

Igualdad y Responsabilidad Social Empresarial:
los planes de igualdad

Elaborado por:

María José Rodríguez Crespo

FUNDACIÓN VÉRTICE EMPRENDE

ISBN: 978-84-94073-73-1

Edición: 5.0

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

índice

Igualdad y responsabilidad social empresarial: los planes de igualdad

Módulo 1: La responsabilidad social empresarial

UD1. Definición y principales rasgos caracterizadores de la responsabilidad social de las empresas

1.1. Definición y principales rasgos caracterizadores de la Responsabilidad Social de las Empresas	13
1.1.1. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial	13
1.1.2. Principales rasgos caracterizadores de la Responsabilidad Social Empresarial.....	15
1.2. Los contenidos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	17
1.3. Los grupos de interés o stakeholders	20
1.4. El ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial	23
1.4.1. La Responsabilidad Social Interna	23
1.4.2. La Responsabilidad Social Externa	25

UD2: Ventajas de la responsabilidad social corporativa e integración en la gestión de la empresa

2.1. Las ventajas de la aplicación de la RSC: La dimensión ética de la RSC como meta a alcanzar.	31
2.2. Integración de la Responsabilidad Social en la gestión de las empresas.....	36
2.2.2. Estándares de gestión	41

UD. Instrumentos de articulación de la responsabilidad social empresarial

3.1. Instrumentos de articulación de la Responsabilidad Social Empresarial	49
3.2. La adopción de una política de responsabilidad social empresarial a través de los Códigos de Conducta.....	50

Módulo 2: Políticas públicas de fomento de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional y de la unión europea

UD1. Políticas públicas de fomento de la responsabilidad social empresarial a nivel internacional y de la unión europea

1.1. La OCDE.....	69
1.1.1. Conceptos de las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales	70
1.1.2. Principios generales de las Directrices.....	71
1.1.3. Publicación de informaciones.....	72
1.1.4. Directrices en materia de Empleo y relaciones laborales.....	73
1.1.5. Directrices en materia de Medio ambiente	75
1.1.6. Procedimientos de puesta en práctica de las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales	77
1.1.7. Evaluación de las Directrices de la OCDE.....	78
1.2. La ONU.....	78
1.3. La Organización Internacional del Trabajo.....	81

UD2. La responsabilidad social empresarial en la unión europea

2.1. El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas para “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”	85
2.1.1. Las empresas y su responsabilidad social.....	86
2.1.2. La responsabilidad social de las empresas: dimensión interna y externa	86
2.1.3. Gestión integrada de la responsabilidad social	87
2.2. Comunicación de la Comisión relativa a la “Responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”	88
2.2.1. Los desafíos que plantea la difusión generalizada de la RSE	89
2.2.2. Hacia un marco de acción europeo en favor de la responsabilidad social de las empresas	89
2.2.3. Principios de la acción comunitaria	91
2.3. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo, de 22 marzo de 2006, «Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas».....	92
2.3.1. Hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE	93

2.3.2. Una alianza europea para la RSE.....	94
2.3.3. Medidas propuestas para fomentar la extensión de las prácticas de la RSE.....	95
2.3.4. Conclusión: necesidad de una asociación entre todos los interesados ...	97
2.4. Comunicación de la Comisión Europea sobre la estrategia Europa 2020	97

Modulo3: La responsabilidad social empresarial en España

UD1. Regulación legal. Mención especial a la ley de economía sostenible

1.1. Marco actual de referencia para el desarrollo de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial en España	111
1.2. El Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas	113
1.2.1. Creación y adscripción	114
1.2.2. Objetivos	114
1.2.3. Funciones y ámbito	115
1.2.4. Composición y nombramiento.....	115
1.3. El Libro Blanco de la RSE	116
1.4. La Responsabilidad Social Empresarial en la Ley de Economía Sostenible.....	118

UD2. El informe o memoria sobre RSE

2.1. Concepto de Informe o Memoria de Sostenibilidad y estándares o referencias para su elaboración.....	123
2.2. Proceso de elaboración.....	124
2.3. La obligación de realizar la Memoria de Sostenibilidad en aplicación de la Ley de Economía Sostenible.....	126

