


Las políticas de RSE y la divulgación de información no financiera en las Pymes: Una perspectiva de los gerentes



POR JOSÉ MARÍA CERVILLA BELLIDO
TUTORIZADO POR D. MANUEL LARRÁN JORGE
MÁSTER EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

SEPTIEMBRE 2021

Agradecimientos

La portada representa una de las industrias de las que más orgullosos nos debemos sentir como gaditanos por su implicación social y su sostenibilidad: la industria del atún rojo salvaje de almadraba. En muchas ocasiones no somos conscientes del impacto social y ambiental que tienen las empresas en nuestro entorno, pero aquellas que sí lo son y promueven actuaciones en favor de la sostenibilidad utilizando a su vez la tradición y culturas de nuestra tierra merecen nuestro respeto y reconocimiento.

Les agradezco a mis padres todo el apoyo que me han brindado hasta la culminación de los ciclos de enseñanza universitarios, en muchos años de esfuerzo y comprensión para poder darme el mejor legado posible: pertenecer a la denominada élite intelectual de universitarios que culminan sus estudios.

Quiero agradecerle al profesor D. Manuel Larrán Jorge su propuesta de tema para este trabajo, así como toda su apoyo y consejo en la elaboración de este.

Para mí ha supuesto un reto abordar un tema novedoso que nunca había estudiado pero que tan importante es para nuestra sociedad y nuestro entorno.

Con él, he aprendido a comportarme en mi día a día de una forma distinta, más socialmente comprometida, más sostenible.

Dedicado a quienes trabajan conservando nuestra tierra y nuestro mar, y con cariño a los trabajadores de la industria gaditana deslocalizada y desmantelada

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN/ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN	3
TÍTULO I. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	6
1. Perfil de las empresas sometidas a estudio	6
2. Planteamiento de la entrevista.....	8
3. Diseño de la entrevista	9
Bloque I. Introducción y cuestiones generales sobre RSE.....	11
Bloque II. Barreras y aceleradores para la implantación de políticas y divulgación de RSE.....	13
Bloque III. Marco de referencia para el informe no financiero.....	17
TÍTULO II. DATOS OBTENIDOS EN EL ESTUDIO Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	20
<u>Capítulo I. Datos obtenidos por las entrevistas</u>	<u>20</u>
<u>Capítulo II. Discusión de los resultados</u>	<u>41</u>
1. Conocimiento previo y definición de responsabilidad social empresarial	41
2. Percepción del impacto medioambiental y social de la empresa e implantación de políticas de RSE.....	42
3. Las actividades de RSE y su relación con la RSE silenciosa.....	43
4. Certificaciones de calidad y RSE.....	44
5. Estrategia competitiva y política de RSE	45
6. Valoración de la RSE por los clientes, proveedores y otros agentes	46
7. Herramientas, recursos y conocimientos para la implantación de estrategias de RSE y emisión de informe no financiero.....	47
8. El coste de las políticas de RSE y su posterior beneficio.....	47
9. Cadenas de suministro a grandes empresas y licitaciones públicas como aceleradores para la implantación de políticas de RSE	48
10. Las subvenciones e incentivos fiscales como aceleradores a la implantación de políticas de RSE y su divulgación.....	49
11. El papel de las sanciones.....	49
12. Análisis de los resultados de corte cuantitativo	50

12.1. Afirmaciones sobre las principales barreras para la implantación de políticas de RSE y su divulgación	50
12.2. Afirmaciones sobre los principales aceleradores para la implantación de políticas de RSE y su divulgación.....	52
13. Análisis de las respuestas relativas al marco de información no financiera para Pymes	54
14. Análisis vertical de las empresas entrevistadas.....	56
CONCLUSIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	62

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLA 1.1. Perfil de las empresas que han participado en el estudio	6
TABLA 2.1.1. Pregunta 1.1	21
TABLA 2.1.2. Pregunta 1.2	21
TABLA 2.1.3. Pregunta 1.3	22
TABLA 2.1.4. Pregunta 1.4	23
TABLA 2.1.5. Pregunta 1.5	24
TABLA 2.1.6. Pregunta 1.6	25
TABLA 2.1.7. Pregunta 1.7	26
TABLA 2.1.8. Pregunta 2.1	27
TABLA 2.1.9. Pregunta 2.2	27
TABLA 2.1.10. Pregunta 2.3	28
TABLA 2.1.11. Pregunta 2.4	29
TABLA 2.1.12. Pregunta 2.5	29
TABLA 2.1.13. Pregunta 2.6	30
TABLA 2.1.14. Pregunta 3.1	37
TABLA 2.1.15. Pregunta 3.2	38
TABLA 2.1.16. Pregunta 3.3	38
TABLA 2.1.17. Pregunta 3.4	39
TABLA 2.1.18. Pregunta 4	40
FIGURA 2.1.1. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 1ª	31
FIGURA 2.1.2. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 2ª	32
FIGURA 2.1.3. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 3ª	32
FIGURA 2.1.4. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 4ª	33
FIGURA 2.1.5. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 5ª	33
FIGURA 2.1.6. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 6ª	34
FIGURA 2.1.7. Respuestas a la pregunta 2.7 afirmación 7ª	34
FIGURA 2.1.8. Respuestas a la pregunta 2.8 afirmación 1ª	35
FIGURA 2.1.9. Respuestas a la pregunta 2.8 afirmación 2ª	35
FIGURA 2.1.10. Respuestas a la pregunta 2.8 afirmación 3ª	36
FIGURA 2.1.11. Respuestas a la pregunta 2.8 afirmación 4ª	36
FIGURA 2.1.12. Respuestas a la pregunta 2.8 afirmación 5ª	37

RESUMEN

La responsabilidad social en las Pymes tiene una especial importancia habida cuenta de que estas representan la mayor parte del tejido productivo de un país y dan trabajo a la mayoría de los empleados de este. La sostenibilidad es, en muchos casos, inherente a las Pymes pero el desarrollo de herramientas formales no es habitual, lo que lleva a la existencia de una Responsabilidad Social silenciosa.

El desarrollo de políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la divulgación de estas mediante la emisión de informes no financieros en las Pymes se encuentra con barreras y aceleradores de entre los que destaca la falta de recursos y herramientas o una percepción limitada de los gerentes de lo que suponen estas políticas, así como con características de las propias Pymes que en ocasiones comportan una dificultad o una ventaja para este desarrollo.

En el presente trabajo se realiza un análisis a través del contraste de las opiniones de diferentes gerentes de una muestra heterogénea de Pymes obtenidas mediante entrevistas semiestructuradas con las conclusiones de diversos autores y estudios previos para conocer cuál es el enfoque que estas empresas tienen sobre la RSE, cuáles consideran que son sus principales barreras y aceleradores a la hora de implantar estas políticas de RSE, y qué información estarían dispuestas a divulgar en un marco de información no financiera para Pymes.

Los resultados revelan la opinión de estas empresas sobre aspectos generales de la RSE, las principales barreras y aceleradores y los elementos que estarían dispuestas a informar en un marco de información no financiera, así como las principales características que tienen las Pymes con un mayor compromiso con las políticas de RSE.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Pymes, información no financiera, gerentes, barreras y aceleradores, marco de información no financiera.

ABSTRACT

Social responsibility in SMEs is especially important because they represent most of the productive fabric of a country and employ most of the employees in this country. Sustainability is, in many cases, inherent to SMEs, but the development of formal tools is not common, which confirms the existence of a silent Social Responsibility.

The development of Corporate Social Responsibility (CSR) policies and their disclosure using non-financial reports in SMEs encounters barriers and accelerators, among which the lack of resources and tools or a limited perception of managers of what these policies imply, as well as with characteristics of the SMEs are a difficulty or an advantage for this development.

In the present work there is an analysis through the contrast of the opinions of different managers of a heterogeneous sample of SMEs, obtained through semi-structured interviews with the conclusions of various authors and previous studies to know what is the approach that these companies have on CSR, what do they consider to be their main barriers and accelerators when implementing these CSR policies, and what information would they be able to disclose in a non-financial information framework for SMEs.

The results reveal the opinion of these companies on general aspects of CSR, the main barriers and accelerators and the elements that they would be able to report in a non-financial information framework, as well as the main characteristics of SMEs with a higher commitment to CSR policies.

Keywords: Corporate Social Responsibility, SMEs, non-financial information, managers, barriers and accelerators, non-financial information framework.

INTRODUCCIÓN

La creciente importancia de ideas como la responsabilidad social empresarial es parte de la nueva historia que está surgiendo en todo el mundo de los negocios (Freeman & Dmytriyev, 2017), y si bien no es un concepto de sencilla definición, las empresas tienden hacia estas ideas al estar cada vez más preocupadas por cómo sus acciones afectan al medio ambiente y al bienestar social (Sprinkle & Maines, 2010).

La definición de responsabilidad social empresarial (RSE) que proporciona Davis, (1973) es que esta es la consideración y respuesta a aspectos que van más allá de los estrictos requisitos económicos, técnicos y legales de la empresa, por lo que una empresa no será socialmente responsable si cumple con los requisitos mínimos legales establecidos. Es necesario un grado de avance mayor que obligue a evaluar las decisiones que se toman y su posible efecto en el entorno de modo que se generen beneficios sociales que complementen a las ganancias propias de la empresa (Davis, 1973).

La responsabilidad social en las organizaciones se está convirtiendo en un factor clave para el funcionamiento, mantenimiento y supervivencia a largo plazo; por lo que las empresas, en general, se preocupan no sólo de llevar a cabo prácticas socialmente responsables sino también de darlas a conocer a través de memorias de responsabilidad social o sostenibilidad (Herrera Madueño et al., 2013). Y es que las empresas más grandes del mundo están ya emitiendo informes de sostenibilidad, hasta el punto que en 2011 el 95% de estas ya lo elaboraban (Villiers & Van Staden, 2011).

En línea con esta tendencia, la Unión Europea ya ha elaborado e implantado la Directiva 2014/95/EU de información no financiera y diversidad, que mandata a las grandes empresas de interés público con más de 500 trabajadores a emitir un estado de información no financiera que contenga información relacionada con el impacto de las actividades de esta (European Union, 2014). En España la Ley 11/2018 también recoge la necesidad de emitir este estado de información no financiera pero, desde 2021, en empresas de más de 250 trabajadores (Jefatura del Estado, 2018), lo que pone de manifiesto la tendencia a que cada vez más empresas emitan esta información.

Si bien estas iniciativas legislativas están principalmente dirigidas a grandes empresas, las Pymes también deben empezar a destacar en las buenas prácticas en el ámbito de la sostenibilidad puesto que suponen el 99% de las empresas de la Unión Europea (Gouardères,

2021; Querci, 2018). El olvido de la aplicación de estas políticas en las Pymes supone renunciar, por tanto, a aquellas empresas que constituyen la mayor parte del tejido empresarial y la mayor parte de la contribución a la riqueza y empleo de un país (Herrera Madueño et al., 2014)

La sostenibilidad es, en muchos casos, inherente a las Pymes ya que tienen un vínculo más cercano con el territorio y el entorno en el que operan, así como con sus stakeholders, y aunque puedan encontrarse actividades de RSE el uso de herramientas formales para divulgar estas prácticas no es habitual (Querci, 2018; Vives, 2006). Además, en el caso de las Pymes existe lo que se denomina Responsabilidad Social Silenciosa al llevar a cabo más acciones de RSE de las que estas creen (Herrera Madueño et al., 2013), si bien tienen que discutir las ventajas y desventajas asociadas a la preparación y emisión de un informe no financiero (Meeh-Bunse et al., 2017).

En la Unión Europea existe un creciente interés al respecto. El número de Pymes que ha elaborado un informe de sostenibilidad aumenta con el paso de los años, sobre todo desde 2009 (Roman et al., 2014), y además la introducción de la Directiva ha podido ser un catalizador que explicaría el incremento de informes no financieros voluntarios emitidos por Pymes por una posible implantación de la obligación de emitirlos (Cervilla Bellido, 2021; Meeh-Bunse et al., 2017)

La incongruencia entre las herramientas que se utilizan para divulgar la RSE en empresas de mayor tamaño y en las Pymes constituye una barrera a la implantación de estos informes, pues las Pymes no son pequeñas grandes empresas, que se complementa con la dificultad de obtención de herramientas y recursos para implantar estrategias de sostenibilidad (Corazza, 2017; Tilley, 2000). Incluso con las herramientas creadas y adaptadas a las Pymes, si el empresario no conoce de inmediato beneficios explícitos a corto plazo la eficacia de estas herramientas se ve comprometida (Johnson & Schaltegger, 2016). Este es otro de los motivos por los que las Pymes son escépticas cuando se enfrentan a programas de ética empresarial y sostenibilidad, tender a percibirlos como un coste para la empresa sin beneficio alguno (Spence & Rutherford, 2001, 2003).

No obstante lo anterior, las Pymes tienen una oportunidad de obtener una ventaja competitiva teniendo en cuenta que las cadenas de suministro globales se han visto influenciadas por las políticas de RSE de las grandes empresas, y es que cada vez más grandes empresas están auditando sus cadenas de suministro (Corazza, 2017). Además, el acceso a la licitación pública de determinados concursos en los que las administraciones pongan

cláusulas relacionadas con la RSE supone otra posible ventaja competitiva para las Pymes (Meeh-Bunse et al., 2017).

En el trabajo de investigación titulado *“El Estado de Información No Financiera: de la Directiva a su aplicación en las Pymes”* (Cervilla Bellido, 2021) se pusieron de manifiesto multitud de cuestiones en relación a la predisposición de las Pymes a emitir informes no financieros así como el marco de referencia que estas deben seguir para elaborarlos.

Como las conclusiones de dicho trabajo se obtuvieron a raíz de la revisión bibliográfica de investigaciones de otros autores, el objetivo del presente trabajo es poner de manifiesto las principales conclusiones del anterior y contrastarlas con la opinión de gerentes de Pymes andaluzas que aporten su visión particular al respecto. Este trabajo aporta, en relación con la investigación de Herrera Madueño et al., (2014), otra muestra de empresas distinta sobre las que hacer un estudio que además incluye una referencia al marco de información no financiera. También aporta el contraste de las conclusiones planteadas a través de la revisión bibliográfica presente en Cervilla Bellido, (2021).

Para ello, este trabajo se divide en varias partes. En primer lugar se detalla la metodología del estudio que se ha realizado a través de entrevistas semiestructuradas detallando el perfil de las empresas que se someten a estudio, el planteamiento de la entrevista y las preguntas formuladas con su justificación y resultados esperados. En segundo lugar, se presentan los resultados de las entrevistas a las empresas y se discuten los resultados obtenidos en estas relacionándolos con los objetivos de las preguntas. Por último, se ofrecen las conclusiones, limitaciones y oportunidades del presente estudio.

TÍTULO I. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

1. Perfil de las empresas sometidas a estudio

Para realizar el estudio con el que dar cumplimiento a los objetivos planteados, se han realizado nueve entrevistas semiestructuradas a pequeñas y medianas empresas de la provincia de Cádiz de diversos sectores, siendo realizadas en el mes de agosto de 2021. A efectos de este trabajo se utilizará la definición de Pyme que la Unión Europea establece, estas es, empresas que ocupan a menos de 250 trabajadores y cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros o cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros (European Commission, 2014).

Las entrevistas semiestructuradas han sido descritas como un método conveniente para una comprensión más profunda en la investigación social, ya que son más flexibles y ofrecen datos de mayor riqueza informativa que los cuestionarios de preguntas establecidas con respuestas estáticas y supeditadas a elegir entre alternativas (Herrera Madueño et al., 2014), y que además pueden limitar el alcance de las respuestas y perder matices significativos. Este método ya ha sido utilizado en un estudio similar al presente (Herrera Madueño et al., 2014) y en otros estudios que tienen relación con la RSE y las Pymes (Bos-Brouwers, 2010; Cordano et al., 2010; Jamali et al., 2009).

El perfil de las empresas que han participado en este estudio es el que se recoge en la siguiente Tabla 1.1.

TABLA 1.1. PERFIL DE LAS EMPRESAS QUE HAN PARTICIPADO EN EL ESTUDIO				
Empresa	Sector/Actividad	Entrevistado	Años en funcionamiento	Empleados
A	Pesca marina y fabricación de conservas de pescado	Gerente	19 años	50
B	Cultivo de cereales de secano en extensivo	Gerente/propietario	26 años	5
C	Fabricación de mobiliario de acero y venta de maquinaria para hostelería	Gerente	5 años	3
D	Fabricación de cuerdas	Gerente/propietario	35 años	4

E	Comercio al por mayor de pescados y mariscos	Director comercial	40 años	15
F	Empresa pública de gestión de servicios informáticos municipales	Presidente del Consejo de Admón.	26 años	40
G	Hostelería/restaurante	Gerente/socio	4 años	30
H	Prestación de servicios a personas con discapacidad intelectual	Gerente/directora	27 años	5
I	Actividades jurídicas	Socio	2 años	6

Fuente: Elaboración propia

Para poder dar cumplimiento a los objetivos planteados, el criterio de selección de las empresas entrevistadas responde principalmente a las características de su actividad y su tamaño. Se ha contactado con empresas de diversos tamaños para poder contrastar afirmaciones y poder obtener conclusiones sobre si la dimensión de la empresa es un factor relevante; diversos sectores para analizar si este es otro factor relevante; en diferentes puntos de la cadena de suministro (sector primario, secundario y servicios); empresas no centradas en el lucro; y distintos años en funcionamiento. Este criterio ha buscado tener una muestra de empresas heterogénea para no incurrir en conclusiones sesgadas y con una diversidad en sectores y tamaños que permita poder lograr los objetivos del trabajo.

La empresa A se dedica a la pesca con almadraza y elaboración de conservas de productos de pescado utilizando procesos sostenibles, según declaran en su publicidad. Además, es una empresa familiar con un claro arraigo en un pueblo pesquero de la provincia de Cádiz y que da empleo a trabajadores de la zona. Resulta interesante porque tiene un especial arraigo local, está sometida a regulación por parte de las autoridades europeas y utiliza técnicas como la almadraza que son sostenibles.

