

La responsabilidad social empresarial en las Islas Baleares

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio completo puede consultarse en la página web
<<http://treballiformacio.caib.es>>

Julio de 2008

Elaborado por

tejs servicios
de consultoria



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Treball i Formació
Direcció General de Responsabilitat Social Corporativa



Unió Europea
Fons Social Europeu

CONTENIDOS

Presentación

Justificación y objetivos del estudio

Metodología de trabajo

Ficha técnica

Resumen de la muestra

Informe de resultados

1. Percepción de la ciudadanía
2. Percepción de los comités de empresas y sindicatos
3. Percepción del empresariado
4. Percepción de grupos de interés:
 - 4.1. Confederaciones empresariales: CAEB y PIMEM
 - 4.2. Cámaras de Comercio de Mallorca, Menorca e Ibiza
 - 4.3. Organizaciones de economía social
 - 4.4. Organizaciones medioambientales
 - 4.5. Medios de comunicación

Aspectos relevantes del estudio

Resumen de las principales demandas a la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa

PRESENTACIÓN

Del Acuerdo para la estabilidad y el futuro sostenible de las Islas Baleares firmado por todos los partidos que forman el actual Gobierno Balear, se desprende la necesidad de impulsar desde el ámbito público las políticas de responsabilidad social empresarial.

Trabajadores, trabajadoras y empresariado se sitúan de esta manera en el centro de una nueva mirada de las políticas socialmente responsables que buscan no sólo la mejora de la productividad y la competitividad de nuestras empresas, sino también la mejora de las condiciones de trabajo, la formación de las y de los trabajadores, la conciliación de la vida laboral y la familiar y el avance hacia una igualdad plena en el mundo laboral.

La creación en el terreno político-administrativo de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa, la primera y única hasta el momento en el Estado español, es la manifestación más evidente del compromiso de este Gobierno con una nueva forma de gestión empresarial, sobre la que se puede construir un amplio consenso con los agentes sociales y económicos que nos permitan avanzar hacia la construcción de un sistema balear de responsabilidad social.

Esta publicación que tenéis ahora en las manos es la primera aproximación válida al concepto de *responsabilidad social corporativa* en el ámbito territorial de las Islas Baleares. Para ser socialmente eficaz, las decisiones políticas se deben adaptar a la realidad y este estudio nos permitirá no sólo realizar un diagnóstico preciso de la situación sino también, a partir de éste, establecer objetivos, definir prioridades y programar acciones específicas por promocionar la responsabilidad social a nuestra comunidad.

Quiero manifestar mi agradecimiento a todas las personas que con su opinión y su tiempo han participado en la realización del presente estudio, así como destacar la especial colaboración de los consejos insulares. Sus reflexiones nos servirán para orientar nuestras actuaciones futuras.

Como consejera de Trabajo y Formación espero que este documento sea capaz de generar un conocimiento y una reflexión mayores sobre el concepto y el alcance en nuestras islas de las buenas prácticas de responsabilidad social corporativa.

Margarita Nájera Aranzábal
Consejera de Trabajo y Formación

JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Durante los últimos años, diferentes instituciones de ámbito estatal como el Congreso de los Diputados o el Ministerio de Trabajo, entre otros, han puesto de manifiesto la necesidad de promover la responsabilidad social en las empresas (RSE).

Europa hizo una apuesta clara por la responsabilidad social empresarial a partir de la publicación del Libro Verde en 2001; actualmente se impulsa, mediante la Alianza Empresarial y los laboratorios de RSE, la innovadora forma de gestión de las empresas que supone la RSE. Además, el Programa Operativo 2007-2013 del Fondo Social Europeo prevé medidas para fomentar la gestión de la responsabilidad social empresarial.

A raíz de esta preocupación emergente, el Gobierno de las Illes Balears constituido en el mes de julio de 2007 consideró oportuno crear la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa —pionera en el Estado español— con la finalidad de:

Impulsar y desarrollar un sistema balear de responsabilidad social corporativa de las empresas y las políticas de igualdad en el ámbito laboral.

Esta Dirección General, dependiente de la Consejería de Trabajo y Formación, muy interesada en conocer el grado de sensibilización que tiene la ciudadanía y el sector empresarial de las Baleares sobre la RSE, lleva a cabo este estudio para poder orientar las actuaciones de la Administración.

Asimismo, con este estudio se ha pretendido:

- Detectar el conocimiento que hay sobre el concepto de responsabilidad social empresarial y la valoración de éste que hacen las empresas y otros grupos de interés.
- Conocer si la posición de la ciudadanía, como consumidora y usuaria, puede ser un estímulo para que las empresas inviertan en responsabilidad social.
- Identificar cuáles son las demandas a la Administración Pública para poder establecer vínculos de colaboración en la configuración de un sistema balear de RSE y en su implantación.

El presente documento es el informe en el que se recogen los elementos clave y las ideas sugeridas en el estudio mencionado.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Colectivos estudiados:

1. Ciudadanía
2. Comités de empresas y sindicatos
3. Empresas públicas y privadas
4. Otros grupos de interés:
 - Organizaciones empresariales
 - Organizaciones de economía social
 - Organizaciones medioambientales
 - Medios de comunicación

Técnicas de investigación

Debido a la diferente naturaleza de los colectivos estudiados se han utilizado dos técnicas para recoger información:

- **Técnicas cualitativas:** se han hecho entrevistas en profundidad y grupos de discusión (foco grupos).
- **Técnicas cuantitativas:** se han llevado a cabo encuestas telefónicas y encuestas autogestionadas (cuestionarios que se han enviado por correo, correo electrónico o fax).

La combinación de estas técnicas de investigación ha permitido obtener una visión global del posicionamiento de la sociedad balear ante la responsabilidad social empresarial.

Control y validación

Los cuestionarios han sido sometidos a unos estrictos controles de calidad realizados por el equipo técnico durante todo el proceso de la investigación; se ha efectuado una prueba piloto para evitar cualquier contradicción a las respuestas y se ha verificado cada una de las encuestas hechas.

Perspectiva de género en la investigación

Para la realización de este estudio se ha aplicado la perspectiva de género. En este sentido, ha sido una herramienta que ha permitido conocer las diferencias existentes entre hombres y mujeres e identificar los condicionamientos que se dan en el ámbito laboral y social.

Las discriminaciones observadas en la investigación serán tomadas en consideración para favorecer la igualdad de oportunidades, la cual, aplicada a la RSE, supone lograr una participación equilibrada de hombres y de mujeres.

La perspectiva de género en este estudio se ha tenido en cuenta en el establecimiento de los objetivos y de los criterios, en la recogida de información y en la comunicación:

- **Objetivos y criterios:** se ha tenido en cuenta el grado de participación de la mujer en las empresas, tanto en lo concerniente al número de trabajadoras por sector como en lo referente al cargo que ocupa.
- **Recogida de información:** para poder analizar las tendencias de cambio en las situaciones de desigualdad, todos los datos están desagregados por sexo. En las entrevistas en profundidad se ha insistido en la detección de estereotipos de género, de normas y de valores sociales que contribuyen a perpetuar el sistema de roles basados en la división sexual. Hay que destacar que el equipo técnico que ha hecho las entrevistas ha recibido formación específica para incorporar la perspectiva de género en la recogida y el tratamiento de la información.
- **Comunicación sensible al género:** se ha tenido especial cuidado en conseguir que todas las herramientas de investigación así como los materiales elaborados no hagan un uso sexista del lenguaje.

FICHA TÉCNICA

- **Ámbito territorial:** Islas Baleares
- **Ámbito temporal:** el trabajo de campo se ha desarrollado entre los días 18 de diciembre de 2007 y 22 de abril de 2008
- **Objetivo:** determinar el grado de sensibilización existente en la sociedad balear en torno a la responsabilidad social empresarial
- **Universo de estudio:** la ciudadanía, el sector empresarial y sindical y otras entidades colectivas y sociales de las Islas Baleares
- **Diseño de la muestra:** se ha diseñado una muestra diferente para cada colectivo para analizar, tal como se especifica a continuación.

Ciudadanía

- Se han hecho 333 encuestas telefónicas válidas administradas en el domicilio de las personas entrevistadas, con un cuestionario estructurado.
- Márgenes de error, para resultados globales, de $\pm 5,4\%$, para un nivel de confianza del 95,5% en que $p=q=50$ y $k=2$.
- La selección de los domicilios de la población se ha llevado a cabo de manera aleatoria.
- Las personas entrevistadas han sido seleccionadas según cuotas de sexo, de edad y de territorio. Las cuotas de sexo y de edad se han establecido de acuerdo con la distribución real de estas variables en la total de la población, mientras que en la de territorio se han seguido criterios de proporcionalidad.
- Se ha inspeccionado y verificado el 100% de los cuestionarios efectuados.

Comités de empresa y sindicatos

- Se han seleccionado once empresas de las Islas Baleares: Iberostar, Globalia, Camper, Sol Meliá, RIU, Futura, Cemex, Dielectro Balear, Endesa, Tirme y Majorica. Se han realizado 94 encuestas personales a integrantes de sus comités de empresa.
- Se han llevado a cabo cuatro entrevistas en profundidad a representantes de las organizaciones sindicales UGT, CCOO, USO y CGT.
- La selección de las personas para encuestar se ha efectuado de manera aleatoria, sin cumplir ninguna cuota previa pero garantizando la representación tanto de personas del colegio de técnicos y administrativos como de miembros de trabajadores especialistas y no cualificados.
- Se ha inspeccionado y verificado el 100% de los cuestionarios efectuados.

Empresas públicas

- Se han realizado cinco entrevistas en profundidad a responsables de empresas públicas de las Islas Baleares.
- Se ha desarrollado un grupo de discusión con seis responsables de empresas públicas dependientes de las consejerías de Movilidad y Ordenación del Territorio, Salud y Consumo, Medio Ambiente, Vivienda y Obras Públicas y Agricultura.

Empresas privadas

- Se han hecho 680 encuestas telefónicas válidas.
- Márgenes de error, para resultados globales, de $\pm 3,7\%$, para un nivel de confianza del 95,5% en que $p=q=50$ y $k=2$.
- Se han efectuado 23 entrevistas a personas con capacidad de decisión en materia de RSE dentro la empresa (propietarios, gerentes o responsables de recursos humanos).
- La selección de las empresas se ha llevado a cabo de manera aleatoria, pero siguiendo cuotas de tamaño de la empresa y de sector económico. Se ha tenido en cuenta para el análisis la ubicación geográfica de la empresa y el hecho de que estuviese dirigida por un hombre o por una mujer.
- Las personas entrevistadas han sido seleccionadas en función de su cargo en la empresa ya que debían tener poder de decisión en materia de RSE, como propietarias o propietarios, gerentes o responsables de recursos humanos.
- Se han desarrollado cuatro grupos de discusión: dos en Mallorca, uno en Ibiza y otro en Menorca.

Grupos de interés

Se han realizado 21 entrevistas en profundidad a entidades de relevancia social de las Islas Baleares.