UD3. Ámbitos de interés para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial

3.1. Las Administraciones Públicas y La Responsabilidad Social Empresarial	129
3.1.1. El papel de las Administraciones Públicas en la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial	129
3.1.2. Ventajas y beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial en las Administraciones Públicas y principales problemas de aplicación ...	132
3.1.3. Obligaciones de las Administraciones Públicas en materia de RSE impuestas por la Ley de Economía Sostenible	133
3.2. La Responsabilidad Social Empresarial y el Diálogo Social	134

Módulo 4: La responsabilidad social empresarial y la igualdad en el empleo

UD1. La RSE y su dimensión laboral. En particular, la promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres

1.1. Introducción	153
1.2. Las políticas de igualdad de oportunidades. Su relevancia en el contexto internacional, nacional y autonómico	155
1.2.1. La igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres en el marco de las Naciones Unidas	155
1.2.2. La política de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de la Unión Europea.....	157
1.2.3. Las políticas de igualdad de oportunidades en España	160
1.2.4. Las políticas de igualdad en Andalucía	164
1.3. El Mainstreaming de género.....	169

UD2. Medidas a aplicar en una empresa en igualdad de oportunidades

2.1. La igualdad de oportunidades como pieza clave de la calidad en el empleo y de la Responsabilidad Social de la empresa.....	177
2.2. Frenos a la implantación de medidas de igualdad de oportunidades	179
2.3. Claves de la legislación española en materia de igualdad de oportunidades y guiños a la responsabilidad social empresarial.....	181
2.4. Beneficios de la igualdad de oportunidades en la empresa.....	182

Módulo 5: Los planes de igualdad en la empresa

UD1. Los planes de igualdad en la empresa

1.1. Los Planes de Igualdad de Oportunidades como herramientas para corregir las desigualdades entre hombres y mujeres en las empresas	197
1.2. Concepto y contenido de los planes de igualdad de las empresas.....	198
1.3. La transparencia en la implantación del plan de igualdad.....	199
1.4. Fases de la implantación de un Plan de Igualdad	199

UD2. Medidas de apoyo y herramientas para implantar un plan de igualdad

2.1. Medidas de apoyo a la implantación de los planes de igualdad en las empresas	205
2.2. Herramientas para implantar un plan de igualdad	206



dirección y gestión de empresas

Igualdad y responsabilidad social empresarial: los planes de igualdad

Módulo**1**

*La responsabilidad social
empresarial*

dirección y gestión de empresas

UD1

Definición y principales rasgos caracterizadores de la responsabilidad social de las empresas

- 1.1. Definición y principales rasgos caracterizadores de la Responsabilidad Social Empresarial
 - 1.1.1. Concepto de Responsabilidad Social de las Empresas
 - 1.1.2. Principales rasgos caracterizadores de la Responsabilidad Social Empresarial
- 1.2. Los contenidos de la Responsabilidad Social Empresarial
- 1.3. Los grupos de interés o stakeholders
- 1.4. El ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial
 - 1.4.1. La Responsabilidad Social Interna
 - 1.4.2. La Responsabilidad Social Externa

dirección y gestión de empresas

Objetivos de esta Unidad

- Conocer qué se entiende por Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa.
- Analizar cuáles son sus rasgos identificadores.
- Obtener una visión completa de los contenidos de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Estudiar el concepto de grupos de interés o *stakeholders*.
- Comprender qué papel juegan los grupos de interés en la configuración de la empresa socialmente responsable.
- Analizar el doble ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial: su dimensión interna y externa.

1.1. Definición y principales rasgos caracterizadores de la Responsabilidad Social de las Empresas

1.1.1. Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE, en adelante) o Responsabilidad Social Corporativa se sustenta sobre la concepción de la empresa como una organización que responde a criterios éticos de comportamiento. La expansión de la globalización, el desarrollo sostenible, las nuevas inquietudes y exigencias hacia las empresas por parte de los ciudadanos, consumidores, etc., unido a las deslocalización de las empresas, a las desigualdades sociales que ello conlleva y al papel que juegan las economía incipientes en el escenario internacional determinan la delimitación de un concepto de responsabilidad de las empresas “como expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad” (CSR Europe)¹.

