promedio de implantación de los principios del Pacto Mundial antes y después de adhesión	18
Figura 10: Mejora del entendimiento de la RSC.....	21
Figura 11: Participación en redes de RSC antes de adhesión al Pacto Mundial.....	22
Figura 12: Implantación del total de sistemas de gestión antes y después de adhesión al Pacto Mundial	23
Figura 13: Presentación de Informes de Progreso	25
Figura 14: Conocimiento de la aplicación informática de la Red Española del Pacto Mundial.....	25
Figura 15: Uso de la aplicación informática de la Red Española del Pacto Mundial.....	26
Figura 16: Integración del IdP en memoria de sostenibilidad según GRI.....	26
Figura 17: Empresas que prefieren directrices GRI a plantilla del IdP	27

0. Resumen / Resum / Summary

Resumen: El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, considerado “la mayor iniciativa mundial de sostenibilidad empresarial” ha cumplido su décimo aniversario en Julio de 2010. El presente trabajo contribuye a comprender mejor el impacto del Pacto Mundial en las empresas españolas. En particular, se analizan las motivaciones para adherirse al Pacto Mundial y los beneficios percibidos, los resultados experimentados de forma directa e indirecta, y los parámetros utilizados en la elaboración de los Informes de Progreso. El estudio se basa en una encuesta *online* contestada por 213 de las empresas adheridas al Pacto Mundial en España en Enero/Febrero del 2010.

Resum: El Pacte Mundial de les Nacions Unides, considerat “la major iniciativa mundial de sostenibilitat empresarial” ha complert el seu desè aniversari al juliol de 2010. El present treball contribueix a comprendre millor l'impacte del Pacte Mundial en les empreses espanyoles. En particular, s'analitzen les motivacions per adherir-se al Pacte Mundial i els beneficis percebuts, els resultats experimentats de forma directa i indirecta, i els paràmetres utilitzats en l'elaboració dels Informes de Progrés. L'estudi es basa en una enquesta *online* contestada per 213 de les empreses adherides al Pacte Mundial a Espanya al gener/febrer del 2010.

Summary: The United Nations Global Compact, considered "the largest global corporate sustainability initiative" has completed its tenth anniversary in July 2010. This study contributes to better understand the impact of the Global Compact on Spanish companies. In particular, we analyze the motivations for joining the Global Compact and the perceived benefits, the results experienced directly and indirectly, and the parameters used in the preparation of Communication on Progress reports. The study is based on an online survey answered by 213 of the companies participating in the Global Compact in Spain in January/February 2010.

1. Introducción

En los últimos años, las expectativas sobre el papel que desempeñan las empresas en la sociedad ha ido cambiando, generándose el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que se ha incorporado a una nueva forma de pensar y de actuar en los negocios. Cada vez más, las compañías reconocen que deben comportarse de forma ética y responder de manera satisfactoria a las expectativas de sus diversos grupos de interés o *stakeholders* como empleados, clientes, proveedores y comunidad en la que opera, entre otros. En última instancia, el concepto RSC hace referencia al papel que deben de jugar las empresas en la sociedad y a las responsabilidades que deben asumir de cara a un desarrollo sostenible.

Con el fin de ayudar a las empresas a poner en práctica la RSC en un entorno global se han desarrollado numerosas guías y estándares internacionales. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, considerado “la mayor iniciativa mundial de sostenibilidad empresarial”¹ ha cumplido su décimo aniversario en Julio de 2010. Esta iniciativa persigue el objetivo de que las empresas adopten un conjunto de principios universales en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. El éxito de la iniciativa se demuestra con el gran número de empresas participantes en todo el mundo - más de 8.000 entidades, incluidas 6.000 empresas de 135 países -, y sobre todo en España, donde ya son más de 1.000 las entidades que han firmado el Pacto.

Sin embargo, a pesar del potencial del Pacto Mundial como herramienta para contribuir a un comportamiento responsable de las empresas que operan en diferentes países y culturas, se han realizado pocos estudios empíricos sobre el impacto de esta iniciativa en las prácticas actuales de las empresas adheridas. Para mejorar el entendimiento sobre la participación en la iniciativa y saber hasta qué grado es capaz de impulsar cambios en las empresas participantes, el presente trabajo pretende estudiar el caso de las empresas españolas y analizar las motivaciones, beneficios y resultados que perciben.

Tras una descripción de la iniciativa del Pacto Mundial (Capítulo 2) y del objetivo y metodología de la investigación realizada (Capítulo 3), se da paso a la presentación y al análisis de los datos de la encuesta realizada (Capítulo 4). Finalmente, en el Capítulo 5 se extraen las principales conclusiones del estudio.

2. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas

2.1. Iniciativas internacionales de RSC

El creciente interés por la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha ido acompañado por el desarrollo de numerosas guías y estándares internacionales. Estos documentos, elaborados por todo tipo de organizaciones, pretenden ayudar a las empresas a poner en práctica la RSC de forma general o poniendo el énfasis en dimensiones específicas de la RSC, como los derechos humanos, los derechos laborales, la salud y seguridad laboral, el medio ambiente y la corrupción. El Cuadro 1 muestra las iniciativas generales más importantes.

Cuadro 1: Principales iniciativas internacionales de RSC

- **Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales:** Las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) son recomendaciones dirigidas a las empresas multinacionales con el fin de promover un comportamiento responsable de las mismas, instaurar un clima favorable para la inversión internacional e incrementar las aportaciones positivas de las multinacionales en los campos económico, social y medioambiental.
- **Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT:** La Declaración Tripartita de Principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) se basa en convenios y recomendaciones internacionales y ofrece a las empresas multinacionales, a los gobiernos, a los empleadores y a los trabajadores orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida, y relaciones laborales.
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** El Pacto Mundial es una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.
- **Objetivos de Desarrollo del Milenio:** Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) de las Naciones Unidas son ocho objetivos que los 191 Estados Miembros de las Naciones Unidas convinieron en tratar de alcanzar para 2015. En base a la Declaración del Milenio, firmada en septiembre de 2000, los ODM promueven a luchar contra la pobreza, el hambre, la enfermedad, el analfabetismo, la degradación del medio ambiente y la discriminación contra la mujer.

De estas iniciativas, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas es la única que formaliza la adhesión de las empresas a sus principios y requiere una

comunicación periódica sobre los avances logrados en la implantación de esos principios. En este sentido se puede decir que se ha convertido en la mayor iniciativa de RSC existente a nivel mundial, en número de empresas adheridas.²

2.2. Funcionamiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas



La idea de un Pacto Mundial de las Naciones Unidas (*United Nations Global Compact*) en materia de responsabilidad social de las empresas fue lanzada por el Secretario General de la ONU, Kofi Annan, ante el Foro Económico Mundial en Davos, el 31 de Enero de 1999. Su fase operativa comenzó el 26 de Julio de 2000, cuando el mismo Secretario General hizo una llamada a los líderes y responsables de las compañías para que se unieran a un gran Pacto que llevara a la práctica el compromiso de sincronizar la actividad y las necesidades de las empresas con los principios y objetivos de la acción política e institucional de Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y de la propia sociedad civil. Diez años después de su lanzamiento, más de 8.000 entidades, incluidas 6.000 empresas de 135 países diferentes, se han adherido al Pacto Mundial.

La esencia del Pacto Mundial son diez principios basados en Declaraciones y Convenciones Universales (ver Cuadro 2). Cuando se puso en marcha, la iniciativa sólo contaba con nueve principios: dos sobre derechos humanos basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos; cuatro laborales, inspirados en la Declaración de la OIT sobre Principios Fundamentales y Derechos Laborales, y tres sobre medio ambiente tomando como referencia la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo. A mediados de 2004 se vio la necesidad de reforzar los nueve principios ya existentes con un décimo principio de lucha contra la corrupción, basándose en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

Cuando una empresa se adhiere voluntariamente al Pacto Mundial se compromete a incorporar los principios del mismo a los valores de la empresa y a integrarlos en su funcionamiento, además de divulgarlos a sus *stakeholders*. Para ello tiene que mandar una carta a las Naciones Unidas, empezar a establecer los cambios en su actividad para incorporar los diez principios del Pacto y comunicar públicamente su soporte a la iniciativa.

Cuadro 2: Los Diez Principios del Pacto Mundial

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.

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

Derechos laborales

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

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

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

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

Medio ambiente

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

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

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

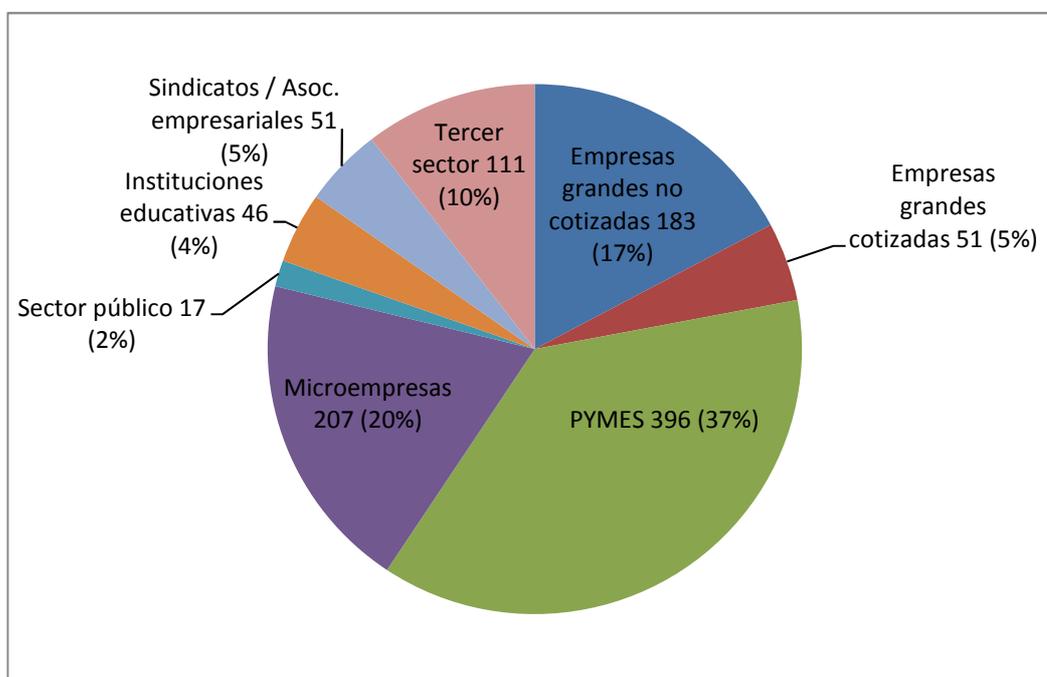
Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

En el plazo de dos años, como máximo, las empresas que se han adherido al Pacto Mundial tienen también que publicar los Informes de Progreso, unos documentos donde se muestra la evolución y el estado de aplicación de los diez principios - en caso contrario las empresas serán declaradas inactivas. Una vez empiezan a publicar los Informes de Progreso, las empresas tendrán que elaborarlos anualmente, ya sea mediante un documento específico, o bien integrando esta información en su memoria de sostenibilidad.

2.3. Éxito del Pacto Mundial en España

La iniciativa de Pacto Mundial cuenta actualmente con 100 redes locales en distintos países, que sirven de intermediarias entre la sede central en Nueva York y el propio país. En España se dio a conocer la iniciativa de la mano de la Fundación Rafael del Pino en 2002, y en 2003 se creó un Comité de Coordinación para impulsar el proceso de aprendizaje y diálogo entre las empresas adheridas al Pacto Mundial. En 2004 esta plataforma varió su configuración inicial y se constituyó como Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM). La red española se convirtió a partir de ese momento en una de las primeras plataformas mundiales de esta naturaleza y características. Se trata de una de las redes más activas y destaca por su modelo *multistakeholder* que agrupa a distintos grupos de interés: empresas, ONG, sindicatos, instituciones académicas y organismos sociales. En 2008 la Asociación cambió su denominación a "Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas". Los objetivos principales de la Red Española del Pacto Mundial son apoyar, promover y difundir la incorporación de los diez principios en la visión estratégica de las empresas del país y organizar actividades para el aprendizaje interactivo de las empresas. A fecha de Julio de 2010 son 1062 las entidades que han firmado el Pacto en España (ver Figura 1). De ellas, 247 son firmantes asociados, organizaciones que abonan una cuota a la asociación y se benefician de los distintos servicios y programas ofrecidos.