Tamaño	Número de encuestas	Porcentaje de distribución
Hasta 10	255	37,5%
11-50	255	37,5%
51-100	60	8,8%
101-249	60	8,8%
250 y +	50	7,4%
TOTAL	680	100

Sector	Número de encuestas	Porcentaje de distribución
Industria	100	14,7
Construcción	100	14,7
Comercio	100	14,7
Hostelería	100	14,7
Otros servicios	280	41,2
TOTAL	680	100

RESUMEN DE LA MUESTRA

<i>Colectivos/grupos</i>	<i>Entrevistas profundidad</i>	<i>Encuestas telefónicas</i>	<i>Encuestas autogestionadas</i>	<i>Grupos de discusión</i>
Población		(margen error \pm 5,4%, nivel de confianza del 95,5%, en qué $p=q=50$ y $k=2$) 333		
Empresas públicas	5			1
Empresas internacionalizadas	8			
Empresas privadas				4
Grandes empresas (>250 trabajadores)	5	(margen error \pm 3,7%, nivel de confianza del 95,5%, en qué $p=q=50$ y $k=2$) 50		
PIME (51-249 trabajadores)		120		
PIME (<50 trabajadores)	5	510		
Confederaciones empresariales	2			
Comités de empresa			94	
Asociaciones empresariales	6			
Cámaras de comercio	3			
Sindicatos	4			
Organizaciones de personas consumidoras	2			
Organizaciones sociales	5			
Medios de comunicación	3			
TOTAL	48	1.013	94	5

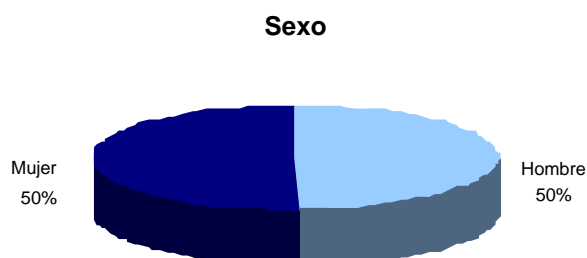
INFORME DE RESULTADOS

1. PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA

1.1. Perfil de las personas entrevistadas

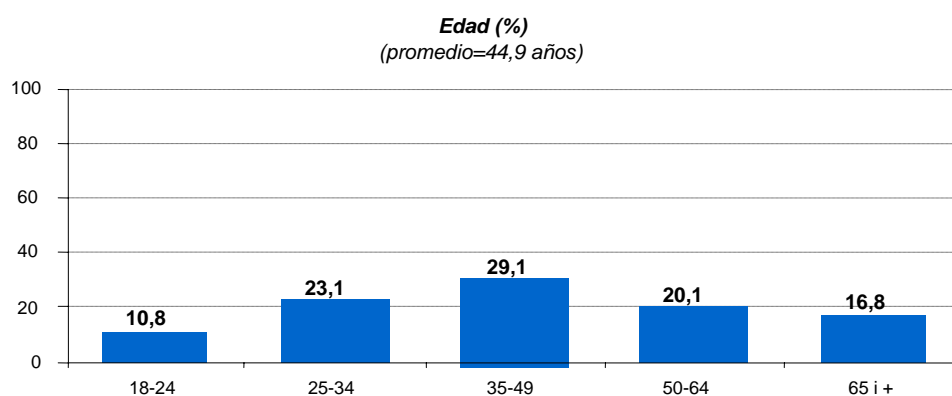
Sexo de la persona entrevistada

Siguiendo la distribución real de las variables de sexo y de edad entre el conjunto de la población, la mitad de las personas entrevistadas han sido hombres (50%) y la otra mitad, mujeres (50%).



Edad

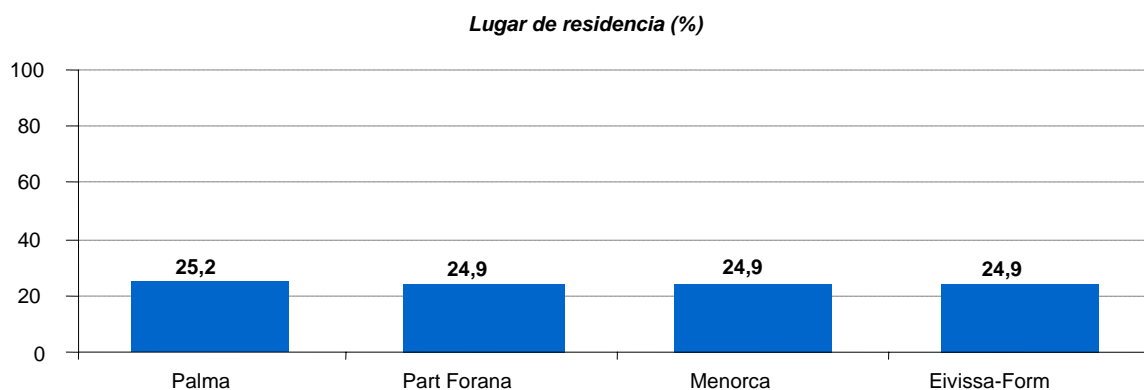
La media de edad ha sido de 44,9 años. Por tramos, el 10,8% de la ciudadanía encuestada tenía entre 18 y 24 años; el 23,1%, entre 25 y 34 años; el 29,1%, entre 35 y 49 años; el 20,1%, entre 50 y 64 años, y el 16,8% restante, 65 o más años.



Lugar de residencia

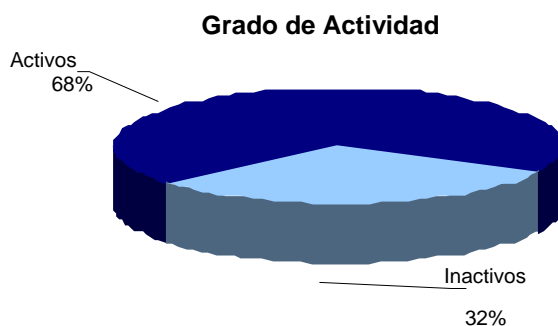
La distribución de la muestra por territorio se ha hecho siguiendo criterios de proporcionalidad al objeto de poder tener una mínima muestra representativa para cada una de las zonas geográficas: Palma, part forana, Menorca e Ibiza y Formentera.

Así, el 50% de las encuestas se han realizado en Mallorca (la mitad en Palma ciudad y la otra mitad en la part forana); un 24,9%, en Menorca, y el 24,9% restante, en Ibiza y Formentera.



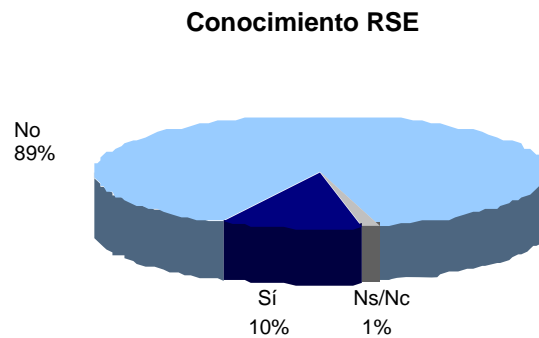
Grado de actividad

En lo referente al grado de actividad, el 68% de las personas entrevistadas actualmente están en activo (trabajadores y trabajadoras, personas en situación de paro). El 32% restante han sido personas inactivas (estudiantes, personas jubiladas o pensionistas y gente que se dedica a las tareas de la casa).



1.2. Conocimiento y valoración de la RSE

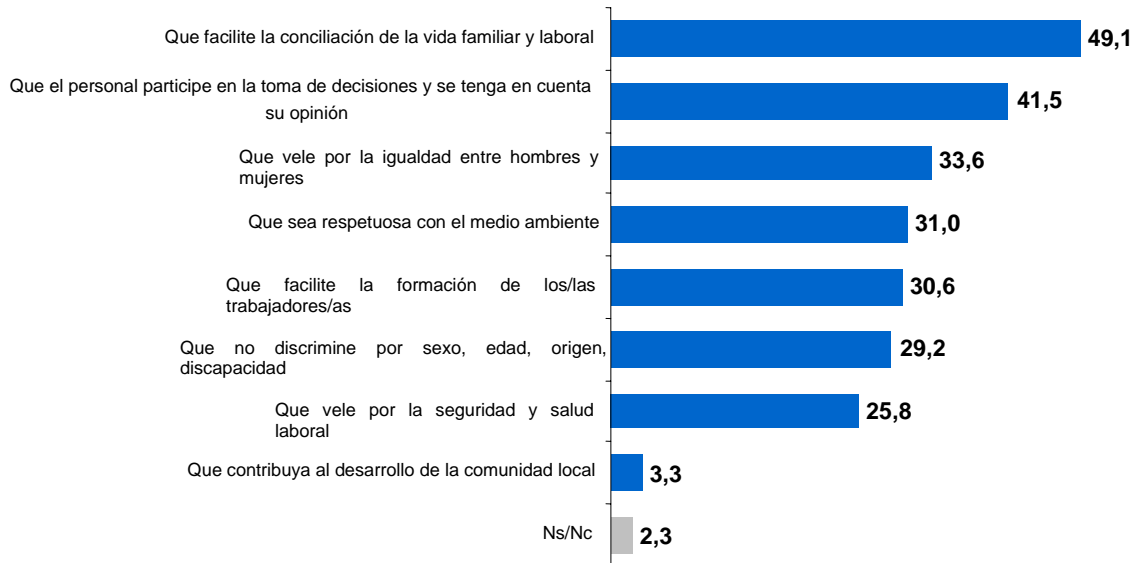
La gran mayoría de la ciudadanía de las Islas Baleares (89%) no identifica el concepto de la responsabilidad social empresarial (RSE); únicamente un 10% manifiesta que lo conoce.



Independientemente de que conozcan o no el concepto de RSE, cuando se enumeran medidas, sí que las valoran y se posicionan al respecto. Así, cuando se plantea a la ciudadanía cuáles son los aspectos que más valoran en una empresa, realizan una clara priorización:

- **La medida de RSE a la que se da más importancia en una empresa es la facilitación de la conciliación de la vida familiar y la laboral.** Prácticamente la mitad de las menciones (49,1%) se hacen en este sentido. Las mujeres y las personas de una edad entre 25 y 50 años son las que más la destacan como medida prioritaria.
- Por otro lado, el 41,5% valora el hecho de **permitir a las trabajadoras y a los trabajadores que participen en la toma de decisiones y de tener en cuenta su opinión.** Un 33,6% apuesta para que **se vele por la igualdad entre los hombres y las mujeres.** Asimismo, existe una serie de medidas que reciben un apoyo similar, como: que la empresa sea respetuosa con el medio ambiente (31%), que facilite la formación del personal (30,6%) y que no discrimine por razón de sexo, edad, origen o discapacidad (29,2%).

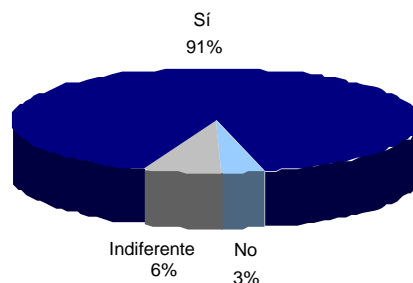
Aspectos que valora más en una empresa (%)



1.3. Preferencia de consumo de empresas socialmente responsables

La ciudadanía de las Islas Baleares es una “potencial” consumidora responsable ya que otorga mucha importancia al hecho de que las empresas productoras adopten medidas de RSE. Ahora bien, se debe hablar de *potencial* y no de *real* porque en la mayoría de los casos la ciudadanía **no dispone de la información suficiente** para conocer el comportamiento de las empresas, por lo que le resulta difícil consumir de acuerdo con estos principios. La gran mayoría de la ciudadanía (91%) comenta que, en igualdad de precio y de calidad, escogería consumir productos o servicios de empresas socialmente responsables. Tan sólo el 3% no lo tendría en cuenta.

Preferencia por consumir productos o servicios de empresas socialmente responsables



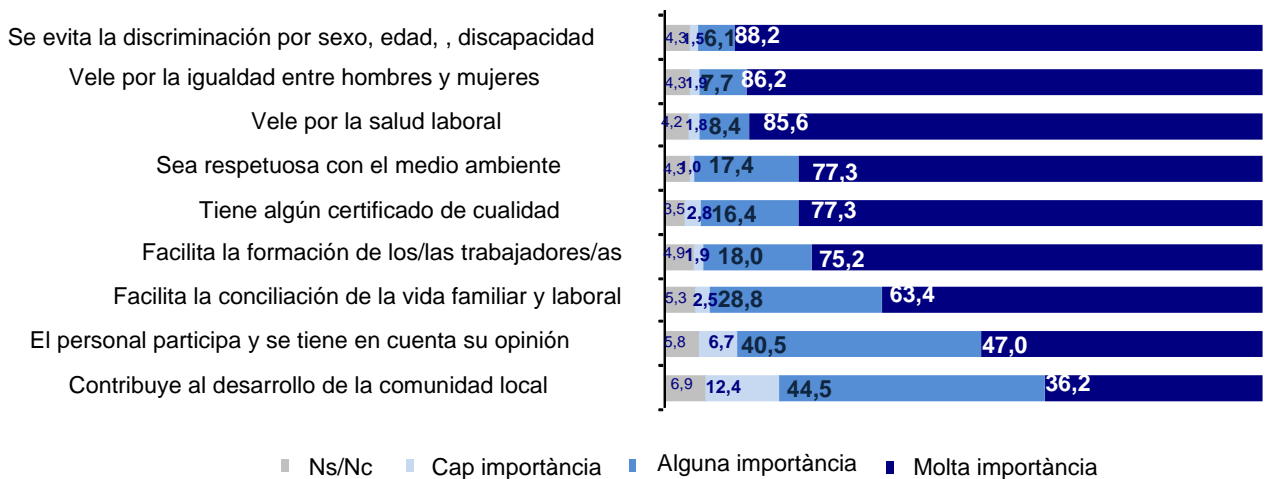
Desde el punto de vista de las asociaciones de personas consumidoras se percibe que la ciudadanía empieza a cambiar las pautas y se inclina hacia un consumo responsable. De todos modos, se reconoce que aún se valora más el precio del producto.

