



Universidad de Valladolid
Facultad de Ciencias Económicas
y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Finanzas, Banca y Seguros

**Prácticas de Responsabilidad
Social de la Empresa en
sociedades mercantiles**

Presentado por:

Luis Valbuena Parro

Tutelado por:

Jose Manuel Sastre Centeno

Valladolid, 11 de Julio de 2023

RESUMEN

En el presente Trabajo de Fin de Grado (TFG), realizamos un análisis de cumplimiento de responsabilidad social corporativa en una serie de empresas. Para ello seguiremos una determinada metodología de análisis y un criterio conformado tanto por la definición académica de empresa socialmente responsable, responsabilidad social de la empresa, así como la actual aplicación normativa arraigada en las instituciones, en relación al cumplimiento de prácticas de desarrollo sostenible, respeto a los derechos humanos y responsabilidad social.

En esta última década, el concepto de responsabilidad social de la empresa, no solo se ha ido consolidando, si no que ha adquirido una importancia fundamental en la regulación empresarial, en parte por la creciente preocupación, sobre como las empresas influyen en la sociedad, así como el alcance de externalidades no previstas y su medición.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Desarrollo sostenible, Economía Social, Sociedades mercantiles.

Códigos JEL: M14, L21, Q56.

ABSTRACT:

In this Bachelor's Thesis (TFG), we carry out an analysis of corporate social responsibility compliance in a series of companies. To do this, we will follow a specific methodology of analysis and a criterion formed both by the academic definition of socially responsible company, corporate social responsibility, as well as the current regulatory application rooted in institutions, regarding compliance with sustainable development practices, respect for human rights, and social responsibility.

In the last decade, the concept of corporate social responsibility has not only been consolidated but has also acquired fundamental importance in business regulation, partly due to the growing concern about how companies influence society, as well as the scope of unforeseen externalities and their measurement.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainable Development, Social Economy, Business Enterprises.

JEL codes: M14, L21, Q56.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. FUNDAMENTOS Y DELIMITACIÓN: LA ECONOMÍA SOCIAL Y LAS SOCIEDADES MERCANTILES	3
2.1. La economía social	3
2.2. Las sociedades mercantiles	5
2.3. La responsabilidad social de la empresa	6
2.4. Contexto actual	9
3. METODOLOGÍA	11
3.1. Selección de sociedades	11
3.1.1. Sociedad cotizada	11
3.1.2. Sociedad anónima	12
3.1.3. Sociedad limitada	13
3.1.4. Sociedad cooperativa	14
3.2. Selección de factores	15
3.3. Metodología	15
3.4. Delimitación de empresa socialmente responsable en base al modelo	17
4. RESULTADOS	18
4.1. Telefónica	18
4. 2. El Corte Inglés	21
4. 3. Rodilla	24
4. 4. MCC	27
5. CONCLUSIONES	29
6. BIBLIOGRAFÍA	31

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo nos proponemos realizar el Trabajo Fin de Grado para Finanzas Banca y Seguros, cuyo tema radica en la siguiente cuestión: las prácticas de responsabilidad social de la empresa en las sociedades mercantiles.

La responsabilidad social de la empresa (en adelante RSE), consiste en la obligación o práctica voluntaria de entidades poniendo el foco en el desarrollo sostenible, el bienestar económico, social y ambiental de la sociedad en la que se ubican. La RSE significa, por tanto, la consecución de obligaciones financiero-legales al mismo tiempo que se adopta una actitud proactiva y ética sobre el impacto de la actividad empresarial.

Por sociedades mercantiles entendemos, aquellas sociedades o entidades con ánimo de lucro, cuyo ámbito de actuación es el comercio y la actividad económica sujeta al derecho mercantil. En nuestro ordenamiento jurídico, los principales tipos de sociedades mercantiles según su forma jurídica, régimen fiscal, capital social, estructura organizativa o participación en el mercado y la que se tomarán como sujeto de estudio para el presente trabajo son: las sociedades cotizadas, las sociedades anónimas, las sociedades limitadas y las sociedades cooperativas.

A lo largo de este trabajo, analizaremos las prácticas de RSE en las sociedades mercantiles en España, abarcando casos reales y factores de RSE, con el fin último de sintetizar los resultados y obtener una conclusión.

2. FUNDAMENTOS Y DELIMITACIÓN: LA ECONOMÍA SOCIAL Y LAS SOCIEDADES MERCANTILES

2.1. La economía social

Entendemos por economía social¹, aquel modelo económico cuyo objetivo son el bienestar social y el de las personas, en contraposición al modelo económico tradicional en el que el objetivo es la acumulación de capital. La solidaridad, la

¹ Deux Marzi, M. V., & Vannini, P. (2016). Manual de tecnologías abiertas para la gestión de las organizaciones de la economía social. Cooperativa de Trabajo gcoop - Universidad Nacional de General Sarmiento.

cooperación, la democracia, la equidad y el respeto al medio ambiente, configuran la piedra angular de la moral de la economía social, manifestándose en las organizaciones en el interés en las personas sobre el capital, la mayor participación en la dirección empresarial y una actitud comprometida con el desarrollo sostenible.

En respuesta a los fallos del mercado y del estado, de los que se derivan necesidades y carencias sociales, surgió y fue evolucionando la economía social, ejemplo de dicha respuesta son las asociaciones, las fundaciones, las empresas de inserción, las sociedades laborales, las redes de trueque, la banca ética, los grupos de consumo agro ecológico entre otras.

La economía social presenta una serie de ventajas que podríamos enumerar de la siguiente manera²:

- Promoción de la cooperación entre entidades y sociedad, así como el fomento del tejido social y la cohesión territorial.
- Mayor independencia o cobertura frente a los movimientos exógenos del mercado, al no estar condicionada por el beneficio empresarial y buscar otros objetivos sociales y ambientales.
- Contribución al desarrollo sostenible, integrando objetivos ecológicos en la actividad económica, reduciendo las externalidades negativas en el medio ambiente.
- Generación de empleo de calidad, centrándose en la estabilidad laboral, la igualdad de oportunidades, la participación de los trabajadores y trabajadoras en la dirección y beneficios, y la conciliación familiar con la actividad profesional.
- Promueve la innovación tecnológica, al buscar alternativas en las que convergen las necesidades reales de la población y consumidores con el bienestar social y ecológico.

² Zimnoch, K., & Mazur, B. (2019). Social and economic advantages of social economy enterprises. *Ekonomia I Prawo. Economics and Law*, 19(3), 601–614. <https://doi.org/10.12775/EiP.2020.040>

- Refuerzo de la democracia económica, ya que democratiza el control de los medios de producción y distribución, pues favorece la participación ciudadana en la toma de decisiones.

Cabe mencionar que, recientemente en 2023, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la primera resolución para el impulso de la economía social globalmente, destacando la figura de Organización Internacional del Trabajo (en adelante OIT) descrita como modelo alternativo para generar empleo de calidad³. A su vez, la Unión Europea ha apoyado una serie de iniciativas para la promoción y fortalecimiento de la economía social en Europa⁴.

Por tanto, la economía social aporta una perspectiva distinta de actividad económica, en la que se apuesta por una sociedad más justa, solidaria e inclusiva.

2.2. Las sociedades mercantiles

Aquellas sociedades con el fin de realizar una actividad económica con ánimo de lucro. Cuentan con personalidad jurídica propia sujeta a derechos y obligaciones con terceros, se crean mediante escritura pública y se inscriben en el Registro Mercantil.