La empresa B se dedica al cultivo de cereales de secano en extensivo. Es interesante por el impacto que tiene la agricultura en el medioambiente, el uso de recursos escasos como el agua y la relación que tiene con la sociedad rural que le rodea, y el impacto que tiene en estas la Política Agraria Común (PAC).

La empresa C se dedica a la elaboración de mobiliario y útiles para la industria con acero. La industria metalúrgica tiene un impacto ambiental superior en el proceso de elaboración en las fábricas, por lo que esta empresa es interesante al situarse como intermediaria en una cadena de suministro entre la fábrica metalúrgica y el consumidor final.

La empresa D se dedica a la elaboración y comercialización de cordelería para diversos usos. Es interesante por las certificaciones de calidad que le pueden ser exigidas y por el impacto que sus productos puedan tener en el medioambiente.

La empresa E se dedica a la compra y posterior distribución mayorista de pescados y mariscos. Cuestiones como la pesca sostenible, los productos de temporada y la cadena de suministro a superficies de mayor tamaño hacen que esta empresa sea también de especial interés.

La empresa F es una empresa del sector público instrumental que presta sus servicios al ayuntamiento de una ciudad de la provincia. Se dedica principalmente a prestar servicios informáticos al Ayuntamiento y se encarga de realizar las notificaciones de este a los ciudadanos. Es interesante por ser una empresa pública que además cumple con altos estándares de transparencia, así que su opinión puede ser interesante para establecer una diferenciación entre el sector privado y público.

La empresa G es un local de restauración situado en un pueblo costero con alta afluencia turística. El turismo en la provincia de Cádiz supone una importante proporción del valor añadido que se genera en la provincia, por lo que es interesante tener su opinión de cara al desarrollo de un turismo más sostenible, más si cabe cuando este negocio está implantando medidas de sostenibilidad.

La empresa H está dedicada al trato y atención de personas con discapacidad. Es una entidad del tercer sector que más que en el lucro está centrada en la atención a las personas, por lo que es interesante su opinión al respecto de la responsabilidad social, entre otros, como receptor de muchas de las iniciativas de RSE de empresas de mayor tamaño.

Por último, la empresa I es un despacho de abogados de reciente creación impulsado por personas jóvenes que prestan sus servicios tanto a empresas como particulares. La diferencia generacional de los socios de esta empresa con respecto a las anteriores puede ser interesante de cara a establecer si las nuevas generaciones están apostando por cuestiones como la sostenibilidad y el impacto en la sociedad.

2. Planteamiento de la entrevista

Antes de comenzar con las entrevistas, se planteó a las empresas la posibilidad de realizarlas y todas contestaron afirmativamente, lo que implica que están al menos interesadas en cuestiones relativas a la responsabilidad social, y esto es relevante ya que como recoge

Herrera Madueño et al., (2014) es importante una motivación suficiente del entrevistado para poder realizar correctamente la entrevista y que se la información que sea recogida sirva para los fines de la investigación. Es importante destacar que se ha contactado con la empresa y se les ha solicitado participar en la entrevista expresamente, no se ha contactado con un grupo general de empresas y esperado su respuesta afirmativa. Esto es relevante ya que así eliminamos un posible sesgo de empresas que responden afirmativamente a la entrevista porque tienen ya conocimientos al respecto y que podrían alterar las conclusiones del estudio.

No obstante, se contactó con más empresas que rehusaron participar bien por el volumen de trabajo que soportaban en el momento de plantear la entrevista o por inquietud a la hora de poder contestar con información delicada de su empresa. A todas las empresas se les indicó que sus respuestas serían confidenciales para que no pudiera establecerse un nexo entre la respuesta y la empresa que la formulaba, y se les facilitó las principales conclusiones del trabajo de Cervilla Bellido & Larrán Jorge, (2021)

Las entrevistas realizadas fueron grabadas previa autorización de los entrevistados para que no se perdiera información relevante, y se desarrollaron o en formato online por videollamada o presencialmente en las oficinas de la empresa. Estas grabaciones fueron posteriormente transcritas para facilitar su comprensión por parte de este redactor, y los planteamientos principales de las intervenciones se han provisto de forma estructurada, dando algunas frases clave o planteamientos de especial interés como citas literales, como se puede ver en otros trabajos de similar procedimiento (por ejemplo, Herrera Madueño et al., (2014))

3. Diseño de la entrevista

La entrevista está diseñada en cuatro secuencias que tratan de guiar al entrevistado para que comprenda el alcance y objetivos de la entrevista: una primera parte introductoria sobre aspectos relacionados con la RSE y tres bloques de preguntas. En primer lugar se realiza una introducción explicando cuáles son los objetivos de esta explicando las principales conclusiones que se obtuvieron en Cervilla Bellido & Larrán Jorge, (2021). En concreto, a todos los entrevistados se les realizó la siguiente introducción:

“La responsabilidad social empresarial es un tema de actualidad que está surgiendo en la historia de los negocios en todo el mundo. Si bien hay múltiples definiciones, podemos establecer que la responsabilidad social empresarial es la consideración y respuesta a aspectos que van más allá de los estrictamente económicos y legales

de la empresa. Por ello, para ser socialmente responsable es necesario evaluar las decisiones que se toman y su posible efecto en el entorno de modo que se generen beneficios sociales que complementen a las ganancias propias de la economía tradicional. En definitiva, la empresa integra las preocupaciones sociales y medioambientales en su negocio y en su interacción con clientes, proveedores y otros agentes.

La Unión Europea ha implantado una Directiva en la que obliga a empresas de más de 500 trabajadores a elaborar un informe denominado “Estado de Información no Financiera” que contenga determinada información relacionada con el impacto de las actividades de la empresa en el medioambiente y en la sociedad, y en España a partir de 2021 ya es aplicable a empresas de más de 250 trabajadores. En concreto, la información que se recoge es relativa a cuestiones medioambientales, relativas al personal, respeto a los derechos humanos, lucha contra la corrupción y el soborno y sobre la sociedad.

Diversos autores señalan que las Pymes también deben comenzar a destacar en el ámbito de la sostenibilidad, ya que constituyen la mayor parte del tejido empresarial de un país. En muchas ocasiones la sostenibilidad es inherente a las Pymes por el estrecho vínculo con el entorno en el que operan, y aunque existan actividades de RSE en las Pymes el uso de herramientas formales para establecerlas o divulgarlas no es habitual. Además, es importante revisar la oportunidad de preparar un informe no financiero y discutir las ventajas y desventajas asociadas.

En línea de estas cuestiones se ha elaborado un trabajo donde se pone de manifiesto algunas de las principales barreras y aceleradores que las Pymes manifiestan a la hora de implantar estrategias de RSE y divulgarlas, así como los factores que impulsan a las Pymes a emitir informes no financieros y los contenidos que, a juicio de las propias Pymes, deberían ser divulgados. El objetivo de esta entrevista es contrastar con su opinión como gerente de una Pyme estas conclusiones que se han establecido en el estudio, así como conocer su percepción general ante las políticas de RSE. Es importante destacar que no existen respuestas correctas o incorrectas en esta entrevista, se trata de obtener la opinión directa de usted como gerente de una Pyme sobre los asuntos que se le van a plantear.”

Antes de comenzar con las preguntas estructuradas, se le pregunta al entrevistado por su nivel de estudios y se recogen los datos de la Tabla 1.1. Las preguntas y el objetivo de estas se dividen en tres bloques: el primero con preguntas de corte más general sobre la empresa y la RSE, el segundo sobre barreras y aceleradores para la implantación de políticas y divulgación de RSE, y el tercero sobre información que debe ser revelada.

Bloque I. Introducción y cuestiones generales sobre RSE.

Pregunta 1.1. ¿Ha oído usted hablar anteriormente sobre el concepto de responsabilidad social empresarial?, ¿qué es para usted la responsabilidad social empresarial?

Objetivo: Conocer si el entrevistado está familiarizado con el concepto y las políticas de responsabilidad social y guiarle en el concepto durante la entrevista.

Esta pregunta constituye un punto de partida básico ya que la definición que ponga de manifiesto el entrevistado será la definición de las políticas de RSE de la empresa. En este punto se espera que se relacione a esta con la filantropía y la acción social y que la definición que se proporciona al principio haga que los entrevistados puedan relacionar sus actividades de RSE con el propio término, al igual que ocurre en Herrera Madueño et al., (2014).

Pregunta 1.2. ¿Cree que su empresa tiene impacto social o ambiental en la sociedad?

Objetivo: Valorar la consideración que la empresa tiene sobre su impacto en la sociedad. Según Nikolić et al., (2020) las Pymes consideran que ejercen un mínimo impacto social o ambiental, por lo que existe un desconocimiento sobre las oportunidades de la empresa de contribuir en la sociedad.

En esta pregunta se espera que varias de las empresas sí declaren ser conscientes de su impacto en la sociedad y el medioambiente, en especial las empresas A y H por su impacto medioambiental en el caso de la primera y social en el caso de la segunda. También la empresa G puede ser más consciente de su impacto por la zona en la que se ubica o la B por el impacto que tiene su actividad en el medioambiente al ser una actividad agrícola.

Pregunta 1.3. ¿Tiene implantada alguna política de RSE?, en caso afirmativo ¿está formalizada en algún documento público?

Objetivo: Conocer si la empresa tiene implantada alguna estrategia de RSE de forma explícita y si es divulgada al público

En este punto se espera que las Pymes revelen que no tienen ningún documento explícito donde se recoja una política concreta de RSE, si no que más bien las decisiones del gerente van en la línea de ser socialmente responsables.

Pregunta 1.4. Detalle alguna de las acciones que desarrolla la empresa y que está relacionada con la RSE en los ámbitos medioambiental y social, por ejemplo:

- A nivel medioambiental: reducción de uso de materias primas (plásticos, combustibles), gestión de residuos y reciclaje, eficiencia energética...
- A nivel social: priorización de contrato fijo a temporal, retribución más alta que convenio, presencia de mujeres en la administración de la empresa, medidas de conciliación laboral, ventajas para empleados...
- Impacto en la sociedad: compra a proveedores locales, patrocinio de eventos culturales, de clubes deportivos, acciones de voluntariado...

Objetivo: Conocer si la empresa desarrolla políticas de RSE aunque no las clasifique como políticas de RSE. Permitirá confirmar, junto con la anterior pregunta, la presencia de “responsabilidad social silenciosa” al llevar a cabo actividades de RSE sin reconocerlas como tales confirmando a Herrera Madueño et al., (2014). También permitirá conocer la orientación que tienen las empresas hacia la RSE.

En esta pregunta se espera que los entrevistados detallen algunas de sus acciones que, estando relacionadas con la RSE, no estaban consideradas como tales para la empresa. Se espera poder confirmar la existencia de una RSE silenciosa que no es divulgada.

Pregunta 1.5. En relación con certificaciones de calidad, por ejemplo ISO 9001 o 14001, ¿tiene algún tipo de certificación de calidad?, en caso afirmativo ¿ha tenido que dar información no financiera, por ejemplo, de carácter medioambiental?, ¿cómo la ha proporcionado?

Objetivo: Contrastar la afirmación de Corazza, (2017) que afirma que las Pymes tratan de realizar informes de sostenibilidad para cumplir con los requisitos de sus certificaciones, así como conocer cómo ha entregado información no financiera para tal efecto.

Con esta pregunta se trata de averiguar si las empresas están emitiendo informes no financieros con el objetivo de obtener certificaciones. El motivo por el que obtienen certificaciones es interesante según la certificación que obtenga, por ejemplo, conocer los motivos por los que una empresa puede obtener una certificación de sostenibilidad medioambiental puede llevarnos a obtener algunas conclusiones útiles y aplicables a la emisión de informes no financieros.

Pregunta 1.6. En relación con su estrategia competitiva, ¿prefiere que su cliente acuda a su empresa por el bajo coste o por ser un producto diferenciado del resto?

Objetivo: Determinar la estrategia competitiva de la empresa para ver si, como indica Herrera Madueño et al., (2013), las empresas con una estrategia basada en la diferenciación de productos es más propensa a emitir informe de sostenibilidad.

Aquí sí se espera confirmar lo que Herrera Madueño et al., (2013) establece en relación a la diferenciación de sus productos. Las empresas que tengan un mayor margen de diferenciación pueden ser las que indiquen estar más comprometidas con las políticas de RSE.

Pregunta 1.7. ¿Cree que los clientes, proveedores y otros agentes valoran más los productos de la empresa si esta es socialmente responsable?

Objetivo: Según Nikolić et al., (2020) y Herrera Madueño et al., (2014) los clientes valoran las empresas socialmente responsables, lo que se confirma con mayores resultados de venta y retroalimentación del mercado, así como satisfacción y fidelización de los consumidores. El objetivo de esta pregunta es contrastar estas afirmaciones.

En esta pregunta se espera obtener respuestas muy variadas y casi todas afirmativas, y también las expectativas del gerente ante el valor añadido para los grupos de interés que supone la implantación de políticas de RSE y su divulgación.

Bloque II. Barreras y aceleradores para la implantación de políticas y divulgación de RSE

Pregunta 2.1. ¿Posee las herramientas, recursos y conocimientos necesarios para implantar una estrategia de sostenibilidad y emitir un informe no financiero?

Objetivo: Determinar si, como establece Corazza, (2017), las Pymes no poseen todas las herramientas necesarias para hacer frente a políticas de sostenibilidad en comparación con las grandes empresas.

En esta pregunta esperamos obtener como respuesta una falta principalmente de conocimientos y herramientas para poder elaborar los informes e implantar estrategias de sostenibilidad. Será también interesante comparar la posesión de recursos y herramientas con el tamaño de la Pyme.

Pregunta 2.2. ¿Cree implantar una política de RSE y divulgarla puede ser un coste para la empresa que no supone un posterior beneficio?

Objetivo: Contrastar las afirmaciones de Spence & Rutherford, (2001, 2003) que determinan que a menudo los gerentes son escépticos a la hora de implantar estrategias de RSE ya que consideran que son un coste que no acarrea un beneficio.

En esta pregunta habrá que analizar la respuesta para determinar si verdaderamente consideran útil la implantación de políticas de RSE, y se espera que reconozcan que supone un coste a corto plazo y un beneficio a largo plazo y no tan centrado en el aspecto económico.

Pregunta 2.3. ¿Participa su empresa en cadenas de suministro a grandes empresas? ¿Alguna empresa le ha solicitado información no financiera para participar en su cadena de suministro? ¿En caso afirmativo, qué información le ha solicitado y cómo la ha proporcionado?

Objetivo: Determinar si la empresa se ha encontrado ya con clientes que les exijan emitir algún tipo de informe no financiero para poder participar en su cadena de suministro como indica Meeh-Bunse et al., (2017) y si ha podido satisfacer las necesidades de información del cliente.

Se espera que haya pocas empresas que participen en grandes cadenas de suministro globales a la vista de las características de estas y que, en todo caso, se les haya solicitado información no financiera puntual sobre aspectos concretos o certificaciones de calidad.

Pregunta 2.4. ¿Participa su empresa en licitaciones públicas? En caso afirmativo, ¿le ha solicitado la Administración algún tipo de informe que contenga información no financiera?

Objetivo: Saber si la empresa participa en licitaciones públicas y, como determina Meeh-Bunse et al., (2017), la Administración está aplicando criterios de sostenibilidad en sus concursos públicos.

Por la naturaleza de las empresas elegidas pudiera parecer que ninguna de estas tiene una continua relación con la Administración, no obstante será interesante conocer si las administraciones ya están aplicando requisitos de información no financiera.

Pregunta 2.5. Si el acceso a subvenciones o incentivos fiscales dependiera del desarrollo de políticas de sostenibilidad y la emisión de su informe no financiero, ¿estaría dispuesto a ponerlas en práctica?

Objetivo: Según el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, (2019) y Roman et al., (2014), el tamaño de la empresa, el sector en el que opera, el volumen de negocio y los incentivos fiscales son los principales factores que afectan al mayor o menor desarrollo de políticas de sostenibilidad. Con esta pregunta se busca conocer la opinión respecto a los incentivos fiscales y el acceso a subvenciones para determinar si puede ser o no un acelerador.

En esta pregunta se espera una respuesta mayoritariamente afirmativa, en especial de aquellas que precisan de subvenciones a la producción. También la relación entre el coste de las medidas y el importe de la subvención o incentivo fiscal al que se aspira pueden ser factores que indiquen los gerentes.

Pregunta 2.6. Si tuviera que emitir obligatoriamente un informe no financiero y no se establecieran sanciones por no emitirlo, ¿lo emitiría finalmente?, ¿qué tipo de sanción le parece más disuasoria en este sentido?

Objetivo: Conocer si la imposición de sanciones por la no emisión de informe no financiero sería suficiente para que la empresa cumpla sus objetivos, resolviendo así una de las cuestiones planteadas en Mio et al., (2021)

Se espera que las sanciones sí tengan un mayor efecto en las Pymes habida cuenta de los menores recursos con los que estas cuentan. Si bien no puede extrapolarse completamente a la cuestión planteada por Mio et al., (2021) ya que este lo hacía para grandes empresas, sí que pretende abordar uno de los temas planteados en Cervilla Bellido & Larrán Jorge, (2021)

Pregunta 2.7. En relación con las principales barreras que podría encontrarse a la hora de implantar prácticas de RSE y emitir un informe no financiero, establezca su conformidad con estas afirmaciones en una escala de 1 a 5, siendo 5 el máximo acuerdo y 1 el máximo desacuerdo:

- Si no se obtienen beneficios en un corto espacio de tiempo no considero que la implantación de políticas de RSE sea fructífera.