Los datos recogidos sobre la importancia que la ciudadanía da a la responsabilidad social empresarial dejan ver el grado de sensibilización que, desde el punto de vista social, adquiere el tema, ya que un 62,7% opina que es muy importante que las empresas adopten este tipo de medidas.

La ciudadanía, como consumidora, y las organizaciones de personas consumidoras valoran de las empresas:

- que eviten la discriminación por razón de sexo, edad, origen o discapacidad (88,2%);
- que velen por la igualdad entre los hombres y las mujeres (86,2%);
- que velen por la salud laboral (85,6%), y
- que sean respetuosas con el medio ambiente y tengan alguien que disponga de una certificación de calidad (77,3%).

Importancia atribuida por la persona consumidora si la empresa adopta medidas de RSE (%)



1.4. Posicionamiento ante la Administración Pública

1.4.1. Aspectos que el Gobierno de las Illes Balears, a través de la Direcció General de Responsabilidad Social Corporativa, debería priorizar en la empresa

Los aspectos que la ciudadanía considera que el Gobierno de las Illes Balears, por medio de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa, debería priorizar a la hora de regular las disposiciones en materia de RSE son:

<i>Aspectos que el Gobierno de las Illes Balears debería priorizar en la empresa</i>	<i>TOTAL %</i>
Promoción del respeto al medio ambiente	49,2
Promoción de la conciliación de la vida familiar y la laboral	47,1
Promoción de la formación del personal	34,5
Promoción de la igualdad entre los hombres y las mujeres	27,7
Promoción de la no-discriminación por razón de sexo, edad, origen o discapacidad	25,1
Promoción del diálogo/consulta entre la empresa y su personal, clientes y proveedores	23,4
Promoción del compromiso empresarial para el desarrollo de la comunidad local	7,2
No lo sabe / no contesta	2,1

1.4.2. Aspectos que tiene que cumplir la Administración Pública de manera prioritaria

Así como el apartado anterior se refiere a los aspectos que el Gobierno de las Illes Balears debería priorizar al regular las disposiciones en materia de RSE, en este otro se quiere evaluar los **ítems que la Administración Pública ha de cumplir internamente de manera prioritaria.**

En este sentido, el 41,3% de la ciudadanía opina que la Administración debe velar por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y trabajadoras y el 39% piensa que ha de respetar el medio ambiente.

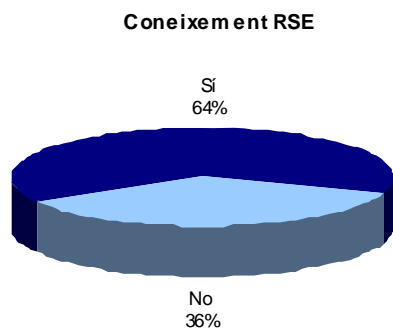
Por otra parte, el 37,3% valora la transparencia en la información dirigida a las personas usuarias y el 37,2% piensa que se debe priorizar el hecho de que en el momento de contratar servicios o productos se haga con empresas socialmente responsables.

<i>Acciones de responsabilidad social que tiene que cumplir la Administración Pública</i>	<i>TOTAL%</i>
Mejorar la calidad de vida de los trabajadores y de las trabajadoras	41,3
Respetar el medio ambiente	39,0
Garantizar la transparencia en la información dirigida a las personas usuarias	37,3
En el momento de contratar servicios o productos, hacerlo con empresas socialmente responsables	37,2
Cumplir con los mismos criterios de RSE que la empresa privada	8,4
No lo sabe / no contesta	2,0

2. PERCEPCIÓN DE LOS COMITÉS DE EMPRESA Y SINDICATOS

2.1. Conocimiento del concepto de RSE

El concepto de RSE es sobradamente conocido entre la gente que forma los comités de empresa. Prácticamente dos terceras partes lo identifica; de hecho, de todos los colectivos encuestados son los que en mayor medida conocen la RSE.

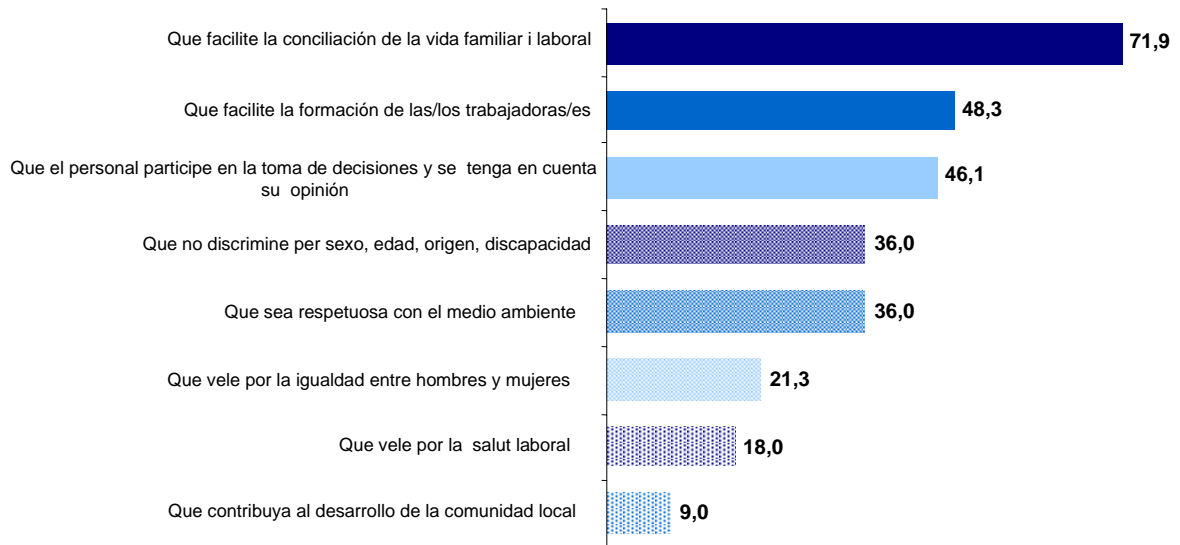


2.2. Aspectos más valorados en una empresa

La medida de RSE que más valoran los comités de empresa es el hecho de facilitar la conciliación de la vida familiar y la laboral (71,9%).

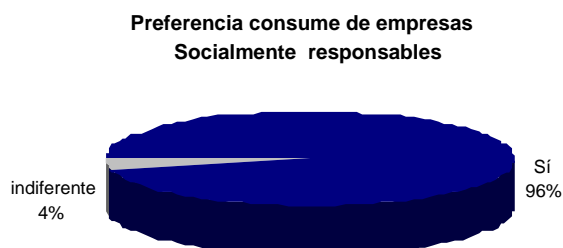
En un segundo nivel, se valoran dos aspectos: por una parte, que se facilite la formación de las personas trabajadoras (48,3%) y, por otra, que el personal participe en la toma de decisiones y que se tenga en cuenta su opinión (46,1%).

Aspectos más valorados en una empresa



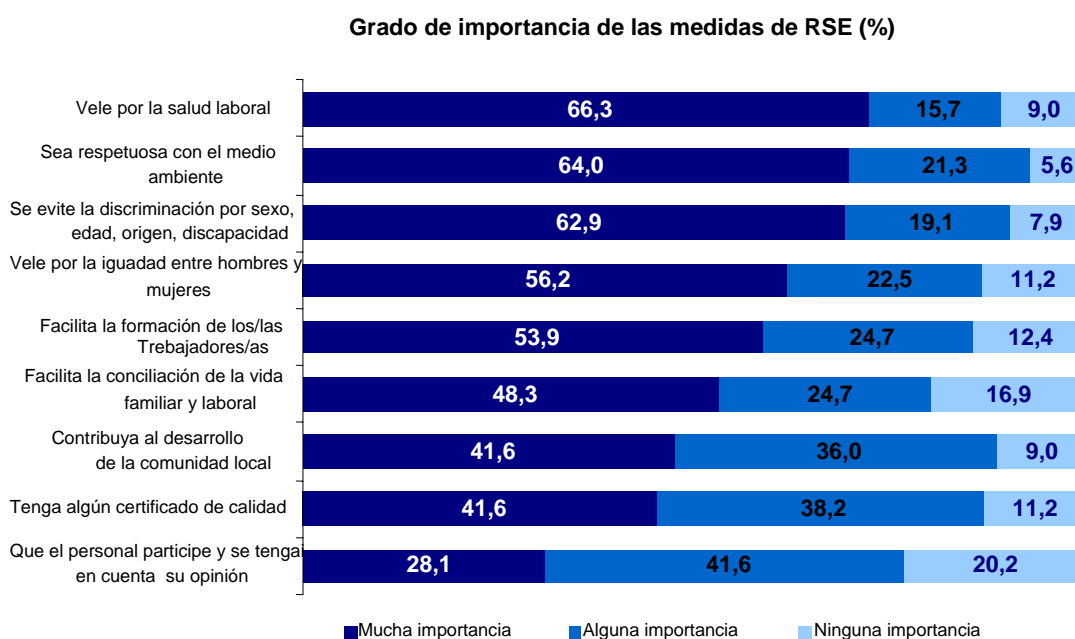
2.3. Preferencia de consumo de empresas socialmente responsables

La grande mayoría de personas integrantes de los comités de empresa de las grandes empresas analizadas (96%) afirma que en igualdad de precio y de condiciones prefiere consumir productos de empresas socialmente responsables.



Como personas consumidoras, **los representantes de los sindicatos** apuestan claramente por productos o servicios procedentes de empresas socialmente responsables, siempre que, respeto de otras empresas, se cumplan unas mismas condiciones de igualdad en el precio y en la calidad.

Al fijarse en las empresas productoras, a lo que dan más importancia es al hecho de que velen por la seguridad y la salud laboral de sus trabajadores y trabajadoras (66,3%), que sean respetuosas con el medio ambiente (64%) y que eviten la discriminación por razón de sexo, de edad, de origen o de discapacidad (62,9%).

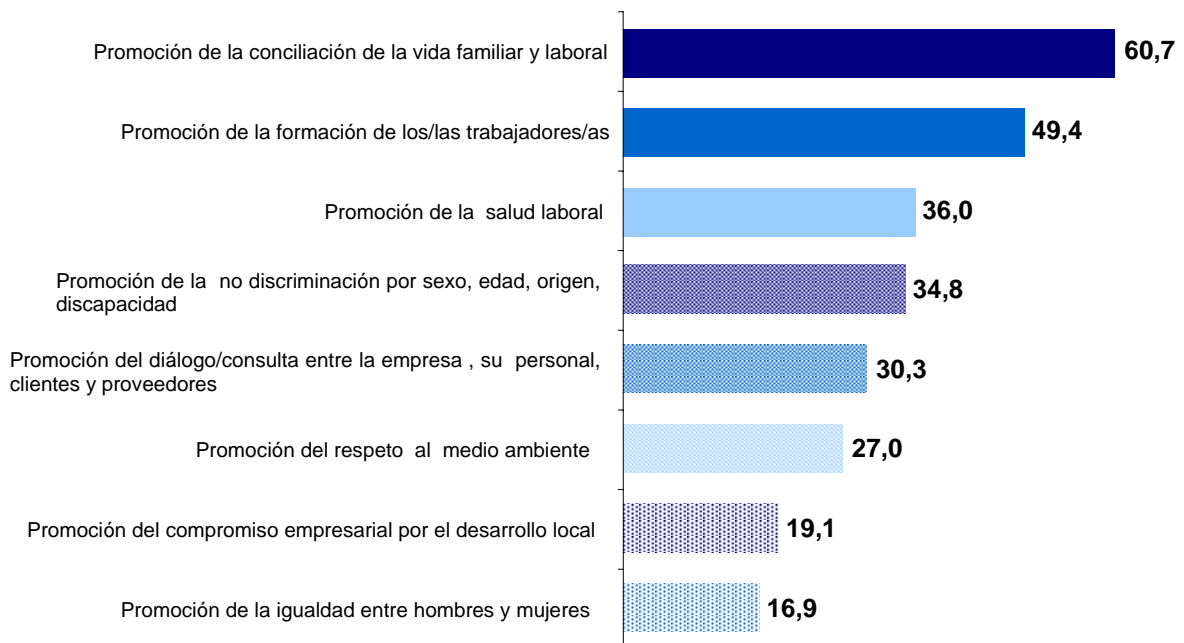


2.4. Posicionamiento ante la Administración Pública

2.4.1. Aspectos que debería promover la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa

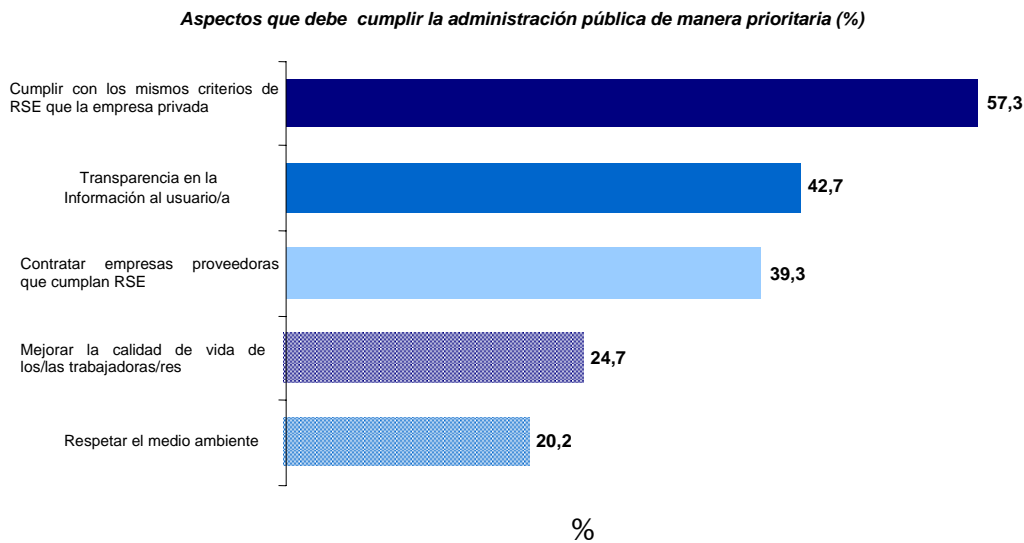
La principal demanda que hacen los miembros de los comités de empresa a la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa es que priorice las medidas a favor de la conciliación de la vida familiar y la laboral (60,7%).