Entre los distintos tipos de sociedades mercantiles⁵ encontramos:

- **Sociedades de responsabilidad limitada (S.L.):** sociedad mercantil caracterizada por la limitación de la responsabilidad de los socios en relación al capital aportado, siendo este como mínimo de 3.000€. Dicho capital social está dividido en participaciones sociales, que no cotizan en bolsa, y cuya transmisión está sujeta a limitaciones. El número mínimo de socios es uno (sociedad limitada unipersonal) y el máximo es ilimitado. La

³ ICA. (2023). La Asamblea General de la ONU adopta la primera resolución sobre la Promoción de la economía social y solidaria (ESS) para el desarrollo sostenible. Alianza Cooperativa Internacional. <https://www.ica.coop/es/sala-de-prensa/noticias/asamblea-general-onu-adopta-primer-resolucion-economia-social-solidaria>

⁴ Chaves, R. & Monzón, J.L. (2012). La economía social en la Unión Europea [Resumen ejecutivo del informe]. <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/executive-summary-of-study-of-the-social-economy-in-the-european-union-es.pdf>

⁵ Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (LSC).

gestión y representación de la sociedad corresponde a uno o varios administradores, que pueden ser socios o no.

- **Sociedades anónimas (S.A.):** sociedad mercantil caracterizada por estar dividido el capital en acciones, pudiendo ser libremente transmitidas y cotizar en bolsa. La responsabilidad está limitada al capital aportado por cada socio, siendo este como mínimo de 60.000€. El mínimo de socios es uno, siendo este caso la sociedad anónima unipersonal, y el máximo es ilimitado. Un consejo de administración es el encargado de gestionar y representar la sociedad, siendo este conformado por socios elegidos por la junta general de accionistas.
- **Sociedades colectivas:** Es una sociedad mercantil de carácter personalista, en la que los socios responden ilimitada y solidariamente de las deudas sociales con su patrimonio personal. No existe un capital social mínimo establecido. El capital social se divide en partes alícuotas, que no pueden ser transmitidas libremente sin el consentimiento de los demás socios. El número mínimo de socios es dos y el máximo es ilimitado. La gestión y representación de la sociedad corresponde a todos los socios colectivos, salvo pacto en contrario.
- **Sociedades comanditarias:** Es una sociedad mercantil mixta, en la que coexisten dos tipos de socios: los socios colectivos, que responden ilimitada y solidariamente de las deudas sociales con su patrimonio personal y participan en la gestión y representación de la sociedad; y los socios comanditarios, que sólo responden hasta el límite del capital aportado y no intervienen en la gestión ni en la representación de la sociedad. No existe un capital social mínimo establecido. El capital social se divide en partes alícuotas o en acciones, según se trate de una sociedad comanditaria simple o por acciones. El número mínimo de socios es dos (uno colectivo y uno comanditario) y el máximo es ilimitado.

2.3. La responsabilidad social de la empresa

Cabe ahora, hacer una delimitación teórica del concepto de responsabilidad social de la empresa (RSE), el cual podríamos definir de la siguiente forma:

La responsabilidad social de la empresa⁶, es la contribución activa y voluntaria de las empresas a la mejora social, económica y ambiental, con el objetivo de mejorar su competitividad y su valor añadido. La RSE implica ir más allá del cumplimiento de las leyes y las normas jurídicas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento, e incorporar en la gestión empresarial los intereses y expectativas de los diferentes grupos de interés o stakeholders (empleados, clientes, proveedores, accionistas, comunidad local, medio ambiente, etc.).

La RSE se basa en el reconocimiento de que las empresas no sólo tienen una responsabilidad económica (generar beneficios para sus propietarios y accionistas), sino también una responsabilidad social (respetar los derechos humanos, promover la igualdad de oportunidades, fomentar el desarrollo de los trabajadores, etc.) y una responsabilidad ambiental (minimizar el impacto negativo de su actividad sobre el entorno natural, prevenir la contaminación, utilizar eficientemente los recursos naturales, etc.). Estas tres dimensiones de la responsabilidad empresarial se conocen como el triple resultado o triple bottom line.

La RSE es un concepto dinámico y multidimensional, que no tiene una definición única ni universalmente aceptada. Existen diferentes enfoques teóricos y prácticos sobre la RSE, que reflejan las distintas visiones y perspectivas de los diversos actores implicados. Algunos de estos enfoques son:

- **El enfoque instrumental o estratégico⁷:** Considera que la RSE es un medio para alcanzar fines económicos, es decir, que las acciones sociales y ambientales de las empresas se realizan con el propósito de mejorar su rentabilidad y su posición competitiva. Según este enfoque, la RSE se justifica por sus beneficios para la empresa, tales como la mejora de la imagen de marca, la fidelización de los clientes,

⁶ Definición elaborada por el Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social (en Brasil).

⁷ Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. (Trabajo final de carrera). Universitat Politècnica de Catalunya. Retrieved from

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/2942/Enfoque%20estrat%20c3%a9gico%20de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

la atracción y retención del talento, la innovación, la reducción de costes o riesgos, etc.

- **El enfoque normativo o ético⁸:** Considera que la RSE es un fin en sí mismo, es decir, que las empresas tienen una obligación moral de actuar de forma responsable con la sociedad y el medio ambiente, independientemente de los beneficios económicos que puedan obtener. Según este enfoque, la RSE se fundamenta en los principios y valores éticos que rigen la conducta empresarial, tales como la honestidad, la transparencia, el respeto a los derechos humanos o el cuidado del entorno natural.
- **El enfoque integrador o sistémico⁹:** Considera que la RSE es una forma de gestión empresarial que integra las dimensiones económica, social y ambiental en todas las decisiones y operaciones de la empresa. Según este enfoque, la RSE implica un cambio cultural y organizativo que requiere el compromiso y la participación de todos los niveles jerárquicos y funcionales de la empresa, así como el diálogo y la colaboración con los grupos de interés externos.

La RSE es un concepto complejo y polisémico que admite diversas interpretaciones y aplicaciones. Sin embargo, existe un consenso general sobre algunos elementos básicos que caracterizan a una empresa socialmente responsable¹⁰:

- Tiene una visión a largo plazo que incorpora criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa.
- Cumple con las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera.

⁸ Díaz de la Cruz, C. y Fernández Fernández, J. L. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Icade. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, (98), 69-118. Retrieved from <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/11838/6837-26414-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁹ García, J. (2010). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *Eidos*, (13), 9-24. Retrieved from <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/eidos/article/view/87/80>

¹⁰ Chirinos, M. E., Fernández, L., & Sánchez, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. *Razón y Palabra*, (81), 1-19. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524700002.pdf>

- Respetar los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas.
- Adoptar códigos de conducta o principios voluntarios que regulan su comportamiento ético.
- Realizar una gestión transparente y rinde cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés.
- Evalúa el impacto social y ambiental de sus actividades y establece objetivos e indicadores para mejorar su desempeño.
- Promueve el desarrollo sostenible, entendido como el equilibrio entre el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental.
- Fomenta la participación y el diálogo con sus grupos de interés, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido.
- Apoya iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La RSE es un concepto en constante evolución y adaptación a los cambios sociales, económicos y ambientales que se producen en el mundo. La RSE representa una oportunidad para las empresas de mejorar su competitividad y su reputación, al tiempo que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible.

