

# capítulo quinto

## Apéndices

### 1. GLOSARIO: TERMINOLOGÍA BÁSICA SOBRE PYME Y RSC

#### AA1000

---

Es un estándar emitido en noviembre de 1999 por el “Institute for Social and Ethical Accountability” bajo el nombre de AccountAbility. Este estándar para procesos, que abarca el modo en que se realizan los Reportes sobre la gestión social de una empresa, incluye una serie de principios básicos que apuntan a fomentar un alto nivel de transparencia e imparcialidad y promueven un marco de confianza dentro del cual se podrán tomar los primeros pasos para dialogar con los stakeholders.

#### ACCIÓN SOCIAL

---

Conjunto de actividades promovidas por iniciativa propia o de apoyo y ayuda a otros que acreditan las conductas y el posicionamiento público de la empresa ante los Grupos de Interés dentro del marco que define la RSC.

#### ACTIVO INTANGIBLE

---

Es todo aquello que aporte valor a la empresa y no podemos tocar. Afecta generalmente a las conductas y es susceptible de ser gestionado. Por ejemplo la marca, la imagen, la reputación.

#### ACTIVOS TANGIBLES

---

Activos financieros tradicionales recogidos en los resultados y balances de las compañías.

#### AGENCIAS DE CALIFICACIÓN ÉTICA

---

Empresas de análisis y calificación ética que ofrecen información al mercado sobre el comportamiento socialmente responsable de las principales empresas cotizadas.

#### ARQUITECTURA DE MARCA

---

Optimización del papel de la marca corporativa dentro de la organización, estableciendo jerarquías y relaciones ente diferentes marcas, sub-marcas y productos y servicios, tanto a escala global como local.

#### AUDITORIA ÉTICA

---

Aplicación de criterios éticos no financieros a las decisiones de inversión.

#### AUDITORIA SOCIAL

---

Evaluación sistemática del impacto social de una empresa con ciertas normas y expectativas.

#### BALANCE SOCIAL

---

Es una técnica que permite a la empresa reunir información cuantitativa y cualitativa para seguir de manera objetiva el desarrollo de sus actividades en el campo de los recursos humanos y medir su diseño en la implementación de programas de carácter social, tanto internos como externos.

---

**BENCHMARKING**

---

Proceso de identificación y análisis de buenas prácticas, con el objeto de adaptarlos e incluirlos en la organización.

---

**BIODIVERSIDAD**

---

Son las características diferenciadas y complementarias entre los seres vivos que permiten su organización en comunidades y su pervivencia.

---

**CALIDAD DE VIDA**

---

Dinámica de las actividades profesionales, familiares y culturales, de una persona o grupos de personas, que permite mantener o aumentar el bienestar físico, emocional y de interrelación.

---

**CADENA DE VALOR**

---

Hace referencia a los procesos o actividades de una empresa que contribuyen a la creación de valor a lo largo del ciclo de vida de un producto.

---

**CAPITAL SOCIAL**

---

Conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. Es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero.

---

**CIUDADANÍA CORPORATIVA**

---

La gestión de todas las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida a nivel local, nacional y mundial.

---

**CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS**

---

Define y desarrolla los fundamentos de comportamiento ético que una empresa entiende han de aplicarse a los negocios y actividades. Las pautas de actuación necesarias para las relaciones con clientes, empleados, directivos, proveedores y terceros, y sus actuaciones en los diferentes mercados.

---

**CÓDIGO DE CONDUCTA**

---

Declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.

---

**COMERCIO ÉTICO**

---

Tiene por objeto garantizar que las condiciones de trabajo de las grandes cadenas de producción cumplan las normas mínimas fundamentales y erradicar las formas de explotación de la mano de obra tales como el trabajo infantil y el trabajo forzado.

---

**COMERCIO JUSTO**

---

Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos, garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización y realizando campañas al efecto.

---

**COMISIÓN ÉTICA**

---

Órgano de expertos independientes encargado de definir el universo de valores que cumplen el ideario ético. Agencia de calificación ética.

---

**CONSUMO RESPONSABLE**

---

Actitud de los consumidores a la hora de elegir un producto, incorporando consideraciones sociales, medioambientales o de tipo ético en los procesos de selección de productos y marcas. Este factor presiona a las empresas para que adopten prácticas de RSC.

---

**DESARROLLO SOSTENIBLE**

---

Aquel que sobre la base de un crecimiento económico continuado, contribuye al desarrollo social y al uso adecuado del entorno natural, posibilitando el crecimiento de valor de las compañías para todas las partes interesadas.