Aspectos que debe de promover la DG de RSE (%)



2.4.2. Acciones de responsabilidad social que debería desarrollar la Administración Pública de manera prioritaria

Una gran mayoría (57,3%) opina que la Administración pública debería cumplir los mismos criterios de RSE que el sector privado. En el momento de priorizar, el 42,7% reclama transparencia en la información a las personas usuarias y el 39,3% opina que la Administración, al contratar servicios o productos, lo debería hacer con empresas socialmente responsables.



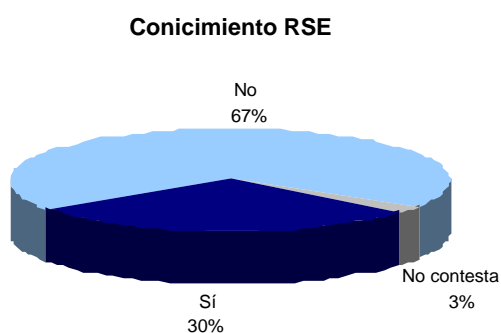
Los **sindicatos** son muy críticos en materia de RSE en las empresas; coinciden en que para hablar de responsabilidad social empresarial en las Baleares hay que hacer cumplir, en primer lugar y de manera improrrogable, las leyes en materia de riesgos laborales, derechos laborales, igualdad entre hombres y mujeres e integración de personas con discapacidad.

Opinan que la aplicación de medidas de RSE en las grandes empresas se llevan a cabo de cara al prestigio social, pero perciben que los costes que dichas medidas suponen al empresariado son la principal barrera para aplicarlas.

3. PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIADO

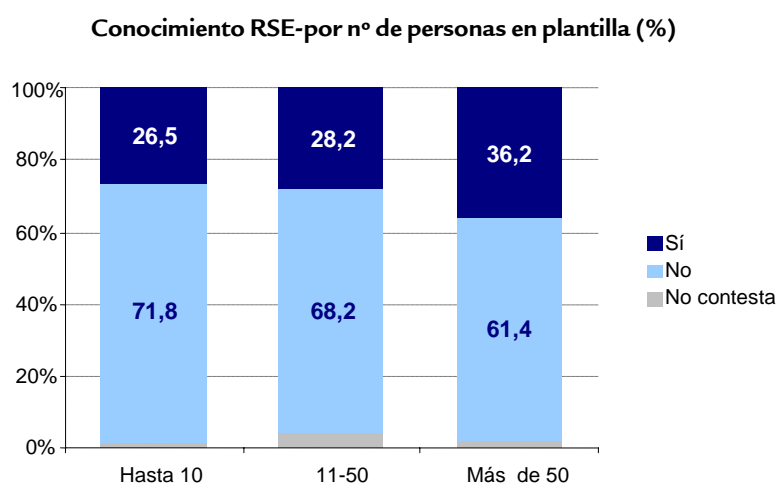
3.1. Conocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial

La mayoría de las 680 personas responsables de las empresas de las Islas Baleares que han sido encuestadas no conocen el concepto de responsabilidad social empresarial.

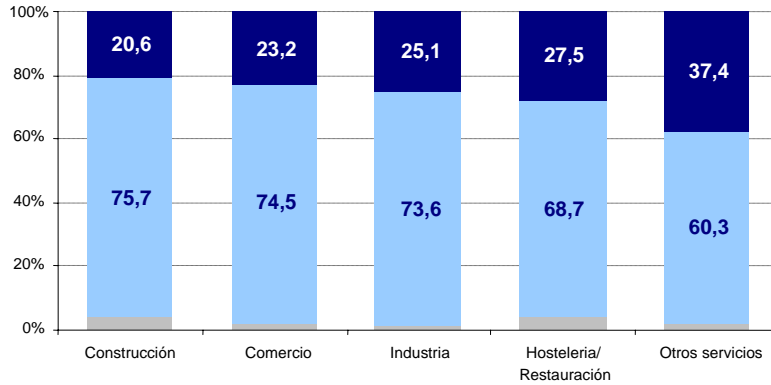


3.1.1. Conocimiento según el número de trabajadoras y trabajadores de la empresa

Los y las responsables de las entidades mayores están más familiarizados que los de las más pequeñas. Así, mientras que en las organizaciones en las que la plantilla está integrada por menos de 10 personas el grado de conocimiento de la RSE es del 26,5%, en las empresas que tienen entre 11 y 50 personas trabajadoras el grado de conocimiento aumenta hasta el 28,2%; aún es más elevado entre los cuerpos directivos de las empresas de más de 50 personas —en este caso, es del 36,2%.



Conocimiento RSE por número de personas en plantilla



Conocimiento RSE por sector de actividad

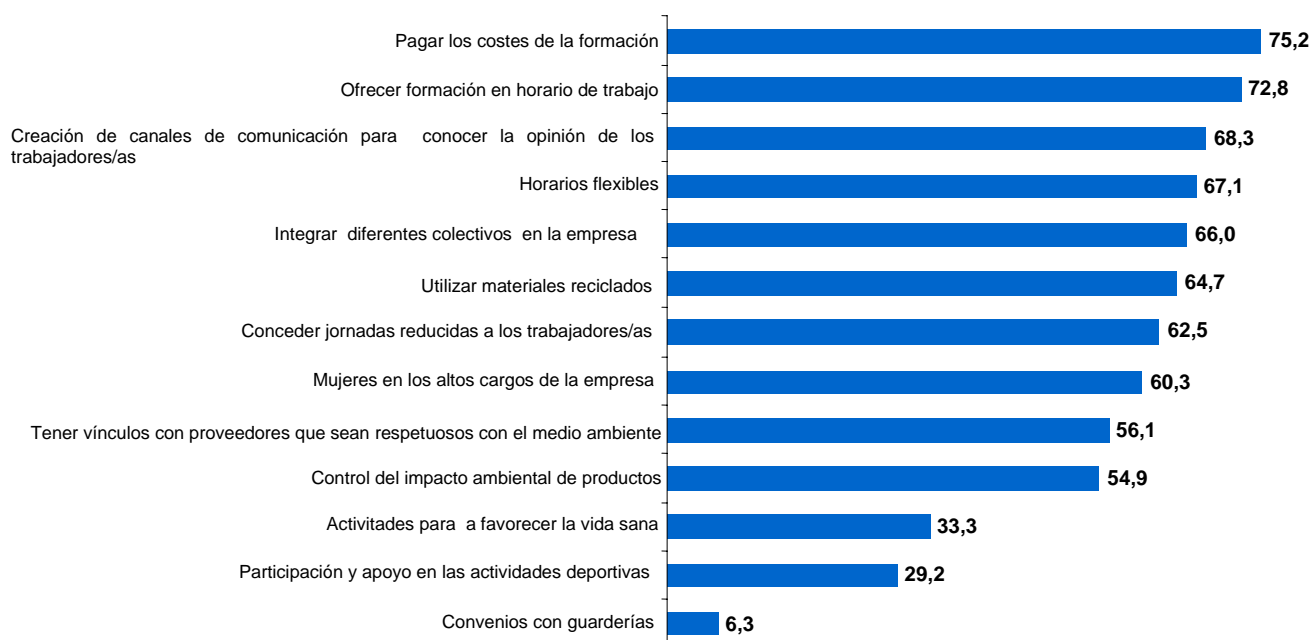
3.2. Medidas de RSE que se aplican a las empresas de las Islas Baleares

De la pregunta al empresariado sobre qué medidas de RSE aplica en sus empresas, se desprende una lista muy larga, con diferentes grados.

En cualquier caso, las medidas más aplicadas son, sin ningún tipo de duda, las que tienen que ver con la formación del personal de la empresa. Y es que el 75,2% de las empresas participantes expresa que paga los costes de la formación de su personal y el 73%, que ofrece formación en horario de trabajo.

En un segundo nivel, se da una cierta sensibilización a la hora de aplicar medidas relacionadas con la mejora de los canales de comunicación entre el personal y la dirección (68,3%), así como con el hecho de ofrecer flexibilidad de horarios (67,1%).

Medidas que más se aplican en las empresas (%)



3.2.1. Medidas de RSE que más se aplican según el sector económico

Se observa que hay una tendencia a aplicar un grado más elevado de medidas de responsabilidad social en los sectores del turismo y de servicios. En el sector del turismo, precisamente, se observa que hay tendencia a tener en cuenta una diversidad más amplia en la plantilla.

Medidas que más se aplican por sector económico (%)

	Construcción	Comercio	Industria	Hostelería y restauración	Otros servicios
Formación en horario de trabajo	70,6	73,9	56,1	79,3	76,8
Pago de los costes de formación	67,8	79,7	65,2	76,7	79,1
Creación de canales de comunicación para conocer la opinión de la plantilla	64,0	59,7	64,7	74,8	71,9
Horarios flexibles	65,4	55,4	63,7	64,3	74,1
Integración de gente de diferentes colectivos	60,4	64,9	57,5	81,3	66,0
Utilización de materiales reciclados	65,9	62,5	55,9	66,0	67,8
Concesión de jornadas reducidas al personal	59,3	49,9	55,4	64,3	70,1
Mujeres entre los altos cargos de la empresa	47,7	47,8	55,2	74,6	66,0
Vínculos con proveedores respetuosos con el medio ambiente	55,5	52,7	52,3	57,4	58,5
Control del impacto medioambiental de los productos	58,0	47,3	47,2	63,8	56,0
Actividades para favorecer la vida sana	33,2	16,8	27,1	45,4	37,0
Participación y apoyo en actividades culturales/deportivas	21,7	25,7	28,6	34,2	31,6
Convenios con guarderías	6,7	0,0	6,6	6,8	8,1
Base	100	100	100	100	280

3.2.2. Medidas de RSE que más se aplican según el tamaño de la empresa

Se ha detectado que entre las empresas más grandes se da una tendencia mayor a aplicar medidas de responsabilidad social.

Medidas que más se aplican por tamaño de la empresa (%)

	Hasta 10	11-50	Más de 50
Formación en horario de trabajo	63,3	73,8	85,5
Pago de los costes de formación	63,8	77,6	88,5
Creación de canales de comunicación para conocer la opinión de la plantilla	69,9	66,9	67,9
Horarios flexibles	71,6	60,0	71,0
Integración de gente de diferentes colectivos	52,0	66,9	85,9
Utilización de materiales reciclados	62,0	63,8	70,2
Concesión de jornadas reducidas al personal	52,1	61,2	80,2
Mujeres entre los altos cargos de la empresa	56,1	53,1	77,3
Vínculos con proveedores respetuosos con el medio ambiente	49,6	55,1	67,5
Control del impacto medioambiental de los productos	45,8	54,6	68,7
Actividades para favorecer la vida sana	36,2	28,6	35,8
Participación y apoyo en actividades culturales/deportivas	25,0	26,3	39,8
Convenios con guarderías	4,5	5,6	10,0
Base	255	255	170

3.2.3. Medidas de RSE que más se aplican según la zona geográfica en la que se ubica la empresa

En relación con el tema de la formación, las empresas de **Mallorca** y de **Ibiza** parecen estar muy implicadas.