Figura 1: Firmantes del Pacto Mundial en España (Julio 2010)

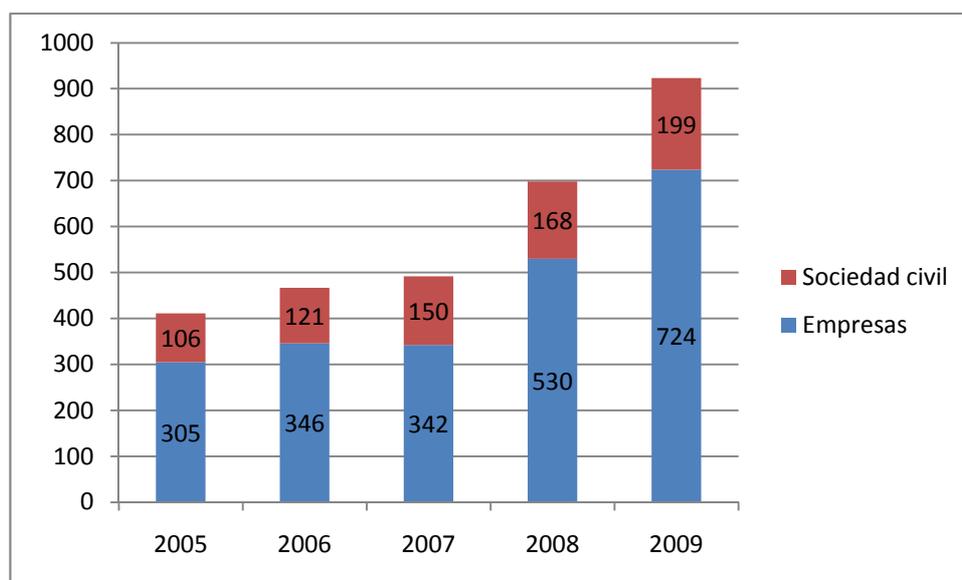


Fuente: Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (2010)

A pesar de que pueden adherirse a la iniciativa todo tipo de entidades, son las empresas las que en todo momento han liderado el número de adhesiones (ver

Figura 2). Según las estadísticas de la oficina central del Global Compact, España es uno de los países con mayor número de empresas adheridas.³ Además, a diferencia de la oficina central de la iniciativa, la Red Española del Pacto Mundial admite las adhesiones de microempresas (empresas con menos de 10 trabajadores), pero las libera de la obligación de presentar el Informe de Progreso.

Figura 2: Evolución de firmantes del Pacto Mundial en España



Fuente: Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (2010)

2.4. ¿Impacto real del Pacto Mundial?

A pesar de la buena acogida del Pacto Mundial en el mundo y en España, se han realizado pocos estudios empíricos sobre el impacto de esta iniciativa en las prácticas actuales de las empresas adheridas.⁴

Desde 2007, la oficina central del Global Compact publica un Informe Anual (*UN Global Compact Annual Review*) que incluye los resultados de una encuesta sobre la implementación de los diez principios en empresas adheridas a la iniciativa de todo el mundo. El documento revela las razones para adherirse al Pacto Mundial y el modo de cumplir con los principios según las empresas encuestadas, pero no muestra la influencia específica de la adhesión al Pacto Mundial sobre el comportamiento responsable de las compañías.

Un informe encargado por el Global Compact a la consultoría McKinsey & Company en el año 2004 pretendía evaluar los impactos del Pacto Mundial, tanto sobre las compañías participantes como sobre gobiernos, sociedad civil y la misma institución de las Naciones Unidas.⁵ Sin embargo, los estudios encargados en años posteriores (2007 y 2010) han adoptado una perspectiva

menos específica e investigan las tendencias de las empresas adheridas con respecto a su estrategia de RSC en general.

También en el ámbito académico se han realizado pocos estudios empíricos sobre la contribución del Pacto Mundial a la RSC. Mientras Cetindamar y Husoy han analizado las motivaciones para participar en el Pacto Mundial y los beneficios percibidos de una pequeña muestra de empresas de diferentes países, Runhaar y Lafferty han examinado la relevancia del Pacto Mundial en la estrategia de RSC de tres empresas europeas del sector de las telecomunicaciones.⁶

En este sentido, el presente trabajo pretende ampliar el conocimiento sobre la contribución del Pacto Mundial a la RSC, estudiando la participación de las empresas adheridas en un contexto nacional específico – el español – y analizando en detalle las motivaciones, los beneficios y los resultados directos e indirectos que perciben las empresas.

3. Objetivo y metodología

3.1. Objetivo

El presente estudio tiene por objetivo analizar la participación de las empresas españolas en el Pacto Mundial, y en particular investigar las motivaciones de las empresas para adherirse al Pacto Mundial y los beneficios percibidos, los resultados experimentados de forma directa e indirecta, y los parámetros utilizados en la elaboración de los Informes de Progreso.

3.2. Metodología

3.2.1. Descripción de la recogida de datos

Para cumplir con el objetivo del estudio, las autoras elaboraron un cuestionario en colaboración con investigadores de dos escuelas universitarias de Estados Unidos (LIM College y College of Staten Island – City University of New York). El cuestionario fue testado con empresas estadounidenses en Septiembre de 2009, y traducido al castellano después de su adaptación. El cuestionario contiene 47 preguntas estructuradas en 6 apartados: 1. Presentación, 2. Alguna información sobre Usted, 3. Alguna información sobre su empresa, 4. Su participación en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 5. Informes de Progreso, 6. Su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (ver Anexo 1). La encuesta se administró con ayuda de una herramienta específica para encuestas *online* (Survey Monkey) de forma anónima.

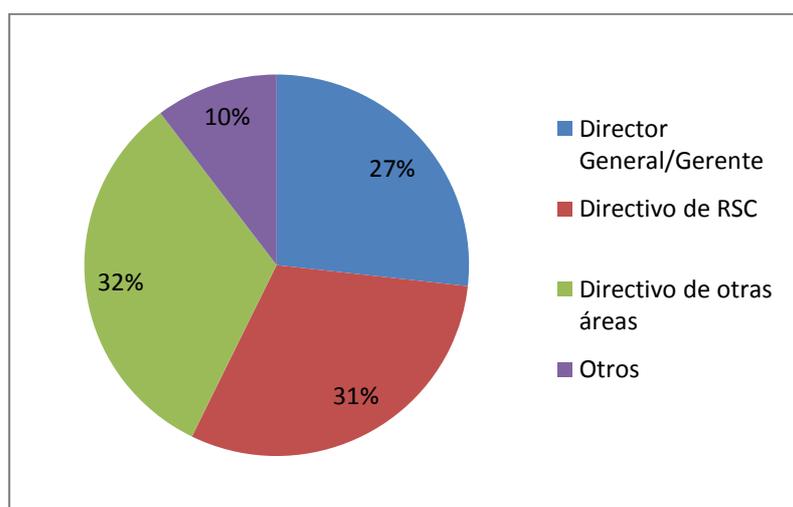
A fecha de 15 de Diciembre de 2009, el Pacto Mundial en España contaba con 716 empresas adheridas. Los nombres de las empresas se tomaron de la página web de la Red Española del Pacto Mundial (www.pactomundial.org).⁷ Se buscó un correo electrónico de contacto, ya fuera del Departamento de RSC o general, a través de las páginas web de las empresas. En el caso de que la empresa no dispusiera de página web, se buscó un teléfono de contacto en las Páginas Amarillas y se pidió el correo electrónico por teléfono. En total, se obtuvieron los contactos de 698 empresas, a las cuales se les envió un email explicando el objetivo del estudio y pidiendo su colaboración para completar la encuesta online. Se concedió un mes para contestar a la encuesta y se enviaron dos correos recordatorios a las empresas que no habían contestado. La recogida de datos fue realizada durante los meses de Enero y Febrero de 2010.

De las empresas contactadas, contestaron un total de 213 empresas de forma completa (30%); se descartaron las 57 respuestas incompletas.

3.2.2. Descripción de la muestra

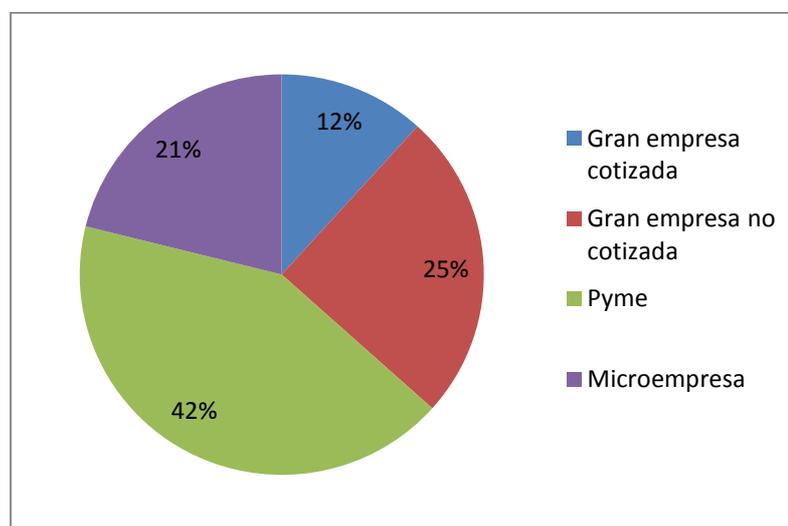
El cuestionario iba dirigido al máximo responsable de la empresa o a la persona encargada de los temas de Responsabilidad Social Corporativa o Sostenibilidad. Efectivamente, los encuestados fueron en su mayoría directivos de las empresas (57 directores generales o gerentes, 65 directivos de RSC, Sostenibilidad, Medio ambiente o Reputación y 69 directivos de otras áreas), mientras que 22 de los encuestados indicaron tener otro tipo de cargo en las empresas. La Figura 3 muestra la distribución de encuestados por cargos ocupados en sus respectivas empresas.

Figura 3: Cargos de personas que respondieron la encuesta



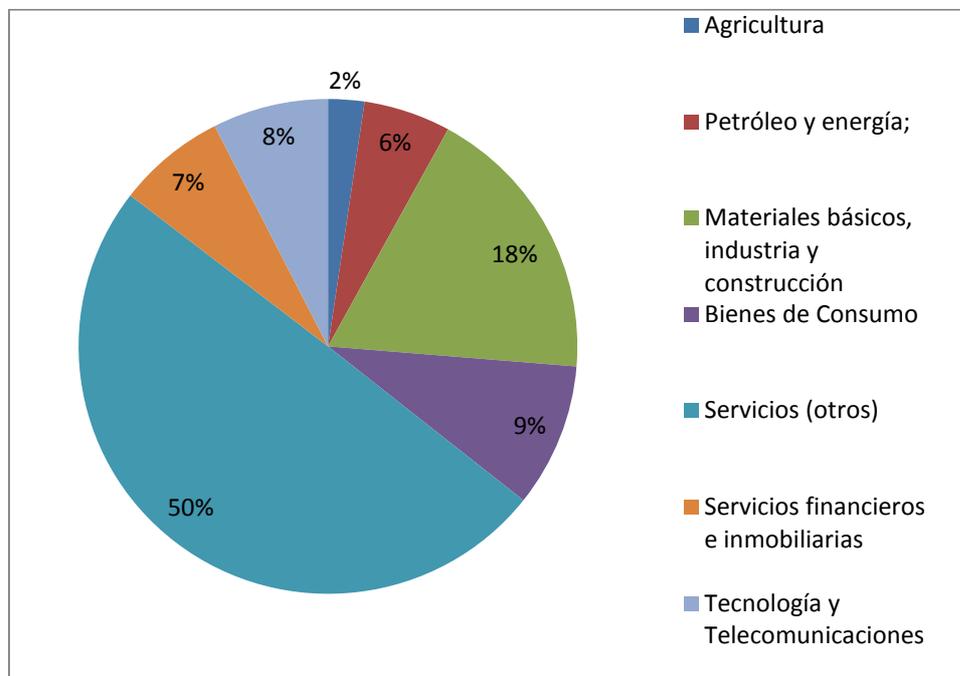
Entre las empresas encuestadas, 25 eran grandes empresas cotizadas, 53 eran grandes empresas no cotizadas, 90 eran pequeñas y medianas empresas (empresas con más de 10 y menos de 250 trabajadores) y 45 eran microempresas (empresas con menos de 10 trabajadores). La Figura 4 muestra la distribución de empresas por dimensión.