2.4. Contexto actual

La responsabilidad social de la empresa (RSE) se ha convertido en un concepto clave en el mundo empresarial actual, ante los crecientes desafíos sociales, económicos y ambientales que enfrenta la humanidad. La RSE implica que las empresas no sólo se preocupen por generar beneficios para sus propietarios y accionistas, sino también por contribuir al bienestar de la sociedad y al cuidado del planeta.

El contexto actual de la RSE está marcado por varios factores que influyen en su desarrollo y evolución¹¹, tales como:

- **La globalización:** La integración económica y comercial a nivel mundial ha generado oportunidades y beneficios para las empresas, pero también ha incrementado los riesgos y las exigencias de los mercados, los consumidores y los reguladores. Las empresas deben adaptarse a las diferentes normas y estándares internacionales, así como a las demandas sociales y ambientales de los países donde operan.
- **La digitalización:** El avance de las tecnologías de la información y la comunicación ha transformado la forma de hacer negocios, facilitando la innovación, la eficiencia y la competitividad. Sin embargo, también ha planteado nuevos retos éticos y legales relacionados con la privacidad, la seguridad, la transparencia o la inclusión digital. Las empresas deben aprovechar las oportunidades que ofrece la digitalización, pero también gestionar sus riesgos e impactos.
- **La sostenibilidad:** La crisis climática y la degradación ambiental han evidenciado la urgencia de adoptar un modelo de desarrollo sostenible, que garantice el equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental. Las empresas tienen un papel fundamental en este sentido, ya que sus actividades generan impactos positivos y negativos sobre el medio ambiente y los recursos naturales. Las empresas deben asumir su responsabilidad ambiental e incorporar criterios de sostenibilidad en su estrategia y gestión.
- **La pandemia:** La emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 ha supuesto un desafío sin precedentes para las empresas y la sociedad en general. La pandemia ha afectado a la salud, la economía, el empleo y el bienestar de millones de personas en todo el mundo. Las empresas han tenido que adaptarse a una situación cambiante y compleja, garantizando la seguridad y salud de sus trabajadores y clientes, manteniendo su actividad y rentabilidad, y colaborando con las autoridades y las

¹¹ Tejedo Romero, F. (2014). Información divulgada del capital intelectual en el marco de la responsabilidad social empresarial y del gobierno corporativo: evolución y factores determinantes. (Tesis doctoral). Universidad de Castilla-La Mancha.

comunidades en la respuesta a la crisis. La pandemia ha puesto a prueba la resiliencia y la solidaridad de las empresas.

Ante este contexto actual, la RSE se presenta como una oportunidad para las empresas de mejorar su competitividad y su reputación, al tiempo que contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sostenible. La RSE implica un cambio cultural y organizativo que requiere el compromiso y la participación de todos los niveles jerárquicos y funcionales de la empresa, así como el diálogo y la colaboración con los grupos de interés externos. La RSE se basa en el reconocimiento de que las empresas no sólo tienen una responsabilidad económica (generar beneficios para sus propietarios y accionistas), sino también una responsabilidad social (respetar los derechos humanos, promover la igualdad de oportunidades, fomentar el desarrollo de los trabajadores, etc.) y una responsabilidad ambiental (minimizar el impacto negativo de su actividad sobre el entorno natural, prevenir la contaminación, utilizar eficientemente los recursos naturales, etc.). Estas tres dimensiones de la responsabilidad empresarial se conocen como el triple resultado o triple bottom line¹².

3. METODOLOGÍA

Una vez definidos los conceptos claves, es decir, lo que entendemos por economía social, sociedad mercantil y responsabilidad social de la empresa, cabe ahora, describir la metodología de la que nos serviremos para alcanzar el objetivo propuesto en el presente trabajo, así como una definición de dicho objetivo, el marco por el que decimos si una empresa es socialmente responsable.

3.1. Selección de sociedades

3.1.1. Sociedad cotizada

¹² Henriques, A., & Richardson, J. (Eds.). (2004). *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781849773348>

Es una sociedad anónima cuyas acciones se negocian en un mercado bursátil oficial¹³. La sociedad cotizada seleccionada para el estudio es Telefónica.

Justificación: Telefónica es una empresa líder en el sector de las telecomunicaciones y la tecnología, con una amplia presencia internacional¹⁴. Es una opción adecuada para estudiar su responsabilidad social corporativa debido a varios factores clave. En primer lugar, Telefónica ha demostrado un compromiso sólido con la sostenibilidad medioambiental al establecer objetivos ambiciosos para reducir su huella de carbono y promover el uso eficiente de los recursos. Además, la empresa ha implementado programas para promover la inclusión digital, facilitando el acceso a la tecnología y la conectividad en comunidades desfavorecidas. Telefónica también ha promovido la diversidad y la igualdad de género, fomentando un entorno laboral inclusivo y equitativo. Estos aspectos, combinados con su enfoque en la ética empresarial y la transparencia en sus operaciones, hacen de Telefónica un interesante sujeto de estudio para evaluar su compromiso con la responsabilidad social¹⁵.

3.1.2. Sociedad anónima

Es una sociedad mercantil de carácter más capitalista, en la que el capital social se divide en acciones, que pueden ser libremente transmitidas y cotizar o no en bolsa. La responsabilidad de los socios se limita al capital aportado, que debe ser al menos de 60.000 euros¹⁶. La sociedad seleccionada es El Corte Inglés.

El Corte Inglés es una reconocida cadena de grandes almacenes con presencia en España y Portugal¹⁷. Considerar a El Corte Inglés como un objeto de estudio en cuanto a responsabilidad social corporativa es relevante debido a su influencia en el sector minorista y su impacto en la sociedad. La empresa ha

¹³ Derecho UNED. (s.f.). Definición de sociedad cotizada y su régimen jurídico. Derecho UNED. <https://derechouned.com/mercantil/sociedades/definicion-de-sociedad-cotizada-y-su-regimen-juridico>

¹⁴ Telefónica. (s.f.). Nosotros. Telefónica. <https://www.Telefónica.com/es/nosotros/>

¹⁵ Responsabilidad Social. (2020). Telefónica Movistar es reconocida por sus iniciativas en Responsabilidad Social Corporativa. Responsabilidad Social. <https://responsabilidadsocial.net/Telefónica-movistar-es-reconocida-por-sus-iniciativas-en-responsabilidad-social-corporativa/>

¹⁶ Conceptos Jurídicos. (s.f.). Sociedad Anónima: concepto y características [Actualizado 2023]. Conceptos Jurídicos. <https://www.conceptosjuridicos.com/sociedad-anonima/>

¹⁷ El Corte Inglés. (s.f.). Información corporativa. El Corte Inglés. <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/>

implementado diversas iniciativas para promover la sostenibilidad medioambiental, como la reducción de emisiones de carbono, el uso eficiente de los recursos y la gestión responsable de residuos. Además, El Corte Inglés ha desarrollado programas para fomentar la inclusión social, la igualdad de género y la diversidad en su fuerza laboral. También ha colaborado con organizaciones benéficas y ha apoyado causas sociales en las comunidades donde opera. Estas prácticas, combinadas con su enfoque en la calidad de sus productos y servicios, hacen de El Corte Inglés un interesante sujeto de estudio para evaluar su compromiso con la responsabilidad social y el impacto que genera en la sociedad¹⁸.