Para delimitar el concepto de responsabilidad es necesario distinguir dos aspectos fundamentales: por un lado, el concepto de “responsabilidad” hace referencia a la idea de “dar cuentas”. Las empresas deben ser cada vez más transparentes en la información que ofrecen a la sociedad en relación con sus actividades y con la forma de organizarse internamente.

Por otro lado, el concepto de “responsabilidad” hace referencia a “dar respuestas” a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa². Las empresas no pueden vivir aisladas de la sociedad en la que se asientan.

1 CSR EUOPE es la red principal europea de negocio para la Responsabilidad Social Corporativa, con alrededor de 70 corporaciones multinacionales y 25 organizaciones individuales e independientes de 22 países europeos. Página web: <http://www.csreurope.org>.

2 Étnor. Fundación para la ética de los negocios y de las organizaciones. Guía de responsabilidad social de la empresa. http://www.ethnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf

“Un concepto a través del cual la empresa integra de forma voluntaria las dimensiones social y medioambiental en sus relaciones con los grupos de interés”

Definición de la Comisión Europea

Si se genera un clima de confianza, demostrando que no sólo les interesa obtener beneficios económicos, sino que son igualmente importantes aspectos sociales o ecológicos, la sociedad aceptará la actividad empresarial, mejorándose con ello el clima laboral y la aceptación de los productos, con la generación consiguiente de los beneficios económicos, base de cualquier actividad productiva.

En la actualidad, las empresas han de comprender que la inversión en aspectos sociales dentro de su organización, como puede ser el fomento del empleo y la formación, la contribución a la calidad de vida o el respeto a las leyes, son elementos que repercuten en la sociedad, que es la destinataria final del producto³.

La Comisión Europea, en su Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”⁴, concreta la Responsabilidad Social de las empresas es una triple responsabilidad: económica, social y medioambiental.

Y la define como:

“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de la preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con los interlocutores”.

No es éste el único concepto de RSE que existe, siendo un campo abonado para le desarrollo de definiciones que abordan su complejidad desde diversos puntos de vista. En España, ha sido el Foro de expertos en RSE, constituido el 17 de marzo de 2005, por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, el encargado de analizar todos ellos, llegando a una definición de contenido amplio en el que se engloban los diferentes aspectos que influyen en su configuración.

En el Informe emitido por el Foro de Expertos sobre RSE, titulado “*Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España*”, se desarrolla un concepto más amplio que el presente en el Libro Verde:

“La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de

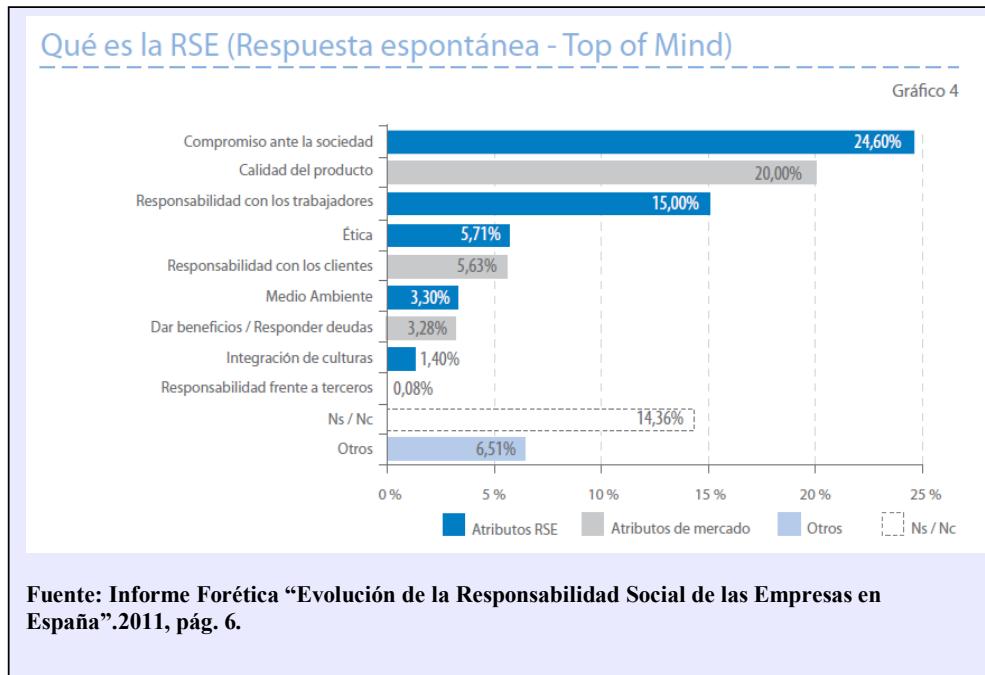
³ Para el Consejo Mundial empresarial para el desarrollo Sostenible, “la responsabilidad social de la organización es el compromiso duradero de la misma para comportarse manera ética y contribuir al desarrollo económico al mismo tiempo que mejora la calidad de vida de los trabajadores, de sus familias, de la comunidad donde radica y de la sociedad en su conjunto”.