- El coste de implantar políticas de RSE es superior a los beneficios que puede reportar para la empresa.
- El horizonte de planificación de la empresa está más centrado en el corto y medio plazo, por lo que implantar una estrategia de RSE a largo plazo supone una limitación.
- En la empresa no existe una formación suficiente como para abordar informes de sostenibilidad.
- Las actividades de mi empresa tienen un impacto muy limitado, por lo que no debe preocuparse de cuestiones como la sostenibilidad.
- La empresa no puede emitir informes no financieros ya que no tiene herramientas adecuadas para ello.
- Si las sanciones por no emitir un informe no financiero son pequeñas, prefiero no emitir un informe no financiero.

Objetivo: Conocer el grado de acuerdo y desacuerdo de los gerentes ante las principales barreras que los diversos autores, recogidos en Cervilla Bellido & Larrán Jorge, (2021), han puesto de manifiesto a la hora de que las Pymes implanten estrategias de RSE y emitan informes no financieros.

Pregunta 2.8. En relación con los principales aceleradores que podría encontrarse a la hora de implantar prácticas de RSE y emitir un informe no financiero, establezca su conformidad con estas afirmaciones en una escala de 1 a 5, siendo 5 el máximo acuerdo y 1 el máximo desacuerdo:

- La empresa emitirá un informe no financiero sólo cuando lo exija la legislación.
- Como otras Pymes están empezando a emitir informes no financieros, esta empresa también pasará a emitirlos.
- La buena imagen y reputación pueden animar a la empresa a emitir un informe no financiero.
- La implantación de políticas de RSE y su divulgación pueden ser una ventaja respecto a otros competidores.

- La implantación de políticas de RSE y la emisión de un informe no financiero puede incrementar el valor añadido de los productos y servicios de la empresa.

Objetivo: Conocer el grado de acuerdo y desacuerdo de los gerentes ante los principales aceleradores que los diversos autores, recogidos en Cervilla Bellido & Larrán Jorge, (2021), han puesto de manifiesto a la hora de que las Pymes implanten estrategias de RSE y emitan informes no financieros.

En estas dos últimas preguntas se podrá visualizar el grado de apoyo que tienen algunas de las principales barreras y aceleradores. Al valorarse de 1 a 5 se podrá obtener una visión general sobre si los gerentes están en total desacuerdo la afirmación (media de 1 a 2 puntos), si no están de acuerdo con su mayoría (2 a 3), si no están ni de acuerdo ni en desacuerdo (valores cercanos a 3), si están de acuerdo en su mayoría (3 a 4), y si están totalmente de acuerdo (4 a 5). Será también interesante analizar la dispersión de los resultados.

Con la puntuación que los gerentes proporcionen en sus respuestas sobre estas afirmaciones se podrá, además, valorar la coherencia de sus respuestas anteriores y analizar posibles sesgos.

Bloque III. Marco de referencia para el informe no financiero

Pregunta 3.1. Sobre la información general de la empresa, indique si estuviese dispuesto a informar con detalle sobre las siguientes cuestiones. Puede realizar matizaciones sobre su afirmación o negativa:

- Perfil de la organización: modelo de negocio, principales riesgos de negocio, cuáles son sus principales fines, cadena de distribución...
- Gobernanza: quiénes ocupan cargos de dirección, perfil de estos, cómo se estructura la dirección de la empresa, presencia de mujeres en la dirección, salarios de los directivos...
- Participación de las partes interesadas: cómo se relaciona con los proveedores, cuáles son sus principales clientes, relaciones con la Administración...
- Estrategia: diferenciación de producto, bajo coste, nuevos productos, inclusión o retirada de mercados...

Objetivo: Conocer cuáles de los elementos de información general que deben ser informados por las Pymes según Muslichah et al., (2020) están dispuestos a ser divulgados por las Pymes.

En este apartado se espera que la mayoría de los ítems sean aceptables para los entrevistados y que por lo tanto acepten divulgarlos. No obstante, se esperan suficientes matizaciones que se recogerán en la discusión de los resultados.

Pregunta 3.2. Sobre la información relacionada con aspectos medioambientales, indique cuáles estaría dispuesto a divulgar:

- Información sobre el impacto medioambiental de las actividades de la empresa.
- Contaminación: medidas para reducir las emisiones de contaminación atmosférica
- Economía circular y residuos: medidas de reciclaje y reducción de desechos.
- Uso de recursos: consumo de agua, materias primas, energía, combustibles fósiles, uso de energía renovable.
- Protección del entorno y biodiversidad.

Objetivo: Conocer cuáles de las cuestiones medioambientales recogidas en la Ley 11/2018 están dispuestas a ser divulgadas por los gerentes.

Pregunta 3.3. Sobre la información relacionada con cuestiones relativas al personal, indique cuáles estaría dispuesto a divulgar:

- Empleo: número de empleados por sexo y edad, modalidad de contrato, número de despidos, retribuciones medias.
- Medidas para la conciliación laboral y familiar.
- Medidas de seguridad y salud en el trabajo.
- Relaciones sindicales: respeto al convenio, mejora del convenio, consulta con el personal de aspectos relevantes para el puesto de trabajo.
- Formación dada al personal.
- Medidas adoptadas en materia de igualdad.

Objetivo: Conocer cuáles de las cuestiones relacionadas con el personal recogidas en la Ley 11/2018 están dispuestas a ser divulgadas por los gerentes.

Pregunta 3.4. Sobre la información relacionada con la sociedad y lucha contra la corrupción, indique cuáles estaría dispuesto a divulgar:

- Impacto de la empresa en el empleo y desarrollo local
- Actividades de patrocinio a asociaciones y clubes.
- Relaciones con la comunidad local (voluntariado, actividades culturales...)
- Política de compras: subcontratación y proveedores.
- Información fiscal: impuestos pagados y subvenciones recibidas.
- Aportaciones a fundaciones y/o partidos políticos

Objetivo: Conocer qué información relacionada con la sociedad y la lucha contra la corrupción recogidas en la Ley 11/2018 está dispuesta a ser divulgada por los gerentes.

En las tres anteriores preguntas se recogen algunos de los principales ítems que la Ley 11/2018 (Jefatura del Estado, 2018) establece que deben estar recogidos en un estado de información no financiera, en lugar de la propuesta que Muslichah et al., (2020) realiza, ya que este redactor considera que los ítems que recoge la Ley pueden ser más cercanos a la realidad de la sociedad y empresas españolas, habida cuenta que Muslichah et al., (2020) realiza el estudio en Indonesia.

Si bien se espera que una mayor parte de los elementos sí estén dispuestos a ser divulgados por los gerentes, será interesante conocer su opinión sobre aquellos que no quieren que sean divulgados. Este punto de la entrevista será interesante para comenzar a establecer los ítems de un marco de información no financiera para Pymes.

Pregunta 4. Una vez concluida la entrevista, ¿hay algún aspecto que desee destacar de su opinión al respecto o algún elemento que quiera profundizar?

Objetivo: Que el entrevistado profundice en algún elemento que considere especialmente relevante desde su punto de vista.

Esta última pregunta tiene la utilidad de recoger una opinión más clara y sencilla sobre algún aspecto concreto en el que el entrevistado quiera destacar. Con ello se conseguirá, además, ver qué aspecto le preocupa más al gerente en cuestión.

TÍTULO II. DATOS OBTENIDOS EN EL ESTUDIO Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

CAPÍTULO I. DATOS OBTENIDOS POR LAS ENTREVISTAS

Una vez se han realizado las entrevistas, se ha transcrito la grabación de cada una de ellas y obtenido las respuestas de los entrevistados a las cuestiones planteadas. La duración de estas ha sido de unos 40 minutos de media y se han desarrollado presencialmente en la sede de la empresa entrevistada, salvo en los casos de las empresas E, G e I que se han desarrollado por videoconferencia.

En este capítulo se va a ofrecer de manera estructurada la respuesta de los entrevistados a cada una de las preguntas y por cada una de las empresas, para posteriormente analizar sus respuestas y poder obtener conclusiones. En las diferentes tablas se ofrece un resumen de la respuesta a cada pregunta tratando de expresarla con las mismas palabras que el entrevistado contestó para que así no se pierdan algunos matices que son de interés.

TABLA 2.1.0. PREGUNTA 0

Nivel de formación de los gerentes/entrevistados

Empresa	Respuesta
A	Universitarios – diplomatura
B	Preuniversitarios – formación profesional
C	Universitarios – diplomatura
D	Preuniversitarios
E	Universitarios – licenciatura ¹
F	Universitarios – licenciatura
G	Universitarios
H	Universitarios – máster
I	Universitarios – máster

Fuente: Elaboración propia

¹ No relacionados con el puesto que desempeña en la empresa

TABLA 2.1.1. PREGUNTA 1.1.

¿Ha oído usted hablar anteriormente sobre el concepto de responsabilidad social empresarial?, ¿está familiarizado con ella? ¿qué es para usted este término?

Empresa	Respuesta
A	Sí, es gestionar y tratar la empresa de forma respetuosa con el medio ambiente, con conciencia social, colaborando con tu entorno y trabajando en reducir los residuos o contaminar todo lo posible
B	No he oído hablar del término. Creo que es algo lógico que se debería haber implantado antes, pero la RSE va ligado con la actitud y compromiso de cada empresario con la sociedad y con hacer las cosas bien. La RSE es el ánimo de los empresarios de hacer bien las cosas.
C	No había escuchado el término como lo había definido, para mí eran cuestiones del seguro de responsabilidad más civil.
D	Sí, había escuchado hablar del término. Lo defino como la responsabilidad que tiene la empresa con sus trabajadores.
E	Soy consciente de ella pero no había definido un término. La defino en el sentido de que vayamos haciendo un bien común para la sociedad y que esta funcione para poder vivir en sociedad.
F	Sí, he oído hablar del concepto. Para mí es la responsabilidad que tiene la empresa con sus trabajadores para que estos la tengan con la sociedad.
G	Sí, en los estudios he escuchado sobre economía ambiental. Para nosotros es intentar no hacer daño al medioambiente y mejorar a la sociedad concienciando a los clientes.
H	No había escuchado hablar del término. Entiendo que en este caso se refiere a que las empresas además de su preocupación económica tienen su parte de ayuda a la sociedad y a colectivos que lo necesitan buscando un beneficio mutuo.
I	Sí he oído comentarlo de pasada en las noticias y a los políticos. Para mí la RSE la entiendo como que todas las acciones de la empresa no vayan orientadas a tener un beneficio económico sino que también velando por actuaciones no obligadas por una norma tenga un resultado positivo para las personas, el medioambiente...

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.2. PREGUNTA 1.2.

¿Cree que su empresa tiene impacto social o ambiental en la sociedad?

Empresa	Respuesta
A	Sí para los dos. Social porque estamos en un pueblo pesquero donde somos creadores de empleo y demandantes de trabajadores y medioambiental generamos muy pocos residuos que además no son contaminantes

B	Claro, al ser agrícola tiene impacto social y medioambiental por su actividad. Social porque damos de comer a la gente y eso es lo más básico que necesitan, y ambiental por los productos que se utilizan, las labores que se hacen en la tierra.
C	Muy corto en el aspecto medioambiental porque utilizamos maquinarias contaminantes y algunas materias primas como gases también contaminan. Como somos pocos trabajadores no tenemos un importante impacto social.
D	Nuestro impacto ambiental es más de ruido por la maquinaria que utilizamos.
E	Por supuesto. Impacto social porque se dedica a la alimentación y es algo que la sociedad necesita. Ambiental también por los residuos que genera nuestra actividad.
F	Sí, en ambos. Al ser una empresa pública que prestamos servicios a los ciudadanos tenemos un impacto social y en el medioambiente porque trabajamos con la administración electrónica para eliminar el papel de la administración local. Las propias tareas de la empresa implican un impacto positivo para el medioambiente.
G	Sí, en el negocio tenemos un impacto medioambiental que debe protegerse por el entorno en el que estamos.
H	Tiene ambos impactos. El impacto social por la propia actividad que realizamos al tratar con personas con diversidad funcional, e impacto ambiental ya que en nuestras actividades colaboramos con empresas que trabajan cuestiones de mejora del medioambiente. El impacto que tenemos es en general positivo por las actividades que desarrollamos.
I	Impacto medioambiental poco, es bastante limitado porque no dejamos de ser una oficina. A nivel social sí por el propio servicio que damos a la sociedad en general ya que necesitan de nuestros servicios, y porque apoyamos a personas desfavorecidas en el turno de oficio.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.3. PREGUNTA 1.3.	
<i>¿Tiene implantada alguna política de RSE?, en caso afirmativo ¿está formalizada en algún documento público?</i>	
Empresa	Respuesta
A	No hay ninguna política concreta que se haya puesto en marcha.
B	No hay ninguna política implantada, nos limitamos a cumplir con lo que hay que hacer.
C	No, no tenemos nada al respecto.
D	Tenemos políticas de calidad para seguir la ISO que hemos implantado, pero no de RSE.
E	No hay una política pero sí que reflejamos en documentos algunas de las actividades que hacemos al respecto, como los residuos que se emiten o las inspecciones que nos realizan.
F	No tenemos una política implantada como tal.

G	De momento todavía nada, aunque nos gustaría tener un proyecto implantado.
H	Sí, desde hace unos años tenemos proyectos en el que se recoge tanto la parte de cuidado al medioambiente como alimentación saludable y deporte para las personas que acuden a nosotros ya que varias empresas contactaron con nosotros para desarrollarlo. Además tenemos una memoria anual de actividades donde se recogen todas las iniciativas que desarrollamos y que está a disposición de quien la solicite.
I	Realizamos actividades que se encajarían en la RSE pero no tenemos una política.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.4. PREGUNTA 1.4.

Detalle alguna de las acciones que desarrolla la empresa y que está relacionada con la RSE en los ámbitos medioambiental y social.

Empresa	Respuesta
A	Uno de los pilares básicos del negocio es que es sostenible porque el producto es de almadraba, que es un arte de pesca sostenible que no daña el fondo marino, no persigue a la especie y no sobreexplota la especie. En economía circular hacemos gestión de residuos porque se transforman en otros productos como harinas para pescado y estamos buscando la forma de reducir el plástico de los envases. Estamos además en proceso de poner placas fotovoltaicas. Sobre medidas con los trabajadores siempre tratamos de colaborar con ellos lo más posible y tenemos un horario continuo no partido para permitir la conciliación. Todas las compras que se pueden realizar son a proveedores locales y patrocinamos eventos culturales, campañas solidarias, eventos deportivos y todas las iniciativas sociales que podemos.
B	Nosotros nos limitamos a seguir la normativa que nos exige la Unión Europea a la hora de cobrar las subvenciones de la política agraria común, por lo que no desarrollamos actividades adicionales. Se podrían establecer medidas de agricultura ecológica, pero al tener la misma cotización que la no ecológica tiene mayor coste para el mismo precio. Sí compramos a proveedores locales y el trabajo lo damos a personas del entorno.
C	Estamos utilizando algunas materias primas menos contaminantes como gas ecológico para las máquinas, intentamos utilizar gases para soldadura que también contaminen menos, se emiten gases en la propia soldadura que queremos poder filtrar cuando se generan y reciclamos los residuos tanto pequeños como grandes maquinarias. También pensamos en poner placas solares pero no salía a cuenta. Como somos pocos trabajadores tenemos muy buena relación y hay comprensión con cada uno y sus problemas. Patrocinamos actividades sociales y deportivas como un equipo de fútbol y estamos pensando en incluir a alguien con discapacidad, e intentamos contratar con proveedores de la zona para también contaminar menos y que la logística sea más sencilla.
D	Implantamos medidas de reciclaje de plásticos y cartones, y gestión de residuos con empresas especializadas. A los trabajadores les realizamos anualmente reconocimientos médicos físicos y psíquicos para que puedan trabajar bien y en buenas condiciones y damos cursos de recursos humanos. Se utilizan medidas de protección personal como auriculares para los trabajadores por el ruido de las máquinas. Sobre los materiales empleamos materia prima que sea biodegradable y no utilizamos plástico en sí, mejor usamos fibras sintéticas.

E	Se está reduciendo el uso del plástico y de algunos compuestos contaminantes de las serigrafías de las bolsas, así como reducción y reciclaje de los residuos y gestión de estos. También buscamos el ahorro en consumo eléctrico planificando la ocupación de las cámaras frigoríficas para intentar consumir menos electricidad. Compramos a empresas locales y en la lonja de la ciudad, y si no es posible se busca que los productos sean de la mayor proximidad posible. Los trabajadores tienen todos contrato fijo y muchos con contratos de larga duración. Por último, colaboramos con eventos culturales en la ciudad, ponemos en valor la tradición pesquera del entorno y colaboramos con el equipo de fútbol local y con una asociación de personas discapacitadas.
F	Estamos apostando por la reducción del uso de papel y combustible, las luces son leds y se recicla el papel. También patrocinamos acciones de promoción de la ciudad e intentamos que todos los proveedores sean de la ciudad.
G	Comenzamos siempre con la concienciación a los clientes, que vean que es importante tener en cuenta el medioambiente con nuestras iniciativas e información que les suministramos. Como iniciativas medioambientales intentamos limitar el uso de plásticos de un solo uso con un proyecto con una asociación local, eliminamos los envases pequeños de plástico que son para tirar y compramos a cantidades mayores para reducir plástico, embotellamos el agua filtrada y la servimos en cristal, vendemos a precio de coste cantimploras de acero que rellenábamos con lo que nos pedían, nos estamos planteando en poner placas fotovoltaicas, los detergentes son biodegradables con etiquetas Ecolabel, la fosa séptica es mejor y más sostenible, organizamos talleres de educación ambiental para niños colaborando con asociaciones y donamos a la perrera municipal. Sobre aspectos con los trabajadores hemos intentado mantener los empleos tras el COVID contratando además a personas más vulnerables e inventando formas de seguir dando más trabajo. Por último también vamos a poner un punto de recarga para coches eléctricos.
H	Tenemos convenios con administraciones, empresas e iniciativas de cuidado del medioambiente para apoyarles con el objetivo de realizar nuestra actividad: apoyamos actividades de reciclaje, alimentación saludable, mantenimiento de huertos ecológicos, reducción de residuos. También colaboramos con diversos eventos culturales y divulgativos en los que se participa para todo el público general, y compramos a proveedores locales con los que colaboramos en actividades sociales. Por último, apoyamos a las familias mediante el pago fraccionado en cuotas más pequeñas para que puedan continuar en nuestro centro.
I	A nivel medioambiental tratamos de reducir el uso de papel todo lo posible e incluimos en los correos que es mejor no imprimirlos, así como buscamos alternativas o de transporte público o de transporte compartido entre los que formamos la empresa para reducir las emisiones por el transporte privado. A nivel social participamos en el turno de oficio y en iniciativas de justicia gratuita, y colaboramos con iniciativas solidarias como consultas a cambio de juguetes para niños en navidades y estamos buscando más iniciativas. Apoyamos a jóvenes emprendedores en abogacía para tenerlos como socios preferentes para así dar un impulso al trabajo juvenil y adaptamos nuestras tarifas a las capacidades del cliente.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.5. PREGUNTA 1.5.