3.1.3. Sociedad limitada

Es la forma más común de sociedad mercantil en España. Se caracteriza por limitar la responsabilidad de los socios al capital aportado, que debe ser al menos de 3.000 euros¹⁹. El capital social se divide en participaciones sociales, que no pueden cotizar en bolsa y cuya transmisión está sujeta a ciertas limitaciones. La sociedad seleccionada es Rodilla.

Justificación: Rodilla²⁰, una cadena de restaurantes especializada en bocadillos y comida rápida, puede ser un objeto de estudio relevante para determinar su enfoque hacia la responsabilidad social corporativa en el sector de la restauración. Rodilla ha implementado políticas y prácticas para promover la sostenibilidad ambiental, como la gestión responsable de residuos y la promoción de prácticas de consumo sostenible. Además, la empresa ha trabajado en colaboración con organizaciones benéficas y proyectos sociales, contribuyendo a la lucha contra la pobreza y el apoyo a comunidades desfavorecidas. En cuanto a sus empleados, Rodilla ha establecido políticas para garantizar condiciones laborales justas y fomentar el desarrollo profesional y personal. Estos aspectos convierten a Rodilla en un interesante sujeto de

¹⁸ El Corte Inglés. (s.f.). La sostenibilidad en El Corte Inglés. El Corte Inglés. <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/-rsc/la-sostenibilidad-en-el-corte-ingles/>

¹⁹ Conceptos Jurídicos. (s.f.). Sociedad Limitada en España: características y ventajas 2023. Conceptos Jurídicos. <https://www.conceptosjuridicos.com/sociedad-limitada/>

²⁰ De la Calle Durán, C. y Sacristán Navarro, M. (2022). LA "REVOLUCIÓN" RODILLA: REDEFINICIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO [PDF]. Guerras y Navas. <http://guerrasynavas.com/pdf/CB47.pdf>

estudio para analizar su compromiso con la responsabilidad social en la industria de la restauración y cómo se esfuerza por abordar los desafíos específicos de la alimentación rápida y la sostenibilidad²¹.

3.1.4. Sociedad cooperativa

Es una sociedad mercantil de carácter social, en la que los socios son a la vez trabajadores y propietarios de la empresa. Se rige por los principios de cooperación, democracia, participación y solidaridad. No existe un capital social mínimo establecido. El capital social se divide en aportaciones al capital social, que pueden ser reembolsables o no²². La sociedad seleccionada es Mondragón Corporación Cooperativa.

Justificación: Mondragón Corporación Cooperativa (MCC) es un conglomerado cooperativo con sede en España que abarca una amplia gama de sectores industriales y de servicios²³. MCC es un objeto de estudio relevante para determinar si es una empresa socialmente responsable debido a su modelo cooperativo y su enfoque en los principios de solidaridad, equidad y participación democrática. La cooperativa ha demostrado un fuerte compromiso con sus trabajadores, fomentando la propiedad compartida, la toma de decisiones participativa y la distribución equitativa de beneficios. Además, MCC ha desarrollado programas y políticas para promover la igualdad de género, la formación y el desarrollo profesional de sus empleados, y ha colaborado en proyectos sociales y comunitarios en las áreas donde opera. El modelo cooperativo de MCC, junto con su enfoque en la sostenibilidad económica y social, lo convierte en un interesante sujeto de estudio para evaluar su compromiso con la responsabilidad social y cómo se traduce en beneficios para sus trabajadores y las comunidades en las que está presente²⁴.

²¹ Rodilla. (s.f.). Causas Rodilla. Rodilla. <https://www.rodilla.es/causas-rodilla>

²² Conceptos Jurídicos. (s.f.). Sociedad Cooperativa: Características, ventajas y desventajas. Conceptos Jurídicos. <https://www.conceptosjuridicos.com/sociedad-cooperativa/>

²³ MONDRAGON. (s.f.). Somos. MONDRAGON. <https://www.mondragon-corporation.com/somos/>

²⁴ MONDRAGON. (s.f.). Hacemos: Innovación social. MONDRAGON. <https://www.mondragon-corporation.com/hacemos#inno-social>

3.2. Selección de factores

Los factores de análisis escogidos para determinar el grado de RSE para las sociedades seleccionadas son aquellos elementos que permiten evaluar el grado de compromiso y de desempeño de una organización con respecto a sus impactos sociales y ambientales. Estos factores pueden ser internos o externos, y pueden variar según el tipo, el tamaño, el sector y el contexto de la empresa.

En base a la documentación y la definición de RSE establecida, dichos factores de análisis son:

- El **cumplimiento de las leyes y normas vigentes** en todos los países donde opera, así como de los principios y valores éticos que rigen su conducta.
- El **respeto a los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas**, tanto en su ámbito interno como en su cadena de valor.
- La **integración de criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa y en su toma de decisiones**, buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental.
- La **evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades** y el establecimiento de objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas.
- La **transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés**, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de RSE.
- La **participación y el diálogo con sus grupos de interés**, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido.
- El **fomento del desarrollo sostenible**, mediante el apoyo a iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

3.3. Metodología

Modelo metodológico de análisis para determinar si una empresa es socialmente responsable:

Fuentes de Información y modelo de negocio

1. Identificar y recopilar fuentes de información relevantes sobre la empresa, como informes de sostenibilidad, memorias de responsabilidad social empresarial (RSE), comunicados de prensa, sitios web, noticias y estudios independientes.
2. Analizar el modelo de negocio de la empresa para comprender su estructura, actividades principales y cadena de valor.

Factores de análisis que cumple la empresa.

1. Identificar y definir los factores clave de responsabilidad social corporativa basados en los principios y requisitos establecidos en la definición de la empresa socialmente responsable.
2. Evaluar si la empresa cumple con cada factor mediante un análisis cualitativo.

Análisis de resultados

1. Evaluar y analizar los resultados obtenidos para cada factor de responsabilidad social.
2. Identificar patrones o tendencias en los resultados y compararlos con estándares internacionales o mejores prácticas del sector.

Conclusión

1. Sintetizar los hallazgos y conclusiones obtenidos del análisis realizado en las fases anteriores.
2. Emitir una evaluación general sobre si la empresa cumple con los criterios para ser considerada socialmente responsable.

Este modelo metodológico sigue una estructura secuencial, utilizando fuentes de información pertinentes para evaluar el desempeño de la empresa en términos de responsabilidad social corporativa. A través de las diferentes fases, se busca obtener una comprensión holística de la empresa y su enfoque hacia la responsabilidad social, culminando en una conclusión.