Figura 4: Tipología de empresas según dimensión



La Figura 5 muestra la distribución de empresas por sectores, utilizando la clasificación del CNAE. Se identifica claramente el predominio de empresas del sector servicios.

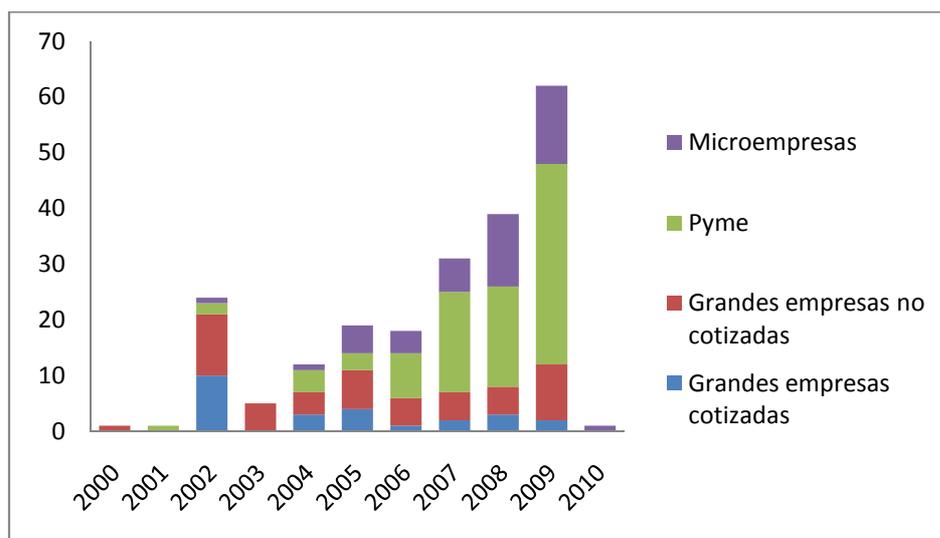
Figura 5: Sectores de empresas según clasificación CNAE



Una gran parte de las empresas se había adherido al Pacto Mundial en los dos años anteriores a la realización de la encuesta (102 de las 213 empresas adheridas entre el 2008 y el 2010). Por dimensión de empresa, destaca que las más tempranas en adherirse fueron las empresas grandes (cotizadas y no cotizadas), con 34 empresas adheridas con anterioridad al 2004. En cambio, en los últimos años han ganado peso las adhesiones de Pymes y microempresas. La Figura 6 muestra el número de empresas adheridas por año de adhesión y por dimensión.

Para diferenciar entre las primeras empresas en adherirse a la iniciativa y las empresas que se han incorporado más recientemente, en el subsiguiente análisis distinguiremos los primeros firmantes (hasta el año 2006) de los firmantes recientes (a partir del año 2007). Hemos utilizado como año divisorio el año 2006, debido a que hasta Marzo de ese año la Red Española del Pacto Mundial ofrecía a las compañías la oportunidad de convertirse en socios fundadores y en cierta manera se acabó consolidando la red local en España.

Figura 6: Año de adhesión al Pacto Mundial



4. Presentación y análisis de datos

4.1. Motivaciones y beneficios del Pacto Mundial

La encuesta realizada recogía, en sus primeras preguntas, las motivaciones de las empresas para adherirse al Pacto Mundial y los beneficios resultantes de esta adhesión.

Los encuestados valoraron del 1 al 7 las razones para adherirse al Pacto Mundial. Por orden de importancia, las cuatro primeras razones para la adhesión al Pacto Mundial fueron el aumento de responsabilidad social (5,69), la posibilidad de aprender buenas prácticas (5,40), la demostración de liderazgo en RSC (5,18) y la mejora de imagen (4,99). La Tabla 1 muestra la valoración promedio de todas las motivaciones, diferenciando por tipología de empresa.

Tabla 1: Razones para adherirse al Pacto Mundial

	Grandes empresas cotizadas	Grandes empresas no cotiz.	Pymes	Micro-empresas	TOTAL
Aumento de responsabilidad social	5,84	5,72	5,61	5,71	5,69
Demostrar liderazgo en RSC	5,24	5,23	5,27	4,93	5,18
Protección de marca	4,60	4,19	4,42	3,84	4,26
Mejora de imagen	4,84	4,62	5,34	4,78	4,99
Acceso a oportunidades de <i>networking</i>	4,16	4,06	4,06	3,82	4,02
Aprender buenas prácticas	5,36	5,28	5,54	5,29	5,40
Atraer y retener personas con talento	4,48	4,30	4,63	4,20	4,44
Ahorro de costes	2,80	3,09	3,16	2,80	3,02
Mejoras en productividad	3,40	3,23	3,76	3,40	3,51
Crecimiento de ingresos	3,12	2,85	3,46	2,91	3,15
Acceso al mercado	3,48	3,17	4,10	3,67	3,70
Acceso a capital	3,32	2,77	2,97	2,84	2,93
Reducción de potenciales riesgos de negocio	4,64	3,85	3,76	3,27	3,78

En general, el orden de motivaciones es el mismo para todas las tipologías de empresa, con muy pocas excepciones. En todos los casos la primera y segunda razón fue, respectivamente, el aumento de la responsabilidad social (motivación ética) y el deseo de aprender buenas prácticas de RSC (motivación

de aprendizaje). El tercer y cuarto lugar lo ocuparon siempre la intención de demostrar liderazgo en RSC o la mejora de imagen (motivaciones de imagen). Menos valoradas fueron otras motivaciones de imagen como atraer y retener personas con talento (4,44) y protección de marca (4,26), y el potencial de aprendizaje a través de oportunidades de *networking* (4,02). Las motivaciones de índole económica fueron las que recibieron las puntuaciones más bajas por todas las tipologías de empresa, como reducción de potenciales riesgos de negocio (3,78), acceso al mercado (3,70), mejoras en productividad (3,51), crecimiento de ingresos (3,15), ahorro de costes (3,02) y acceso a capital (2,93).

En resumen, las motivaciones principales parecen ser motivaciones éticas, de aprendizaje y de deseo de mejorar la imagen corporativa. Esto está en línea con los resultados de la última encuesta de implementación del Global Compact del año 2009, según la cual las razones más importantes para adherirse al Pacto Mundial son incrementar la confianza en la empresa e integrar aspectos de sostenibilidad.⁸

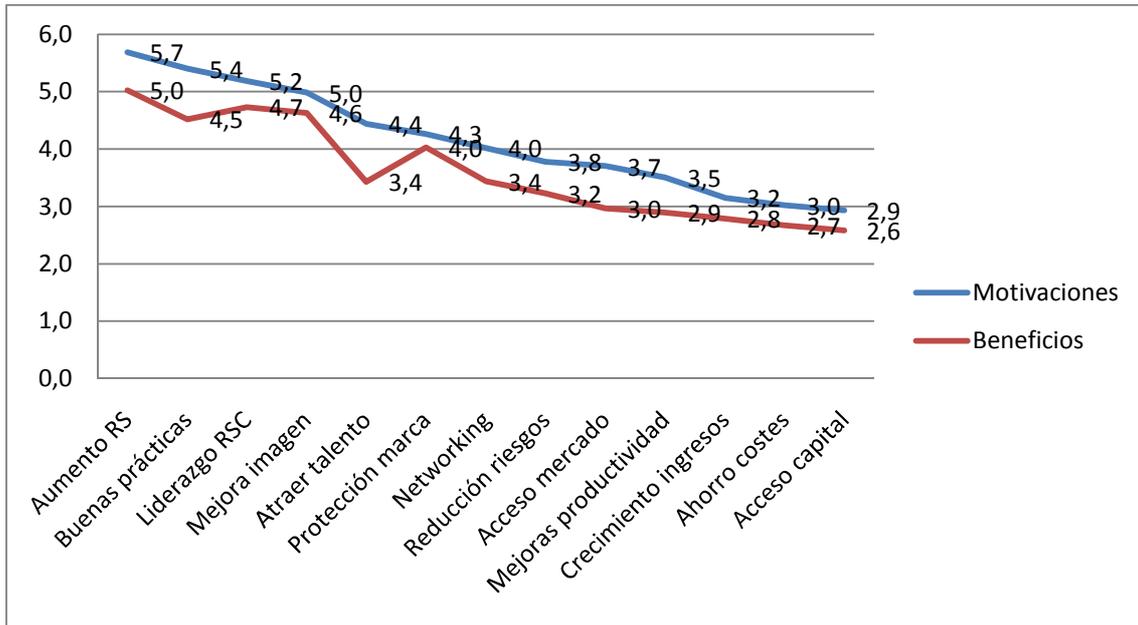
En base a los mismos *items* que los utilizados para valorar las motivaciones para adherirse al Pacto Mundial, los encuestados valoraron del 1 al 7 los beneficios percibidos como resultado de su adhesión a la iniciativa. Los beneficios que según las empresas se habían conseguido en mayor medida fueron el aumento de responsabilidad social (5,02), la demostración del liderazgo en RSC (4,73), la mejora de imagen (4,63) y el aprendizaje de buenas prácticas (4,52). La Tabla 2 muestra la valoración promedio de los beneficios percibidos, diferenciando por tipología de empresa.