En relación con certificaciones de calidad, por ejemplo ISO 9001 o 14001, ¿tiene algún tipo de certificación de calidad?, en caso afirmativo ¿ha tenido que dar información no financiera, por ejemplo, de carácter medioambiental?, ¿cómo la ha proporcionado?

Empresa	Respuesta
A	En este momento no hemos destinado recursos a implantar estas certificaciones
B	Tenemos una certificación que ayuda con la gestión de las subvenciones donde se detallan nuestras actividades y labores, y la información para obtenerla la dimos sin una estructura concreta y en las inspecciones que acudieron a la finca.
C	No tenemos ninguna.
D	Sí, tenemos un sistema de gestión de la calidad ISO. La información la obtuvieron los inspectores directamente.
E	Tenemos certificaciones de origen por los productos que se compran y algunas certificaciones pero de carácter sanitario donde un inspector revisa los procesos de la fábrica.
F	Tenemos algunas certificaciones especializadas en cuestiones informáticas.
G	Estamos trabajando en tener certificaciones pero en el ámbito de la hostería con la Q de calidad turística, pero no hemos dado información ya que han sido los inspectores del sello quienes han venido a la prueba.
H	Hemos planteado establecer un plan de calidad y poner una ISO, pero no tenemos recursos ni económicos ni humanos.
I	Todavía estamos comenzando con el negocio y no tenemos ninguna certificación.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.6. PREGUNTA 1.6.

En relación con su estrategia competitiva, ¿prefiere que su cliente acuda a su empresa por el bajo coste o por ser un producto diferenciado del resto?

Empresa	Respuesta
A	Trabajamos en exclusiva con un producto de alta calidad y diferenciado del resto, no queremos irrumpir en el mercado con una estrategia agresiva de precios.
B	No puedo tener una estrategia competitiva porque mi producto no es diferenciado ni puedo poner el precio.
C	Preferimos tener un producto diferenciado del resto y que sea de calidad, antes vendíamos a menor precio pero hemos descubierto que es mejor un buen producto y servicio aunque sea más caro para el cliente.
D	Hay clientes que buscan un menor precio pero prefiero vender productos de más calidad que más baratos.
E	La calidad y la exclusividad de que nuestro producto está en una zona estratégica es lo que nos hace competitivos con el resto.

F	Nosotros tenemos que dar un servicio al menor coste posible ya que de lo contrario el Ayuntamiento acudiría al mercado. No obstante, también nos diferenciamos por tener un servicio de mayor calidad que el de nuestros competidores. Preferimos una estrategia de diferenciación de nuestros servicios.
G	Damos un producto diferenciado y de calidad antes que competir por un menor precio.
H	Nosotros tratamos de innovar nuestros servicios utilizando proyectos sociales donde se implantan actividades que se pueden considerar de RSE para dar un servicio diferenciado de nuestra competencia, unido con mantener un precio más bajo de los servicios para poder hacerlos accesibles.
I	Depende del cliente. Damos un servicio al menor precio posible a aquellos que más lo necesitan y un precio mayor a empresas de mayor tamaño, pero siempre tratamos dar un buen servicio.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.7. PREGUNTA 1.7.

¿Cree que los clientes, proveedores y otros agentes valoran más los productos de la empresa si esta es socialmente responsable?

Empresa	Respuesta
A	Poco a poco se va viendo cada vez más en el mercado la preocupación con la sostenibilidad.
B	Sólo te valoran las cuestiones medioambientales, pero las sociales no las valoran porque el trabajo en el campo está muy estandarizado.
C	Creo que generalmente no, no cambiaría la relación con ellos, no habría diferencia. Creo que el poder adquisitivo y la cultura del cliente es lo que afectaría aquí para que lo valoraran.
D	No, no se valora nada.
E	Aquí lo que hay es un poco de trampa de marketing y que lo que hace es dar confianza ya que se hace notar que tiene la capacidad de poner una estrategia de RSE. Los clientes y proveedores lo valoran y la empresa lo hace para mejorar su reputación. Si soy la primera empresa en tomar una iniciativa eso es un marketing que se va a valorar pero si todas lo hacen se convierte en algo habitual y no se tendría en cuenta.
F	Entiendo que sí, ya que estás prestando un mejor servicio. La RSE implica un mejor servicio ya que esta también se traduce en un mejor servicio al cliente y por lo tanto mejora la valoración de la empresa.
G	Espero que sí lo valoren. Nuestra clientela local no valora tanto estas iniciativas pero la clientela de otras localidades sí, sobre todo ciertas iniciativas.
H	Por supuesto, ya que nuestra actividad está muy vinculada con la sociedad y contribuimos con ella.
I	No creo que se le de el valor que tiene a las políticas de RSE, todavía la mayoría de las empresas y clientes están ancladas a la antigua forma de gestionar los negocios.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.8. PREGUNTA 2.1.

¿Posee las herramientas, recursos y conocimientos necesarios para implantar una estrategia de sostenibilidad y emitir un informe no financiero?	
Empresa	Respuesta
A	No, necesitaríamos recursos humanos dedicados a la gestión de la implantación de esta estrategia y revisión de sus medidas y documentación.
B	No tengo ni las herramientas ni los recursos, esto es algo más dedicado a las grandes corporaciones agrícolas más que a uno pequeño.
C	No tendría capacidad económica, pero sí sabríamos implantar una política de sostenibilidad y las cuestiones que no hacemos y que podríamos mejorar.
D	No es una cuestión prioritaria para nosotros por lo que los recursos no los invertiríamos. Si fuera prioritario sí buscaríamos la forma de hacerlo.
E	No sería fácil, no tenemos tiempo de los trabajadores para llevarla a cabo a no ser que fuera obligatorio.
F	Nuestra empresa, por la capacitación de los directivos de esta, sí los tiene. El gerente debe ser una persona cualificada como un funcionario de alto nivel, por lo que se le exige una titulación suficientemente alta como para poder estar capacitado para llevar este tipo de actividades.
G	Creo que no, podría tener los conocimientos pero no las herramientas ni la forma en la que hacerlo.
H	Sí, tenemos los recursos y el personal para poder desarrollarlo. Lo más parecido es que tenemos los proyectos y la memoria de actividades donde se recoge todo lo que hacemos.
I	Entiendo que no tengo las herramientas, si quisiera tener un buen informe necesito más información sobre la RSE.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.9. PREGUNTA 2.2.

¿Cree implantar una política de RSE y divulgarla puede ser un coste para la empresa que no supone un posterior beneficio?	
Empresa	Respuesta
A	No son acciones que tengan una reacción inmediata y el beneficio que se busca no es tanto económico como más social y a medio/largo plazo con el objetivo de transmitir de manera interna y externa los valores que quieres inculcar con tus iniciativas.
B	Habría que estudiarlo porque habría insumos como la energía que sí podría salir mejor pero si tengo que utilizar productos propios de la agricultura ecológica la producción caería demasiado y no podría cubrir costes. Al fin y al cabo mi precio por los productos es siempre el mismo, aunque determinadas actividades si se protege más al trabajador en su desarrollo pueden tener un coste menor.

C	Perderíamos bastante competitividad en precio ya que todo sería más costoso y el beneficio quizás sería a muy largo plazo.
D	Sí, es un coste que a nosotros no nos repercutiría en nada.
E	Totalmente es un coste que debería estar apoyado por subvenciones para poder llevarlo a cabo, y el beneficio sería más de marketing. Nuestro cliente no le daría importancia.
F	Supone un coste porque necesitas a una persona realizando esa tarea. A nosotros no nos supone un beneficio económico pero sí un beneficio en reputación ya que debemos ser ejemplares. El beneficio estaría en ser ejemplo para las empresas de la ciudad.
G	Es un coste y en ocasiones bastante caro y no daría un beneficio económico, aunque sí un beneficio social y para la conciencia del empresario.
H	No, siempre es un beneficio y para nosotros además es esencial ya que mediante nuestras actividades de RSE es como trabajamos con las personas de diversidad funcional.
I	Yo creo que supone un coste para la empresa, pero el beneficio a largo plazo sería mayor. Si implantas estas medidas vas a tener una plantilla de trabajadores más productiva, vas a contribuir con el medioambiente que es de todo, tendrás un reconocimiento social que es publicidad y harás una mejor social.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.10. PREGUNTA 2.3.

<i>¿Participa su empresa en cadenas de suministro a grandes empresas? ¿Alguna empresa le ha solicitado información no financiera para participar en su cadena de suministro? ¿En caso afirmativo, qué información le ha solicitado y cómo la ha proporcionado?</i>	
Empresa	Respuesta
A	No, la mayor parte de las ventas son al canal Horeca y tiendas gourmet.
B	Sí, pero nunca me han solicitado información.
C	En algunas ocasiones hemos suministrado y no nos han pedido nada.
D	Sí, pero nunca nos han pedido información más allá de si seguimos un sistema de gestión de calidad.
E	En algunas ocasiones sí hemos vendido a grandes supermercados o cadenas hoteleras. El problema es que las grandes compras están centralizadas por las empresas y no dan la oportunidad a empresas de la zona. No hemos tenido que aportar ninguna información
F	No trabajamos dando servicios a grandes empresas, sólo al Ayuntamiento.
G	No participamos por nuestra actividad.
H	Hemos dado algunas charlas a empresas medianas sobre concienciación a trabajadores sobre personas de diversidad funcional y nos han pedido la memoria de actividades. No nos han solicitado un informe no financiero como tal.

I	Sí, hemos dado servicios a grandes empresas pero no nos han solicitado información no financiera.
---	---

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.11. PREGUNTA 2.4.	
<i>¿Participa su empresa en licitaciones públicas? En caso afirmativo, ¿le ha solicitado la Administración algún tipo de informe que contenga información no financiera?</i>	
Empresa	Respuesta
A	Por las características de nuestra actividad no.
B	No, ya que estas nunca sacan concursos de materias primas.
C	Hemos tratado de participar en algún contrato y un ayuntamiento contactó con nosotros para un contrato menor. No nos pidieron nada.
D	No participamos directamente sino que nos unimos a varias empresas para dar un servicio más integral. No obstante, nunca se nos ha solicitado esta información.
E	Lo intentamos siempre y conseguimos algunas licitaciones. Los concursos que hemos ganado no nos han pedido esa información, sólo la que estaba en los pliegos y que era del mismo producto que se les daba.
F	Participamos en licitaciones públicas y en estas se recoge que se deben cumplir una serie de estándares para dar el servicio, pero no se ha solicitado información no financiera como tal.
G	No hemos participado porque lo que hacemos no se licita.
H	No participamos en licitaciones como tal, pero recibimos recursos del Ayuntamiento a través de sus programas de acción social. Nos solicitan todos los años información de carácter no financiero como nuestros proyectos, una memoria anual de actividades, información sobre el empleo, contratos, proveedores...
I	Todavía no hemos participado en licitaciones.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.12. PREGUNTA 2.5.	
<i>Si el acceso a subvenciones o incentivos fiscales dependiera del desarrollo de políticas de sostenibilidad y la emisión de su informe no financiero, ¿estaría dispuesto a ponerlas en práctica?</i>	
Empresa	Respuesta
A	No sería un factor determinante, pero sí sería un elemento que aceleraría nuestra implantación de estas políticas.

B	Sí, siempre que el coste no supere el beneficio. Si el trabajo cuesta más que lo que me dan de subvención no interesa.
C	Sin lugar a duda, aunque habría que hacer números.
D	Si el incentivo mereciera el esfuerzo sí plantearíamos hacerlo, bien como subvención o menos intereses de los préstamos del Estado.
E	Si las subvenciones son rentables sí, si entramos en un trabajo como este por poco dinero pues no sería un incentivo.
F	Las pondríamos en práctica seguro, nos adaptaríamos para poder sobrevivir. Si las subvenciones nos solicitaran este tipo de información la proporcionaríamos.
G	Si, claro, sin problema.
H	Sí, de hecho ya hacemos determinadas justificaciones de subvenciones donde tenemos que entregar un informe en el que se recogen estos aspectos que se están comentando.
I	Por supuesto.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.13. PREGUNTA 2.6.

Si tuviera que emitir obligatoriamente un informe no financiero y no se establecieran sanciones por no emitirlo, ¿lo emitiría finalmente?, ¿qué tipo de sanción le parece más disuasoria en este sentido?

Empresa	Respuesta
A	Nosotros sí lo haríamos si es obligatorio, aunque no hubiera sanciones. Las sanciones económicas son las que suelen ser más útiles.
B	Por responsabilidad sí, lo haría sin necesidad de sanción.
C	Si no se establecen sanciones esperaría un poco antes de hacer el informe. Creo que la sanción económica es la que más me dolería en este momento, o simplemente que me advirtieran.
D	Emitiría el informe sin necesidad de que me tuvieran que poner sanción. La peor sanción sería una económica o una subida de impuestos.
E	Quizás lo emitiría por si en un futuro me sancionan y hay que ir acostumbrándose a hacerlos, siempre que no implique un coste importante. La sanción económica o que te cierren el negocio son las peores.
F	Habría voluntad de emitirlo, pero no sé si desviaríamos el personal para hacerlo finalmente. La sanción más disuasoria sería la económica.
G	Si nos lo pidieran lo entregaríamos cuanto antes, no sería necesaria una sanción para obligarnos a hacerlo. Para nosotros la sanción económica acorde con nuestro tamaño sería lo peor.
H	Lo emitiría sin necesidad de una sanción. La sanción más grave para nosotros sería económica.

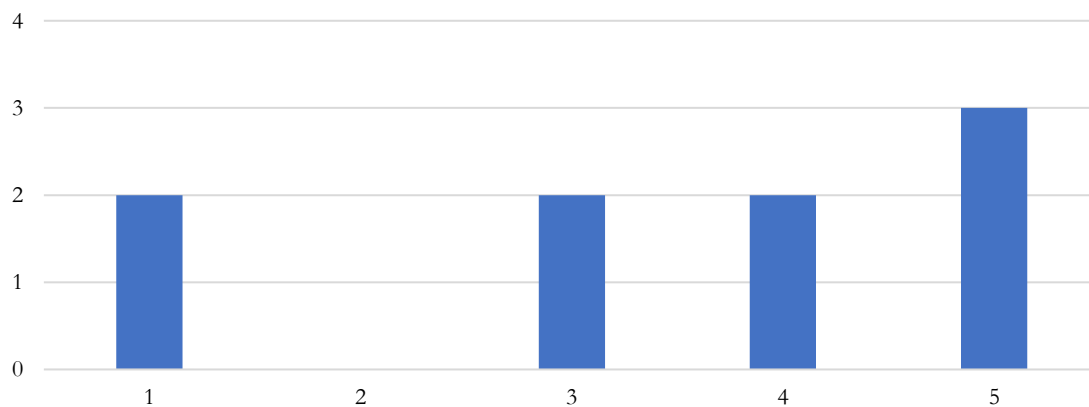
I	Creo que las normas hay que cumplirlas y nosotros lo emitiríamos, pero si en alguna ocasión nos viéramos sin capacidad o sin herramientas podríamos no emitirlo en ocasiones. Creo que deben imponerse medidas económicas como sanción, o más que con sanciones con la emisión como requisito a subvenciones o licitaciones u otras ayudas ya que si la sociedad te apoya tu debes apoyar a la sociedad.
---	--

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 2.1.1. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 1ª.

Si no se obtienen beneficios en un corto espacio de tiempo no considero que la implantación de políticas de RSE sea fructífera.

En esta y en las sucesivas, en el eje de abscisas se muestra el valor que las empresas han dado a la afirmación, que podía ser del 1 al 5, y en el eje de ordenadas se muestra el número de empresas que han dado dicho valor a la afirmación.

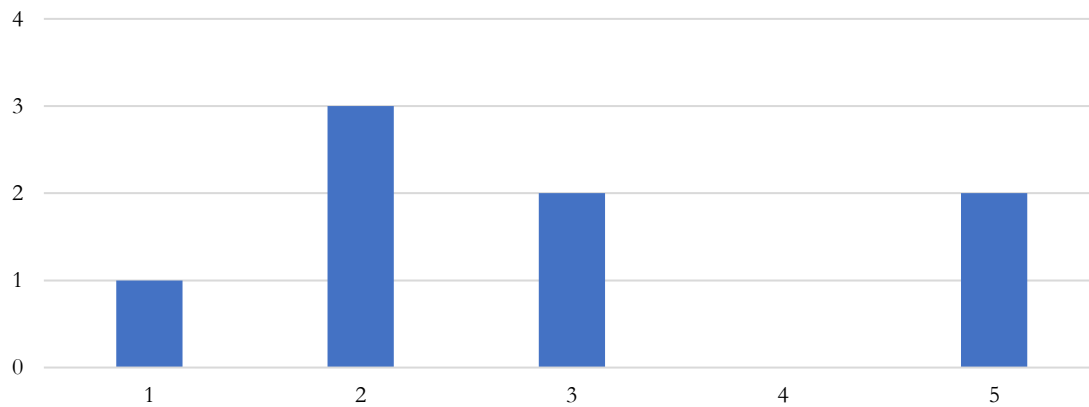


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta/número de empresas): 3,44 puntos.