Se observa también, en cuanto a las medidas aplicadas por islas, que es en **Menorca** donde parece que hay una tendencia mayor para aplicar horarios flexibles.

Medidas que más se aplican por zona geográfica (%)

<i>Medidas que más se aplican, por zona geográfica</i>	<i>Mallorca</i>	<i>Menorca</i>	<i>Ibiza y Formentera</i>
Formación en horario de trabajo	75	66,5	91,8
Pago de los costes de formación	73,1	66,5	81,5
Creación de canales de comunicación para conocer la opinión de la plantilla	66,2	66,7	87,2
Horarios flexibles	65,6	73,2	69,8
Integración de gente de diferentes colectivos	68	56,5	67,2
Utilización de materiales reciclados	65,6	63,1	59,8
Concesión de jornadas reducidas al personal	61,1	67,4	64,5
Mujeres entre los altos cargos de la empresa	62,4	54,5	52,7
Vínculos con proveedores respetuosos con el medio ambiente	58	51,1	51,5
Control del impacto medioambiental de los productos	57,4	45,5	50,2
Actividades para favorecer la vida sana	34	25,7	42,1
Participación y apoyo en actividades culturales/deportivas	30	29	23,6
Convenios con guarderías	7,3	1	5,3
<i>Base</i>	<i>502</i>	<i>115</i>	<i>62</i>

3.2.4. Medidas de RSE que más se aplican según el sexo de la persona máxima responsable de la empresa

Si analizamos los datos en función de que la empresa esté dirigida por un hombre o por una mujer, se observará que **en las empresas dirigidas por mujeres hay un mayor grado de aplicación de todas las medidas de responsabilidad social empresarial comentadas en el estudio.**

<i>Medidas que más se aplican, por sexo de la persona máxima responsable</i>	<i>Persona máxima responsable</i>	
	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
Formación en horario de trabajo	74,9	76,9
Pago de los costes de formación	72,3	75,3
Creación de canales de comunicación para conocer la opinión de la plantilla	67,0	72,7
Horarios flexibles	65,9	74,8
Integración de gente de diferentes colectivos	64,4	73,0
Utilización de materiales reciclados	65,1	64,5
Concesión de jornadas reducidas al personal	62,2	62,4
Mujeres entre los altos cargos de la empresa	54,2	88,2
Vínculos con proveedores respetuosos con el medio ambiente	56,8	50,0
Control del impacto medioambiental de los productos	53,8	56,8
Actividades para favorecer la vida sana	32,4	36,6
Participación y apoyo en actividades culturales/deportivas	28,9	31,1
Convenios con guarderías	6,0	7,7
<i>Base</i>	554	108

3.3. Principales frenos al aplicar medidas de RSE

El hecho de no aplicar medidas de RSE no es gratuito; todo lo contrario, existe una lista de causas que el empresariado menciona como los **principales frenos** con los que se encuentran. Así, los que más destacan son:

- En primer lugar, la **falta de información de cómo poder aplicar medidas de RSE** (46,9%).
- En segundo lugar, el 44,6% alude a los elevados costes empresariales que representa la aplicación de este tipo de medida y al 44,4% le falta tiempo para implantar estas medidas. Igualmente, el 39,3% exige más apoyo institucional.

El empresariado de **Ibiza** y de **Menorca** afirma que la estacionalidad condiciona la aplicación de las medidas de responsabilidad social.

Principales frenos



Según el sector económico

Principales frenos, por sector económico	Construcción	Comercio	Industria	Hostelería y restauración	Otros servicios
Falta de información de cómo realizarlo	36,5	43,9	50,6	47,8	50,0
Elevados costes empresariales	53,5	41,2	37,8	43,4	45,6
Falta de tiempo para implantar nuevas medidas	44,4	44,1	36,1	40,4	49,0
Falta de apoyo institucional	32,8	34,8	36,8	41,0	43,6
Actitud conservadora o tradicional de la parte propietaria	15,7	26,1	20,2	24,3	26,8
Actitud negativa del personal	9,4	9,5	15,8	21,3	11,2
Causa conflictos entre el personal	8,0	7,3	10,1	6,5	7,3
No contesta	9,1	3,9	14,6	11,6	7,1
Base	100	100	100	100	280

3.4. Principales motivaciones al aplicar medidas de RSE

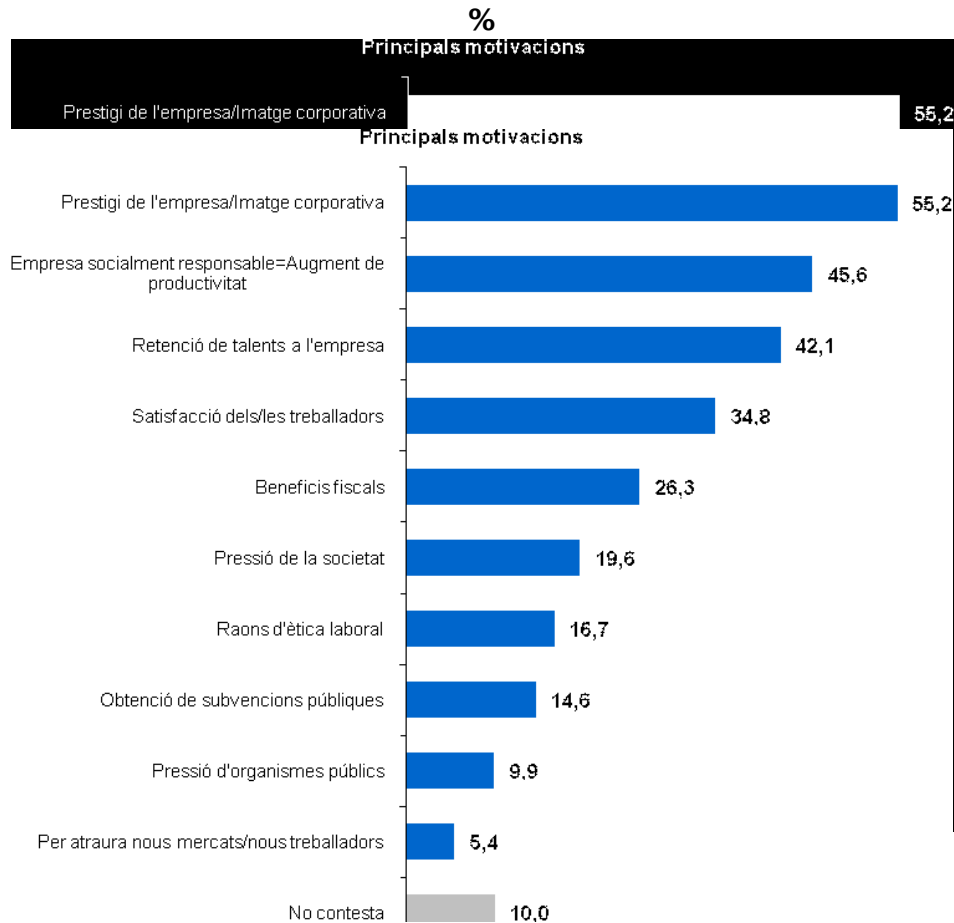
La opinión de una gran parte del empresariado (55,2%) concentra la principal motivación en **el prestigio y la imagen corporativa que proporciona a la empresa** la aplicación de estos tipos de medidas. Seguidamente, en porcentajes similares, se encuentra la relación que establece el empresariado entre la aplicación de estas medidas en **la productividad y la retención de talentos** en la empresa, con un 45,6% y un 42,1%, respectivamente.

El 35% manifiesta que las aplica para tener más satisfechos a los trabajadores y las trabajadoras.

Por otra parte, el 26,3% habla de los posibles beneficios fiscales que pueda obtener en la aplicación de este tipo de medidas.

Un 20% hace referencia a la presión que ejerce la sociedad para que las empresas tomen en consideración medidas de responsabilidad social, y un 17%, a razones éticas.

Finalmente, un 14,6% reconoce que aplica medidas de RSE para poder obtener subvenciones públicas; un 10%, por la presión de organismos públicos, y un 6%, para poder atraer nuevos mercados o nuevo personal trabajador.



3.4.1. Principales motivaciones por sector económico

La opinión del empresariado, en cuanto a las motivaciones al adoptar medidas de RSE, se desglosa, por sector económico, en la siguiente tabla:

Principales motivaciones, por sector económico	Construcción	Comercio	Industria	Hostelería y restauración	Otros servicios
Prestigio de la empresa e imagen corporativa	44,2	51,5	56,0	53,1	60,9
Empresa socialmente responsable = aumento de la productividad	35,1	48,2	35,4	55,9	48,3
Retención de talentos en la empresa	34,7	39,2	30,0	44,3	49,4
Satisfacción del personal	29,9	35,0	28,4	29,9	40,6
Beneficios fiscales	22,2	21,9	18,1	27,9	31,6
Presión de la sociedad	16,7	9,1	8,1	25,6	26,3
Razones de ética laboral	16,5	21,0	10,5	15,5	18,0
Obtención de subvenciones públicas	12,0	11,2	11,5	17,0	16,9
Presión de organismos públicos	7,7	5,9	6,6	10,0	13,2
Atracción de nuevos mercados y/o nuevas personas trabajadoras	10,7	5,9	2,3	2,7	5,5
No contesta	17,8	14,6	10,2	10,4	5,2
Base	100	100	100	100	280

3.4.2. Principales motivaciones por tamaño de la empresa

Son las empresas medianas y las grandes las que creen que el empresariado está principalmente motivado para aplicar medidas de RSE porque, además de dar prestigio a la empresa, se produce un aumento de la productividad y se retienen los talentos.

Principales motivaciones, por tamaño de la empresa	Hasta 10	11-50	Más de 50
Prestigio de la empresa e imagen corporativa	49,7	54,1	65,0
Empresa socialmente responsable = aumento de la productividad	41,0	41,6	58,5
Retención de talentos en la empresa	32,3	42,3	56,8
Satisfacción del personal	30,6	32,3	44,8
Beneficios fiscales	22,1	21,5	39,6
Presión de la sociedad	17,3	13,8	31,6
Razones de ética laboral	9,2	17,6	26,9
Obtención de subvenciones públicas	9,6	10,3	28,3
Presión de organismos públicos	6,5	8,5	17,1
Atracción de nuevos mercados y/o nuevas personas trabajadoras	2,2	8,9	5,2
No contesta	13,3	10,2	4,6
Base	255	255	170

3.4.3. Principales motivaciones por zona geográfica

En este sentido, se observa que es en **Mallorca** donde el empresariado, en un mayor porcentaje (el 50%), está motivado por la convicción de que una empresa socialmente responsable repercute tanto en su prestigio —punto en el que coincide con **Menorca, Ibiza y Formentera**—, como en una mayor productividad.

<i>Principales motivaciones, por isla</i>	<i>Mallorca</i>	<i>Menorca</i>	<i>Ibiza y Formentera</i>
Prestigio de la empresa e imagen corporativa	56,1	51,1	53,8
Empresa socialmente responsable = aumento de la productividad	50,0	31,3	34,9
Retención de talentos en la empresa	43,9	32,2	44,8
Satisfacción del personal	38,6	20,8	31,0
Beneficios fiscales	37,4	26,8	10,6
Presión de la sociedad	30,0	13,7	20,4
Razones de ética laboral	21,4	18,8	6,5
Obtención de subvenciones públicas	19,5	11,2	5,1
Presión de organismos públicos	17,3	9,0	2,9
Atracción de nuevos mercados y/o nuevas personas trabajadoras	10,2	10,6	6,4
No contesta	4,8	8,3	5,3
<i>Base</i>	502	115	62

3.4.4. Principales motivaciones según el sexo de la persona máxima responsable

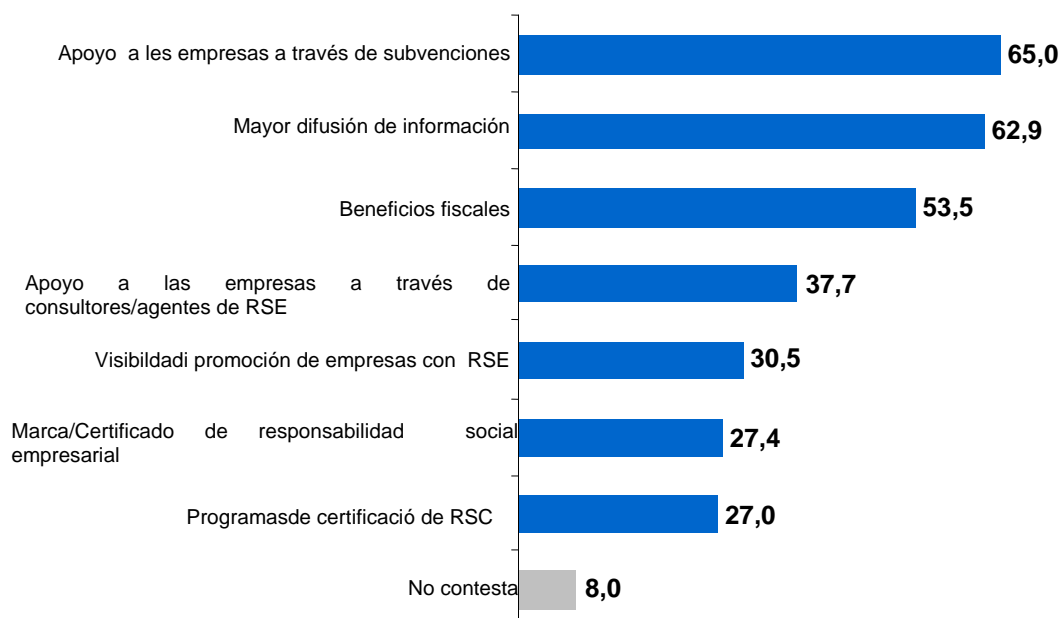
Al desagregar por sexo de la persona máxima responsable de la empresa las motivaciones que tiene el empresariado por aplicar medidas de responsabilidad social, se observa que las mujeres concentran su motivación (62,2%), en un porcentaje mayor que el de los hombres (53,2%), en el prestigio y, en un 49,7%, en la productividad.