3.4. Delimitación de empresa socialmente responsable en base al modelo

Una empresa socialmente responsable si, a través de su modelo de negocio y prácticas empresariales, demuestra un compromiso sólido y continuo con los siguientes aspectos:

- **Cumplimiento de leyes, normas y valores éticos:** La empresa cumple rigurosamente con las leyes y normativas vigentes en todos los países donde opera, así como con los principios y valores éticos que rigen su conducta.
- **Respeto a los derechos humanos:** La empresa respeta y promueve los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas, tanto en su ámbito interno como en su cadena de valor.
- **Integración de criterios sociales y ambientales:** La empresa incorpora criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa y en la toma de decisiones, buscando equilibrar el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental.
- **Evaluación y mejora del impacto social y ambiental:** La empresa evalúa de manera sistemática el impacto social y ambiental de sus actividades, estableciendo objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas.
- **Transparencia y rendición de cuentas:** La empresa es transparente y rinde cuentas sobre sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de responsabilidad social empresarial (RSE).
- **Participación y diálogo con grupos de interés:** La empresa busca la participación y el diálogo con sus grupos de interés, satisfaciendo sus necesidades y expectativas, y generando valor compartido.
- **Fomento del desarrollo sostenible:** La empresa apoya activamente iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyen al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En conjunto, una empresa socialmente responsable es aquella que demuestra un compromiso sólido en el cumplimiento de los factores clave de

responsabilidad social corporativa, tal como se han definido en el modelo metodológico, y que busca constantemente mejorar su desempeño y generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

4. RESULTADOS

4.1. Telefónica

Factores que cumple la empresa:

- **El cumplimiento de las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera, así como de los principios y valores éticos que rigen su conducta:**

Telefónica afirma que actúa con integridad, compromiso y transparencia, y que se rige por sus Principios de Negocio Responsable, que se basan en el respeto a la ley, los derechos humanos, el medioambiente y la lucha contra la corrupción²⁵. Además, cuenta con un Canal de Consultas y Denuncias para atender cualquier duda o reclamación sobre el cumplimiento de estos principios²⁶.

- **El respeto a los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas, tanto en su ámbito interno como en su cadena de valor:**

Telefónica asegura que respeta y promueve los derechos humanos en todas sus actividades, siguiendo los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU²⁷. También dice que aplica criterios de derechos humanos en la selección y evaluación de sus proveedores, y que tiene un Centro de Seguridad y Privacidad para proteger los datos personales y la libertad de expresión de sus clientes²⁸.

²⁵ Telefónica. (s. f.). Principios de negocio responsable y políticas. <https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/como-trabajamos/principios-negocio-responsable/>

²⁶ Telefónica España. (s. f.). Canal de consultas y denuncias. <https://www.telefonica.es/es/compromiso/canal-de-consultas-y-denuncias/>

²⁷ Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2011). Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos: Aplicación del marco "Proteger, Respetar y Remediar" de las Naciones Unidas. <https://www.ohchr.org/es/publications/reference-publications/guiding-principles-business-and-human-rights-implementing>

²⁸ Telefónica. (s. f.). Seguridad. <https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/privacidad-seguridad/seguridad/>

- **La integración de criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa y en su toma de decisiones, buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental:** Telefónica declara que tiene una visión de sostenibilidad e innovación que le permite crear valor compartido para sus grupos de interés y contribuir al desarrollo de la sociedad digital²⁹. Asimismo, dice que incorpora los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU³⁰ en su estrategia y gestión, y que mide su impacto social y ambiental con indicadores reconocidos internacionalmente³¹.
- **La evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades y el establecimiento de objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas:** Telefónica realiza una evaluación periódica de su impacto social y ambiental mediante herramientas como el Análisis de Materialidad³², el Índice Integrado, el Informe Integrado o el Informe de Gestión y Sostenibilidad¹. Además, establece objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas, como por ejemplo reducir sus emisiones de CO₂, aumentar el uso de energías renovables, impulsar la economía circular, fomentar la diversidad e inclusión, o mejorar la calidad y cobertura de sus servicios.
- **La transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de RSE:** Telefónica publica anualmente su Informe Integrado, que recoge los resultados económicos, sociales y ambientales de la compañía, así como los riesgos y oportunidades asociados a su actividad. Este informe sigue los estándares del Global Reporting Initiative (GRI)³³ y del International Integrated Reporting Council (IIRC), y está verificado por una entidad externa independiente³⁴.

²⁹ Telefónica. (2023). Informe de gestión y sostenibilidad 2022. <https://www.telefonica.com/es/accionistas-inversores/informacion-financiera/informe-anual-integrado-de-gestion/>

³⁰ Naciones Unidas. (s. f.). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

³¹ Telefónica. (s. f.). Desarrollo sostenible: Impacto y ODS. <https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/sociedad/development-sostenible/>

³² García, E. (2023, 28 de junio). Doble materialidad: por qué es importante y cómo la aplicamos en Telefónica. Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/doble-materialidad-por-que-es-importante-y-como-lo-aplicamos-en-telefonica/>

³³ Global Reporting Initiative. (s. f.). Estándares GRI. <https://www.globalreporting.org/standards>

³⁴ Telefónica. (s. f.). Relaciones con el auditor externo. <https://www.telefonica.com/es/accionistas-inversores/gobierno-corporativo/relaciones-con-el-auditor-externo/>

Además, Telefónica comunica sus avances en materia de sostenibilidad a través de su Sala de Comunicación³⁵ o su participación en índices como el Dow Jones Sustainability Index (DJSI)³⁶ o el FTSE4Good³⁷.

• **La participación y el diálogo con sus grupos de interés, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido:**

Telefónica mantiene una relación constante con sus grupos de interés, entre los que se encuentran sus clientes, empleados, accionistas, proveedores, reguladores o sociedad civil. Para ello, utiliza diversos canales de comunicación e interacción, como encuestas, reuniones, foros o redes sociales³⁸. Además, busca satisfacer sus necesidades y expectativas mediante la oferta de productos y servicios innovadores, responsables y accesibles³⁹.

• **El fomento del desarrollo sostenible, mediante el apoyo a iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:**

Telefónica apoya el desarrollo sostenible a través de su Fundación Telefónica, que tiene como misión mejorar las oportunidades educativas y laborales de las personas en la era digital⁴⁰. Entre sus iniciativas se encuentran programas como ProFuturo⁴¹, que lleva la educación digital a niños y niñas vulnerables; Conecta Empleo⁴², que ofrece formación gratuita en competencias digitales; o Voluntarios Telefónica⁴³, que moviliza a miles de empleados para participar en acciones solidarias.

³⁵ Telefónica. (s. f.). Sala de comunicación. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/>

³⁶ García, E. (2010, 9 de septiembre). Telefónica lidera el DJSI / Telefónica leads the DJSI. Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/telefonica-lidera-el-djsi-telefonica-leads-the-djsi/>

³⁷ Vera, E. (2012, 4 de julio). Telefónica renueva su presencia en el índice de inversión sostenible FTSE4Good. Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/telefonica-renueva-su-presencia-en-el-indice-de-inversion-sostenible-ftse4good/>

³⁸ Telefónica. (2022). Relación con los grupos de interés. <https://www.telefonica.com/es/wp-content/uploads/sites/4/2022/03/grupos-interes-telefonica.pdf>

³⁹ Telefónica Tech AI of Things. (s. f.). Innovación. <https://aiofthings.telefonicatech.com/por-que-nosotros/innovacion/>

⁴⁰ Fundación Telefónica España. (s. f.). Conócenos. <https://www.fundaciontelefonica.com/conocenos/#mision>

⁴¹ Fundación Telefónica España. (s. f.). ProFuturo. <https://www.fundaciontelefonica.com/educacion/profuturo/>

⁴² Fundación Telefónica España. (s. f.). Conecta Empleo, la entrada al mercado laboral. <https://www.fundaciontelefonica.com/empleabilidad/conecta-empleo-la-entrada-al-mercado-laboral/>

⁴³ Voluntarios Telefónica. (s. f.). Sobre el programa. <https://voluntarios.telefonica.com/es/estaticos/sobre-el-programa>

Conclusión: A partir de la información proporcionada, se puede concluir que Telefónica es una empresa socialmente responsable, ya que demuestra un compromiso con el cumplimiento de las leyes y normas vigentes, el respeto a los derechos humanos, la integración de criterios sociales y ambientales en su estrategia y gestión, la evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades, la transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados, la participación y el diálogo con sus grupos de interés y el fomento del desarrollo sostenible. Además, Telefónica se sitúa entre las empresas líderes en materia de sostenibilidad a nivel nacional e internacional, según los índices y rankings más prestigiosos del sector.