FIGURA 2.1.2. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 2ª.

El coste de implantar políticas de RSE es superior a los beneficios que puede reportar para la empresa.

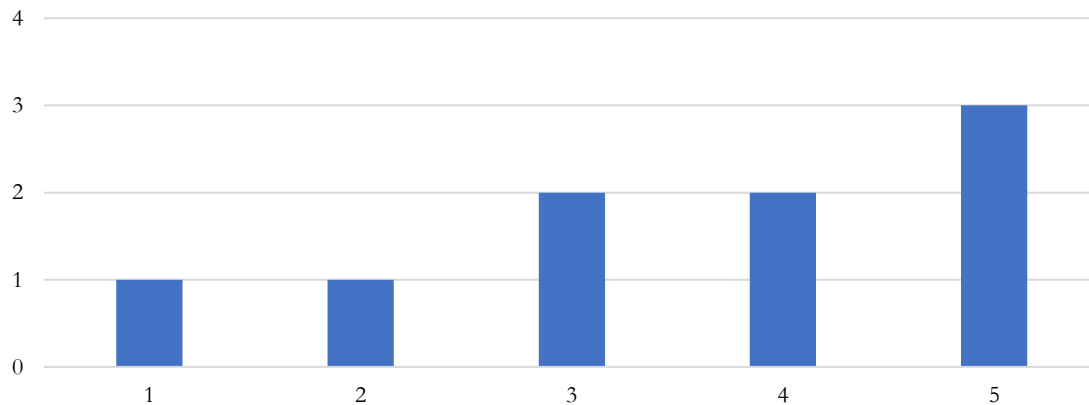


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 2,89 puntos.

FIGURA 2.1.3. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 3ª.

El horizonte de planificación de la empresa está más centrado en el corto y medio plazo, por lo que implantar una estrategia de RSE a largo plazo supone una limitación.

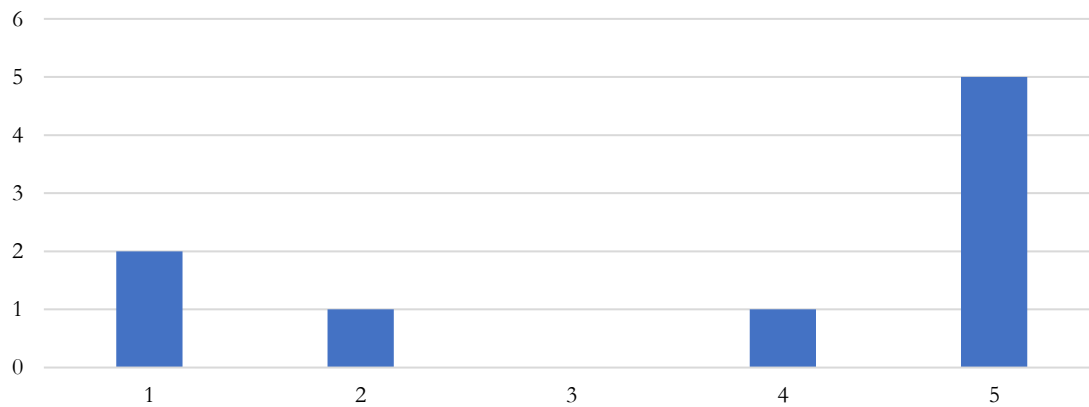


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 3,56 puntos.

FIGURA 2.1.4. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 4ª.

En la empresa no existe una formación suficiente como para abordar informes de sostenibilidad.

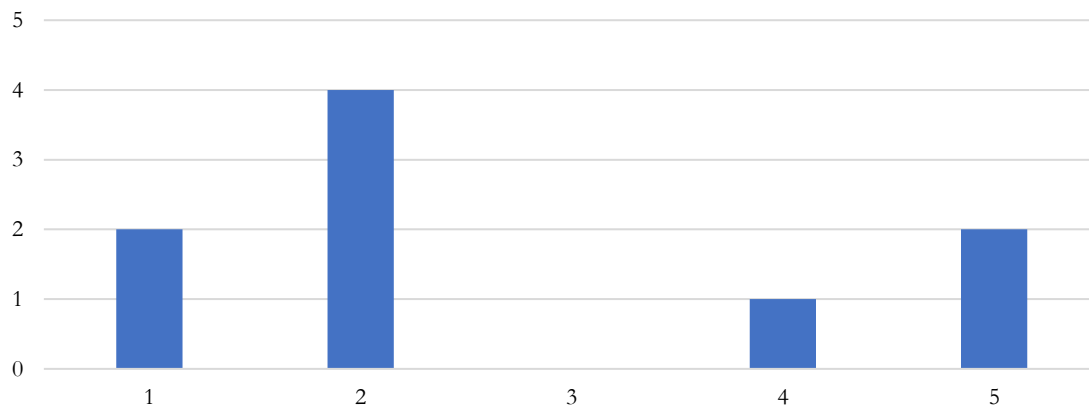


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 3,56 puntos.

FIGURA 2.1.5. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 5ª.

Las actividades de mi empresa tienen un impacto muy limitado, por lo que no debe preocuparse de cuestiones como la sostenibilidad

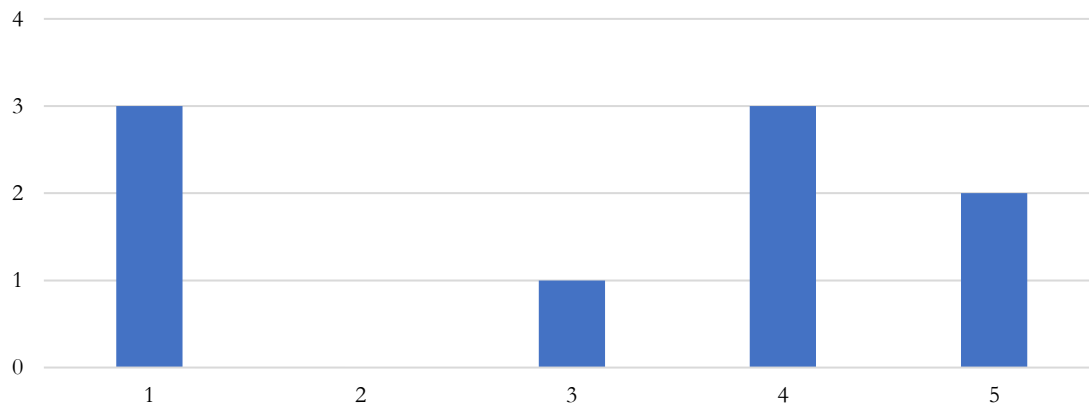


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 2,67 puntos.

FIGURA 2.1.6. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 6ª.

La empresa no puede emitir informes no financieros ya que no tiene herramientas adecuadas para ello.

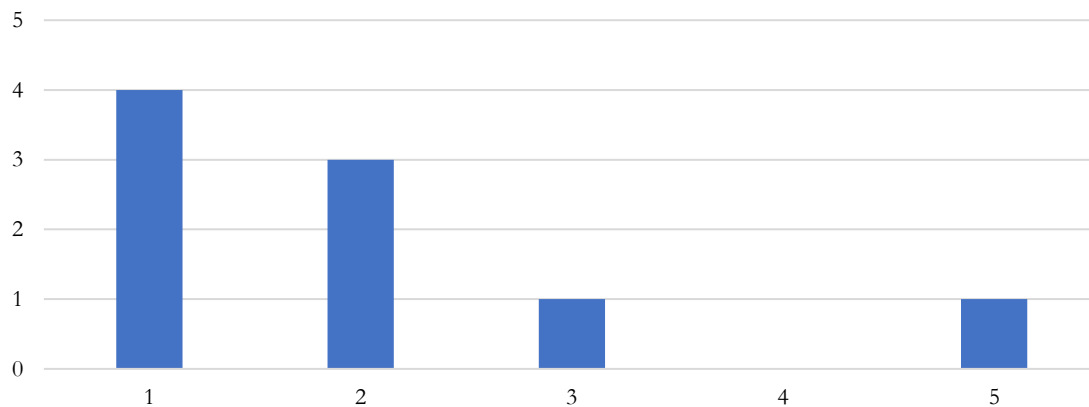


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 3,11 puntos.

FIGURA 2.1.7. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.7 AFIRMACIÓN 7ª.

Si las sanciones por no emitir un informe no financiero son pequeñas, prefiero no emitir un informe no financiero.

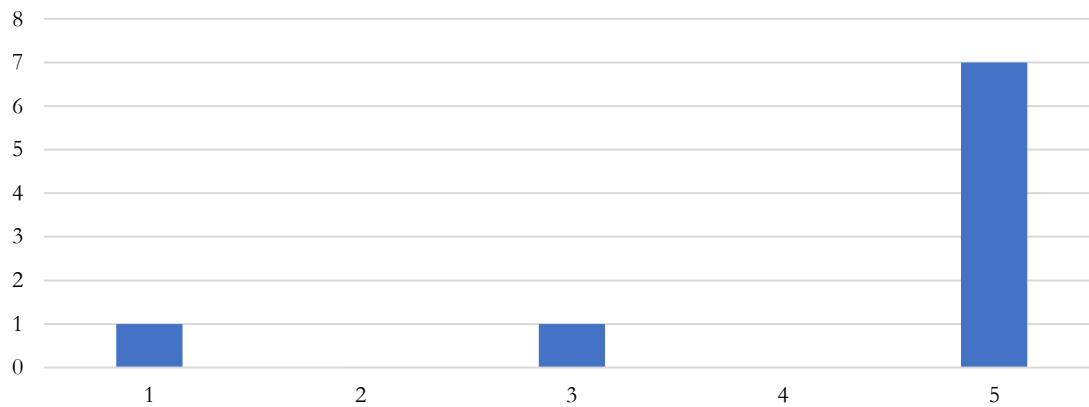


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 2,00 puntos.

FIGURA 2.1.8. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.8 AFIRMACIÓN 1ª.

La empresa emitirá un informe no financiero sólo cuando lo exija la legislación.

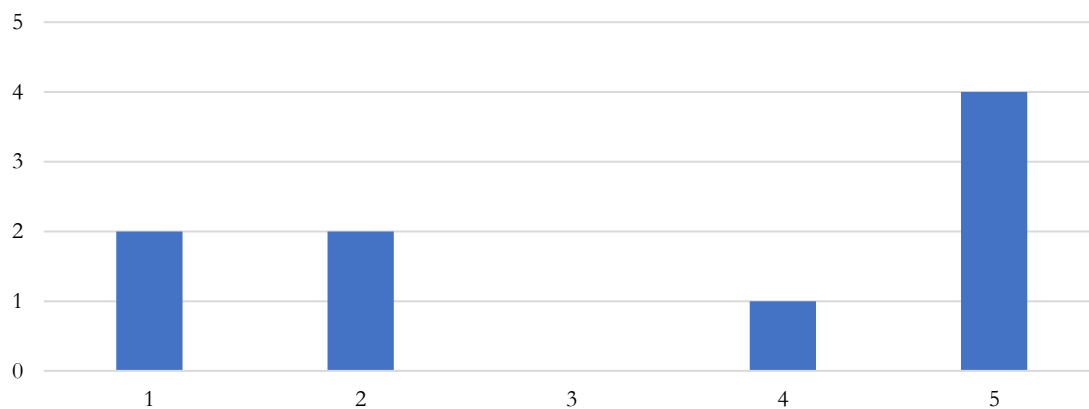


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 4,33 puntos.

FIGURA 2.1.9. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.8 AFIRMACIÓN 2ª.

Como otras Pymes están empezando a emitir informes no financieros, esta empresa también pasará a emitirlos.

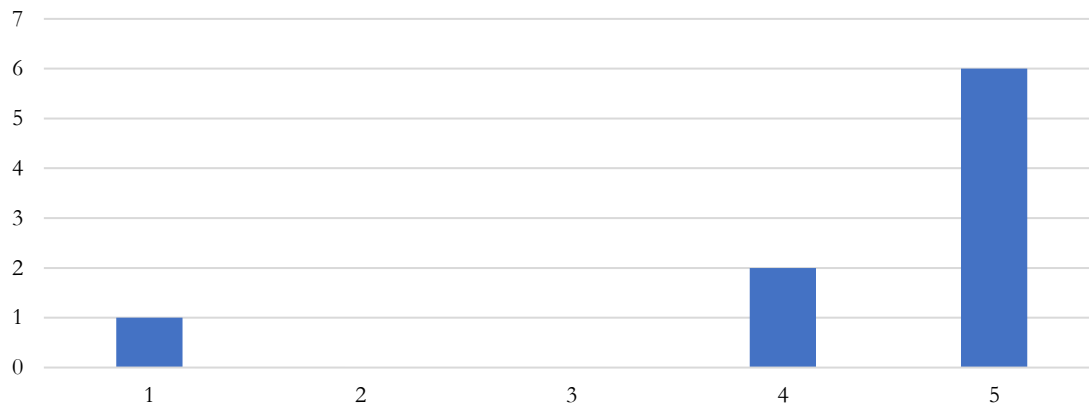


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 3,33 puntos.

FIGURA 2.1.10. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.8 AFIRMACIÓN 3ª.

La buena imagen y reputación pueden animar a la empresa a emitir un informe no financiero.

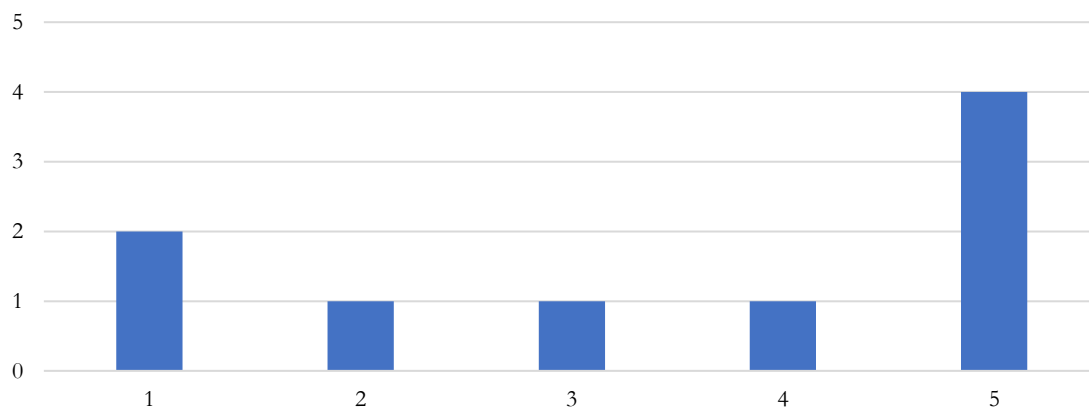


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 4,33 puntos.

FIGURA 2.1.11. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.8 AFIRMACIÓN 4ª.

La implantación de políticas de RSE y su divulgación pueden ser una ventaja respecto a otros competidores.

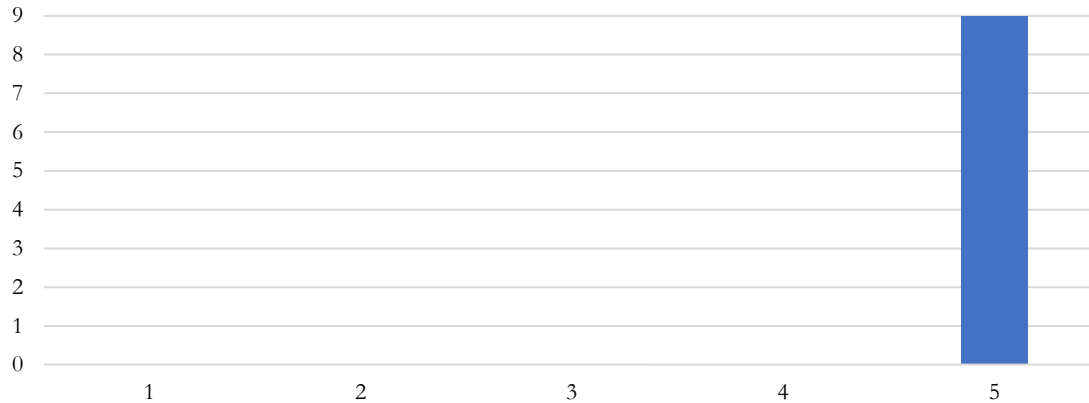


Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 3,44 puntos.

FIGURA 2.1.12. RESPUESTAS A LA PREGUNTA 2.8 AFIRMACIÓN 5ª.

La implantación de políticas de RSE y la emisión de un informe no financiero puede incrementar el valor añadido de los productos y servicios de la empresa.



Fuente: Elaboración propia

Valor medio (suma de valor de respuesta / número de empresas): 5,00 puntos.

TABLA 2.1.14. PREGUNTA 3.1.

Sobre la información general de la empresa, indique si estuviese dispuesto a informar con detalle sobre las siguientes cuestiones.

Cuestión de la que informar	Respuestas	
	SÍ	NO
Perfil de la organización: modelo de negocio, principales riesgos de negocio, cuáles son sus principales fines, cadena de distribución...	SÍ	B D F G H
	NO	A C E I
Gobernanza: quiénes ocupan cargos de dirección, perfil de estos, cómo se estructura la dirección de la empresa, presencia de mujeres en la dirección, salarios de los directivos...	SÍ	C D F G H I
	NO	A B E
Participación de las partes interesadas: cómo se relaciona con los proveedores, cuáles son sus principales clientes, relaciones con la Administración...	SÍ	A C D E F G H I
	NO	B
Estrategia: diferenciación de producto, bajo coste, nuevos productos, inclusión o retirada de mercados...	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.15. PREGUNTA 3.2.

Sobre la información relacionada con aspectos medioambientales, indique cuáles estaría dispuesto a divulgar.