Tabla 2: Beneficios percibidos de adherirse al Pacto Mundial

	Grandes empresas cotizadas	Grandes empresas no cotiz.	Pymes	Micro-empresas	TOTAL
Aumento de responsabilidad social	5,64	5,17	5,01	4,53	5,02
Demostrar liderazgo en RSC	5,32	4,96	4,78	4,04	4,73
Protección de marca	4,44	4,09	4,24	3,31	4,03
Mejora de imagen	4,88	4,48	4,88	4,18	4,63
Acceso a oportunidades de <i>networking</i>	4,32	3,72	3,30	2,89	3,44
Aprender buenas prácticas	5,00	4,60	4,48	4,23	4,52
Atraer y retener personas con talento	3,72	3,56	3,53	2,91	3,43
Ahorro de costes	3,33	2,73	2,72	2,16	2,67
Mejoras en productividad	3,29	2,85	3,06	2,42	2,89
Crecimiento de ingresos	3,25	2,65	3,03	2,22	2,79
Acceso al mercado	3,30	2,87	3,23	2,40	2,97
Acceso a capital	3,33	2,56	2,68	2,02	2,58
Reducción de potenciales riesgos de negocio	4,25	3,47	3,16	2,50	3,23

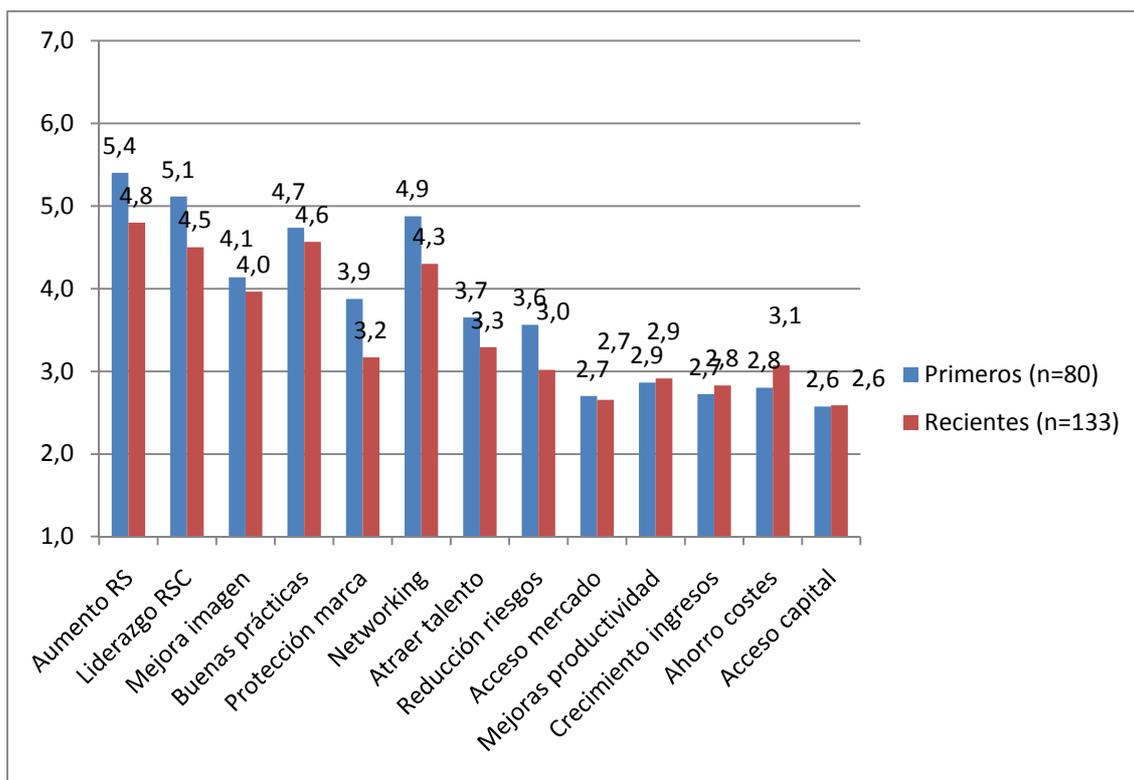
Como muestra la Figura 7, el orden de los beneficios es muy similar al orden de las motivaciones expresadas por las empresas. La motivación principal para la adhesión (el aumento de la responsabilidad social) conserva su primera posición como principal beneficio para todas las tipologías de empresas. Las siguientes tres razones también se encuentran entre los beneficios más reportados, aunque su posición varía en dependencia del tamaño de la empresa. Por ejemplo, solamente las microempresas citaron el aprendizaje de buenas prácticas como segundo beneficio más conseguido, los restantes tipos de empresas antepusieron los beneficios ligados a la mejora de imagen y la demostración del liderazgo en RSC. Cabe destacar que el beneficio de atraer y retener personas con talento (3,43), nombrado en séptimo lugar por casi todas las tipologías de empresa, pierde peso en comparación con su posición como motivación y es superado por el beneficio de protección de marca (4,03) y en algunas ocasiones por el acceso a oportunidades de *networking* (3,44). Los beneficios de carácter económico también son los que recibieron las puntuaciones más bajas por todas las tipologías de empresa.

Figura 7: Valoración promedio de motivaciones y beneficios del Pacto Mundial



En resumen, en consonancia con sus motivaciones, las empresas identificaron beneficios más bien intangibles, relacionados con la ética, la mejora de la imagen corporativa y el aprendizaje. Se trata de beneficios que pueden aumentar a medida que las empresas van incorporando los diez principios en su visión estratégica y en sus prácticas de funcionamiento diario. Este hecho se ilustra en la Figura 8, donde se observa que las primeras empresas firmantes otorgaron una puntuación más alta que las firmantes recientes a todos los beneficios percibidos, a excepción de los beneficios económicos.

Figura 8: Valoración promedio de beneficios por firmantes primeros y recientes

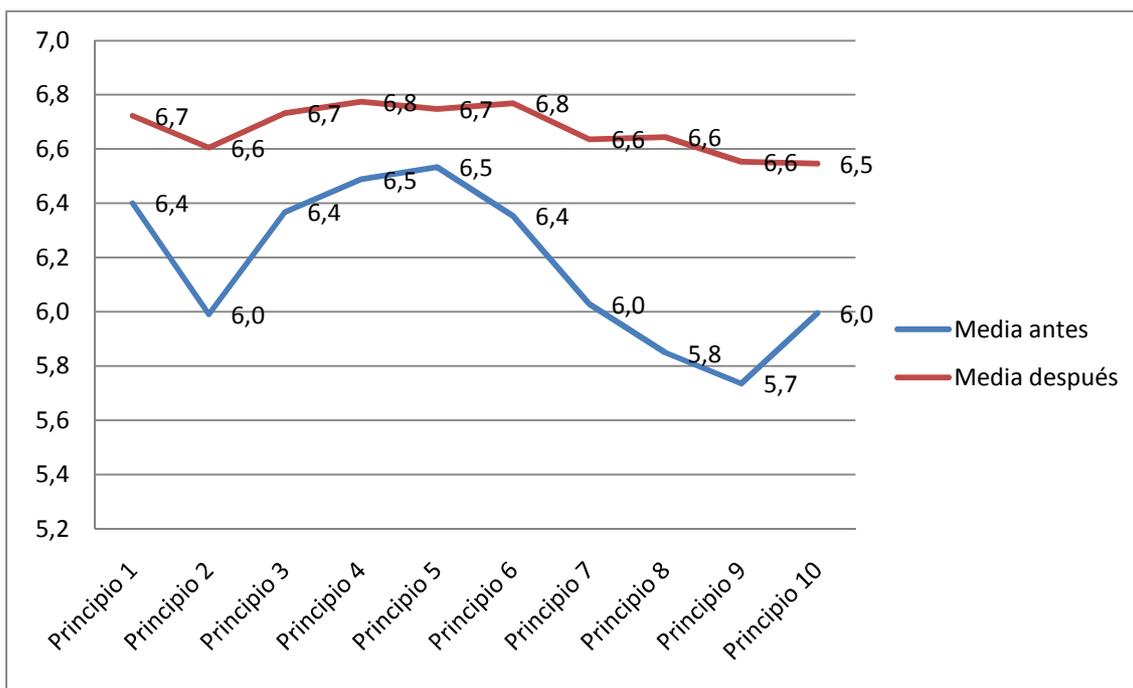


4.2. Resultados directos de adherirse al Pacto Mundial

El cuestionario contenía preguntas para evaluar el resultado directo de la participación de las empresas en la iniciativa del Pacto Mundial: por un lado la implantación de los diez principios y, por otro lado, el impacto en el desempeño económico. También se preguntó por la influencia de la actual crisis económica en la gestión de las empresas.

Las empresas encuestadas valoraron del 1 al 7 el nivel de implantación de cada uno de los diez principios del Pacto Mundial (ver Cuadro 2 en página 5) antes y después de su adhesión a la iniciativa. La Figura 9 muestra cómo la medida en que las empresas cumplían con cada uno de los principios aumentó tras su adhesión al Pacto Mundial. Así mismo, muestra que los principios en los cuales se ha logrado un mayor progreso son el Principio 9 (Difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente), el Principio 8 (Iniciativas de responsabilidad ambiental), el Principio 2 (No vulneración de derechos humanos) y el Principio 7 (Enfoque preventivo para el medio ambiente). Por el contrario, los principios en los cuales se ha logrado un menor progreso son el Principio 1 (Apoyo y respeto a derechos humanos), el Principio 4 (Eliminación de trabajo forzoso o coacción) y el Principio 5 (Erradicación del trabajo infantil). De hecho, se observa que la magnitud de progreso alcanzado está inversamente relacionada con el nivel de implantación antes de la adhesión al Pacto Mundial.

Figura 9: Valoración promedio de implantación de los principios del Pacto Mundial antes y después de adhesión



La Tabla 3 muestra el detalle de valoraciones por tipología de empresa. De su análisis se desprende que las valoraciones sobre el nivel de implantación de los diez principios no difieren significativamente en función de la dimensión de la empresa.

En definitiva, de los datos se desprende que las empresas de la muestra han mejorado su compromiso con los diez principios basados en Declaraciones y Convenciones Universales tras adherirse al Pacto Mundial y que lo han hecho en mayor medida en los ámbitos en los que tenían un nivel de partida más bajo– el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. En cambio, el progreso conseguido ha sido menor en los ámbitos en los cuales las empresas ya tenían un mejor comportamiento antes de adherirse a la iniciativa del Pacto Mundial – los derechos laborales y los derechos humanos. Esto contrasta parcialmente con los resultados de la encuesta de implementación del Global Compact del año 2009, según la cual las empresas están implantando políticas en medio ambiente y derechos laborales en mayor medida que en derechos humanos y anticorrupción.⁹ Sin embargo, hay que tener en cuenta que la encuesta del Global Compact se dirige a empresas de todo el mundo, y por consiguiente incluye empresas de países que no garantizan el respeto a los derechos laborales de la OIT.

Tabla 3: Implantación de los principios del Pacto Mundial

	Media antes	Gran empresa cotizada	Gran empresa no cotizada	Pyme	Microempresa	Media después	Gran empresa cotizada	Gran empresa no cotizada	Pyme	Microempresa
Principio 1 (Apoyo y respeto a derechos humanos)	6,40	6,38	6,38	6,34	6,56	6,72	6,71	6,70	6,72	6,73
Principio 2 (No vulneración de derechos humanos)	5,99	5,88	6,11	5,90	6,09	6,61	6,63	6,57	6,59	6,67
Principio 3 (Libertad de asociación)	6,37	6,58	6,43	6,34	6,22	6,73	6,87	6,72	6,73	6,71
Principio 4 (Eliminación de trabajo forzoso o coacción)	6,49	6,58	6,53	6,47	6,42	6,77	6,88	6,77	6,78	6,76
Principio 5 (Erradicación del trabajo infantil)	6,53	6,48	6,58	6,62	6,33	6,75	6,75	6,79	6,76	6,71
Principio 6 (Abolición de discriminación)	6,35	6,25	6,26	6,44	6,33	6,77	6,79	6,70	6,80	6,78
Principio 7 (Enfoque preventivo para el medio ambiente)	6,03	6,08	5,81	6,09	6,14	6,64	6,75	6,57	6,62	6,71
Principio 8 (Iniciativas de responsabilidad ambiental)	5,85	6,17	5,64	5,84	5,93	6,64	6,70	6,53	6,69	6,67
Principio 9 (Difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente)	5,74	5,79	5,53	5,80	5,82	6,55	6,54	6,45	6,59	6,62
Principio 10 (Contra la corrupción, extorsión y soborno)	6,00	6,25	6,11	5,90	5,91	6,55	6,79	6,46	6,57	6,44

Las empresas encuestadas valoraron el grado en el que había cambiado el desempeño económico de la empresa como resultado de participar en el Pacto Mundial (del 1 - sin cambios al 7 - cambios sustanciales). La Tabla 4 muestra los resultados de esta valoración por dimensiones de las empresas. Por lo general, los valores de los tres *items* considerados (cuota de mercado, ventas y crecimiento de exportaciones) se encuentran por debajo del punto medio de la escala, por lo que se puede interpretar que las empresas no consideraron sustanciales los cambios sucedidos. En coherencia con las motivaciones y beneficios expresados por las empresas de la muestra, la adhesión al Pacto Mundial no parece tener un impacto sobre la cuenta de resultados de las empresas.