⁴ Publicado en la web: <http://www.esade.es/acrobat/doctorado/libroverdeok.pdf>

respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones”.

Según el Informe de Forética de 2011 titulado “Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial”, se ha podido constatar que actualmente las empresas españolas tienen una visión amplia y variada de lo que se entiende por RSE, de tal forma que han podido identificarse hasta 17 prioridades específicas que las empresas tienen en cuenta para considerarse socialmente responsables.

De dicho informe se desprende que el 24'60% de las empresas analizadas consideran que la RSE supone un compromiso con la sociedad y un 15% la conceptúan como responsabilidad con sus trabajadores.



1.1.2. Principales rasgos caracterizadores de la Responsabilidad Social Empresarial

Desde su aparición han sido múltiples las políticas europeas y nacionales que se han ocupado de delimitar los elementos éticos que se deben tener en cuenta por la empresa para ser considerada socialmente responsable. De dichas políticas pueden extraerse los rasgos caracterizadores de la RSE: voluntariedad, pluralidad de objetivos y sujetos, integración en la empresa mediante instrumentos variados, unilateralidad en la adopción de medidas y promoción indirecta de los mismos.

- 1. Voluntariedad y adaptabilidad.** La asunción de medidas por parte de las empresas es voluntaria, según sus características y sus necesidades, de acuerdo con unas determinadas convicciones o ideas morales⁵. Las medidas de RSE no deben ser únicas y universales, sino que se adapten a cada empresa y a su situación concreta⁶. Fruto de ello, las normas que contienen la adopción de medidas tendentes a hacer más responsables a las empresas son por lo general, no vinculantes y por lo tanto, no son jurídicamente exigibles en el supuesto de que las empresas decidan no aplicarlas en su organización.
- 2. Pluralidad de objetivos**, en diversidad de ámbitos, como son las relaciones laborales o el medio ambiente. Se incluyen en este concepto actuaciones como las certificaciones de residuos, en el caso de la responsabilidad medioambiental, o el fomento de la inserción laboral, en el caso de la responsabilidad con la sociedad.
- 3. Pluralidad de sujetos**, ya que la RSE no sólo es una responsabilidad empresarial. Resulta igualmente aplicable a otras entidades como las ONGs, las entidades no lucrativas y las Administraciones Públicas. Respecto de esta última, a nivel nacional, las Recomendaciones del Foro de Expertos en RSE, denominada *“Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la Responsabilidad Social de las Empresas en España”*, se pone de relieve que las Administraciones Públicas deberían integrar los principios de responsabilidad en sus propios sistemas de gestión y en las relaciones con terceros⁷.
- 4. La integración en la empresa se realiza a través de determinados instrumentos**, como Códigos de Conducta, Memorias de Sostenibilidad, Planes de Igualdad y/o Balances sociales.
- 5. Unilateralidad:** por lo general, es la empresa de forma individual la que decide poner en marcha los mecanismos que la harán socialmente responsable.
- 6. Medidas de promoción de carácter indirecto:** de fomento de determinados comportamientos, no impositivas, derivado del carácter voluntario, unilateral y sin vinculabilidad jurídica de las medidas que se diseñan desde la Unión Europea y desde el Estado para fomentar la responsabilidad social⁸.