Cuestión de la que informar	Respuestas	
Información sobre el impacto medioambiental de las actividades de la empresa	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E
Contaminación: medidas para reducir las emisiones de contaminación atmosférica	SÍ	A B D E F G H I
	NO	C
Economía circular y residuos: medidas de reciclaje y reducción de desechos.	SÍ	A B C D E F G H I
	NO	
Uso de recursos: consumo de agua, materias primas, energía, combustibles fósiles, uso de energía renovable.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E
Protección del entorno y biodiversidad.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.16. PREGUNTA 3.3.

Sobre la información relacionada con cuestiones relativas al personal, indique cuáles estaría dispuesto a divulgar

Cuestión de la que informar	Respuestas	
Empleo: número de empleados por sexo y edad, modalidad de contrato, número de despidos, retribuciones medias.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E
Medidas para la conciliación laboral y familiar.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E
Medidas de seguridad y salud en el trabajo.	SÍ	A B C D E F G H I
	NO	
Relaciones sindicales: respeto al convenio, mejora del convenio, consulta con el personal de aspectos relevantes para el puesto de trabajo.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E

Formación dada al personal.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E
Medidas adoptadas en materia de igualdad.	SÍ	A B C D F G H I
	NO	E

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2.1.17 PREGUNTA 3.4.		
<i>Sobre la información relacionada con la sociedad y lucha contra la corrupción, indique cuáles estaría dispuesto a divulgar</i>		
Cuestión de la que informar	Respuestas	
Impacto de la empresa en el empleo y desarrollo local	SÍ	A B C D E F G H I
	NO	
Actividades de patrocinio a asociaciones y clubes.	SÍ	A B C D E F G H I
	NO	
Relaciones con la comunidad local (voluntariado, actividades culturales...)	SÍ	A B C D E F G H I
	NO	
Política de compras: subcontratación y proveedores.	SÍ	A B C F G H I
	NO	D E
Información fiscal: impuestos pagados y subvenciones recibidas.	SÍ	A C D F G H I
	NO	B E
Aportaciones a fundaciones y/o partidos políticos	SÍ	H I
	NO	A B C D E G
	OTRO	F ²

Fuente: Elaboración propia

² La empresa, al ser pública, no puede hacer aportaciones a partidos políticos.

TABLA 2.1.18. PREGUNTA 4

Una vez concluida la entrevista, ¿hay algún aspecto que desee destacar de su opinión al respecto o algún elemento que quiera profundizar?

Empresa	Respuesta
A	<p>Esta empresa ha supuesto un cambio ya que anteriormente se exportaba el 90% de la producción a Japón y ahora está creando una cultura alrededor del atún en la zona de proximidad en la que se encuentra para beneficiar a la cultura de esta sociedad, generándose así también más empleo, más industria y más valor.</p> <p>En general, queremos que la economía sostenible tenga cada vez más impacto en esta sociedad, que se dé más valor a los productos locales y de cercanía, y es un trabajo que tenemos que trabajar entre todas las empresas y avanzaran por el mundo que vamos a dejar a nuestros hijos.</p>
B	<p>La agricultura es el único sector donde yo no le pongo el valor a mis productos, son los mercados quienes lo establecen y a mí me pagan según ese mercado de futuros. Una política de RSE aquí es muy difícil por eso, porque da igual cómo sean mis productos ya que siempre me los van a pagar al mismo precio.</p>
C	<p>Nos falta mucha información sobre cómo hacer las cosas, cómo hacer los informes e incentivos para hacerlos, creo que son las cuestiones clave. También soy muy reacio a dar información clave de la empresa porque no sé hasta qué punto eso puede ir en contra de nuestros intereses, y sobre lo que informe serían las cuestiones que se hacen bien en la empresa no lo que no hacemos tan bien.</p>
E	<p>Mi principal conclusión es que una empresa está para ganar dinero y todo lo demás es secundario, me voy a preocupar de tener más ventas y no tanto del medioambiente porque es un beneficio nulo para la empresa aunque sí lo sea para la sociedad. Nosotros tenemos que solucionar nuestros problemas del día a día y gastar recursos en estos temas no nos daría beneficio.</p>
F	<p>El concepto de la responsabilidad es muy amplio y prácticamente pueden entrar todas nuestras acciones porque somos una empresa que presta un servicio público ya que intentamos continuamente ayudar a la sociedad y no tenemos un interés de creación de riqueza para los propietarios.</p> <p>Por último, mi concepción sobre la RSE es diferente de la que tenía cuando era empresario privado a la que tengo en este momento como presidente de una empresa pública, habría contestado diferente si la entrevista hubiera sido por mi empresa privada que por este cargo público.</p>
G	<p>La concienciación sobre aspectos medioambientales es importante, tenemos que trabajar todos para lograr cerrar el círculo. Con apoyo e incentivos se podría considerar.</p>
H	<p>Para nosotros la RSE está en nuestra forma de ver la actividad que desarrollamos. Como somos un proyecto de marcado carácter social y que tampoco persigue un beneficio económico creemos que tenemos que es importante destinar todo lo que tengamos a la sociedad.</p>
I	<p>Antes las empresas sólo miraban el plan o económico en su forma de llevar los negocios y sin importar las consecuencias que esta posición tenía, en el ámbito medioambiental y en el trato con las personas, y ahora esto está cambiando porque las nuevas generaciones están más involucradas. La RSE debe implantarse, enseñarse en las carreras y concienciar a todos para que sus iniciativas puedan ser de utilidad, y aquí el gobierno tiene su responsabilidad de promover la RSE. Nosotros si tuviéramos las</p>

herramientas adecuadas implantaríamos políticas de RSE ya que nos ayudaría a tener mejores resultados.

Hablar de RSE está muy bien pero se queda en papel mojado si no se promueve y educan estos valores en las empresas desde las universidades y las administraciones. Hay que concienciar en que debe haber un equilibrio entre economía y sostenibilidad y que debería escucharse más y actuar más.

CAPÍTULO II. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se van a discutir los resultados obtenidos en las entrevistas a la vista de los objetivos de las preguntas planteadas y contrastar con lo expresado por los diferentes autores de la revisión bibliográfica que se realiza en Cervilla Bellido & Larrán Jorge, (2021).

En primer lugar se analizarán las respuestas desde un punto de vista horizontal, es decir, viendo qué han respondido todas las empresas a cada una de las preguntas realizadas. En segundo lugar, se analizarán las respuestas de corte cuantitativo del segundo bloque y las de sí/no del tercer bloque incidiendo en los aspectos que han llevado a no estar dispuestos a informar sobre algún aspecto en el marco de referencia. Por último se analizarán las respuestas desde un punto de vista vertical, es decir, analizando cada empresa en su conjunto y según las respuestas que ha proporcionado para poder establecer los condicionantes que llevan a las empresas a tener una mayor o menor disposición a implantar políticas de RSE y emitir un informe no financiero.

1. Conocimiento previo y definición de responsabilidad social empresarial

En este aspecto, una mayoría de gerentes reconoce haber escuchado hablar sobre aspectos relacionados con la RSE, mientras que un tercio de los entrevistados no había escuchado anteriormente el término.

De los que habían escuchado anteriormente el término, la definición que dan sobre este está relacionado con el respeto al medioambiente y el compromiso con la sociedad y los trabajadores. Las empresas de mayor tamaño (A, E, F y G) son las que han dado una definición más próxima a la que autores como Davis, (1973) o Sprinkle & Maines, (2010) proporcionan sobre este concepto.

Las empresas que no tenían una idea previa del concepto lo han definido también de una forma cercana a la definición de los autores ya que relacionan aspectos como el compromiso con la sociedad además de su mera preocupación económica como es el caso de las empresas

B y H. Sí se aprecia un desconocimiento total por parte de la empresa C de lo que es el término.

Las empresas B y D, cuyos gerentes son los únicos que no tienen formación universitaria, si van a una concepción diferente de la RSE. En el caso de la primera define la RSE como el cumplimiento de las obligaciones por ser “el ánimo de los empresarios de hacer las cosas bien”, y en este punto sí que puede encontrarse una definición menos adaptada a las definiciones de los autores anteriores. En el caso de la empresa D sólo hace referencia a la “responsabilidad que tiene la empresa con sus trabajadores” adoptando un enfoque más de cumplimiento y no incluyendo otros ámbitos en los que la RSE tiene presencia como es el medioambiente o el impacto en la sociedad. Se puede concluir que aquellos gerentes que no tienen formación universitaria en este estudio tienen un enfoque diferente de la RSE.

Una definición que aporta un enfoque adicional es la que realiza la empresa F, al involucrar de forma activa ya no sólo a la dirección de la empresa sino también a los trabajadores como actores principales del desarrollo de políticas de RSE.

En general, para los entrevistados la RSE es el compromiso de cada empresario de gestionar la empresa sin centrarse en exclusiva en la obtención de un beneficio económico haciendo un bien común a la sociedad y el entorno, con compromiso en el cuidado al medioambiente tratándolo respetuosamente e implicando a sus trabajadores en el proceso.

2. Percepción del impacto medioambiental y social de la empresa e implantación de políticas de RSE

Las empresas reconocen, en general, tener impacto tanto social como ambiental en la sociedad en mayor o menor medida, por lo que sí son conscientes de sus oportunidades de contribuir en la sociedad.

Algunas empresas consideran que su impacto social viene determinado especialmente por las actividades que realizan. En el caso de la empresa B y E por dedicarse al sector de la alimentación, en el de la empresa F por tener carácter de servicio público, en el de la empresa H por tratar con personas con diversidad funcional, y en el de la empresa I por sus servicios de abogacía y turno de oficio. En este punto sí que sería discutible si el impacto social en el aspecto de la RSE puede venir de la propia actividad de la empresa sin que esta sea de base social como es el caso de la empresa H.

En el aspecto social a empresa A sí que reconoce tener un impacto social por la creación de puestos de trabajo en la pequeña localidad en la que tiene lugar su actividad.

Todas reconocen tener un impacto medioambiental más o menos importante derivado de la actividad que desarrollan, y un impacto más bien negativo aunque establezcan acciones para revertirlo. La contaminación, los residuos o las materias primas que se emplean son los principales elementos que reconocen las empresas como determinantes a la hora de establecer su impacto medioambiental.

No obstante, las dos empresas de carácter más social, F y H, reconocen tener un impacto positivo por su actividad. En el caso de la primera porque están desarrollando una política de reducción de papel en la administración y en el caso de la segunda por la colaboración con empresas que trabajan en la mejora del medioambiente.

Por lo tanto, visto que las empresas sí reconocen tener un impacto ambiental y un impacto social, aunque este último definido en diferentes conceptos, puede establecerse que la conclusión de Nikolić et al., (2020) que establecía que estas consideraban que ejercen un mínimo impacto social o ambiental no es aplicable a las empresas estudiadas. Esta conclusión abre la puerta a que las empresas tengan una mayor concienciación y conocimiento sobre las oportunidades que tienen para contribuir en la sociedad.

No obstante lo anterior, preguntadas por si tienen una política de RSE concreta establecida que les guíe en esos impactos que tienen en la sociedad, sólo la empresa H reconoce tener proyectos en el que se recogen aspectos medioambientales, mientras que el resto tiene actividades relacionadas con la RSE pero no establecidas en una política como tal.

Lo anterior implica que, si bien las empresas tienen una consideración sobre su impacto ambiental y social, no tienen esa consideración establecida en una política concreta de RSE, sino que más bien la actitud y valores del gerente es la que guía el desarrollo de esas políticas. Esto último está en la línea de lo establecido por Herrera Madueño et al., (2014) sobre la actitud del gerente como acelerador de las prácticas de RSE en las empresas.

3. Las actividades de RSE y su relación con la RSE silenciosa.

Las empresas han revelado multitud de acciones que llevan a cabo en materia de RSE y que, como se estableció anteriormente, no están recogidas en una política concreta de RSE sino que es la actitud del gerente la que guía en la realización de estas. Con ello se confirma lo

establecido por Herrera Madueño et al., (2014) en relación a la RSE silenciosa, y es que existen iniciativas de RSE que no están reconocidas como tales.

En general, las empresas de mayor tamaño tienen unas acciones de RSE más orientadas a todos los ámbitos de esta. No sólo se quedan en el aspecto medioambiental, también cuentan con iniciativas relativas al personal como priorización de contratos fijos o medidas de conciliación laboral y familiar; y medidas relativas a su relación con la sociedad como colaboración con eventos sociales, iniciativas de voluntariado o apoyo al deporte.

El resto de las empresas están más centradas, aunque no exclusivamente, en los aspectos medioambientales y economía circular. La reducción en el uso de papel, plástico y cartón con su posterior reciclaje, o el uso de materias primas menos contaminantes y la apuesta por energías renovables son las principales iniciativas que impulsan las empresas entrevistadas. Algunas empresas sí han establecido que estarían dispuestas a implantar iniciativas de RSE pero no cuentan con recursos necesarios para llevarlas a cabo, como es el caso de la empresa C; y en general las empresas tratan de contratar a proveedores locales. Resulta interesante que la empresa G además busca concienciar a sus clientes con las iniciativas que desarrollan.

Llama la atención la empresa B que, a pesar de su carácter agrícola, reconoce no tener implantadas medidas al menos de reducción de residuos o menor impacto medioambiental. Esto se debe, según el entrevistado, a que “nos limitamos a seguir con la normativa de la Unión Europea a la hora de cobrar la política agraria común” y añade que “se podrían establecer medidas de agricultura ecológica, pero al tener la misma cotización que la no ecológica es un coste para un mismo precio”. Esto tiene un mensaje significativo y es que en aquellas explotaciones que dependen de la PAC, como son los cultivos de secano en extensivo, es la propia PAC la que va a establecer las medidas que deben seguir ya que si implantan otras medidas no van a tener un beneficio incremental. Si bien el ejemplo de una única explotación no es extrapolable al conjunto del sector, sí que realizar un estudio más en profundidad que relacione a las explotaciones agrarias, la PAC y la RSE puede ser de interés.

4. Certificaciones de calidad y RSE

De las empresas entrevistadas, cuatro no tiene certificaciones de calidad ya que no han destinado recursos a obtenerlas o porque no tienen dichos recursos. Otras cuatro tienen certificaciones de calidad pero más destinadas a la gestión de su actividad como pueden ser certificaciones sanitarias (empresa E), o cuestiones de informática (empresa F) y de las cuales

sólo una tiene un certificado ISO de gestión de la calidad (empresa D). Una última empresa está tratando de obtener certificación de calidad pero todavía no lo ha obtenido.

Todas las empresas que tienen certificación de calidad no han tenido que emitir ningún tipo de información no financiera, han sido los inspectores del propio certificado los que han acudido directamente a la empresa a tomar la información.

Según Corazza, (2017), las Pymes realizan informes de sostenibilidad para cumplir con los requisitos de sus certificaciones, pero en este caso las empresas que sí poseen un certificado de calidad no han tenido que emitir ningún informe de sostenibilidad ni proporcionar otro tipo de información no financiera. No obstante, la limitación del tamaño de la muestra de empresas que sí tienen certificaciones de calidad impide que pueda rechazarse este planteamiento de Corazza, (2017), por lo que será interesante estudiar particularmente una muestra de empresas que sí tengan certificaciones de calidad, lo cual no se ha realizado en este estudio para evitar sesgos de la muestra.

5. Estrategia competitiva y política de RSE

Las empresas entrevistadas, a excepción de la B, declaran que su estrategia competitiva principal se basa en la diferenciación y calidad del producto más que en competir por unos precios más bajos. Algunas, como la H y la I también indican que intentan mantener una política de precios bajos, pero siempre dando un servicio diferenciado del resto por su calidad.

El caso de la empresa B es interesante ya que declara que como su producto no puede ser diferenciado y no puede poner su precio, directamente no tiene una estrategia competitiva en ningún sentido: ni buscan tener un mejor producto para diferenciarse del resto ni buscan tener un precio más asequible ya que el precio está fijado por el mercado.

Si bien ninguna tiene desarrollada una política concreta de RSE, sí tienen implantadas acciones de RSE como se comprueba en la Tabla 2.1.4. y en el apartado 3 de este capítulo, por lo que se confirma lo establecido por Herrera Madueño et al., (2013) y es que las empresas con una estrategia de diferenciación de sus productos están más comprometidas con las políticas de RSE, mientras que las empresas que no tienen esa estrategia de diferenciación no tienen un compromiso tan explícito como puede verse en la empresa B.

6. Valoración de la RSE por los clientes, proveedores y otros agentes

En este punto, y como se esperaba desde un principio, se han obtenido multitud de respuestas tanto afirmando como rechazando las hipótesis de Herrera Madueño et al., (2014) y de Nikolić et al., (2020).

Tres de las empresas entrevistadas, coincidentes con las de menor tamaño, consideran que ni clientes ni proveedores valoran que la empresa tenga implantadas políticas o al menos iniciativas de RSE. Consideran que no habría una diferente relación con estos y que el poder adquisitivo y la cultura del cliente es lo que influiría en que este eligiera una empresa con políticas de RSE. De similar forma argumenta la empresa I que no se les da el valor suficiente a las políticas de RSE por la concepción más antigua que todavía se tiene a la hora de gestionar los negocios.

Otras tres empresas consideran que sí se valoran por parte de los clientes las políticas de RSE, de las cuales dos son las que menos están orientadas al lucro (empresas F y H). Sus principales argumentos son que la RSE implica un mejor servicio al cliente que repercute en la mejor valoración de la empresa, que la actividad que desarrollan (en el caso de la empresa H) está muy ligada con la sociedad y los clientes valoran su compromiso hacia ella, o que los clientes valoran ciertas iniciativas de RSE.

La empresa A, de mayor tamaño, por su parte considera que poco a poco los clientes están teniendo una mayor preocupación por la sostenibilidad de las empresas, lo cual puede traducirse en que existe una preocupación en aspectos medioambientales como indica la empresa B por parte de los stakeholders.