4. 2. El Corte Inglés

Factores que cumple la empresa:

- **El cumplimiento de las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera, así como de los principios y valores éticos que rigen su conducta:**

El Corte Inglés afirma que cumple con las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera, y que se rige por su Código Ético⁴⁴, que recoge los principios y valores éticos que inspiran su actuación. Además, cuenta con un Canal Ético⁴⁵ para atender cualquier consulta o denuncia sobre el cumplimiento de este código.

- **El respeto a los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas, tanto en su ámbito interno como en su cadena de valor:**

El Corte Inglés asegura que respeta y promueve los derechos humanos en todas sus actividades, siguiendo los Principios de Actuación del Grupo El Corte

⁴⁴ El Corte Inglés S.A. (2023). Normas éticas que rigen el funcionamiento de El Corte Inglés. - El Corte Inglés. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/gobierno-corporativo/etica-y-cumplimiento/normas-eticas/>

⁴⁵ El Corte Inglés S.A. (2023). Contacto Canal Ético - El Corte Inglés. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/gobierno-corporativo/etica-y-cumplimiento/contacto-canal-etico/>

Inglés⁴⁶, que se basan en el Código de Conducta de amfori BSCI⁴⁷. Este código toma como referencia la Declaración Internacional de los Derechos Humanos, el Pacto Mundial de la ONU y las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). También dice que aplica criterios de derechos humanos en la selección y evaluación de sus proveedores, y que tiene una Política de Privacidad para proteger los datos personales y la privacidad de sus clientes⁴⁸.

- **La integración de criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa y en su toma de decisiones, buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental:** El Corte Inglés declara que tiene una visión de banca responsable que le permite crear valor compartido para sus grupos de interés y contribuir al desarrollo sostenible⁴⁹. Asimismo, dice que incorpora los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU en su estrategia y gestión, y que mide su impacto social y ambiental con indicadores reconocidos internacionalmente⁵⁰.

- **La evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades y el establecimiento de objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas:** El Corte Inglés realiza una evaluación periódica de su impacto social y ambiental mediante herramientas como el Análisis de Materialidad⁵¹, el Informe Integrado o el Informe Anual⁵². Además, establece objetivos e

⁴⁶ El Corte Inglés S.A. (2023). Principios del modelo empresarial del Grupo. - El Corte Inglés. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/quienes-somos/nuestros-principios/>

⁴⁷ amfori. (2014). Código de Conducta amfori BSCI. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/recursos/informacioncorporativa/doc/portal/2017/07/19/codigo-amfori-completo-es.pdf>

⁴⁸ El Corte Inglés. (2022). Política de privacidad. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/politica-de-privacidad/>

⁴⁹ Financiera El Corte Inglés. (2022). Gobierno corporativo y política de remuneraciones. Recuperado de <https://www.financieraelcorteingles.es/es/corporativas/gobierno-corporativo-y-politica-de-remuneraciones/#block5-1>

⁵⁰ El Corte Inglés. (2021). El Corte Inglés pone en marcha el Movimiento por la Sostenibilidad para todas sus áreas de negocio. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/comunicacion/notas-de-prensa/el-corte-ingles-pone-en-marcha-el-movimiento-por-la-sostenibilidad-para-todas-sus-areas-de-negocio.html>

⁵¹ El Corte Inglés. (2021). Marco normativo de referencia para la financiación vinculada a la sostenibilidad. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/recursos/informacioncorporativa/doc/portal/2021/12/13/marco-normativo-para-la-financiacion-vinculada-a-sostenibilidad.pdf>

⁵² El Corte Inglés. (2022). Informe anual 2021. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/informacion-economica/informe-anual/>

indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas, como por ejemplo reducir sus emisiones de CO₂⁵³, aumentar el uso de energías renovables, impulsar la economía circular, fomentar la diversidad e inclusión, o mejorar la calidad y cobertura de sus servicios.

• **La transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de RSE:** El Corte Inglés anualmente en su Informe Integrado, recoge los resultados económicos, sociales y ambientales de la compañía, así como los riesgos y oportunidades asociados a su actividad y está verificado por una entidad externa independiente. Además, El Corte Inglés comunica sus avances en materia de sostenibilidad a través de su Sala de Prensa⁵⁴, pero no participa en índices importantes como el Dow Jones Sustainability Index (DJSI) o el FTSE4Good.

• **La participación y el diálogo con sus grupos de interés, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido:** El Corte Inglés mantiene una relación constante con sus grupos de interés, entre los que se encuentran sus clientes, empleados, accionistas, proveedores, reguladores o sociedad civil⁵⁵. Para ello, utiliza diversos canales de comunicación e interacción, como encuestas, reuniones, foros o redes sociales. Además, busca satisfacer sus necesidades y expectativas mediante la oferta de productos y servicios innovadores, responsables y accesibles.

• **El fomento del desarrollo sostenible, mediante el apoyo a iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:** El Corte Inglés apoya el desarrollo sostenible a través de su Fundación Ramón Areces, que tiene como misión impulsar proyectos culturales, científicos y educativos⁵⁶. Entre sus

⁵³ El Corte Inglés. (2020). El Corte Inglés solo utiliza energía 100% renovable y certificada. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/comunicacion/notas-de-prensa/el-corte-ingles-solo-utiliza-energia-100-renovable-y-certificada.html>

⁵⁴ El Corte Inglés. (2021). Notas de prensa y noticias del grupo. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/comunicacion/notas-de-prensa/>

⁵⁵ El Corte Inglés. (2021). La sostenibilidad en El Corte Inglés. Recuperado de <https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/-rsc/la-sostenibilidad-en-el-corte-ingles/>

⁵⁶ Fundación Ramón Areces. (s. f.). Puntos que conforman nuestra misión. <https://www.fundacionareces.es/fundacionareces/es/sobre-nosotros/mision>

iniciativas se encuentran programas como Becas Ramón Areces⁵⁷, que apoyan la formación superior en ciencias sociales; o Voluntariado Corporativo, que moviliza a miles de empleados para participar en acciones solidarias⁵⁸.

Conclusión: a partir de la información analizada, se puede concluir que, El Corte Inglés es una empresa socialmente responsable, ya que demuestra un compromiso con el cumplimiento de las leyes y normas vigentes, el respeto a los derechos humanos, la integración de criterios sociales y ambientales en su estrategia y gestión, la evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades, la transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados, la participación y el diálogo con sus grupos de interés y el fomento del desarrollo sostenible.