---

**DONACIÓN**

---

Contribución de cualquier persona, grupo u organización. Puede ser en dinero, tierra, consejos, construcción, ideas, trabajos, suministros, equipamiento,...

---

**DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX**

---

Índice elaborado por Dow Jones, STOXX y SAM, del que forman parte compañías que ya están en el Dow Jones STOXX 600 Index y que, además, cumplen con una serie de requisitos en materia de sostenibilidad.

---

**ECO-EFICIENCIA**

---

Es el resultado alcanzado por el reparto de bienes y servicios competitivos que satisface las necesidades humanas y aportan calidad de vida, a la vez que reducen progresivamente el impacto ecológico y la intensidad de recursos a lo largo de un ciclo vital.

---

**EMPRESA CONVENIENTE**

---

Empresa socialmente responsable que gestiona pro activamente la conveniencia de ser elegida como la mejor opción, por sus conductas de gestión aplicadas a la globalidad de la empresa y acreditadas fehacientemente.

---

**FONDOS DE INVERSIÓN ÉTICOS (FIE)**

---

Instituciones de inversión colectiva (IIC) cuyo objetivo es dirigir el ahorro hacia aquellas empresas u organizaciones que de acuerdo con el ideario del fondo cumplan con los criterios valorativos y/o negativos en él reflejados, para contribuir de esta forma a mejorar las condiciones de vida de la sociedad y un desarrollo sostenible del planeta.

---

**FONDOS DE INVERSIÓN SOLIDARIOS**

---

Se limitan a ceder parte de la rentabilidad generada por sus inversiones a favor de organizaciones benéficas o proyectos sociales o de desarrollo.

---

**FTSE4GOOD**

---

Índice elaborado por FTSE, del que forman parte compañías que ya están en los cuatro grandes índices de FTSE y que, además, cumplen una serie de requisitos medioambientales, de diálogo con los stakeholders y de respeto a los derechos humanos.

---

**GOBIERNO CORPORATIVO**

---

Conjunto de principios y normas de actuación que guía la forma de hacer negocios de la empresa y sus relaciones con los distintos Grupos de Interés.

---

**GRUPOS DE INTERÉS**

---

Los beneficiarios. Todas las partes interesadas de la empresa, la propia organización (consejo, dirección, empleados, accionistas y proveedores) los consumidores, la sociedad (instituciones, comunidad, organizaciones sociales y medios de comunicación) y el mercado (reguladores, analistas y competidores).

---

**GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)**

---

Global Reporting Initiative (GRI) es un proceso en el que participan diversos grupos de interés con el objetivo de desarrollar y divulgar la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, con vocación de poder ser aplicada de forma global por compañías de todo tipo.

## GOBIERNO CORPORATIVO

---

Sistema mediante el que se dirige y controla una sociedad. Un buen gobierno corporativo persigue fortalecer la facultad de supervisión del Consejo sobre la gestión de la compañía, equilibrando además la representación y la defensa de los intereses de todos los accionistas. Además, persigue reforzar la exigencia de lealtad de los miembros del Consejo de Administración y del equipo gestor de la empresa. Busca mejorar la transparencia y la fluidez en la información que se proporciona a los accionistas e inversores.

## IDEARIO ÉTICO

---

Conjunto de criterios éticos, sociales y medioambientales que deben respetar las decisiones de inversión de la institución de inversión colectiva.

## ISO 9001

---

Es una norma internacional que especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:

- Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.
- Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la mejora continua y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

## ISO 14001

---

Es una norma internacional que especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión medioambiental y que permite a la organización contar con una mejor gestión de los impactos medioambientales de su actividad, cumplir con los requisitos legales y facilitar la consecución de objetivos medioambientales.

## INDICADOR

---

Son medidas que sintetizan situaciones importantes de las cuales interesa conocer su evolución en el tiempo. Se construyen a partir de información disponible para responder a preguntas determinadas, formuladas en un contexto específico. Son el producto de una selección y elaboración dentro de las posibilidades de conjuntos de datos que ofrecen los sistemas públicos o privados. Permiten el análisis de resultados que se definen como deseables en una variable, estableciendo comparaciones justas y rigurosas entre grupos y sectores de la población, zonas geográficas, etc. Identifican problemas, disparidades sociales y estudian tendencias.

## INDICADORES DE DESEMPEÑO

---

Agrupan tres grandes aspectos de sostenibilidad: económicos, medioambientales y sociales, dado que la sostenibilidad es considerada desde estos tres niveles.

## INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

---

Miden los impactos que una organización causa en las circunstancias económicas de sus partes interesadas, así como en los sistemas económicos locales, nacionales y mundiales. El GRI entiende que los indicadores de desempeño económico señalan los cambios en los niveles económicos de las partes interesadas, como consecuencia de las actividades de la organización. Estos indicadores suman otros indicadores a los financieros habituales. Pueden ser directos e indirectos. Directos: Calculan los flujos monetarios entre la organización y sus principales partes interesadas. Además, señalan cómo las circunstancias económicas de dichas partes se ven afectadas por la organización. Indirectos: Explican los impactos causados por causas externas a la organización.

## INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

---

Miden los impactos de las organizaciones en los espacios naturales, habitados o no, los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua. Pueden medirse mediante indicadores absolutos e indicadores relativos o normalizados. Las cifras absolutas ofrecen una visión de la proporción o magnitud del consumo o impacto, de manera que se considera la actuación en el contexto de un sistema mayor. Los indicadores relativos o normalizados ilustran la eficiencia de la organización y ayudan a comparar la actuación de organizaciones de distintos tamaños.

---

## INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

Miden los impactos que una organización causa en los sistemas sociales dentro de los que actúan. En estos indicadores influyen tanto activos tangibles como intangibles.

---

## INFORME SOCIAL

Documento que comunica los resultados de una evaluación del impacto social.

---

## INVERSIÓN AMBIENTAL

Gastos en bienes y servicios, directamente relacionados con el proceso productivo, que tienen por objeto la reducción de los impactos ambientales negativos de la empresa, bien sea por reducción en el consumo de materias primas y energía, para un mejor manejo de la capacidad de regeneración de los recursos naturales o por reducción de las descargas y las emisiones.

---

## INVERSIÓN SOCIAL EXTERNA

Gasto de bienes y servicios que no tienen una relación directa con el proceso productivo y cuyo objeto es mejorar las condiciones del entorno social, ambiental y cultural.

---

## INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES:

Las que a los tradicionales criterios financieros añaden criterios sociales y medioambientales permitiendo a los inversores combinar objetivos financieros con valores sociales, vinculados a ámbitos de justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente.

---

## MARKETING CON CAUSA

Es una estrategia corporativa de la empresa, que consiste en vincular la marca y su mercado a una causa social o a los valores asociados habitualmente a ella.

---

## MECENAZGO

Apoyo individual o empresarial de carácter altruista a actividades de interés general, frecuentemente relacionadas con la cultura, el medio ambiente o eventos sociales.

---

## MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Informes realizados por una empresa para dar a conocer los resultados económicos, las conductas sociales y medioambientales de la organización, así como su evolución a lo largo del tiempo.

---

## MICROCRÉDITOS

Pequeño préstamo a bajo interés y con plazo de devolución flexible y sin necesidad de aval.

---

## PACTO MUNDIAL O GLOBAL COMPACT

Iniciativa de Naciones Unidas para la protección de los derechos humanos y el cumplimiento de estándares reconocidos sobre condiciones laborales y protección medioambiental.

---

## PATROCINIO

La empresa aporta recursos económicos o en especie a una actividad, que le es ajena, con el objeto de asociar a su imagen los valores o atributos de ésta.

---

## PRINCIPIOS DE TRANSPARENCIA Y GLOBALIDAD

Constituyen el punto de partida del proceso de elaboración de memorias, tejidos dentro del material que componen todos los demás principios.

---

## PYME

Pequeña y Mediana Empresa. No existe como tal una definición globalmente aplicable y aceptada de lo que es una PYME. No obstante, la Comisión Europea incluye en esta categoría a las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros.

## REPUTACIÓN CORPORATIVA

---

Opinión que provoca una empresa en los Grupos de Interés, basada en las conductas de gestión en todos sus ámbitos de actuación (operativo, comercial y público).

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

---

Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Actúa en dos áreas: una interna, que afecta a los trabajadores en materia de seguridad, higiene y promoción del capital humano; y otra externa, con respecto a la ubicación y a la sociedad donde actúa la empresa.

## SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

---

Modo de gestión de una empresa, que tiene en cuenta el conjunto de valores y expectativas que aseguran su futuro, minimizan sus riesgos y provocan su legitimación social.

## STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS

---

Grupos o colectivos, personas físicas o jurídicas que se ven afectados o afectan a una organización y a sus prácticas o actividades, productos o servicios.