<i>Principales motivaciones, por sexo de la persona máxima responsable</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
Prestigio de la empresa e imagen corporativa	53,2	62,2
RSE=productividad	43,6	49,7
Retención de talentos en la empresa	42,4	39,6
Satisfacción de los trabajadores y de las trabajadoras	32,7	38,8
Beneficios fiscales	26,4	24,1
Presión de la sociedad	20,7	14,9
Razones de ética laboral	16,5	15,1
Obtención de subvenciones públicas	14,3	15,4
Presión de organismos públicos	10,5	8,6
Atracción de nuevos mercados y/o nuevas personas trabajadoras	5,3	7,0
No contesta	10,6	8,5
<i>Base</i>	554	108

3.5. Papel que debe adoptar la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa

Cuando se pide al empresariado qué papel cree que debe adoptar la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa para promover la implantación de medidas de RSE en las empresas, se deben comentar diversas cuestiones: por una parte, hay dos aspectos prioritarios –demanda de apoyo a las empresas a través de subvenciones (65%) y de beneficios fiscales (54%)–; por otra, se considera que se debería hacer más difusión de la información sobre cómo una empresa puede ser socialmente responsable (62,9%).

Paper que ha d'adoptar la DG de RSC



Según el sector empresarial

Papel de la DGRSC por sector económico	Construcción	Comercio	Industria	Hostelería y restauración	Otros servicios
Apoyo a las empresas mediante subvenciones	64,5	69,6	60,7	67,6	64,1
Más difusión de información	55,5	57,8	62,1	62,7	67,7
Beneficios fiscales	56,5	59,5	43,1	47,0	56,3
Apoyo a las empresas mediante consultores o consultoras y/o agentes de RSE	35,4	24,2	36,3	46,3	40,9
Visibilidad y promoción de empresas RSE	17,7	24,2	23,4	38,5	37,0
Marca/certificación de RSE	20,0	22,1	21,8	31,9	32,4
Programas de certificación de RSE	18,5	29,3	19,0	28,4	31,6
No contesta	11,7	7,5	7,0	9,9	6,6
Base	100	100	100	100	280

Según el tamaño de la empresa

Papel de la DGRSC por tamaño de la empresa	Hasta 10	11-50	Más de 50
Apoyo a las empresas mediante subvenciones	59,0	65,0	74,0
Más difusión de información	58,0	64,8	67,5
Beneficios fiscales	48,7	52,7	61,7
Apoyo a las empresas mediante consultores o consultoras y/o agentes de RSE	33,6	36,4	46,1
Visibilidad y promoción de empresas RSE	23,1	29,5	43,0
Marca/certificación de RSE	20,6	27,5	37,6
Programas de certificación de RSE	22,9	25,4	35,5
No contesta	7,1	12,0	3,4
Base	255	255	170

Según la zona geográfica

<i>Papel de la DGRSC, por zona geográfica</i>	<i>Mallorca</i>	<i>Menorca</i>	<i>Ibiza y Formentera</i>
Apoyo a las empresas mediante subvenciones	64,6	70,7	56,6
Más difusión de información	64,1	55,3	66,4
Beneficios fiscales	55,4	43,3	55,7
Apoyo a las empresas mediante consultores o consultoras y/o agentes de RSE	39,7	33,6	30,9
Visibilidad y promoción de empresas RSE	34,0	17,8	26,4
Marca/certificación de RSE	31,1	15,8	17,3
Programas de certificación de RSE	29,2	17,9	23,7
No contesta	9,1	6,5	2,4
<i>Base</i>	502	115	62

4. PERCEPCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

4.1. Confederaciones empresariales: CAEB y PIMEB

4.1.1. *Conocimientos o servicios sobre responsabilidad social empresarial*

La Confederación de Asociaciones de Empresas de Baleares (CAEB) manifiesta que lleva a cabo un servicio de atención personalizada a las empresas para implantar algunas de las medidas de RSE y enfatiza que, en este sentido, ha de preservarse el carácter de voluntariedad, sin llegar a ser un imperativo legal, ya que deben respetarse las actitudes de las empresas.

La Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Mallorca (PIMEM) también desarrolla una tarea de información sobre RSE, principalmente a través de su revista. Manifiesta que hay un gran desconocimiento sobre el tema y que parte del empresariado aplica medidas de RSE sin difundirlas.

4.1.2. *Percepción del grado de implicación de las empresas: Frenos y motivaciones*

Las PYMES no consideran la aplicación de medidas de RSE como una necesidad, aunque reconocen su importancia. La protección del medio ambiente es el tema sobre el que se tiene más conocimiento o al que se les presta más atención.

Los principales frenos a los que alude la pequeña empresa son el escaso número de trabajadores y trabajadoras, la inversión inicial para aplicar una u otra medida determinada y el sistema de trabajo ya implantado por tradición o cultura, a pesar de que hay una idea, no demasiado arraigada, de que la RSE comporta beneficios a largo plazo —como por ejemplo, menos absentismo, más eficacia y competitividad y mejora de la imagen corporativa.

La CAEB coincide en afirmar que aplicar medidas de RSE siempre implica invertir en recursos humanos y económicos y eso supone un reto que no todas las empresas están dispuestas a asumir.

4.1.3. Posicionamiento y medidas que están dispuestas a asumir en materia de RSE las empresas de las Baleares

- a) Participación de los empleados y de las empleadas en la toma de decisiones**
La CAEB intenta orientar en este sentido, pero manifiesta que todo depende de las dimensiones de la empresa y de su plan de actuación. Tanto PIMEM como CAEB coinciden en afirmar que son las grandes empresas las que están más organizadas en este tema.
- b) Medidas relacionadas con la conciliación de la vida familiar y laboral**
Tanto PIMEM como CAEB reconocen la dificultad a la que se enfrenta el sector de servicios para llevar a cabo la conciliación, a causa de la estacionalidad que sufren las Baleares —especialmente en las pequeñas empresas.
- c) Formación del personal: Costes dispuestos a asumir para la formación continua, la promoción y la permanencia de talentos**
La CAEB opina que en formación se ha avanzado mucho y que para implantar modelos de calidad, prevención y medio ambiente resulta esencial la formación de la plantilla. El volumen de trabajadores y trabajadoras que se forman actualmente es importante. PIMEM opina que los cuadros de formación continúan siendo rígidos para la pequeña empresa, ya que la oferta no se adapta a las necesidades reales. La formación está diseñada para el empleo, pero no para mejorar la competitividad.
- d) Igualdad entre hombres y mujeres**
A pesar de que en las mismas confederaciones se da igualdad de oportunidades, estas entidades coinciden en afirmar que en el mercado laboral balear no ocurre lo mismo. CAEB considera que en el ámbito de las empresas se está haciendo un esfuerzo en este sentido.
- e) Medidas para evitar la discriminación por razón de sexo, edad, origen y discapacidad**
Ambas confederaciones centran su opinión en la dificultad de las pequeñas empresas para incorporar personas con discapacidad.
- f) Medidas de promoción de la salud**

PIMEM reconoce un alto índice de siniestralidad en las pequeñas y medianas empresas. Ambas confederaciones afirman que el empresariado se esfuerza en la prevención y en mejorar la salud laboral.

g) Medidas de acción social, cultural y artística

Afirman que las empresas centran su participación en una labor de patrocinio de estas actividades, especialmente las PYMES, que patrocinan acontecimientos en los barrios donde se localiza su actividad.

h) Medidas relacionadas con el medio ambiente

CAEB afirma que la legislación de medio ambiente es complicada y difícil de cumplir, pero que a las empresas que por imperativo legal deben aplicarla, les aporta buenas prácticas. En este sentido, PIMEM alude a una participación en menor escala que en las grandes empresas.

i) Violencia de género: Medidas que están dispuestas a adoptar relativas a la salud y la seguridad de las mujeres víctimas de violencia de género

Existen empresas de CAEB que han acogido a mujeres con este problema y la experiencia ha resultado positiva. PIMEM manifiesta que es un tema que no suele tratarse en las empresas.

4.1.4. Opinión sobre el papel de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa en las Illes Balears.

PIMEM centra el trabajo de la Dirección General en una labor de información y asesoramiento, pero adaptada al tamaño de la empresa.

CAEB pone el acento también en la información, pero separa claramente las responsabilidades sociales que debe tener una empresa y las que pertenecen exclusivamente a la Administración pública. Centra el papel de motor de la RSE en la institución pública y no en la privada.

4.2. Cámaras de Comercio de Mallorca, Menorca e Ibiza

4.2.1. Conocimientos sobre responsabilidad social empresarial en las empresas

Las cámaras de Comercio coinciden en que el tema de la responsabilidad social empresarial aún no está inmerso en la estrategia empresarial. Confirman que la mayoría de consultas a las cámaras en este sentido son, sobretodo, de medio ambiente y de sostenibilidad en cuanto a las normativas y los plazos fijados.

4.2.2. Percepción del grado de implicación de las empresas: Frenos y motivaciones

La motivación crece a medida que el personal de la empresa se implica más: más fidelidad comporta, como consecuencia lógica, un mayor rendimiento y una productividad más alta. En este sentido, existen muchos empresarios y empresarias que ya aplican medidas —pero sin comunicarlo formalmente.

También apuntan como motivaciones o ventajas la mejora de la imagen, los valores éticos y la eficacia en la gestión.

La opinión, tanto de la Cámara de Comercio de Menorca como de la de Mallorca, coincide en indicar el desconocimiento del empresariado como un freno para aplicar medidas de RSE. Opinan que si el empresariado supiese que llevando a cabo medidas más allá de lo que exige la ley, va a obtener más beneficios a medio y largo plazo, habría más motivación e implicación de los mismos.

Los frenos se concentran en los costes de implantación y de mantenimiento, sobretodo porque se habla de una mayoría de microempresas. Estos costes se pueden concentrar, por ejemplo, en el hecho de que el reciclaje hace que el producto final resulte menos competitivo porque es más caro.

Coinciden en afirmar que las grandes empresas y las internacionalizadas, al tener más recursos, pueden aplicar más medidas de responsabilidad social y que lo hacen para situarse en el mercado y diferenciarse así por razones de imagen corporativa.

4.2.3. Posicionamiento y medidas que están dispuestas a asumir en materia de RSE las empresas de las Baleares

a) Participación de los empleados y las empleadas en la toma de decisiones

Esta medida depende del tamaño de la empresa y del hecho de que existan o no comités de empresa. No obstante, coinciden en afirmar que es necesario que el personal se implique diariamente en la actividad empresarial, que participe y sea responsable de todas las normas medioambientales, sociales y de seguridad.

b) Medidas relacionadas con la conciliación de la vida familiar y laboral

El sector de la hostelería y la restauración es el que lo tiene más difícil a causa de los horarios. Igualmente, tiene gran importancia la estacionalidad que viven las Islas y la existencia de una gran cantidad de pequeñas empresas en todos los sectores.