La respuesta de la empresa E es interesante e introduce a la publicidad y la confianza que generan la implantación de políticas de RSE como los elementos que hacen que los clientes valoren más la empresa por su mejor reputación. Está de acuerdo en que esto es positivo en la relación con clientes y proveedores pero desde un punto de vista meramente economicista, es decir, desde la utilización de la RSE como elemento de publicidad más que de beneficio a la sociedad. Además, añade que la implantación de políticas de RSE sólo generan valor al ser un elemento diferenciador de la competencia, y que si todas las empresas lo implantaran dejaría de generar valor para los clientes y proveedores porque sería una práctica habitual.

Por lo tanto, puede concluirse que una mayoría de las empresas sí está de acuerdo con las afirmaciones de Herrera Madueño et al., (2014) y de Nikolić et al., (2020) sobre la percepción de mayor valor por parte de los clientes a los productos y servicios de las empresas

socialmente responsables, aunque el tamaño de la empresa y el sector son factores que determinan un mayor o menor apoyo a esta afirmación.

7. Herramientas, recursos y conocimientos para la implantación de estrategias de RSE y emisión de informe no financiero

Siete de las nueve empresas entrevistadas declaran que, o no tienen las herramientas, o no tienen los recursos, o no tienen los conocimientos necesarios para implantar una estrategia de sostenibilidad y posteriormente emitir un informe no financiero.

Las herramientas para poder implantar la estrategia y emitir el informe son el elemento que más condiciona a la hora de determinar la incapacidad para llevar a cabo esta implantación, seguido de los escasos recursos sobre todo en empresas más pequeñas. Términos como “no sabría por dónde empezar” o “no sé qué hay que hacer” han sido muy repetidos por los entrevistados, poniendo de manifiesto la necesidad de dotar a las Pymes de las herramientas necesarias. Aun así, algunas empresas que han declarado no poder implantar una estrategia de sostenibilidad y su posterior divulgación sí han reconocido tener los conocimientos para ello.

No obstante, las empresas de carácter menos orientado al lucro como la F y la H sí declaran tener las herramientas y recursos necesarios, a pesar de la diferencia de tamaño entre ambas. Esto es interesante ya que añade el factor del sector a la afirmación que esta pregunta pretendía contrastar.

Por lo tanto, puede determinarse que, como establece Corazza, (2017), efectivamente las empresas no poseen las herramientas necesarias para hacer frente a políticas de sostenibilidad y a su posterior divulgación, aunque el sector en el que estas operen es determinante ya que aquellas empresas menos orientadas al lucro sí reconocen tener capacidad suficiente, al menos en esta muestra de empresas.

8. El coste de las políticas de RSE y su posterior beneficio

La opinión de las empresas entrevistadas en este punto es también heterogénea. Con carácter general, todas las empresas entrevistadas coinciden en que es un coste para la empresa bien sea por necesidad de personal o por las materias primas de mayor precio que se deben

emplear, e incluso la empresa C reconoce que implantando una política de RSE perdería competitividad a corto y medio plazo.

No obstante, todas las empresas, con la excepción de la D y la E, consideran que obtendrían un beneficio a largo plazo por la implantación de estas políticas. Si bien la definición del beneficio que obtendrían no es la de beneficio económico (aunque la empresa B apunta a un abaratamiento de costes en algunos aspectos), apuntan a beneficio social, beneficio reputacional y otros efectos para la empresa como mejoras en el bienestar de la plantilla o para la “conciencia del empresario”.

El coste de la implantación de las políticas de RSE sí son un freno que hace que los gerentes sean escépticos a la hora de implantar estas estrategias, pero al contrario que lo que sentencia Spence & Rutherford, (2001, 2003), los gerentes sí consideran en su mayoría que acarrea un beneficio a largo plazo con un carácter menos económico y más social y reputacional.

9. Cadenas de suministro a grandes empresas y licitaciones públicas como aceleradores para la implantación de políticas de RSE

En relación con las cadenas de suministro a grandes empresas, sólo tres de las empresas entrevistadas han participado alguna vez en ellas, por lo que vuelve a plantearse una limitación por la muestra escogida de empresas. De estas tres empresas, ninguna se ha visto en la obligación de proveer a grandes empresas de información no financiera más allá de una certificación de calidad.

El tamaño de la muestra no permite concluir si, como establece Meeh-Bunse et al., (2017), la participación en cadenas de suministros a grandes empresas que exijan la emisión de un estado de información no financiera supone un acelerador para la emisión de dichos informes. Una ampliación de este trabajo estaría en seleccionar una muestra de empresas que participen en cadenas de suministro a grandes empresas para contrastar esta hipótesis. En este trabajo no se ha realizado para no tener un sesgo en la muestra con el que se vería afectado el resto de las hipótesis contrastadas.

En relación con las licitaciones públicas también sucede algo similar a lo anterior, sólo dos de las empresas de la muestra han participado en licitaciones públicas y ninguna ha tenido que proveer de información no financiera para participar en ellas. No obstante, la limitación de la muestra provoca que no se puedan extraer conclusiones al respecto. Otra ampliación de esta investigación puede consistir en analizar a aquellas empresas que ganan contratos

públicos en licitaciones para conocer si estas están más dispuestas a emitir informes no financieros con el objetivo de conseguir una mayor puntuación en sus licitaciones.

10. Las subvenciones e incentivos fiscales como acelerador a la implantación de políticas de RSE y su divulgación

Las empresas entrevistadas coinciden en que este es uno de los principales factores aceleradores para la implantación de políticas de RSE, aunque algunas advierten que siempre que la subvención, rebaja de interés (en relación con los préstamos ICO) o incentivo fiscal sea superior al coste de implantar la política de RSE.

Esta visión anterior adoptada además por las empresas de menor tamaño (empresas B, C, D y E) supone una mirada más economicista de la RSE en lugar de una implantación de políticas por la verdadera creencia de los beneficios sociales que esta aporta, ya que sólo implantarán políticas de RSE si obtienen un beneficio económico a cambio, olvidando aspectos como la generación de valor compartido.

Ya sea por un motivo u otro, el acceso a subvenciones o incentivos fiscales comporta un acelerador a la hora de implantar políticas de RSE confirmando a Roman et al., (2014).

11. El papel de las sanciones

Una de las discusiones que Mio et al., (2021) recoge es sobre el papel que deben tener las sanciones por no cumplir con la obligatoriedad de emitir un informe no financiero en las grandes empresas cuyo tamaño las incluye en el ámbito de aplicación de la Directiva de Información No Financiera. Mio et al., (2021) establece que el papel de las sanciones no es determinante ya que en los países en los que se han establecido no se ha incrementado la práctica de la divulgación de los informes no financieros.

Si bien las conclusiones de Mio et al., (2021) no son aplicables a las Pymes porque su estudio está dirigido a grandes empresas, en este trabajo se ha querido conocer si las sanciones por no divulgar información no financiera obligatoria sería un factor que impulsaría a las Pymes a divulgarla.

En general, todas las empresas estarían dispuestas a cumplir con la legislación si esta le obliga a emitir un informe no financiero aun sin la presencia de sanciones. No obstante, la ausencia

de sanciones sí que sería un factor determinante para la efectiva emisión de este informe para algunas empresas.

Algunas empresas responden que sin la presencia de sanciones buscarían la forma de emitir el informe, pero si finalmente no disponen en el momento de su emisión de los recursos necesarios, o si supone un elevado coste, pues podrían plantearse si emitirlo finalmente.

Pese a la opinión anterior, la mayoría de las empresas estaría dispuesta a emitir un informe no financiero con la sola obligación legal sin necesidad de sanciones. En el análisis de su función, a priori papel de las sanciones sería más bien limitado, aunque el análisis a posteriori sería el más eficaz.

En lo que sí están de acuerdo es en que la sanción económica sería la más disuasoria.

12. Análisis de los resultados de corte cuantitativo

En este apartado se analizan las respuestas a las preguntas 2.7 y 2.8 cuyos resultados se disponen en las figuras 2.1.1 a 2.1.12. Al tratarse de un perfil cuantitativo de preguntas en la que los entrevistados tienen que asignar un valor a cada una de las afirmaciones, nos permitirá conocer el grado de acuerdo y desacuerdo con estas y la coherencia en algunos casos con lo manifestado en las preguntas abiertas anteriormente analizadas.

Los datos de las figuras se muestran tanto por su valor medio como por el número de empresas que han dado cada valor, por lo que será más sencillo poder determinar si una afirmación tiene un mayor o menor acuerdo habida cuenta de su dispersión.

12.1. Afirmaciones sobre las principales barreras para la implantación de políticas de RSE y su divulgación

La primera afirmación es relativa a una de las principales barreras que se encuentran a la hora de implantar políticas de RSE como es la percepción por parte del empresario de que si no se obtiene un beneficio a corto plazo no se considera que la implantación de políticas de RSE sea fructífera. Es el detalle de a corto plazo el que juega un papel determinante, ya que anteriormente se ha visto cómo los empresarios consideran que el beneficio que se obtiene por estas políticas es a largo plazo.

Efectivamente, los entrevistados consideran que el corto plazo hasta obtener beneficios es un determinante que frena la implantación de medidas de RSE, pues la mayor parte de las empresas ha respondido con más de tres puntos (media 3,44).

La segunda afirmación elimina el detalle del corto plazo a la hora de obtener beneficios y permite que estos beneficios sean de todos los caracteres (económico, social, reputacional...) por lo que a la vista de las respuestas anteriores esta afirmación debe ser mayormente rechazada por la formulación de la pregunta.

Según los datos de la figura 2.1.2 los entrevistados no consideran que la implantación de las políticas de RSE y su divulgación sean un coste sin beneficio, pues la mayor parte de las empresas han respondido con un tres o menos (media de 2,89 puntos).

La tercera afirmación se encamina a conocer si el horizonte de planificación estratégica de una Pyme puede suponer una barrera ya que, como aportan Lepoutre & Heene, (2006), las Pymes están más centradas en el corto y medio plazo más que en una planificación estratégica.

Con los datos de la figura 2.1.3 podemos afirmar que las Pymes consideran que su horizonte de planificación a corto/medio plazo supone un freno a la implantación de políticas de RSE ya que la media de la valoración se encuentra en 3,56 puntos y la mayor parte de las empresas han contestado con un 3 o más, y con ello se confirma la conclusión de Lepoutre & Heene, (2006) al menos en las empresas entrevistadas.

La cuarta afirmación es relativa a la formación que tienen las Pymes entrevistadas a la hora de abordar un informe de sostenibilidad ya que la falta de esta formación puede suponer una barrera a la hora de emitirlo. Como se recoge en la Figura 2.1.4 una mayoría de empresas está de acuerdo con que en su empresa no existe la formación suficiente como para emitir informes de sostenibilidad, por lo que el elemento formativo es clave para que las empresas puedan a comenzar a desarrollar estos informes.

La quinta afirmación está relacionada con el impacto que tienen las actividades de la empresa y si estas tienen que preocuparse por tanto de cuestiones como la sostenibilidad. Esta afirmación busca contrastar la opinión dada por los gerentes anteriormente en la pregunta 1.2 para saber si su opinión es consistente.

Como se recoge en la Figura 2.1.5., una mayoría de empresas (con media de 2,67 puntos) está en desacuerdo con que su empresa tenga un impacto limitado y que no tenga que preocuparse por cuestiones como la sostenibilidad, lo cual es coherente con los resultados que arroja la pregunta 1.2 en la que los gerentes establecían que su empresa sí tiene impacto ambiental y social.

La sexta afirmación es sobre las herramientas que dispone la empresa para emitir los informes no financieros y busca también contrastar la opinión dada por los gerentes en la pregunta 2.1. La mayor parte de las empresas afirman no tener las herramientas adecuadas para emitir el informe no financiero pero hay tres empresas que sí afirman tenerlos, por lo que existe una importante dispersión en las respuestas.

Analizando qué empresas han establecido que sí tienen los medios encontramos que las dos empresas que sí revelaron en la pregunta 2.1 tener los medios son las que han contestado en esta pregunta con 1 punto, por lo que todas las respuestas son coherentes. La respuesta más disruptiva con la encuesta es la de la empresa D, que reconoce que puede tener las herramientas pero no invertiría recursos en implantar estas políticas.

La última afirmación es sobre el papel de las sanciones en el caso de que estas tuvieran un impacto limitado, y también busca determinar si las respuestas han sido coherentes en la pregunta 2.6. La Figura 2.1.7 confirma que los gerentes han sido coherentes con sus respuestas en ambas preguntas, y establecen que no están de acuerdo en no emitir un informe no financiero aunque las sanciones sean pequeñas y este fuera obligatorio. La puntuación media es de 2 puntos.

12.2. Afirmaciones sobre los principales aceleradores para la implantación de políticas de RSE y si divulgación

En la primera afirmación se busca establecer el potencial que tiene la legislación a la hora de incentivar a la emisión del informe no financiero, respuesta que debe ser coherente con las respuestas de la pregunta 2.6 y la afirmación séptima del anterior apartado relativas a las sanciones.

En este caso, las empresas consideran con una práctica unanimidad que la implantación de una exigencia por parte de la legislación de emitir un informe no financiero es un acelerador para que este se emita, por lo que además son coherentes en sus respuestas. El valor medio es de 4,33 puntos y 7 de 9 empresas está totalmente de acuerdo con esta afirmación, como se refleja en la Figura 2.1.8.

La segunda afirmación va en línea con lo que varios autores establecen relación a un “efecto repetición” que provoca que si las empresas empiezan a emitir informes no financieros la empresa también pasará a emitirlos. Los resultados que se reflejan en la Figura 2.1.9 afirman que hay más empresas que emitirían un informe no financiero si el resto de las Pymes lo emitiera, pero no es un punto de consenso ya que también hay empresas que opinan lo

contrario. No se puede establecer por tanto una conclusión clara al respecto por la diversidad de opiniones.

La tercera afirmación va en la línea del beneficio reputacional, para conocer si este puede ser un catalizador para que las empresas emitan un informe no financiero. Estas respuestas deben ser coherentes con las afirmaciones anteriormente descritas por los entrevistados que aseguraban que sí existía un beneficio reputacional y social más que económico y siempre a largo plazo.

Efectivamente como se recoge en la Figura 2.1.10 una fuerte mayoría de empresas cree que la buena imagen y reputación que supone para la empresa pueden animarla a la hora de emitir un informe no financiero.

La cuarta afirmación está relacionada con la percepción de ventaja estratégica para la empresa que suponen las políticas de RSE. Esta afirmación está relacionada con la pregunta 1.7 en la que se preguntaba si los clientes, proveedores y otros agentes valoraban más a una empresa socialmente responsable pero desde el punto de vista de una ventaja competitiva.

Los resultados son coherentes con las respuestas de la pregunta 1.7 y por ello son heterogéneos. Si bien una mayoría de empresas valoran esta afirmación con una puntuación superior a 3, en la Figura 2.1.11 se puede ver cómo la dispersión de las respuestas no permite dar una afirmación con carácter general más que el de afirmar la coherencia de estos datos con la pregunta anterior.

Por último, la quinta afirmación es también relativa a si la implantación de políticas de RSE y la emisión de su informe pueden incrementar el valor añadido de los productos de la empresa.

Como recoge la Figura 2.1.12 en este punto hay unanimidad con que estas políticas sí incrementan el valor añadido de los productos y servicios, cuestión que parece incoherente con las respuestas de la anterior afirmación y con las de la pregunta 1.7. Se debería haber recibido una respuesta similar a la de la anterior afirmación, por lo que puede ponerse en duda los resultados de esta quinta afirmación.

13. Análisis de las respuestas relativas al marco de información no financiera para Pymes

En este apartado se pasa a analizar las respuestas del tercer bloque de la entrevista relativo al marco de referencia para que las Pymes emitan un informe no financiero. Como indica Muslichah et al., (2020) la información que debe ser revelada debe estar de acuerdo con lo que las Pymes están dispuestas a revelar en materia de información no financiera, por lo que en su estudio consultó a gerentes de Pymes si estarían dispuestos a revelar una serie de ítems informativos que previamente había establecido un panel de expertos.

Partiendo de esa premisa establecida por Muslichah et al., (2020) en este trabajo se ha consultado a los gerentes de las Pymes sobre qué cuestiones estarían dispuestos a informar, pero con el objetivo de contribuir lo máximo posible a una armonización entre las grandes empresas y las Pymes, se ha partido de los ítems que la *Global Reporting Initiative* pone a disposición en su marco de referencia.

Las Tablas 2.1.14 a 2.1.17 recogen los principales aspectos del marco de información GRI separados por información general (cuyos ítems provienen del estudio de Muslichah et al., (2020)), información medioambiental, información relativa a los trabajadores e información relativa a la sociedad y lucha contra la corrupción, y las respuestas sobre la disposición de los gerentes de las Pymes a revelar información sobre dicho ítem.

A nivel general se encuentra una buena disposición de los gerentes de las empresas entrevistadas a emitir los ítems que se les ha expuesto, siendo las empresas de carácter más social (F y H) y la empresa G con una marcada apuesta por las políticas de RSE las que apoyarían informar sobre todos los aspectos que se les ha propuesto³. Es relevante tener en cuenta que la empresa F cuenta con unos elevados estándares de transparencia en su habitual sistema de gestión, lo cual podría indicar que aquellas empresas consideradas transparentes están más dispuestas a divulgar más aspectos del marco de información no financiera, al igual que las empresas de carácter social como la H o las que tienen una apuesta marcada por la RSE como la G.

Acudiendo ya al resto de empresas, hay una percepción generalizada puesta de manifiesto durante las entrevistas de que están dispuestas a informar sobre los ítems de las actividades que realizan correctamente. Esto es, si una empresa tiene, por ejemplo, una buena política de reducción de contaminación estará más dispuesta a divulgar información sobre

³ No se ha considerado a la empresa F el último ítem de la pregunta 3.4 al no serle de aplicación

contaminación. Al contrario de lo anterior, son más reticentes a informar sobre cuestiones en las que o no tienen una estrategia clara o tienen una debilidad en ese ámbito.