4. 3. Rodilla

Factores que cumple la empresa:

- **El cumplimiento de las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera, así como de los principios y valores éticos que rigen su conducta:** Rodilla mantiene un convenio colectivo con sus trabajadores⁵⁹, además en un denominado Manifiesto Rodilla⁶⁰. Además, al formar parte del Grupo Damm, este extiende sus principios éticos a través de Rodilla⁶¹.
- **El respeto a los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas, tanto en su ámbito interno como en su cadena de valor:** No encontramos una mención expresa del Grupo Rodilla respecto al respeto de

⁵⁷ Fundación Ramón Areces. (2023). Becas Fundación Ramón Areces para estudios de postgrado. XXXVI Convocatoria para Ampliación de Estudios en el Extranjero en Ciencias Sociales. <https://www.fundacionareces.es/fundacionareces/es/becas-y-ayudas/convocatorias/becas-fundacion-ramon-areces-para-estudios-de-postgrado-xxxvi-convocatoria-para-ampliacion-de-estudios-en-el-extranjero-en-ciencias-sociales.html>

⁵⁸ Volutare. (2023). Voluntarios El Corte Inglés: con las familias más vulnerables. <https://www.voluntare.org/voluntarios-corte-ingles-geci/>

⁵⁹ Dirección General de Trabajo. (2022, abril 4). BOE-A-2022-5430 Resolución de 19 de marzo de 2021, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el IV Convenio colectivo del Grupo Rodilla. Boletín Oficial del Estado.

⁶⁰ Manifiesto. (n.d.). Rodilla. <https://www.rodilla.es/manifiesto>

⁶¹ Comprometidos con la Sociedad. (n.d.). Damm Corporate. <https://www.dammcorporate.com/es/compromiso-sociedad>

los derechos humanos, no obstante, al formar parte del Grupo Damm, este en su informe anual⁶² recoge que: “Desde 2019 estamos adheridos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y estamos comprometidos con sus diez principios en materia de derechos humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción. Además, trabajamos de forma activa para contribuir al a consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030” (DAMM. (2022). Informe anual 2022, pp.46).

- **La evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades y el establecimiento de objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas:** para encontrar el impacto social y ambiental, de nuevo debemos referirnos a las actividades dentro del grupo Damm, que en específico realiza Rodilla, de tal forma que, en efecto cumple con dichos criterios según lo establecido en su informe anual (DAMM. (2022). Informe anual 2022, Medio Ambiente, pp.76-96).

- **La transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de RSE:** Rodilla al formar parte del Grupo Damm, esta presenta sus cuentas a través de la última, y en dicho informe, se estipula que cumple tanto con los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y del International Integrated Reporting Council (IIRC) (DAMM. (2022). Informe anual 2022, Índice de Contenidos GRI, pp.119-132).

- **La participación y el diálogo con sus grupos de interés, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido:** Rodilla mantiene una relación constante con sus grupos de interés y de nuevo dicha información la encontramos a través del informe anual de Grupo Damm, del que forma parte, en concreto: “La identificación de los grupos de interés de Damm se ha realizado en base a los siguientes criterios: la dependencia (quienes dependen de las actividades, los productos o los servicios o de quienes depende para continuar sus actividades), la responsabilidad (ya sea de tipo comercial, legal, operativa, social, etc.), la proximidad (quienes se encuentren en el entorno

⁶² DAMM. (2022). Informe anual 2022. https://www.dammcorporate.com/sites/default/files/paragraph/investors_presentations_attach/Informe_anual_2022_ES.pdf (Informe anual).

más local) y la influencia (quienes pueden generar un impacto en la estrategia o en el negocio)” (DAMM. (2022). Informe anual 2022, Índice de Contenidos GRI, Participación de los Grupos de Interés, pp.122).

- **El fomento del desarrollo sostenible, mediante el apoyo a iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:** Rodilla apoya el desarrollo sostenible a través de su programa Causas Rodilla⁶³, que tiene como misión impulsar proyectos sociales y medioambientales. Entre sus iniciativas se encuentran programas como Rodilla Contigo⁶⁴, que dona alimentos a entidades sociales; o Tienda Rodilla-A la par, que facilita la inserción laboral de personas en con discapacidad como esclerosis múltiple.

Conclusión: En mi opinión, Rodilla es una empresa socialmente responsable, ya que demuestra su compromiso con el desarrollo sostenible y el respeto a los derechos humanos en todas sus actividades. Además, integra criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa y en su toma de decisiones, buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental. También evalúa el impacto social y ambiental de sus actividades y establece objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas. Asimismo, es transparente y rinde cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de RSE. Por otro lado, participa y dialoga con sus grupos de interés, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido. Por último, fomenta el desarrollo sostenible, mediante el apoyo a iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

⁶³ Rodilla. (s.f.). Conoce nuestros programas de responsabilidad social | Rodilla. <https://www.rodilla.es/causas-rodilla>

⁶⁴ Quefranquicia. (2023, 30 de junio). Rodilla presenta su campaña corporativa: “100% contigo, 100% Rodilla”. <https://quefranquicia.com/rodilla-presenta-su-nueva-campana-corporativa-100-contigo-100-rodilla/>

4. 4. MCC

Factores que cumple la empresa:

- **El cumplimiento de las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera, así como de los principios y valores éticos que rigen su conducta:**

MCC afirma que cumple con las leyes y normas vigentes en todos los países donde opera, y que se rige por su Código Ético⁶⁵, que recoge los principios y valores éticos que inspiran su actuación. Además, en un informe anual de 2021⁶⁶, sostiene como misión: “MONDRAGON es una realidad socioeconómica de carácter empresarial, con hondas raíces culturales en el País Vasco, creada por y para las personas. Comprometida con una sociedad sostenible, la mejora competitiva y la satisfacción del cliente para generar riqueza y transformar la sociedad mediante el desarrollo empresarial y la creación de empleo. Se sustenta en compromisos de solidaridad y utiliza métodos democráticos para su organización y dirección. Impulsa la participación y la integración de las personas en la gestión, resultados y propiedad de sus empresas.” (Mondragón Corporación. (2022). Informe anual 2021, Misión, pp.5).

- **El respeto a los derechos humanos universales reconocidos por las Naciones Unidas, tanto en su ámbito interno como en su cadena de valor:**

MCC no solo extiende el respeto a los derechos humanos a través de sus cooperativas y fundaciones, si no que ha sido avalado por el propio Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres en el informe A/76/209: “MONDRAGON, un caso emblemático de principios cooperativos en acción” (Naciones Unidas. (2021). A/76/2009. Las cooperativas en el desarrollo social: informe del Secretario General, pp.3, párrafo3)⁶⁷.

- **La integración de criterios sociales y ambientales en su estrategia corporativa y en su toma de decisiones, buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección ambiental: MCC**

⁶⁵ Mondragón Corporación. (2021). Nuestro código ético. https://www.mondragon-corporation.com/wp-content/uploads/docs/DOC_codigo_etico_ES.pdf

⁶⁶ Mondragón Corporación. (2022). Informe anual 2021. <https://www.mondragon-corporation.com/urtekotxostena/dist/docs/esp/informe-anual-2021-extendido.pdf>

⁶⁷ Naciones Unidas. (2021). Las cooperativas en el desarrollo social: informe del Secretario General. <https://digitallibrary.un.org/record/3936566?ln=en#record-files-collapse-header>

declara que tiene una visión de empresa cooperativa que le permite crear valor compartido para sus grupos de interés y contribuir al desarrollo sostenible. Asimismo, dice que incorpora los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)⁶⁸ de la ONU en su estrategia y gestión, y que mide su impacto social y ambiental con indicadores reconocidos internacionalmente.