## SOSTENIBILIDAD

---

Actividad económica que satisface las necesidades de la generación presente sin afectar a la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

## TRIPLE BALANCE O TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS

---

Evaluación del funcionamiento general de una empresa, teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social.

## VERIFICACIÓN

---

Certificación por un auditor externo de la validez, la pertinencia y la exhaustividad de los registros, informes o declaraciones de una empresa.

## 2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ENLACES DE INTERÉS

### BIBLIOGRAFÍA

- Aguadero, Francisco: *Comunicación Social Integrada. Un reto para la organización*. Consejo Superior de Comunicación y Relaciones Públicas de España. Barcelona 1993.
- Covarrubias P., Paula; Montraveta Reixach, Isabel y Valls Riera, Ricard. *Directorio 2002 del patrocinio, mecenazgo y responsabilidad social corporativa en España*. Manresa, Angle Editorial, 2003.
- Comisión de las Comunidades Europeas. Libro Verde. *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas. 2001
- Cuesta González, Marta María de la, [et. al.] *La responsabilidad social corporativa : una aplicación a España*. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2002.
- De la Cuesta González, Marta y Valor Martínez, Carmen: *Responsabilidad Social de la Empresa: Concepto, Medición y Desarrollo en España*, en Boletín ICE Económico, núm. 2755; Madrid, 2003.
- De la Cuesta, Marta y Rodríguez Duplá, Leonardo (Coords): *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial: Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 2004.
- Esteban Velasco, Gaudencio; Gondra Romero, José María y Moneva Abadía, José Mariano. *Responsabilidad social corporativa: aspectos jurídico-económicos*. Castellón de la Plana, Universidad Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones, 2005.
- Fernández Gago, Roberto. *Administración de la responsabilidad social corporativa*. Madrid, Thomson Paraninfo, 2005.

- Fernández Gago, Roberto: *Administración de la responsabilidad social corporativa*. Editorial: Paraninfo; Madrid, 2004.
- Fernández, José Miguel: *El Gobierno de la empresa, un enfoque alternativo*. Ediciones Akal; Madrid, 2005.
- Francés Gómez, Pedro: *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y Enfoque de la Gestión Responsable*. Ed.: Forética, 2003.
- Fundación Ecología y Desarrollo: *Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas: Informe 2004*. Colección “La Empresa de Mañana”.
- García Arce, María Cruz: *Acción social en la Empresa*. Trotta; Madrid, 2004.
- GRI: *En Cinco Pasos: guía para comunicar políticas de RSC en las PYME*. Global Reporting Initiative, 2005.
- *La responsabilidad corporativa y la acción social en la memoria 2003 de grandes empresas españolas: del sí al cómo*. Madrid, Fundación Empresa y Sociedad, 2004.
- Lafuente Félez, Alberto, [et. al.] *La responsabilidad social corporativa y políticas públicas*. Madrid, Fundación Alternativas, 2003.
- *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid, Asociación Española Contabilidad y Administración de Empresas. 2004.
- Merino de Diego, Amparo. *Responsabilidad social corporativa de Pymes*. Madrid, Fundación Universitaria San Pablo 2005.
- Morrós Ribera, Jordi y Vidal Martínez, Isabel. *Responsabilidad social corporativa (RSC)*. Madrid, Fundación Confemetal, 2005.
- Osorio García de Oteyza, Miguel, comp. *La nueva empresa: responsabilidad social corporativa*. Madrid, Voz de Papel, 2004.
- Osorio García de Oteyza, Miguel, comp. *Empresa y ética: la responsabilidad social corporativa*. Madrid, Voz de Papel 2005.
- Perdiguero, Tomás y García Reche, Andrés: *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Editorial: Universidad de Valencia. Valencia, 2005.
- Perdiguero, Tomás: *La responsabilidad social de las empresas*. Editorial: Anagrama. Madrid, 2003.
- Rabanal Minguella, Marc. *El patrocinio y mecenazgo empresarial en el marco de la responsabilidad social corporativa*. Barcelona, Asociación Española para el Desarrollo del Mecenazgo Empresarial, 2004.
- Sánchez Olea, Carlos. *Gestión de la responsabilidad social corporativa*. Madrid, Recoletos Compañía Editorial, 2005.
- Sichar, Gonzalo (coord.): *La Empresa Socialmente Responsable. Ética y Empresa*. Madrid, 2003
- Soriano Baeza, Manuel (coord.): *Manual de la Empresa Responsable*. Ed.: Cinco Días; Madrid, 2004.
- Villafañe, Justo: *La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*. Editorial: Pirámide; Madrid, 2004.
- Villagra García, Núria, ed. *La comunicación de la responsabilidad social corporativa: memoria académica, curso 2004-2005*. Madrid, Universidad Pontificia de Comillas. 2005.