5 *El Acuerdo adoptado por el Gobierno y las principales organizaciones empresariales y sindicales de nuestro país sobre “La Responsabilidad social de las empresas. Diálogo Social”, de 19 de diciembre de 2007, suscribe este principio estableciendo que “se refiere al compromiso de integración de criterios sociales, laborales y medioambientales en la gestión de las empresas”.*

6 *Así lo ha establecido el Acuerdo tripartito “La Responsabilidad social de las empresas. Diálogo Social”, de 19 de diciembre de 2007. Como premisas sobre las que se asientan las prácticas de RSE han convenido que son “el carácter voluntario de la RSE; su adaptación a diversos sectores, contextos geográficos y tamaños de las empresas, con especial atención a las PYMES”*

7 *VII Sesión de trabajo del Foro de Expertos en RSE, denominada “Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la Responsabilidad Social de las Empresas en España”. Este principio ya fue recogido en el punto 7 del apdo. 8º del primer documento aprobado por el Foro de Expertos, en el que se señalaba que los principios de responsabilidad tenían que ser la guía para el desarrollo de las políticas la Administración, “con el fin de proteger, entre otros, los derechos de los consumidores, no permitir las agresiones a los derechos humanos, alcanzar la máxima observancia de los estándares laborales dignos y no discriminatorios, respetar el medio ambiente y erradicar cualquier tipo de corrupción, así como cualquier otro aspecto en el que se identifique una desprotección de los derechos básicos”.*

8 *Estas características han sido puestas de relieve en el estudio contenido en el portal “Calidad en el Empleo” de la Consejería de Empleo. <http://www.juntadeandalucia.es/empleo/Calidad/>*

1.2. Los contenidos de la Responsabilidad Social Empresarial

Son tres los grandes bloques de materias a través de las cuales las empresas pueden llegar a ser socialmente responsables:

- a) Aspectos económicos-financieros y de gestión.
- b) Aspectos medioambientales.
- c) Aspectos sociales.

La mayoría de las Memorias anuales de las empresas contienen apartados en este sentido, identificando cuáles han sido las líneas de actuación en dichas materiales⁹.

Según Global Reporting Initiative¹⁰, la **dimensión económica de la sostenibilidad** afecta al impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y de los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial. Los indicadores económicos ilustran:

- El flujo de capital entre los diferentes grupos de interés.
- Los principales impactos económicos de la organización sobre el conjunto de la sociedad.

Por su parte, la información sobre el enfoque de gestión proporciona una concisa exposición sobre el enfoque de gestión a utilizar por la empresa con respecto a elementos económicos tales como el desempeño económico, la presencia en el mercado y el impacto socioeconómico indirecto.

ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

Dimensión	Información a aportar	Ejemplos de Indicadores
Económica	Enfoque de gestión sobre desempeño económico.	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.
	Presencia en el mercado.	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.
	Impacto económico indirecto.	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los elementos a tener en cuenta en el enfoque de gestión e indicadores de desempeño de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, v.3.0. GRI.

⁹ Ver, a modo de ejemplo, las Memorias de Responsabilidad Social de la Fundación Eroski 2005-2006, Unicaja 2009, Deloitte 2006, Grupo Santander 2009.

¹⁰ "Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad". Versión 3.0. 2000-2006. Es la guía utilizada masivamente por las empresas para confeccionar el apartado de "responsabilidad social" en sus Memorias anuales.

La **dimensión ambiental de la sostenibilidad** se refiere a los impactos de una organización en los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua. Los indicadores ambientales cubren el desempeño en relación con los flujos de entradas (materiales, energía, agua) y de salida (emisiones, vertidos, residuos).

Además, incluyen el desempeño en relación con la biodiversidad, cumplimiento de la legislación ambiental y otros datos relevantes tales como los gastos de naturaleza ambiental o los impactos de productos y servicios.

Las empresas deben, por ello, enumerar en sus memorias de sostenibilidad sus objetivos en relación con el desempeño relativo a los aspectos medioambientales si quiere ser considerada socialmente responsable.

ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL

Dimensión	Información a aportar	Ejemplos de Indicadores
Ambiental	Materiales	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.
	Energía	Consumo directo e indirecto desglosado por fuentes primarias.
	Agua	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.
	Biodiversidad	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.
	Emisiones, vertidos, residuos	Emisiones totales, directas o indirectas, de gases efecto invernadero
	Productos y servicios	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos
	Cumplimiento normativo	Coste de multas por incumplimiento de legislación medioambiental
	Transporte	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.
	Aspectos generales	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los elementos a tener en cuenta en el enfoque de gestión e indicadores de desempeño de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, v.3.0. GRI.

Por último, la **dimensión social de la sostenibilidad** está relacionada, según la GRI, con los impactos de las actividades de una organización en los sistemas sociales en los que opera.

Los indicadores del desempeño del GRI identifican los principales aspectos del desempeño en relación con los aspectos laborales, los derechos humanos, la sociedad y la responsabilidad sobre los productos.

Los **puntos de referencia** son:

- La Declaración Universal sobre los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y sus Protocolos.
- El Convenio Internacional de las Naciones Unidas sobre los Derechos Civiles y Políticos.
- El Convenio Internacional de las Naciones Unidas sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales.
- La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo de 1998.
- La Declaración de Viena y su Programa de Acción.
- La Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT.
- Principios para las empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y desarrollo Económico (OCDE).

ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LA DIMENSIÓN SOCIAL

Dimensión	Información a aportar	Ejemplos de Indicadores
Prácticas Laborales y ética en el trabajo	Empleo	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.
	Relación Empresa / trabajadores	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo
	Salud y seguridad en el trabajo	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.
	Formación y Educación	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los elementos a tener en cuenta en el enfoque de gestión e indicadores de desempeño de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, v.3.0. GRI.

1.3. Los grupos de interés o stakeholders

La Comisión Europea ha puesto de relieve que las empresas deben ser conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico y aumentar su competitividad al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social¹¹.

Ya hemos puesto de relieve cómo la RSE se fundamenta en el hecho de que cualquier empresa posee una responsabilidad de carácter económico, medioambiental y social. Es por ello que se hace necesario pensar cuáles son las concretas responsabilidades que cada empresa tiene en estos ámbitos y qué puede hacer para delimitar su contenido y extensión.

Para resolver estas cuestiones se utiliza la teoría de los “stakeholders” como metodología de gestión empresarial. El concepto de Responsabilidad social de la empresa surge cuando se une, por un lado, la responsabilidad de la empresa, basada en su libertad para decidir a la hora de tomar las decisiones que afectarán a su actividad productiva, y la existencia de diferentes **grupos de interés o stakeholders**, que pueden afectar o resultar afectados por el logro de los objetivos de la empresa.

Esta teoría tuvo como precursor a Richard Edward Freeman, quien, si bien no fue el inventor de este término, sí lo introdujo en el lenguaje de la estrategia, de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. Este autor distingue entre una acepción amplia y una restringida.

“Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance” (1983) - Freeman y Reed:

Proponemos dos definiciones de stakeholder: una acepción amplia, que incluye grupos que son amistosos u hostiles, y una acepción restringida, que captura la esencia de la definición del SRI (Stanford Research Institute), pero es más específica.

- ↳ *Acepción amplia. Cualquier grupo o individuo identificable que pueda afectar al logro de los objetivos de una organización o que es afectado por el logro de los objetivos de una organización (grupos de interés público, grupos de protesta, agencias gubernamentales, asociaciones de comercio, competidores, sindicatos, así como segmentos de clientes, accionistas y otros).*
- ↳ *Acepción restringida. Cualquier grupo o individuo identificable respecto del cual la organización es dependiente para su supervivencia (empleados, segmentos de clientes, ciertos proveedores, agencias gubernamentales clave, accionistas, ciertas instituciones financieras y otros”.*

Junto a esta dualidad en las definiciones, algunos autores también consideran la existencia de una doble tipología de stakeholders y hablan de internos y externos, o bien utilizan otras clasificaciones siguiendo otros criterios. Pero lo verdaderamente importante es que se trata de individuos que tienen intereses manifiestos depositados en la organización empresarial y que influyen sobremanera en la misma.

11 *Comunicación de la Comisión Europea relativa a la Responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Bruselas 2 de julio de 2002.*