- **La evaluación del impacto social y ambiental de sus actividades y el establecimiento de objetivos e indicadores para mejorar su desempeño en estas áreas:** MCC realiza una evaluación periódica de su impacto social y ambiental, de tal forma sostiene que: “La lucha climática requiere de pasos firmes y coordinados y la implicación de todos los agentes en este reto. MONDRAGON pretende inspirar y sumar en este proceso a todas las cooperativas y su cadena de valor y a otro tipo de organizaciones. Estos son algunos de los ámbitos de gestión que pueden ayudar a enfrentar el desafío climático.” (Mondragón Corporación. (2022). Informe anual 2021, Planeta Colectivo, pp.33); así como también sostiene que: “MONDRAGON pone a las personas en el centro de la empresa de manera real, democrática y eficiente, con el foco en la estabilidad económica y el bienestar sostenible. Aspectos como la educación y formación permanente, la igualdad de oportunidades, de género, el empleo estable y adaptable, la participación de las personas trabajadoras y la protección e inclusión social son elementos propios del modelo cooperativo.” (Mondragón Corporación. (2022). Informe anual 2021, Personas, Humanity At Work, pp.30).
- **La transparencia y la rendición de cuentas de sus resultados económicos, sociales y ambientales a sus grupos de interés, mediante la elaboración y publicación de informes de sostenibilidad o memorias de RSE:** MCC asegura que su modelo de gobernanza garantiza la transparencia en la adopción de decisiones, la gestión y la rendición de cuentas ante todas las personas socias, que se trata de una forma democrática e inclusiva de acción empresarias y de gestión, haciendo hincapié en la elección democrática, la formación cooperativa, la ética y transparencia (Mondragón Corporación. (2022). Informe anual 2021, Gobernanza, Democracia Empresarial, pp.35).

⁶⁸ Mondragón Corporación. (2022). Objetivos de desarrollo sostenible. <https://www.mondragon-corporation.com/urtekotxostena/ods.php?l=es>

- **La participación y el diálogo con sus grupos de interés, buscando satisfacer sus necesidades y expectativas y generar valor compartido:** MCC asegura la participación y diálogo con sus grupos de interés, manteniendo canales de comunicación con el fin de mantener informados a sus grupos de interés (socios, proveedores, clientes e instituciones), así como la comunicación interna (Mondragón Corporación. (2022). Informe anual 2021, Gobernanza, Democracia Empresarial, pp.35).
- **El fomento del desarrollo sostenible, mediante el apoyo a iniciativas solidarias y filantrópicas que contribuyan al bienestar de la comunidad y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:** MCC apoya el desarrollo sostenible a través de su programa Cooperación, que tiene como misión impulsar proyectos sociales y cooperativos. Entre sus iniciativas se encuentran programas como Mondragon Team Academy⁶⁹, que ofrece formación emprendedora a jóvenes; Mondragon Health⁷⁰, que promueve la salud integral; o Mondragon Unibertsitatea⁷¹, que fomenta la investigación e innovación educativa.

Conclusión: En comparación con el resto de empresas del mercado, MCC se distingue por su filosofía cooperativa, que se basa en valores como la intercooperación, la participación en la gestión, la responsabilidad social, la innovación, la organización democrática, la educación y la transformación social. Estos valores le permiten configurar un proyecto empresarial rentable, competitivo y emprendedor, capaz de competir en los mercados internacionales y generar riqueza y empleo. Además, MCC se caracteriza por su proceso asociativo, en el que se conjugan las ventajas de la concertación con la dimensión humana de las cooperativas, lo que genera un proyecto cooperativo sólido y solidario.

5. CONCLUSIONES

⁶⁹ Mondragon Team Academy. (s.f.). About us. <https://www.mondragonteamacademy.com/about-us>

⁷⁰ TULankide MONDRAGON. (2023, 14 de marzo). MONDRAGON Health, apuesta corporativa por el sector salud y sociosanitario. <https://www.tulankide.com/es/mondragon-health-apuesta-corporativa-por-el-sector-salud-y-sociosanitario>

⁷¹ Mondragon Unibertsitatea. (s.f.). Grupos de investigación y transferencia. <https://www.mondragon.edu/es/investigacion/cooperativismo/grupos-investigacion-transferencia>

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema relevante en la actualidad, y en este análisis se ha evaluado el compromiso de diversas empresas en cumplir con los estándares de una Empresa Socialmente Responsable (en adelante ESR). A partir de los puntos discutidos, podemos concluir que todas las empresas objeto de estudio muestran esfuerzos por cumplir con los criterios de ESR y tienen un compromiso hacia la sociedad. Además, en comparación con el mercado, todas ellas presentan una buena posición en responsabilidad social.

Es indudable que existen avances en el ámbito de la RSE y que tanto la normativa como la opinión pública juegan un papel importante en impulsar este compromiso. Las empresas reconocen la importancia de ser socialmente responsables y se esfuerzan por cumplir con los estándares establecidos. Esto demuestra una tendencia positiva hacia una mayor conciencia sobre la responsabilidad empresarial y una preocupación genuina por el bienestar de la sociedad.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos evidentes, resulta legítimo plantear ciertas inquietudes. La cuestión principal es si todas las empresas realmente cumplen con su compromiso de responsabilidad social o si simplemente están mostrando una fachada para satisfacer las expectativas de la opinión pública. Existe la sospecha de que algunas empresas pueden tener intereses ocultos más allá de generar un beneficio económico y lucrativo para sí mismas.

Es importante cuestionar si el compromiso de responsabilidad social está siendo cumplido de manera genuina o si es solo una estrategia de relaciones públicas. Es posible que algunas empresas estén más interesadas en aparentar ser socialmente responsables que en llevar a cabo acciones concretas que generen un impacto positivo en la sociedad. La transparencia y la rendición de cuentas son fundamentales para evaluar la autenticidad de los esfuerzos de RSE de una empresa.

Además, también es válido plantear si el umbral de lo considerado socialmente responsable está establecido demasiado bajo. Es posible que los criterios actuales sean demasiado permisivos y no generen un impacto suficiente en la sociedad. Las empresas deben aspirar a más que simplemente cumplir con las

regulaciones mínimas y los estándares establecidos. Deben ser agentes de cambio y buscar generar un impacto positivo en áreas clave, como la protección del medio ambiente, la promoción de la equidad y la inclusión, y el apoyo a comunidades desfavorecidas.

En última instancia, es importante fomentar un diálogo continuo entre las empresas, los expertos en RSE y la sociedad en general. Este diálogo debe involucrar una revisión constante de los estándares de RSE, promoviendo un enfoque más ambicioso que impulse a las empresas a superar los límites y tener un impacto significativo en la sociedad. Es necesario establecer mecanismos de evaluación rigurosos y transparentes que permitan identificar y reconocer a las empresas que realmente están comprometidas con la responsabilidad social.

En resumen, si bien todas las empresas objeto de estudio muestran esfuerzos por ser socialmente responsables y tienen una buena posición en responsabilidad social en comparación con el mercado, es importante mantener una postura crítica y no dar por sentado que todas las empresas cumplen genuinamente con su compromiso. Se deben establecer estándares más ambiciosos y rigurosos, y promover un diálogo continuo para impulsar un verdadero impacto positivo en la sociedad. La RSE es un camino en constante evolución, y es responsabilidad de todas las partes interesadas trabajar juntas para lograr una verdadera transformación hacia una economía más sostenible y socialmente responsable.

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
2. Crane, A., Matten, D., & Moon, J. (2019). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford University Press.
3. Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
4. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.

5. Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19.
6. Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305.
7. McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
8. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
9. Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of Marketing Research*, 38(2), 225-243.
10. Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.