Tabla 4: Impacto en el desempeño económico

	Grandes empresas cotizadas	Grandes empresas no cotiz.	Pymes	Micro-empresas	TOTAL
Cuota de mercado	2,08	1,85	2,04	1,60	1,91
Ventas	2,17	1,79	2,06	1,55	1,89
Crecimiento de exportaciones	2,04	1,59	1,59	1,33	1,59

Las empresas también valoraron el impacto de la actual crisis económica y financiera en una escala de 1 (en absoluto) a 7 (en gran medida) en su gestión. La Tabla 5 presenta los resultados promedios de esta valoración por tipología de empresa. Los aspectos sobre los cuales las empresas indicaron un mayor impacto son las oportunidades económicas (4,65) y la visión y estrategia de la empresa (3,71). En menor medida las empresas valoraron el impacto en la estructura de gobierno (2,47) y las prácticas de RSC en general (2,47). Los compromisos concretos del Pacto Mundial (compromiso con los derechos humanos, compromiso con los derechos laborales, compromiso con el medio ambiente y compromiso anti-corrupción) fueron los aspectos considerados como menos afectados. En general, el orden de los *ítems* es el mismo para todas las tipologías de empresa, con muy pocas excepciones.

Tabla 5: Impacto de la crisis económica

	Grandes empresas cotizadas	Grandes empresas no cotiz.	Pymes	Micro-empresas	TOTAL
Prácticas de RSC	2,68	2,94	2,15	2,42	2,47
Visión y estrategia	3,16	3,79	3,94	3,47	3,71
Estructura de gobierno	2,00	2,85	2,52	2,18	2,47
Oportunidades económicas	3,64	4,62	4,88	4,80	4,65
Compromisos con los derechos humanos	1,24	1,19	1,36	1,49	1,33
Prácticas laborales	1,80	2,17	1,92	1,78	1,94
Compromisos medioambientales	1,44	1,57	1,61	1,40	1,54
Compromisos anticorrupción	1,56	1,23	1,32	1,38	1,34

En conclusión, las respuestas de las empresas indican que la crisis económica ha impactado en los resultados económicos y la organización interna de las empresas, pero que no ha afectado los compromisos básicos incluidos en el Pacto Mundial.

4.3. Resultados indirectos de adherirse al Pacto Mundial

Con el objetivo de evaluar el resultado indirecto de la participación en el Pacto Mundial, el cuestionario contenía preguntas sobre los cambios producidos en la familiarización y el entendimiento de la RSC, en la participación en redes de RSC y en la implantación de sistemas de gestión certificables.

Los datos indican que las empresas de todas las dimensiones han experimentado una mayor familiarización con la RSC a partir de su adhesión al Pacto Mundial. Globalmente, la valoración promedio de su familiaridad con la

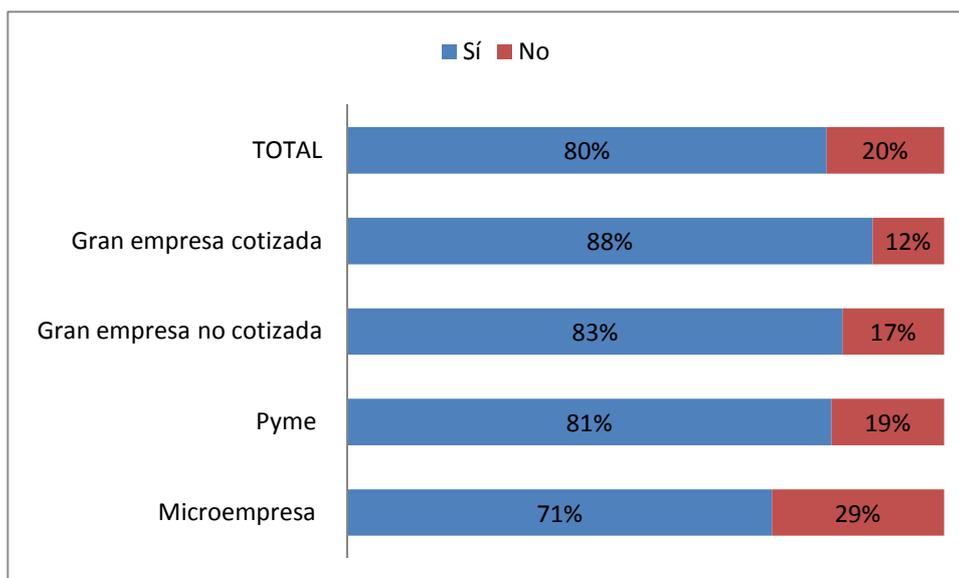
RSC antes de su adhesión (del 1 al 7) fue 4,12; este valor ascendió a 5,58 para su familiaridad posterior a la adhesión. Si consideramos el año de adhesión de las empresas, vemos que el incremento de la familiarización fue mayor en el caso de las empresas que llevan más años participando en la iniciativa. La Tabla 6 muestra estos resultados. Cabe destacar que las valoraciones del grado de familiarización después de la adhesión al Pacto Mundial son altas, por lo que se puede afirmar que las empresas de la muestra tienen una buena comprensión del concepto de la RSC a día de hoy.

Tabla 6: Familiarización con la RSC antes y después de adhesión al Pacto Mundial

	Antes	Después
Gran empresa cotizada	4,20	6,20
Gran empresa no cotizada	4,32	6,00
Pyme	3,93	5,24
Microempresa	4,22	5,42
Total	4,12	5,58
Primeros	4,33	6,08
Recientes	4,00	5,29

Relacionado con estos últimos resultados, una gran mayoría de empresas manifestó que mejoró su entendimiento de la RSC y ciudadanía corporativa como resultado de su participación en el Pacto Mundial. Esta circunstancia se da para todas las tipologías de empresas, como muestra la Figura 10.

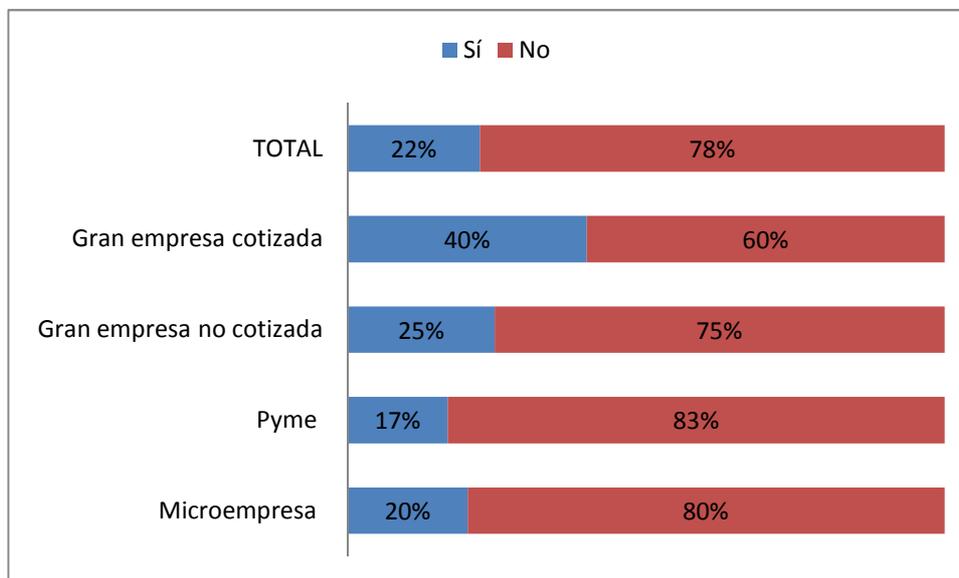
Figura 10: Mejora del entendimiento de la RSC



La mayor parte de las empresas no había participado en otras redes de RSC anteriormente a su adhesión al Pacto Mundial (un 78%). De entre los distintos

tipos de empresa según tamaño, las que más habían participado en este tipo de iniciativas son las grandes empresas cotizadas (un 40%) y las grandes empresas no cotizadas (un 25%). La Figura 11 muestra estos datos.

Figura 11: Participación en redes de RSC antes de adhesión al Pacto Mundial



De las 47 empresas que indicaron haber participado en otras iniciativas o redes de RSC, 7 indicaron que habían sido iniciativas de RSC internacionales (por ejemplo, WBCSD o GRI), 16 que se trataba de redes nacionales (por ejemplo, Forética o Fundación Entorno) y 7 que eran redes regionales o locales.

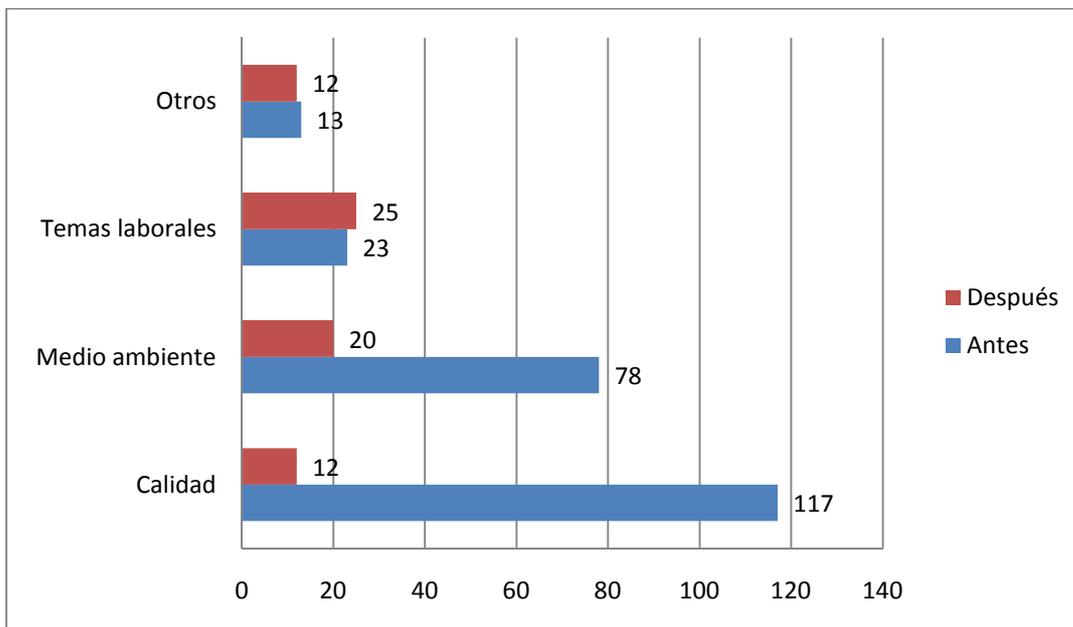
Las empresas encuestadas valoraron la medida en la que su adhesión al Pacto Mundial les había proporcionado el acceso a iniciativas o redes de RSC (del 1 al 7). Como muestra la Tabla 7, la valoración global fue 3,88 y, de nuevo, se aprecia que las primeras empresas firmantes otorgaron valoraciones más altas que las firmantes recientes. Sin embargo, los valores se encuentran en torno al punto medio de la escala, por lo que se puede interpretar que la participación en el Pacto Mundial ha facilitado sólo en cierta medida el acceso a otras iniciativas o redes de RSC.

Tabla 7: Participación en redes de RSC después de adhesión al Pacto Mundial

Gran empresa cotizada	4,56
Gran empresa no cotizada	4,26
Pyme	3,67
Microempresa	3,49
Total	3,88
Primeros	4,61
Recientes	3,44

Las empresas encuestadas debían indicar si tenían implantados sistemas de gestión certificados con anterioridad al Pacto Mundial o si lo habían hecho como resultado de adherirse a la iniciativa. La Figura 12 muestra el número de empresas que previa y posteriormente al Pacto Mundial habían implantado algún sistema de gestión relacionado con la RSC en calidad (ISO 9001/9002, EFQM o TQM), medio ambiente (ISO 14001 o EMAS), temas laborales (OHSAS 18001, SA8000 o EFR) u otros sistemas de gestión ética (SGE21) o específicos de productos.