En los aspectos más generales de la organización es donde se encuentra un mayor rechazo entre las empresas en su disposición a informar sobre determinados aspectos. Las empresas que han rechazado puntos en este apartado se han basado en no querer dar demasiada información sobre su *know-how* para que esto no constituya una amenaza que permita a otras empresas replicar su modelo de negocio o aprovechar los principales riesgos que divulguen. Sí hay un mayor acuerdo en la relación con las partes interesadas y en la estrategia que siguen, pues lo consideran que puede ser útil a la hora de captar nuevos clientes.

En relación con los aspectos medioambientales, todas las empresas están dispuestas a revelar todos los ítems a excepción de la empresa C que al ser emisora de contaminación atmosférica no está dispuesta a dar esa información, y la empresa E que no está dispuesta, en general, a divulgar información no financiera. Sobre el ítem de impacto medioambiental sí que aclaran que deben tener una serie de indicadores de fácil cumplimentación o de, al menos, reducido coste de obtención para estar dispuestos a divulgar la información.

Esta tónica es la que se encuentra en los aspectos relacionados con el personal, donde todas las empresas (menos la E) están dispuestas a proveer de toda la información que se les ha propuesto. No obstante, en aspectos como el empleo o las relaciones sindicales afirman que la información que estarían dispuestas a dar debe tener carácter generalista y no indagar más allá de valores medios y sin datos con elevado nivel de detalle.

Por último, en los aspectos relacionados con la sociedad y lucha contra la corrupción la mayoría de las empresas están dispuestas a informar sobre todos los aspectos, en especial aquellos relativos a las relaciones con la sociedad como las actividades de patrocinio, voluntariado o impacto de la empresa en el empleo y desarrollo local. En este punto aclaran que, al igual que con el impacto medioambiental, necesitan una serie de indicadores que puedan cumplimentar fácilmente o cuyo coste de obtención no sea especialmente elevado.

Sobre otros aspectos de este apartado sí se muestran algunas empresas más reticentes a la hora de informar. En el aspecto de política de subcontratación y proveedores las empresas que responden negativamente alegan lo que se puso de manifiesto anteriormente, la posibilidad de estar divulgando un *know-how* que puede ser de especial interés para sus competidores.

En relación con los impuestos pagados y subvenciones recibidas, si bien se les aclara que estas cuestiones ya se recogen en las cuentas anuales, algunas empresas inciden en que no están dispuestas a proporcionar un detalle de dónde se pagan los impuestos o qué subvenciones se reciben. En este caso, la empresa B aclara que las subvenciones de la PAC son una parte más que fundamental en su negocio y divulgar sobre esta da información fundamental sobre la forma en la que se gestiona el negocio, ya que el importe de subvenciones de la PAC depende de la gestión de este. La empresa E aclara que ya da la información en las cuentas anuales y el detalle de los impuestos sólo le es interesante a Hacienda.

Por último, la mayor parte de las empresas no está dispuesta a informar sobre las aportaciones a partidos políticos o fundaciones de estos en el caso de que aportaran fondos, ya que consideran que esto les sería perjudicial en relación con sus clientes. No obstante, las empresas H e I sí estarían dispuestas por política de transparencia.

14. Análisis vertical de las empresas entrevistadas

En este punto se analizará las respuestas que cada una de las empresas ha dado desde un punto de vista vertical, es decir, analizando la empresa que responde y no cada una de las preguntas. Esto nos dará como resultado las características y la disposición que tienen las empresas a la hora de implantar políticas de RSE y divulgarlas.

En general, el tamaño medido por el número de empleados, el sector en el que opera la empresa y la actitud del gerente hacia la RSE son las principales características a las que hay que atender para conocer la disposición de la empresa a implantar acciones o políticas de RSE y divulgarlas, según las empresas entrevistadas. Esto confirma lo establecido por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, (2019) y Roman et al., (2014) sobre las características que impulsan a la empresa a tener en consideración políticas de RSE. Hay que tener en cuenta que ninguna de las empresas entrevistadas tiene implantada una política concreta de RSE más allá de los proyectos medioambientales de la empresa H, por lo que se habla en este punto de disposición a implantar o visión favorable a la RSE y su divulgación más que de políticas implantadas.

Por tamaño, las empresas A, F y G tienen 50, 40 y 30 empleados respectivamente y son las que mejor disposición tienen a lo largo de la entrevista a implantar políticas de RSE como ya lo hacen con sus acciones concretas. El gerente de la empresa A concreta que con sus

acciones están intentando generar más empleo, más industria, más valor y que la economía sostenible tenga cada vez más impacto en la sociedad, lo cual también orienta a concluir que los valores del gerente tienen un fuerte impacto en la actitud general de la empresa hacia la RSE.

En relación con las actitudes del gerente sí podemos ver cómo estas tienen un impacto positivo o negativo. Positivo en el caso de la empresa A visto anteriormente o en de la empresa H con un gerente que trata de hacer de la RSE una idea que conduzca las actividades de su empresa. Negativo en el caso de las empresas D y E, donde una concepción más adicional que fundamental de la RSE los lleva a ser más reacios a implantar estas políticas o a divulgar información. El gerente de la empresa E determina que “la empresa está para ganar dinero y todo lo demás es secundario, me tengo que preocupar de tener más ventajas y no tanto del medioambiente porque es un beneficio nulo para la empresa aunque sí lo sea para la sociedad”, lo cual es consistente con sus opiniones dadas a lo largo de la entrevista en las que se pone de manifiesto una actitud más negativa que positiva ante la RSE.

Los sectores también parecen influir en la actitud de la empresa hacia la RSE. Como se ha comentado en los anteriores puntos, las empresas con un menor ánimo de lucro por pertenecer a sectores más sociales (empresas F y H) tienen una concepción más positiva de la RSE que el de otros sectores. Llama la atención la empresa B perteneciente al sector agrícola, cuya dependencia de la PAC y las características de su sector son los elementos que le frenan a la hora de implantar políticas de RSE por la escasa diferenciación de su producto y el precio fijado por mercados internacionales. En este punto sería interesante analizar este sector en busca de soluciones y alternativas.

Los años en funcionamiento de la empresa no ha sido un factor determinante en relación con la percepción de la empresa sobre la RSE. Hay empresas entrevistadas con cerca de 20 años o más que tienen una mayor predisposición a las políticas de RSE en contraposición con otras con los mismos años de funcionamiento que son totalmente reacias. Y también en las empresas jóvenes hay Pymes con mayor y menor predisposición a la implantación y divulgación de políticas de RSE.

Por último, la formación de los gerentes no se ha revelado determinante para conocer la actitud de la empresa ante la RSE porque, si bien es cierto que las empresas B y D tienen a gerentes con menor nivel académico y no tienen una clara impulsión de las políticas de RSE, encontramos que el resto de las empresas tienen a gerentes con titulación universitaria y la disposición de las empresas ante la RSE es distinta.

En definitiva y como se comenzaba este punto, el tamaño medido por el número de empleados, el sector en el que opera y la actitud del gerente son factores clave a la hora de analizar la disposición de una Pyme a desarrollar e implantar políticas de RSE y su divulgación.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social es parte de la nueva historia que está surgiendo en el mundo de los negocios y que está convirtiéndose en un factor clave para el funcionamiento, mantenimiento y supervivencia a largo plazo de las organizaciones.

Los primeros esfuerzos de la Unión Europea en materia de información no financiera alcanzan a las empresas de más de 500 trabajadores, mientras que en España se reduce a 250 empleados como requisito para emitir un informe no financiero, lo cual pone de manifiesto los esfuerzos en que cada vez más empresas tengan en consideración aspectos relacionados con la información no financiera y las políticas de RSE.

Olvidar a las Pymes de esta iniciativa supone renunciar a aquellas empresas que suponen una mayor parte del tejido empresarial, contribución a la riqueza y empleo en un país. La sostenibilidad es además inherente a las Pymes por su estrecho vínculo con el territorio y entorno en el que operan, aunque las acciones de RSE no sean reconocidas como tales por las Pymes y produciéndose una Responsabilidad Social silenciosa.

En estudios anteriores se ha puesto de manifiesto la percepción general de las Pymes en relación con la RSE y su divulgación, las características que favorecen o frenan a que una Pyme implante políticas de RSE y las divulgue, las principales barreras y aceleradores para el desarrollo de políticas de RSE y la necesidad de disponer de un marco de referencia para elaborar los informes no financieros.

El objetivo de este trabajo era contrastar con la opinión de gerentes de Pymes las afirmaciones sobre las cuestiones puestas de manifiesto en estudios anteriores para que manifesten su visión particular al respecto, mediante la realización de entrevistas semiestructuradas a nueve Pymes de la provincia de Cádiz.

Se ha concluido que para los entrevistados la RSE es el compromiso de cada empresario de gestionar la empresa sin centrarse en exclusiva en la obtención de un beneficio económico haciendo un bien común a la sociedad y el entorno, con compromiso en el cuidado del medioambiente tratándolo respetuosamente e implicando a sus trabajadores en el proceso.

Las empresas sí reconocen tener un impacto ambiental y social, aunque el impacto social venga en ocasiones por la naturaleza de la propia actividad que desarrollan (p.e. sector alimentario), aunque no tengan una política de RSE concreta establecida que les guíe en esos impactos que tienen en la sociedad y el medioambiente.

Se confirma la existencia de una RSE silenciosa, ya que las empresas entrevistadas realizan multitud de actividades de RSE que o no reconocen como tales o no las realizan dentro de una política concreta de RSE. Además, estas empresas tienen una estrategia competitiva cuyo objetivo es diferenciarse de la competencia por la calidad del producto y servicio más que de competir con esta por sus precios bajos.

Las empresas están de acuerdo con que los clientes y proveedores perciben los productos y servicios de las empresas socialmente responsables con un mayor valor, aunque hay diversas opiniones al respecto. En ocasiones se utiliza la RSE como un elemento de reputación que genera publicidad y mayores beneficios y no se centra en la generación de valor compartido.

La falta de herramientas y recursos para implantar políticas de RSE y su posterior divulgación es una de las principales barreras que se ponen de manifiesto, y aunque las empresas reconozcan que en principio esta implantación de las políticas de RSE supondrían un coste, reconocen que también supondrían un beneficio más social y reputacional que económico.

Las subvenciones e incentivos fiscales son medidas que animarían a las empresas a emitir informes no financieros e implantar políticas de RSE, siempre que tengan cuantía suficiente. El papel de las sanciones es, a priori, limitado ya que la mayor parte de las empresas reconoce que emitiría un informe no financiero con la simple exigencia legal, aunque sería útil para la posterior y efectiva emisión de un informe.

La planificación a corto/medio plazo general en las Pymes es un elemento que frena la implantación de una política de RSE más enfocada al largo plazo, así como la no obtención de beneficios a corto plazo derivados de esta implantación; mientras que la promulgación definitiva de la legislación y el beneficio reputacional son algunos de los aceleradores que se unen a los anteriormente expuestos.

En general la mayor parte de las Pymes están dispuestas a revelar información no financiera siguiendo los ítems de la *Global Reporting Initiative*, pero son reacias en particular a aquellos que les obligarían a informar sobre aspectos relacionados con el *know-how* o sus principales riesgos ya que podrían suponer una amenaza respecto a sus competidores. No obstante, las empresas concluyen que están dispuestas a informar sobre todo para lo que tienen buenas actuaciones o políticas positivas, y no están dispuestas a informar sobre aquellos aspectos en los que no tienen políticas claras o suponen una debilidad.

Por último, el sector de actividad, el tamaño de la empresa medido por el número de trabajadores y la actitud del gerente ante las RSE son los factores que se han encontrado

determinantes a la hora de tener una visión más favorable para implantar políticas de RSE y su posterior divulgación. No se han demostrado determinantes los años en funcionamiento de la empresa ni el nivel de formación del gerente.

Este trabajo presenta ciertas limitaciones por la muestra que se ha escogido. Con el objetivo de mantener una muestra más heterogénea que no presentara sesgos por sector o actividad, se han escogido nueve empresas las cuales han resultado tener en su mayoría certificaciones de calidad, participación en cadenas de suministro en grandes empresas o participación en licitaciones públicas. Esto ha impedido contrastar ciertas afirmaciones relacionadas con estos ámbitos. Además no se han podido contrastar con total seguridad ciertas afirmaciones porque el tamaño de la muestra no lo ha permitido.

No obstante, este trabajo identifica algunas líneas de investigación. La presencia de la RSE en empresas agrícolas cuya explotación dependa de las ayudas de la PAC es interesante ya que son empresas cuyo producto no está diferenciado y su precio es uniforme y establecido en mercados especulativos en lugar de por la propia empresa. La investigación de la relación entre la PAC, las decisiones de la explotación agraria y las políticas de RSE pueden contribuir a establecer una política agraria socialmente responsable.

También se abre a la ampliación este trabajo con un mayor número de empresas entrevistadas y de otros ámbitos como el sanitario o el de la construcción, para conocer la disposición a implementar políticas de RSE y divulgarlas en otros sectores y confirmar las conclusiones aquí expuestas.

Por último, la realización de otros estudios en los que la muestra de empresas sea escogida para poder contrastar las afirmaciones sobre las cadenas de suministro, las licitaciones públicas y las certificaciones pueden ayudar a concluir con los objetivos de este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Bos-Brouwers, H. E. J. (2010). Corporate sustainability and innovation in SMEs: Evidence of themes and activities in practice. *Business Strategy and the Environment*, 19(7), 417–435. <https://doi.org/10.1002/bse.652>
- Cervilla Bellido, J. M. (2021). *El Estado de Información no Financiera: de la Directiva a su aplicación en las Pymes*. Universidad de Cádiz.
- Corazza, L. (2017). The standardization of down-Streamed Small Business Social Responsibility (SBSR): SMEs and their sustainability reporting practices. *Information Resources Management Journal*, 30(4), 39–52. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2017100103>
- Cordano, M., Marshall, R. S., & Silverman, M. (2010). How do small and medium enterprises Go “Green”? A study of environmental management programs in the U.S. wine industry. *Journal of Business Ethics*, 92(3), 463–478. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0168-z>
- Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312–322. <https://doi.org/10.5465/255331>
- European Commission. (2014). Reglamento UE n° 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado. *Diario Oficial de La Unión Europea*, 187/1.
- European Union. (2014). Directiva 2014/95/EU del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas g. *Diario Oficial de La Unión Europea*, 330/1.
- Freeman, R. E., & Dmytriiev, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other. *Emerging Issues in Management*, 1, 7. <https://doi.org/10.4468/2017.1.02freeman.dmytriiev>
- Gouardères, F. (2021). Small and Medium-Sized enterprises. In *Fact Sheets on the European Union*.
- Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., Lechuga, M. P., & Martínez, Martínez, D. (2013). Determinantes de la publicación de memorias de RS en las pequeñas y medianas

- empresas. *Prisma Social*, 10, 271–302.
- Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., & Lechuga Sancho, M. P. (2014). La responsabilidad social en las Pymes andaluzas. Análisis de la percepción del empresariado andaluz. *Revista de Responsabilidad Social de La Empresa*, 17, 73–99.
- Jamali, D., Zanhour, M., & Keshishian, T. (2009). Peculiar strengths and relational attributes of SMEs in the context of CSR. *Journal of Business Ethics*, 87(3), 355–377. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9925-7>
- Jefatura del Estado. (2018). Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas,. *Boletín Oficial Del Estado*, 314, 264–269.
- Johnson, M. P., & Schaltegger, S. (2016). Two Decades of Sustainability Management Tools for SMEs: How Far Have We Come? *Journal of Small Business Management*, 54(2), 481–505. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12154>
- Lepoutre, J., & Heene, A. (2006). Investigating the impact of firm size on small business social responsibility: A critical review. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 257–273. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9183-5>
- Meeh-Bunse, G., Hermeling, A., Schomaker, S., & Osnabrück, H. (2017). Non-financial reporting for small and medium-sized enterprises in a legal and empirical context. *Theory and Applications in the Knowledge Economy*, 68–77.
- Ministerio de Industria; Comercio y Turismo. (2019). *Marco Estratégico en Política de PYME 2030*. 1–122. https://plataformapyme.es/SiteCollectionDocuments/EstrategiaPYME/Marco_Estrategico_Politica_PYME_2030.pdf
- Mio, C., Fasan, M., Marcon, C., & Panfilo, S. (2021). Carrot or stick? An empirical analysis of the different implementation strategies of the EU directive on nonfinancial information across Europe. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1–15. <https://doi.org/10.1002/csr.2124>
- Muslichah, M., Wiyarni, W., & Nursasi, E. (2020). Model of the integrated reporting for smes. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15(2), 146–161.
- Nikolić, G., Vitenberg, V., & Karanović, B. (2020). Adoption of Sustainable Accounting

- Practices Among Croatian SME's. *Economies of the Balkan and Eastern European Countries*, 2019, 456–480. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i1.6006>
- Querci, E. (2018). Sustainability Performance of Smes: the Approach To Non-Financial Reporting. *Business Ethics and CSR*, 1008–1017.
- Roman, A. G., Mocanu, M., & von Ahsen, A. (2014). Sustainability reporting: the case of SMEs in the European Union. *9Th International Conference Accounting and Management Information Systems*, 465–475.
- Spence, L. J., & Rutherford, R. (2001). Social responsibility, profit maximisation and the small firm owner-manager. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8(2), 126–139.
- Spence, L. J., & Rutherford, R. (2003). Small business and empirical perspectives in business ethics: editorial. *Journal of Business Ethics*, 47, 1–5.
- Sprinkle, G. B., & Maines, L. A. (2010). The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 53(5), 445–453. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2010.05.006>
- Tilley, F. (2000). Small firms' environmental ethics: How deep do they go? *Business Ethics: A European Review*, 9(1), 31–41. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00167>
- Villiers, C. de, & Van Staden, C. J. (2011). Where firms choose to disclose voluntary environmental information. *Journal of Accounting and Public Policy*, 30(6), 504–525. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.03.005>
- Vives, A. (2006). Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 39–50. <https://doi.org/10.9774/gleaf.4700.2006.sp.00006>