## PÁGINAS WEB Y RECURSOS EN INTERNET

### A escala internacional

- Pacto Mundial de Naciones Unidas: <http://www.pactomundial.org>
- Global Reporting Initiative: <http://www.globalreporting.org/guidelines/reports/search>
- OECD. Corporate Responsibility: <http://www.oecd.org/html>
- Institute for Global Ethics: <http://www.globalethics.org>
- Corporate Social Responsibility Forum: <http://www.csrforum.org/>
- World Resources Institute. Business and economics: <http://business.wri.org/>

### En la Unión Europea

- Unión Europea. Iniciativas de fomento de la RSC: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>
- Euractiv. Corporate Responsibility and the EU: <http://www.euractiv.com/>
- CSR EUROPE: The reference point on Corporate Social Responsibility in Europe: <http://www.csreurope.org/>
- EUROSIF. The European Social Investment Forum: <http://www.eurosif.org/>
- ORSE. Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (Francia): <http://www.orse.org>
- The Copenhagen Centre for Corporate Social Responsibility: <http://www.copenhagencentre.org>
- Business for Social Responsibility: <http://www.bsr.org/>
- Rede Portuguesa de Empresas para a Coesao Social: <http://www.talentum.pt/html/home.htm>
- SME Key: [http://www.smekey.org/spanish\\_lan/](http://www.smekey.org/spanish_lan/)

### En España

- Fundación Empresa y Sociedad. <http://www.empresaysociedad.org>
- Instituto Persona Empresa y Sociedad (IPES). <http://www.esade.es/institution/institutos/ipes/index.php>
- Centro IESE para la Empresa Sostenible. <http://www.foroempresasostenible.org>
- Triodos Investments España. <http://www.triodos.es>
- Fundación AVINA. <http://www.avina.net>
- Foro de Reputación Corporativa. <http://www.reputacioncorporativa.org>
- Portal en español del Pacto Mundial de Naciones Unidas. <http://www.pactomundial.org>
- Europa Press RSC. <http://www.europapress.es/>

## De difusión y sensibilización

- Responsables.biz, Semanario Digital de RSC: <http://www.responsables.biz>
- ESADE: <http://www.esade.es/institution/institutos/ipes/index.php>
- Fundación Empresa y Sociedad: <http://www.empresaysociedad.org>
- ÉTNOR: Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones: <http://www.etnor.org/>
- Fundación Entorno: Medio ambiente y empresa: <http://www.fundacion-entorno.org>
- Fundación Ecología y Desarrollo: <http://www.ecodes.org/pages/areas/rsc/index.asp>
- Foro de Reputación Corporativa. Sección de RSC: <http://www.reputacioncorporativa.org/responsabilidad.asp>
- Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (AECA): <http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/rsc.htm>
- Economistas Sin Fronteras: <http://www.ecosfron.org>
- Foro de Expertos en RSE (España): [www.mtas.es/empleo/economia-soc/NoticiasDoc/NoticiasPortada/PRI-MER\\_DOC\\_FORO\\_EXPERTOS20\\_7\\_2005.pdf](http://www.mtas.es/empleo/economia-soc/NoticiasDoc/NoticiasPortada/PRI-MER_DOC_FORO_EXPERTOS20_7_2005.pdf)
- Foretica. <http://www.foretica.es/>

PAÍS: España.

EMPRESA: Harineras Villamayor S.A.

ACTIVIDAD: Producción de harina y de sémola.

BUENA PRÁCTICA: La estrategia de esta empresa se basa en el valor fundamental del desarrollo sostenible. Garantiza la participación de los representantes de los trabajadores en las decisiones empresariales y fomenta su promoción interna. Cuenta con un comité de salud y seguridad para mejorar la calidad de las condiciones de trabajo, y lleva a cabo diversas iniciativas relacionadas con la protección del medioambiente. Las ventajas para la empresa se traducen en un aumento de su prestigio en el mercado y en la comunidad y, a pesar de la situación difícil que atraviesa este sector, los beneficios se incorporan a una reserva que se capitaliza para garantizar su supervivencia y asegurar el empleo.

[www.harinerasvillamayor.com](http://www.harinerasvillamayor.com)