Figura 12: Implantación del total de sistemas de gestión antes y después de adhesión al Pacto Mundial



La Tabla 8 muestra el número de empresas que tenían implantados las diferentes modalidades de sistemas de gestión antes y después de adherirse al Pacto Mundial, diferenciando entre tipologías de empresa.

Tabla 8: Implantación de diferentes sistemas de gestión antes y después de adhesión al Pacto Mundial

	Nº total antes	Gran empresa cotizada	Gran empresa no cotizada	Pyme	Microempresa	Nº total después	Gran empresa cotizada	Gran empresa no cotizada	Pyme	Microempresa
Sistema de gestión de calidad	117	19	33	53	12	12	0	3	6	3
Sistema de gestión medioambiental	78	15	27	29	7	20	3	5	9	3
Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	23	5	9	8	1	25	4	10	11	0
Otros sistemas de gestión	13	0	2	8	3	12	2	4	5	1

Los datos indican que la mayoría de las empresas de la muestra que habían implantado sistemas de gestión certificados, lo habían hecho con anterioridad a su adhesión al Pacto Mundial. Se observa una determinada tendencia cronológica, más marcada en el caso de las grandes empresas: en primer lugar certificación de un sistema de gestión de calidad, generalmente ISO 9001 o ISO 9002; en segundo lugar, certificación de un sistema de gestión medioambiental, generalmente ISO 14001; en tercer lugar, certificación de un sistema de gestión relacionado con temas laborales, generalmente OHSAS 18001. Mientras las certificaciones en calidad y medio ambiente suelen ser anteriores a la adhesión al Pacto Mundial, la certificación de sistemas de cuestiones laborales – más novedosa – suele coincidir temporalmente con la firma del Pacto Global.

En este sentido, no se puede considerar que la adhesión al Pacto Mundial impulse una gestión sistematizada de los ámbitos relacionados con la RSC. Más bien se confirma el resultado del estudio de McKinsey & Company que llegaba a la conclusión de que la participación en la iniciativa del Pacto Mundial no desencadena nuevas estrategias de RSC en las empresas sino que facilita y acelera las estrategias ya existentes.¹⁰

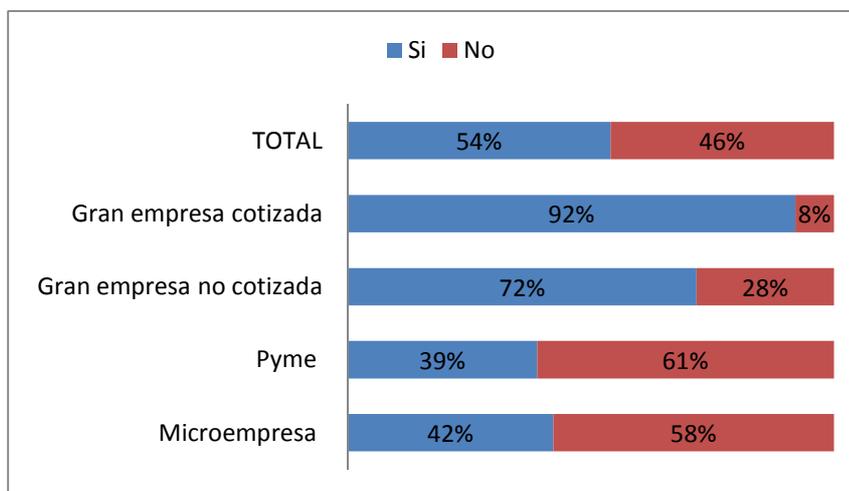
4.4. Elaboración de Informes de Progreso

Toda una sección del cuestionario estaba dedicada a preguntas sobre los parámetros utilizados por las empresas a la hora de comunicar su progreso en la implementación de los principios del Pacto Mundial.

Un 54% de las empresas encuestadas declararon que habían presentado algún Informe de Progreso (IdP). La Figura 13 muestra la proporción de empresas que han presentado un IdP por tipología de empresa. Se observa claramente

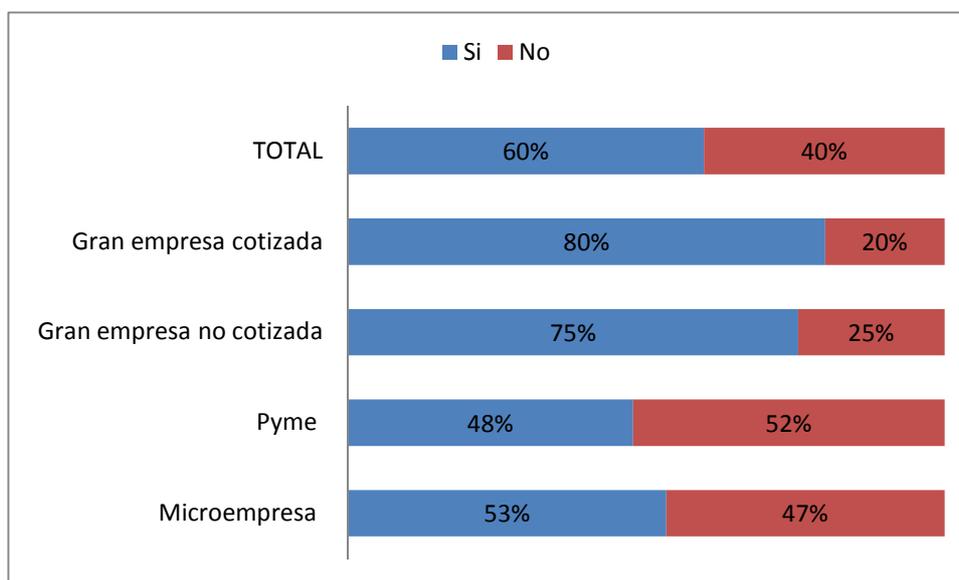
que son las grandes empresas las que han presentado estos informes en mayor proporción.

Figura 13: Presentación de Informes de Progreso



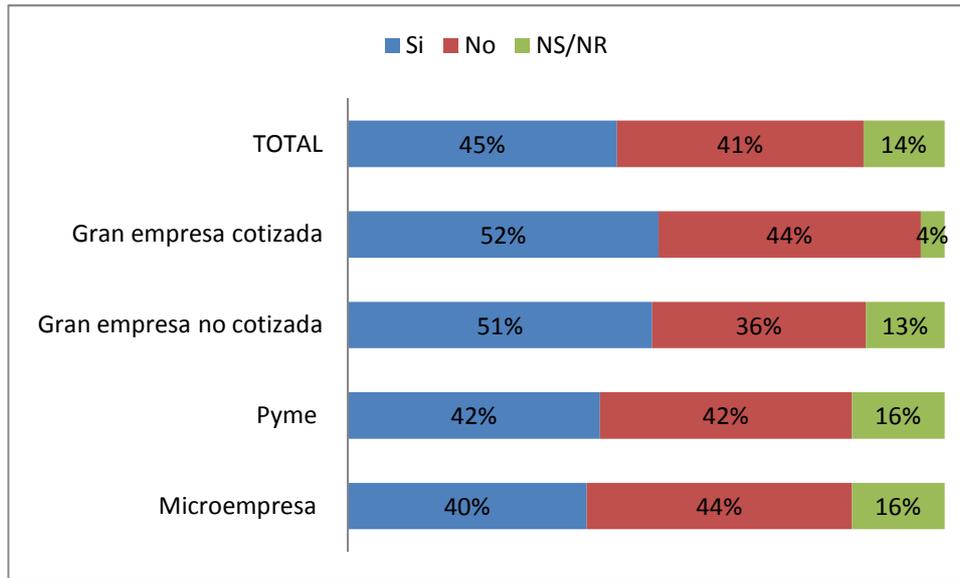
Un 60% de las empresas encuestadas indicaron conocer la aplicación informática de la Red Española del Pacto Mundial. De nuevo, las grandes empresas son las que lo indicaron en una mayor proporción (ver Figura 14).

Figura 14: Conocimiento de la aplicación informática de la Red Española del Pacto Mundial



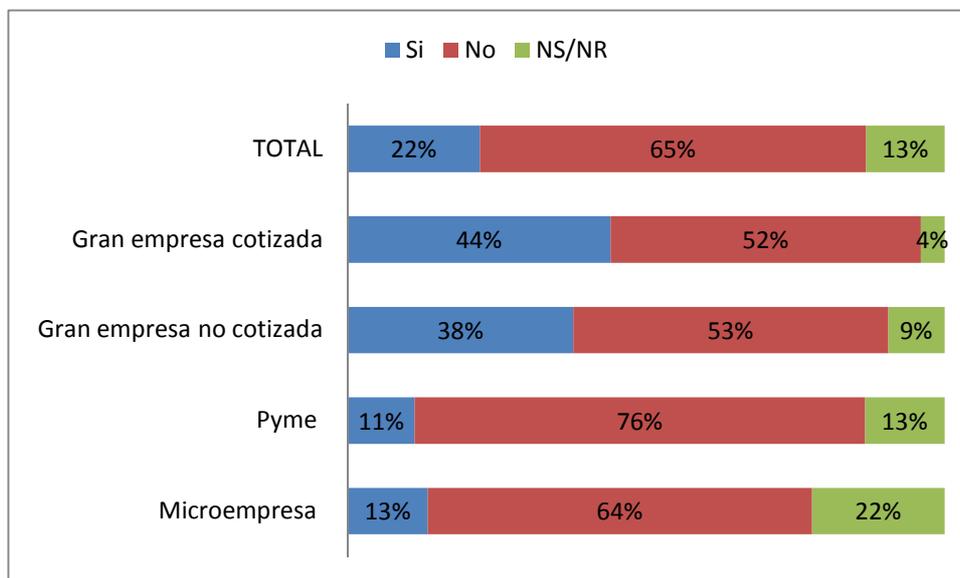
Un 45% de las empresas indicaron que usaban la aplicación informática de la Red Española del Pacto Mundial, las grandes empresas en mayor medida que las Pymes y las microempresas. La Figura 15 muestra la proporción de empresas que declararon utilizar este formato de informe por tipología de empresa.

Figura 15: Uso de la aplicación informática de la Red Española del Pacto Mundial



Tan sólo un 22% de las empresas encuestadas indicaron que integraban el Informe de Progreso en su memoria de sostenibilidad según el *Global Reporting Initiative* (GRI). Como se observa en la Figura 16, de nuevo las grandes empresas indicaron hacerlo en una proporción sustancialmente mayor que las Pymes y las microempresas.

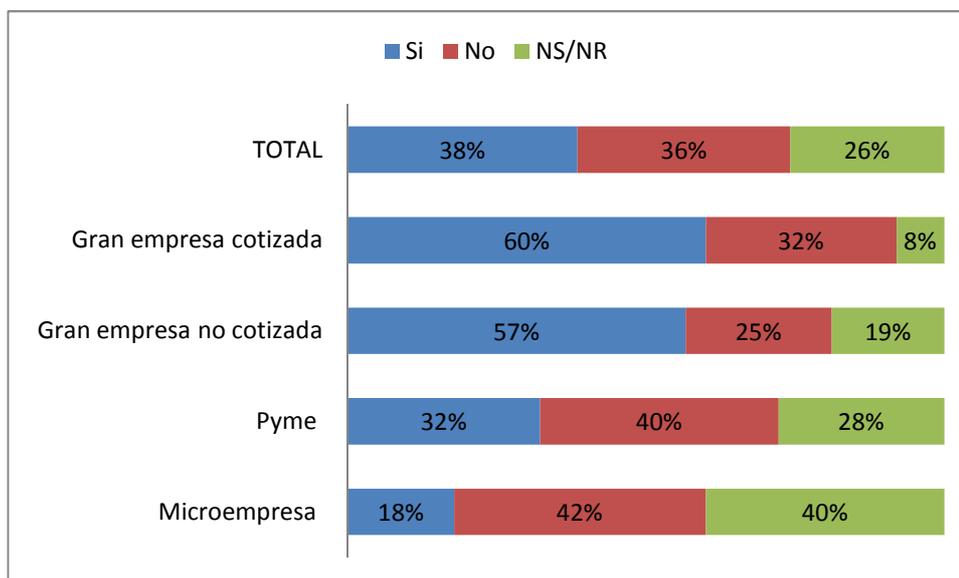
Figura 16: Integración del IdP en memoria de sostenibilidad según GRI



De las 213 empresas encuestadas, un 38% indicaron que encontraban las directrices GRI (G3) más exhaustivas que la plantilla de la Red Española del Pacto Mundial. La Figura 17 muestra la proporción de empresas que piensan que el formato del GRI es más completo que el formato español del IdP.