- c) Formación del personal: Coste dispuestos a asumir para la formación continua, la promoción y la permanencia de talentos**
Las cámaras desarrollan una gran labor de promoción de la formación, orientada tanto al empresariado como a las personas trabajadoras.
- d) Igualdad entre hombres y mujeres**
Comenta que hoy en día todavía existe un menor número de mujeres empresarias que de hombres. La **Cámara de Comercio de Mallorca** desarrolla un programa específico de apoyo a la mujer empresaria; Afirman que el tema de la igualdad suscita poco interés entre el empresariado –de hecho, se programaron unas jornadas sobre este tema que tuvieron que anularse por falta de respuesta.
- e) Medidas para evitar la discriminación por razón de sexo, edad, origen y discapacidad**
La integración laboral de las personas inmigrantes con los mismos derechos y formación que cualquier persona trabajadora son dos ejemplos de no-discriminación para las cámaras.
- f) Medidas de promoción de la salud laboral**
Las empresas se ajustan a lo que exige la ley.
- g) Medidas de acción social, cultural y artística**
En este aspecto, tanto en **Menorca** como en **Ibiza**, el empresariado asociado a las cámaras tiene un alto nivel de participación.
- h) Medidas relacionadas con el medio ambiente**
En el caso de **Menorca**, se observa que desde el ámbito político se defiende la preservación del medio ambiente y que el empresariado menorquín aplica medidas medioambientales, más por imperativo legal que por voluntad propia.
- i) Violencia de género: Medidas que están dispuestas a adoptar relativas a la salud y la seguridad de las mujeres víctimas de violencia de género**
Este tema es prácticamente desconocido.

4.2.4. Opinión sobre el papel de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa en las Illes Balears

Es necesario que la Administración pública simplifique los procedimientos para cumplir con las normas de autorregulación y certificación relacionadas con la RSE. Existen ciertos matices en relación a las demandas a la Dirección General por parte de las diferentes islas de la comunidad autónoma:

- En **Ibiza** centran las demandas en una mejor formación y una mayor información sobre RSE.
- En **Mallorca** creen que es necesario que la Administración pública, en una primera fase, lleve a cabo una labor de sensibilización, concienciación y comunicación para poder pasar, en una segunda fase, a la implantación.
- Finalmente, en **Menorca** opinan que la Dirección General debe priorizar la labor de concienciar y legislar en materia de RSE, ya que creen que, según su experiencia, hasta ahora ha sido necesario el imperativo legal para conseguir la aplicación de medidas de responsabilidad social empresarial.

4.3. Organizaciones de economía social

4.3.1. Conocimientos y servicios sobre responsabilidad social empresarial

Existe una trayectoria de muchos años de sensibilización en RSE en diversas organizaciones civiles, como por ejemplo, el Centro REAS, la Fundación Dexailles y CESIBA, que centran su actividad en la economía social, y, por otro lado, ETICENTRE, que encuadra su actividad en el asesoramiento a las empresas en materia de códigos éticos y RSE. Estas organizaciones, representantes de amplios sectores de la población, reivindican su trabajo a pequeña escala, pero constante, y demandan el apoyo de la Administración pública.

Un número importante de organizaciones civiles coinciden con el empresariado que ha participado en este estudio, en reivindicar el carácter de voluntariedad de las empresas para aplicar o no las medidas de responsabilidad social por encima de su obligatoriedad, ya que lo contrario supondría desvirtuar el concepto y la dinámica que la RSE implica.

4.3.2. Percepción del grado de implicación de las empresas: Frenos y motivaciones

Las organizaciones de economía social participantes en el estudio opinan que la responsabilidad social empresarial es una tendencia internacional y actual. Igualmente, la ven como un planteamiento de futuro. La sociedad exige cada vez más acción en cuanto a temas como la preservación del medio ambiente y los aspectos sociales, lo que obliga a las empresas a adaptarse necesariamente a estas exigencias.

Consideran que la RSE es, para la empresa, un valor intangible añadido. No obstante, tienen una visión optimista en cuanto a la implicación del empresariado. Consideran que el grado de participación de las empresas es bastante elevado, ya que hay empresarios y empresarias que demuestran que se involucran y se interesan *motu proprio* por la RSE.

No obstante, las organizaciones de economía social entrevistadas consideran como problema primordial la manera tradicional de gestionar las empresas en las Baleares y el desconocimiento de éstas sobre el tipo de medidas que cada una podría aplicar.

Comentan también que son las PYMES las que encuentran más dificultades para aplicar medidas de RSE; centran los obstáculos en los costes que suponen cuando la plantilla es pequeña y en las normativas burocráticas que les dificultan cualquier avance en este sentido.

Encuentran la motivación primordial para aplicar medidas de RSE en la relación que establecen entre la satisfacción de la persona trabajadora y un nivel de productividad mayor; asimismo, manifiestan que en un futuro próximo, en igualdad de condiciones económicas, las personas elegirán trabajar en una empresa que aplique medidas de RSE ya que, en lo referente a la no aplicación de dichas medidas, ello implicará una obsolescencia de la organización empresarial.

4.3.3. Posicionamiento y medidas que están dispuestas a asumir en materia de RSE las empresas de las Baleares

En cuanto a las medidas que se aplican en la empresa balear, las organizaciones civiles centran su opinión en los siguientes aspectos:

- a) Participación de los empleados y las empleadas en la toma de decisiones**
Opinan que es un aspecto que aún no se aplica en las empresas, a pesar de que creen necesario que las personas trabajadoras participen de manera activa y democrática, sin riesgo a perder sus empleos si reivindican derechos laborales.
- b) Medidas relacionadas con la conciliación de la vida familiar y laboral**
Coinciden en que existe una clara dificultad para alcanzar la conciliación cuando se trata de una cadena de producción.
- c) Igualdad entre hombres y mujeres**

Sigue habiendo diferencias salariales y en la participación de la mujer en varios sectores económicos.

d) Medidas para evitar la discriminación por razón de sexo, edad, origen y discapacidad

CESIBA apunta, en cuanto a este aspecto, que se da una mejora en la integración de personas con discapacidad, ya que existen más medios para posibilitar su integración, pero ETICENTRE disiente al apuntar que en las pequeñas empresas, que son una mayoría, se dificulta la contratación de personas de este colectivo.

e) Medidas de promoción de la salud laboral

Existen divergencias entre las organizaciones en lo concerniente al grado de sensibilización o de implicación de las empresas en las Baleares en materia de salud —sólo ETICENTRE opina que se empiezan a notar en el mundo empresarial los avances en este sentido.

f) Medidas relacionadas con el medio ambiente

Estas medidas son las que el empresariado está más interesado en aplicar; según las organizaciones civiles entrevistadas, son las que generan más sensibilización.

g) Opinión sobre el papel de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa en las Islas Baleares

La demanda de las empresas y las entidades de economía social participantes en el estudio se centran en los siguientes puntos:

- La motivación de la Administración Pública para aplicar la RSE de manera proactiva y no por obligación.
- La tarea de difusión en información en materia de RSE.
- El reconocimiento a las empresas que desarrollen medidas de responsabilidad social y, especialmente, el apoyo institucional a todas las organizaciones que sensibilicen, orienten, formen y apoyen a las empresas en materia de RSE.

4.4. Organizaciones medioambientales

4.4.1. Conocimientos sobre responsabilidad social empresarial

Se detecta un cierto temor al uso únicamente publicitario del término *responsabilidad social empresarial*. La opinión se centra en la percepción de que, para un sector empresarial significativo, la aplicación de la responsabilidad social

puede convertirse únicamente en un expediente para cumplir, una acreditación que contribuya a su imagen corporativa o al *marketing* y un valor añadido al producto en venta sin que, en realidad, se lleven a cabo las medidas de responsabilidad social o se mantengan en el tiempo.

4.4.2. Percepción del grado de implicación de las empresas: frenos y motivaciones

El principal freno en la aplicación de medidas de RSE, dada la experiencia en materia de medio ambiente que tienen las organizaciones, es que el empresariado no ve el resultado a corto plazo, sino a medio y largo plazo, de los efectos de su aplicación tanto en el ámbito económico, como en el social y el estratégico.

El grado de implicación de las empresas de las Baleares en este tema, lo sitúan en un nivel muy bajo, no sólo por la percepción que tiene el empresariado del hecho que ser responsable socialmente conlleva una importante inversión, sino por el desconocimiento de las buenas prácticas empresariales. Este hecho se produce por la poca difusión de dichas medidas en la sociedad isleña.

Opinan que su experiencia ha demostrado que, para el empresariado, reducir el impacto medioambiental de su actividad económica implica tiempo y, en ocasiones, cambio de inversiones que no repercute en el producto y que, incluso, lo encarece. Implica también un cambio en el sistema de producción de la empresa que puede ser que el empresario no quiera asumir.

La opinión de organizaciones medioambientales, tanto de **Menorca** como de **Mallorca**, se centra en que es necesaria una continua estrategia de sensibilización social en los temas de responsabilidad social empresarial y, al mismo tiempo, una sensibilización sobre el consumo responsable.

4.4.3. Posicionamiento y medidas que están dispuestas a asumir en materia de RSE las empresas de las Baleares

- a) Participación de los empleados y las empleadas en la toma de decisiones**
Se percibe un nivel muy bajo de participación de los trabajadores y las trabajadoras en las empresas.

- b) Medidas relacionadas con la conciliación de la vida familiar y laboral**
Este es un aspecto que las organizaciones medioambientales ven difícil de implantar a causa del grado de estacionalidad en las Islas y los costes que ello implica al empresariado. Únicamente se percibe un cierto grado de

flexibilidad horaria, como medida para favorecer la conciliación, en las empresas de las Islas.

c) Igualdad entre hombres y mujeres

Opinan que, a pesar de que en la equiparación de sueldos entre los hombres y las mujeres se ha dado un avance, aún existe una gran desigualdad en la ocupación de puestos de dirección y en la participación de las mujeres en determinados sectores. Aluden al hecho de que el empresariado, debido a los costes y a la dinámica del trabajo en algunos casos, prefiere disponer del trabajo masculino y no asumir la condición de maternidad de la mujer.

d) Medidas para evitar la discriminación por razón de sexo, edad, origen y discapacidad

La voz medioambiental opina que la gestión de la diversidad no es todavía una estrategia empresarial. De todos modos, reconoce que existe una mayor sensibilización empresarial en lo concerniente al colectivo de personas discapacitadas.

e) Medidas relacionadas con el medio ambiente

La experiencia les muestra que las medidas medioambientales que adopta una empresa en el área de responsabilidad social y no según lo que exige la ley dependen mucho de la inmediatez de los resultados. Por ejemplo, si aplican medidas de eficiencia energética en el momento que hacen la inversión, por pequeña que sea, al cabo de un año ya notan que la factura ha bajado y que han amortizado la pequeña inversión que han podido hacer; en este caso, los resultados son inmediatos, pero si estos se ven en cinco años, ya no interesan.

Consideran que la RSE es eso: una tarea constante para que, a largo plazo, cambie la dinámica de funcionamiento de la empresa y ello pueda repercutir en el producto —el empresariado aún no lo percibe así.

Se detecta un cierto grado de sensibilización en cuanto al tema medioambiental, pero en mayor medida enfocada al *marketing* empresarial y no a la conciencia de desarrollo sostenible.

4.4.4. Opinión sobre el papel de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa en las Islas Baleares

La voz medioambiental concreta el papel de la Administración Pública como promotora de la conciencia a escala social y empresarial; es decir, la tarea de difusión y de información sobre el cómo y el porqué ser socialmente responsables llegaría a todos y todas de una manera más efectiva y global mediante la Administración que a través de una labor individual de organizaciones o empresas en particular. Ello exige una tarea mancomunada entre la Administración Local, la Autonómica y las organizaciones empresariales así como de la sociedad en general.

4.5. Medios de comunicación

4.5.1. Conocimientos sobre responsabilidad social empresarial

Los medios de comunicación entrevistados —prensa y televisión— reconocen la importancia que tiene actualmente la responsabilidad social empresarial en el ámbito de la sociedad, pero a la vez reconocen la poca implicación que ellos mismos tienen en este tema, sobre todo en cuanto a su difusión e información.

Los medios centran la aplicabilidad de las medidas adoptadas en sus propias empresas primordialmente en la preservación del medio ambiente en los temas de recogida de residuos y reciclaje.

4.5.2. Percepción del grado de implicación de las empresas: frenos y motivaciones

La opinión de los medios sobre los principales frenos del empresariado en la aplicación de medidas de responsabilidad social empresarial en sus propias empresas tiene que ver con dos aspectos:

- La repercusión económica que la aplicación de dichas medidas tiene en la cuenta de resultados de la empresa; es decir, que suponga no menguar la productividad debido a los beneficios sociales y laborales que se apliquen.
- El desconocimiento de cómo hacerlo y la cultura empresarial balear tradicional.