Mientras las grandes empresas prefirieron las directrices del GRI, las Pymes y microempresas parecían favorecer la plantilla existente del IdP.

Figura 17: Empresas que prefieren directrices GRI a plantilla del IdP



En cuanto a la periodicidad con la que presentar los Informes de Progreso, la mayor parte de las empresas (42%) indicaron que preferían hacerlo bianualmente, un 28% anualmente, un 18% cada 3 años y un 12% cada 4 años.

Todas las empresas encuestadas han obtenido el reconocimiento por su Informe de Progreso Notable (*Notable Communications on Progress*) por la oficina central del Pacto Mundial por lo menos en una ocasión. En concreto, el 88% de las empresas han obtenido el reconocimiento una vez, el 5% en dos ocasiones, el 4% en tres ocasiones, un 1% en cuatro ocasiones, y el 2% en cinco ocasiones.

De las empresas encuestadas un 31% indicó que recibía observaciones de la oficina central del Pacto Mundial, mientras que el 57% indicó no hacerlo (un 11% no respondió a la pregunta).

En resumen, los datos revelan que – como era previsible – son las grandes empresas de la muestra las que más Informes de Progreso han presentado. A pesar de que las Pymes y microempresas indicaron un menor conocimiento y uso de la plantilla del IdP de la Red Española del Pacto Mundial, opinaron que este formato era más conveniente para ellos que las directrices del GRI – preferidas por las grandes empresas.

5. Conclusiones

El presente trabajo contribuye a comprender mejor el impacto del Pacto Mundial en las empresas de un contexto nacional específico – el español. En particular, se analizan las motivaciones de las empresas para adherirse al Pacto Mundial y los beneficios percibidos, los resultados experimentados de forma directa e indirecta, y los parámetros utilizados en la elaboración de los Informes de Progreso. El estudio se basa en una encuesta online contestada por 213 de las empresas adheridas al Pacto Mundial en España en Enero/Febrero del 2010.

Las principales motivaciones de las empresas de la muestra para adherirse al Pacto Mundial parecen ser motivaciones éticas, de aprendizaje y de deseo de mejorar la imagen corporativa. En consonancia con este tipo de motivaciones, las empresas identifican ante todo beneficios intangibles, como el aumento de responsabilidad social, la demostración del liderazgo en RSC, la mejora de imagen y el aprendizaje de buenas prácticas – beneficios que suelen aumentar a medida que las empresas van incorporando los diez principios en su visión estratégica y en sus prácticas de funcionamiento diario. En cambio, beneficios de carácter económico – como la reducción de potenciales riesgos de negocio, el acceso al mercado, mejoras en productividad, crecimiento de ingresos, etc. - no parecen tener relevancia para las empresas encuestadas.

De acuerdo con estos datos, las empresas de la muestra reportan que la participación en la iniciativa del Pacto Mundial no tiene ningún impacto significativo sobre su desempeño económico, pero sí tiene unos resultados directos en el comportamiento con respecto a los diez principios del Pacto Mundial, relacionados con derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Tras su adhesión a la iniciativa las empresas han mejorado el cumplimiento de los diez principios del Pacto Mundial, y lo han hecho en mayor medida en los ámbitos en los que tenían un nivel de partida más bajo – el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. En cambio, el progreso conseguido ha sido menor en los ámbitos en los cuales las empresas ya tenían un mejor comportamiento antes de adherirse a la iniciativa – los derechos laborales y los derechos humanos. Según declaran las empresas encuestadas, la actual crisis económica no ha afectado sus compromisos adquiridos con la firma del Pacto Mundial.

La encuesta realizada confirma como resultados indirectos de la participación en el Pacto Mundial los cambios producidos en la familiarización y el entendimiento del concepto de la RSC y la participación en redes de RSC.

Los datos indican que las empresas han mejorado su entendimiento de la RSC a partir de la adhesión al Pacto Mundial, ya que han experimentado una mayor familiarización con este concepto. Las empresas de la muestra manifiestan tener una buena comprensión de RSC, especialmente las empresas que llevan más años participando en la iniciativa.

Otra consecuencia que se deriva de la participación en el Pacto Mundial es el acceso a otras iniciativas o redes de RSC. Solamente una cuarta parte de las empresas encuestadas, sobre todo las grandes empresas cotizadas, habían participado en otras redes de RSC anteriormente, y en general las empresas opinan que la adhesión al Pacto Mundial ha facilitado en cierto grado el acceso a otras iniciativas de RSC.

En cambio, no se puede considerar que la adhesión al Pacto Mundial impulse la implantación de sistemas de gestión certificables en los ámbitos relacionados con la RSC. La mayoría de las empresas de la muestra que habían implantado sistemas de gestión certificados, lo habían hecho con anterioridad a su adhesión al Pacto Mundial. En particular, las certificaciones en calidad (ISO 9001/9002, EFQM o TQM) y medio ambiente (ISO 14001 o EMAS) suelen ser anteriores, mientras la certificación de sistemas de cuestiones laborales (OHSAS 18001, SA8000 o EFR)- más novedosos – suelen coincidir temporalmente con la firma del Pacto Global. En este sentido, se puede interpretar que la participación en la iniciativa del Pacto Mundial facilita y acelera la estrategia de RSC existente.

Con respecto a la comunicación del progreso en la implementación de los principios del Pacto Mundial, los datos de la encuesta revelan que hasta el momento son las grandes empresas las que más Informes de Progreso han presentado. A pesar de que las Pymes y microempresas indican un menor conocimiento y uso de la plantilla del Informe del Progreso (IdP) de la Red Española del Pacto Mundial, opinan que este formato es más conveniente para ellos que las directrices del *Global Reporting Initiative* (GRI), el estándar internacional más reconocido para elaborar Memorias de Sostenibilidad y preferido por las grandes empresas.

Referencias y notas

¹ Discurso plenario del Secretario General “El Pacto Mundial y la creación de mercados sostenibles”, Foro Económico Mundial, Davos (Suiza) 29 de enero de 2009.

² Rasche, A. (2009) “A Necessary Supplement” What the United Nations Global Compact Is and Is Not, *Business & Society*, Vol. 48, No. 4, pp. 511- 537.

³ United Nations Global Compact (2010) Annual Review 10 years 2000-2010, United Nations Global Compact Office, New York.

⁴ Arevalo, J.A. y Fallon, T. (2008) Assessing corporate responsibility as a contribution to global governance: The case of the UN Global Compact, *Corporate Governance*, Vol. 8, No. 4, pp. 456-470.

⁵ McKinsey and Company (2004) Assessing the Global Compact’s Impact, May 11.

⁶ Cetindamar, D. y Husoy, K. (2007) Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact, *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, pp. 163-176; Runhaar, H. y Lafferty, H. (2009) Governing Corporate Social Responsibility: An Assessment of the Contribution of the UN Global Compact to CSR Strategies in the Telecommunications Industry, *Journal of Business Ethics*, Vol. 84, pp. 479-495.

⁷ Se contrastó la lista de empresas participantes de la Red Española del Pacto Mundial con la lista de la oficina central del Global Compact (www.unglobalcompact.org), y se identificaron 4 empresas adicionales de España.

⁸ United Nations Global Compact (2010) op.cit.

⁹ United Nations Global Compact (2010) op.cit.

¹⁰ McKinsey and Company (2004) op.cit.

Anexos

Anexo 1: Cuestionario del estudio

Nota: Las preguntas con asterisco (*) son preguntas obligatorias.

Estudio de las empresas españolas adheridas al Pacto Mundial de Naciones Unidas

1. Presentación

Las preguntas en esta encuesta han sido diseñadas para poder ser contestadas de forma rápida y fácil; completar la encuesta le llevará aproximadamente 15 minutos. No hay respuestas verdaderas o falsas; por favor conteste cada pregunta de la encuesta en base a su valoración, utilizando su conocimiento y experiencia profesionales. Su respuesta es importante para nosotros. Si le podemos ayudar de alguna manera para completar la encuesta, o si tiene alguna pregunta o comentarios, por favor envíe un correo electrónico a

Silvia Ayuso: silvia.ayuso@admi.es o llame al teléfono 93 295 47 10

La información que usted proporciona será mantenida de manera estrictamente confidencial. No publicaremos ni revelaremos ninguna información sobre o que pueda ser identificada con los participantes o encuestados individuales.

Esta encuesta es un proyecto de la Cátedra Mango de Responsabilidad Social Corporativa de la Escuela Superior de Comercio Internacional - Universidad Pompeu Fabra, en colaboración con dos escuelas universitarias de Estados Unidos (LIM College y College of Staten Island - City University of New York).

¡Muchas gracias por participar!

*1. ¿Desea recibir una copia con los resultados de este estudio?

- Sí
- No

2. Si desea recibir una copia, ¿a qué correo electrónico la enviamos?

2. Alguna información sobre Usted

Nota: Esta encuesta puede ser completada por el máximo responsable de la empresa (Director General, Presidente o cargo equivalente) o la persona encargada de los temas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)/Sostenibilidad.

*1. ¿Cuál es su cargo?

*2. ¿Qué tipo de estudios tiene?

(p.ej. Ingeniería, Ciencias naturales, Ciencias empresariales/económicas, Derecho)

*3. ¿Cuántos años lleva empleado en esta empresa? (ej. 5 años)

*4. ¿Cuántos años lleva trabajando en la posición actual?

*5. En total, ¿cuántos años de experiencia tiene en la dirección?

3. Alguna información sobre su empresa

1. Por favor indique el nombre de su empresa:

***2. Por favor indique la categoría de su empresa:
(Marcar categoría apropiada)**

Gran empresa cotizada

Pyme (250 > trabajadores > 10)

Gran empresa no cotizada

Microempresa (trabajadores < 10)

***3. Por favor indique el sector de su empresa:**

***4. ¿Cuál es el mercado de su empresa?
(Indicar porcentaje aproximado, p.ej. 50, 30, 20)**

Nacional:

Europeo:

Global:

***5. Aproximadamente, ¿cuánto tiempo lleva operando su empresa?
(ej. 5 años)**

***6. ¿Dónde están situadas sus oficinas centrales?**

Ciudad:

Estado:

País:

***7. ¿Cuántas delegaciones/filiales tiene su empresa (incluida la suya) en todo el mundo?**

Delegaciones:

Filiales:

***8. Aproximadamente, ¿cuántos empleados tiene su empresa?**

En esta delegación:

En todo el mundo:

***9. ¿Número de países donde opera la empresa?**

***10. Por favor valore lo siguiente para su empresa:**

	Muy bajo		Medio			Muy alto	
Nivel de competición	<input type="radio"/>						
Nivel de cambio tecnológico	<input type="radio"/>						
Actividad de investigación y desarrollo	<input type="radio"/>						

***11. Esta pregunta se refiere al entorno en el que opera su empresa. ¿En qué medida**

	En absoluto			De forma normal			En gran medida
los cambios del entorno en su mercado local son intensos?	<input type="radio"/>						
los clientes piden a menudo nuevos productos y servicios?	<input type="radio"/>						
los cambios en su mercado local ocurren continuamente?	<input type="radio"/>						
su mercado permanece sin cambios en el período de un año?	<input type="radio"/>						
los volúmenes de productos y servicios entregar cambian?	<input type="radio"/>						
la competencia en su mercado local es intensa?	<input type="radio"/>						
su empresa tiene competidores fuertes?	<input type="radio"/>						
la competencia en su mercado local es extremadamente alta?	<input type="radio"/>						
la competencia es un distintivo de su mercado?	<input type="radio"/>						

***12. Por favor valore la posesión de los siguientes recursos por parte de su empresa:**

	Escasos			Medianos			Abundantes
Recursos financieros	<input type="radio"/>						
Recursos físicos (p.ej. equipos)	<input type="radio"/>						
Recursos humanos	<input type="radio"/>						
Recursos organizativos (p.ej. tener sistemas de control de calidad y sistemas de gestión de tesorería bien establecidos)	<input type="radio"/>						
Recursos tecnológicos (p.ej. tecnologías únicas para producir productos de calidad)	<input type="radio"/>						
Reputación	<input type="radio"/>						

***13. Relativo a sus mayores competidores, su empresa se centra en:**

	Muy en desacuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			Muy de acuerdo
ser la primera en probar nuevos métodos y tecnologías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
usar la última tecnología en producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
inversión de capital en nuevos equipos y maquinaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ser un líder en innovación de productos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ser un líder en innovación de procesos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros (por favor especificar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***14. Por favor valore el desempeño global de su empresa en relación a las empresas competidoras de la industria en cada una de las siguientes medidas de desempeño:**

	Mucho peor			Medianamente			Mucho mejor
Rendimiento de la inversión	<input type="radio"/>						
Crecimiento de beneficios	<input type="radio"/>						
Crecimiento de ventas	<input type="radio"/>						
Cambio de cuota de mercado	<input type="radio"/>						

***15. En su opinión, cómo es el desempeño actual de su empresa**

	Empeorado considerablemente			Igual			Mejorado considerablemente
comparado con hace 5 años?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Su participación en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

***1. ¿En qué año se adhirió su empresa al Pacto Mundial (PM)?**

***2. ¿Cómo de importantes fueron cada una de las siguientes razones para adherirse al Pacto Mundial?**

	No importante			Mediana-mente importante			Extremadamente importante
Aumento de responsabilidad social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demostrar liderazgo en RSC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Protección de marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejora de imagen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a oportunidades de networking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aprender buenas prácticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atraer y retener personas con talento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ahorro de costes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejoras en productividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crecimiento de ingresos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso al mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a capital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reducción de potenciales riesgos de negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros (por favor especificar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***3. ¿En qué medida se consiguieron realmente los anteriores beneficios por su empresa como resultado de adherirse al PM?**

	Mínimo			Mediana-mente			En gran medida
Aumento de responsabilidad social	<input type="radio"/>						
Demostrar liderazgo en RSC	<input type="radio"/>						
Protección de marca	<input type="radio"/>						
Mejora de imagen	<input type="radio"/>						
Acceso a oportunidades de networking	<input type="radio"/>						
Aprender buenas prácticas	<input type="radio"/>						
Atraer y retener personas con talento	<input type="radio"/>						
Ahorro de costes	<input type="radio"/>						
Mejoras en productividad	<input type="radio"/>						
Crecimiento de ingresos	<input type="radio"/>						
Acceso al mercado	<input type="radio"/>						
Acceso a capital	<input type="radio"/>						
Reducción de potenciales riesgos de negocio	<input type="radio"/>						
Otros (por favor especificar)	<input type="radio"/>						

***4. ¿En qué grado estaba familiarizado con la RSC**

	Ligera- mente			Moderada- mente		Extremada- mente
antes de adherirse al PM?	<input type="radio"/>					

***5. ¿En qué grado está familiarizado con la RSC**

	Ligera- mente			Moderada- mente		Extremada- mente
hoy?	<input type="radio"/>					

***6. ¿Ha mejorado su entendimiento de la RSC y la ciudadanía corporativa como resultado directo de su participación en el Pacto Mundial?**

- Sí
- No

***7. Antes de adherirse al PM, ¿en qué medida su empresa**

	Mínimo			Mediana- mente		En gran medida
apoyaba y respetaba la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente?	<input type="radio"/>					
se aseguraba de que no era cómplice en la vulneración de los derechos humanos?	<input type="radio"/>					
apoyaba la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva?	<input type="radio"/>					
apoyaba la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción?	<input type="radio"/>					
apoyaba la erradicación del trabajo infantil?	<input type="radio"/>					
apoyaba la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación?	<input type="radio"/>					
mantenía un enfoque preventivo que favoreciese el medio ambiente?	<input type="radio"/>					
fomentaba las iniciativas que promovieran una mayor responsabilidad ambiental?	<input type="radio"/>					
favorecía el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente?	<input type="radio"/>					
trabajaba contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno?	<input type="radio"/>					

***8. Ahora como participante en el PM, ¿en qué medida su empresa**

	Mínimo			Mediana-mente			En gran medida
apoya y respeta la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente?	<input type="radio"/>						
se asegura de que no sea cómplice en la vulneración de los derechos humanos?	<input type="radio"/>						
apoya la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva?	<input type="radio"/>						
apoya la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción?	<input type="radio"/>						
apoya la erradicación del trabajo infantil?	<input type="radio"/>						
apoya la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación?	<input type="radio"/>						
mantiene un enfoque preventivo que favoreciese el medio ambiente?	<input type="radio"/>						
fomenta las iniciativas que promovieran una mayor responsabilidad ambiental?	<input type="radio"/>						
favorece el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente?	<input type="radio"/>						
trabaja contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno?	<input type="radio"/>						

9. ¿Cuántos años calcula que necesita su empresa para la completa implementación de cada uno de los diez principios de las NNUU? (ej. 5 años)

Derechos humanos - Principio 1:

Principio 2:

Ámbito laboral - Principio 3:

Principio 4:

Principio 5:

Principio 6:

Medio ambiente - Principio 7:

Principio 8:

Principio 9:

Anti-corrupción - Principio 10:

***10. Antes del PM, ¿su empresa participó en otras iniciativas o redes de RSC?**

- Sí
- No

11. Si contestó que sí a la pregunta anterior, por favor proporcione el nombre de la(s) iniciativa(s) en las que participó.

Iniciativa / industria -desde que año:

***12. ¿En qué medida el PM ha proporcionado a su empresa**

	En absoluto			En alguna medida			En muy gran medida
el acceso a más iniciativas o redes de RSC?	<input type="radio"/>						

***13. ¿En qué medida el PM ha proporcionado a su empresa**

	En absoluto			En alguna medida			En muy gran medida
el acceso a redes empresariales?	<input type="radio"/>						

5. Informes de Progreso

Las siguientes preguntas se refieren a los parámetros utilizados por su empresa a la hora de comunicar su progreso en la implementación de los principios de las NNUU.

***1. ¿Ha presentado algún informe de progreso?**

- Sí
- No

2. ¿Cuál es el año de su Informe de Progreso (IdP) más reciente? (ej. 2008, o 2009)

***3. ¿Conoce la aplicación informática para elaborar el IdP que ha desarrollado la Red Española del Pacto Mundial?**

- Sí
- No

4. Para elaborar su IdP, ¿utiliza el formato de la Red Española del Pacto Mundial?

- Sí
- No

5. Independientemente si utiliza la plantilla de la Red Española del Pacto Mundial o no, ¿integra su IdP en una memoria de sostenibilidad del GRI (G3)?

- Sí
- No

6. ¿Encuentra Ud. las directrices GRI G3 más exhaustivas que la plantilla del IdP?

- Sí
- No

***7. ¿Con qué periodicidad preferiría presentar los Informes de Progreso? (Marcar categoría apropiada)**

- Anual
- Cada 2 años
- Cada 3 años
- Más de 3 años

***8. ¿Cuántas veces ha sido su empresa reconocida por su Informe de Progreso Notable (Notable Communications on Progress) por la Oficina Central del Pacto Mundial? (Marcar categoría apropiada)**

- Ninguna
- Una vez
- Dos veces
- Tres veces
- Más de 3 veces

9. ¿Recibe su empresa observaciones de la Oficina Central del Pacto Mundial sobre la información revelada en sus IdP?

- Sí
- No

***10. Por favor indique en qué grado ha cambiado el desempeño de su empresa como resultado de participar en el PM:**

	Sin cambios			Algunos cambios			Cambios sustanciales
Cuota de mercado	<input type="radio"/>						
Ventas	<input type="radio"/>						
Crecimiento de exportaciones	<input type="radio"/>						

6. Su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa

Las siguientes preguntas se refieren a su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, y en particular a las certificaciones obtenidas y a la influencia de la actual crisis económica.

1. Por favor enumere los sistemas de gestión de calidad, sistemas de gestión medioambiental o sistemas de gestión de RSC implantados en su empresa ANTES de adherirse al Pacto Mundial (p.ej. ISO9001, ISO14001, SA8000, etc.) e indique el año en que se obtuvo la primera certificación correspondiente:

Sistema de gestión / primer año de certificación:

2. Por favor enumere los sistemas de gestión de calidad, sistemas de gestión medioambiental o sistemas de gestión de RSC implantados en su empresa COMO RESULTADO de participar en el Pacto Mundial e indique el año en que se obtuvo la primera certificación correspondiente:

Sistema de gestión / primer año de certificación:

*3. ¿En qué medida la actual crisis económica y financiera

	En absoluto			Medianamente			En gran medida
ha afectado sus prácticas de RSC?	<input type="radio"/>						
ha afectado la visión y estrategia de su empresa?	<input type="radio"/>						
ha afectado su estructura de gobierno?	<input type="radio"/>						
ha afectado sus oportunidades económicas?	<input type="radio"/>						
ha afectado sus compromisos con los derechos humanos?	<input type="radio"/>						
ha afectado sus prácticas laborales?	<input type="radio"/>						
ha afectado sus compromisos medioambientales?	<input type="radio"/>						
ha afectado sus compromisos anticorrupción y con la sociedad?	<input type="radio"/>						

4. Si nos quiere hacer llegar algún comentario adicional sobre los impactos de la crisis económica, por favor utilice el espacio abajo.

Información sobre los autores

Silvia Ayuso: Doctora en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de Barcelona, Ingeniera de Tecnología Ambiental por la Universidad Técnica de Berlín y Diplomada en Filosofía por la Universidad Técnica de Berlín. Es coordinadora e investigadora principal de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa de la Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF) y profesora de ESCI-UPF. Ha sido investigadora post-doctoral en el Center for Business in Society y la Cátedra 'la Caixa' de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo de IESE Business School y colaboradora académica de la Universitat Oberta de Catalunya. Su principal área de interés es la sostenibilidad empresarial, y ha participado en numerosos proyectos de investigación relacionados con responsabilidad social empresarial, gestión ambiental, gobierno corporativo, diálogo con los *stakeholders* e innovación.

Mercè Roca: Doctora en Economía y Empresa por la Leeds University Business School (Reino Unido), Master en Management y Licenciada en Economía y en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Pompeu Fabra. Actualmente es Coordinadora Académica profesora acreditada Lectora del área de Estadística e integrante del Grupo de Investigación en Economía y Empresa Internacional (GRE²¹) de la Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF). Su investigación se centra en el área del márketing y el estudio de las organizaciones empresariales con especial interés por su aplicación al estudio del comportamiento del consumidor y la toma de decisiones.



Escola Superior de Comerç Internacional
Passeig Pujades, 1
08003 Barcelona
Tel.: 93 295 4710
Fax: 93 295 47 20
www.esci.es