En cuanto a las motivaciones, los medios aluden al hecho de que lo fundamental para aplicar medidas en el ámbito interno es la retención del talento y la mayor productividad; en el ámbito externo, como medios de comunicación deberían estar al mismo nivel que el exigido a la sociedad. Consideran que la

responsabilidad social ya empieza a ser tomada en consideración en el mercado, al menos en las grandes empresas.

4.5.3. Posicionamiento y medidas que están dispuestas a asumir en RSE las empresas de las Baleares

En cuanto a las medidas que son aplicadas en la empresa balear, los medios de comunicación centran su opinión en los siguientes aspectos:

- a) Participación de los empleados y las empleadas en la toma de decisiones**
Los medios destacan en este aspecto la falta de canales de comunicación internos.
- b) Medidas relacionadas con la conciliación de la vida familiar y laboral**
Entre los medios entrevistados hay cierta discrepancia en este aspecto: mientras que unos afirman que continúa siendo muy difícil la conciliación de la vida personal y laboral en el sector, otros comentan que gracias a las innovaciones tecnológicas en este sector se han podido reducir jornadas y ofrecer horarios más flexibles.
- c) Igualdad entre hombres y mujeres**
Todos los medios destacan que en su sector existe igualdad en cuanto a la participación, los sueldos y los puestos de trabajo, tanto para hombres como para mujeres.
- d) Medidas para evitar la discriminación por razón de sexo, edad, origen y discapacidad**
En este tema coinciden en el apoyo que dan a las personas con discapacidad en el sector, contratando empleadas y empleados que actualmente trabajan para los medios.
- e) Medidas relacionadas con el medio ambiente**
La preservación del medio ambiente es un tema sobre el que todos los medios coinciden al afirmar que las empresas mediáticas están haciendo un gran esfuerzo en este sentido, no sólo porque la ley lo exige así, sino por propia conciencia de la plantilla y del empresariado.

4.5.4. Opinión sobre el papel de la Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa en las Islas Baleares

Los medios destacan las siguientes prioridades:

- La necesidad de difundir la RSE y de sensibilizar a la sociedad sobre sus beneficios por encima de la exigencia o del imperativo legal.
- El reconocimiento y el apoyo a las empresas que aplican medidas de responsabilidad social empresarial.
- La importancia de la formación específica para conocer más profundamente la RSE.
- El importante trabajo en el conjunto de medios de comunicación y en la Administración Pública en la difusión a la ciudadanía y la formación sobre RSE.

ASPECTOS RELEVANTES DEL ESTUDIO

Desconocimiento del concepto de RSE, pero aplicación intuitiva

- El grado de conocimiento que se tiene del concepto de RSE varía en función del colectivo analizado. Así, entre la población es el 10% quien le identifica; entre el empresariado el porcentaje se incrementa hasta el 30%, mientras que en los comités de empresa de grandes entidades el porcentaje alcanza el 64%. Los delegados y las delegadas sindicales tienen un amplio conocimiento de lo que implica la RSE.

	Población	Empresariado	Comités de empresa
Conocimiento	10%	30%	64%
Desconocimiento	89%	67%	36%
No lo sabe / no contesta	1%	3%	0%

- Prácticamente todas las personas que han participado en el estudio han mostrado un grande receptividad en lo referente a este tema y valoran positivamente la creación de la nueva Dirección General de Responsabilidad Social Corporativa y el hecho de que se pida qué necesidades y expectativas tiene la ciudadanía y el empresariado en materia de RSE.

Grandes y medianas empresas: mayor conocimiento del concepto y tendencia sólo a la aplicación de medidas exigidas por la ley

- Las grandes empresas son las que tienen un mayor conocimiento del concepto de RSE y de las medidas internas que pueden adoptar, ya que disponen de un

departamento de recursos humanos y de comités de empresa que ya dialogan en este sentido. No obstante, se observa la tendencia a desarrollar acciones sociales y de patrocinio puntuales, mientras que en el resto de aspectos sólo se aplica la que exige la ley.

Pequeñas empresas: mayor dificultad para la aplicación de medidas de RSE

- Se observa mucha dificultad para las pymes en la aplicación de medidas de responsabilidad social, especialmente en materia de conciliación.
- Desconocimiento de la posibilidad de adopción de medidas colectivas de RSE acordadas por una agrupación de empresas del mismo sector.
- Los resultados obtenidos en el estudio también reflejan el gran desconocimiento que tiene el empresariado de las pequeñas y medianas empresas sobre cuáles son las medidas que tienen que ver con la RSE y los procedimientos para aplicarlas. No obstante, manifiestan también su disposición a aplicar medidas si cuentan con la orientación necesaria.

Empresas públicas

- Las empresas públicas tienen voluntad de aplicar la RSE a pesar de que pongan de manifiesto sus dificultades en una doble vertiente: el desconocimiento de la RSE, concepto que consideran difuso, y el uso de herramientas de gestión simples que no representen añadir más tareas burocráticas.

Empresas internacionalizadas

- Las empresas internacionalizadas son las que más aplican medidas de responsabilidad social, básicamente centradas en la acción social y el patrocinio; la mayoría cumplen los requisitos de las certificaciones ISO y EFQM.
- Estas empresas están interesadas en desarrollar acciones para la comunidad local donde están establecidas.
- Estas empresas manifiestan que la RSE implica un proceso, una tarea constante que debe ir acompañada de una buena difusión.

Las empresas dirigidas por mujeres y personas menores de cuarenta años son más sensibles y muestran un mayor grado de implicación

- Las empresas dirigidas por mujeres y aquellas cuyos máximos responsables son personas de menos de cuarenta años son las más receptivas y sensibles; por lo tanto, son las que más aplican medidas de RSE.
- Las empresas dirigidas por mujeres son las que incluyen más mujeres dentro su plantilla. Entre las dirigidas por hombres se da una gran descompensación en este sentido.

Percepción de falta de reconocimiento en los esfuerzos que realiza el empresariado para aplicar la RSE

- El empresariado reivindica el carácter de voluntariedad en la aplicación de la RSE. Rechaza que se le imponga una normativa sobre RSE y defiende un modelo en el que se incentive y reconozca el esfuerzo de la aplicación de este tipo de medidas.
- Hasta el momento, el empresariado expresa la falta de reconocimiento de las iniciativas propias que ha tomado en materia de RSE, hecho que conlleva una cierta falta de motivación para continuar aplicando medidas.

Falta de información y de orientación en materia de RSE

- El empresariado argumenta que los principales frenos que le afectan en la aplicación de medidas de RSE son la falta de información y los elevados costes que cree que conlleva aplicarlas. Son las pequeñas empresas las que más insisten en este aspecto.
- Se da un gran desconocimiento sobre la manera de gestionar la RSE. Hace falta que se faciliten al empresariado herramientas de gestión y centros de información que puedan servir tanto a empresarios y empresarias como a las personas trabajadoras como referente y punto de partida y como lugar de consulta. Sin duda, el desconocimiento genera reticencias.

Principales motivaciones: el prestigio y la retención del talento

- Los empresarios y las empresarias que aplican medidas de RSE reconocen que lo hacen porque ello les implica una mejora de la imagen y les otorga prestigio; además, expresan que a medio y a largo plazo puede suponer una mayor productividad por el hecho de tener sus trabajadores y trabajadoras satisfechos. El empresariado utiliza las medidas de RSE como herramienta para retener y fidelizar a los trabajadores y las trabajadoras.

Sensibilidad y disposición a asumir medidas de responsabilidad social

- A lo largo de todo el estudio, todas las empresas que han participado muestran una gran disposición en la aplicación de todo tipo de medidas de responsabilidad social empresarial y consideran importante el desarrollo de políticas coherentes en este sentido.
- Casi toda la ciudadanía considera que es importante que las empresas adopten medidas de RSE. Así, el 62,7% opina que es muy importante.
- Los sindicatos discrepan en cuanto a la sensibilidad en el empresariado balear sobre responsabilidad social, ya que no cumplen las leyes básicas. Ponen de manifiesto que es improrrogable la fiscalización por las autoridades en cuanto al cumplimiento de las exigencias legales sobre prevención de riesgos laborales, derechos laborales, igualdad entre hombres y mujeres e integración de personas con discapacidad.

Falta de coincidencia entre prioridad de la ciudadanía y comités de empresa y las medidas aplicadas por el empresariado

- No hay coincidencia entre la principal demanda que realizan la ciudadanía y los comités de empresa y las medidas aplicadas por el empresariado. Mientras que los primeros querrían que se priorizara la conciliación de la vida familiar y la laboral, las medidas que más se aplican a las empresas son las que tienen que ver con el tema de la formación dejando la conciliación en quinta posición entre las prioridades del empresariado.

Consumo responsable

- Las personas consumidoras manifiestan su predisposición a consumir productos o servicios de empresas socialmente responsables, pero les falta información sobre qué empresas o entidades cumplen estos requisitos. En este sentido, la ciudadanía como consumidora propone crear un directorio de las empresas socialmente responsables.
- Las organizaciones de personas consumidoras, cuando promueven el consumo responsable, constatan que la RSE aún no ha arraigado en las Baleares y, por lo tanto, hay dificultades a la hora de discernir aquellas empresas que son socialmente responsables de las que tan sólo utilizan la RSE para hacer publicidad.

Algunas organizaciones de la sociedad civil perciben la RSE como un valor para alcanzar y no un expediente para cumplimentar

- Existe una trayectoria de muchos años de sensibilización en RSE de diversas organizaciones en la sociedad balear, tanto en lo concerniente a la economía social como en lo referente a la sensibilización sobre la responsabilidad social. Estas organizaciones representantes de amplios sectores de la población reivindican su trabajo constante y piden apoyo a su labor desde la Administración pública.
- Aunque el desconocimiento de las empresas sobre el tipo de medidas que cada una podría aplicar es lo que consideran el problema primordial, reconocen que son las pymes las que encuentran más dificultades para aplicar medidas de RSE, de modo que centran los obstáculos en los costes y las normativas burocráticas que les hacen más difícil cualquiera avance.
- Las asociaciones de defensa del medio ambiente constatan la dificultad de arraigar medidas de RSE si las empresas quieren que la RSE sea rentable a corto plazo, ya que las medidas medioambientales tienen resultados a medio y a largo plazo.

Medios de comunicación, desconocimiento de la RSE y dificultades para difundir noticias relacionadas con la RSE

- Los medios de comunicación entrevistados —prensa y televisión— siguen la tendencia que marca todo el estudio en cuanto al desconocimiento del tema y la necesidad de tener un conocimiento mayor sobre RSE.
- Reconocen que como empresas pueden aplicar medidas de RSE, sobre todo las que se dirigen a la preservación del medio ambiente, al reciclaje y al ahorro de energía.
- A pesar de que reconozcan la importante labor de difusión, información y formación que realizan de cara a la sociedad en este tema, manifiestan la dificultad que presenta la RSE para ser noticia —tal vez porque es un concepto nuevo y desconocido para una buena parte de la ciudadanía.

RESUMEN DE LAS PRINCIPALES DEMANDAS A LA DIRECCIÓN GENERAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Principales demandas	Ciudadanía	Comités sindicatos	Empresas	Organizaciones Empresariales	Organizaciones de personas consumidoras	Otros grupos de interés
Promoción del respeto al medio ambiente	1					
Promoción de la conciliación de la vida familiar y la laboral	2	1				
Promoción de la formación de personas trabajadoras	3	2				
Promoción de la seguridad y la salud laboral		3				
Información, formación y asesoramiento personalizado a la empresa			2	2	1	2
Simplificación de los procedimientos para cumplir las medidas de RSE				1		
Reconocimiento a las empresas que apliquen medidas de RSE					3	3
Apoyo institucional a organizaciones que fomenten la RSE					3	
Apoyo e incentivo de las pequeñas empresas					2	
Apoyo a las empresas mediante subvenciones y beneficios fiscales			1			
Difusión y sensibilización de los beneficios de la aplicación de la RSE por encima de la exigencia o imperativo legal al empresariado						1
Difusión y formación a la ciudadanía sobre RSE, junto con los medios de comunicación				3		3
Facilitación del intercambio de experiencias y apoyo entre empresas con características similares en la aplicación de medidas de RSE			3			

La lectura horizontal del gráfico permite visualizar la prioridad (1,2,3) de las medidas, mientras que la lectura vertical nos da la misma información por colectivos. En última instancia, se puede distinguir dentro la tabla el orden de preferencia de 1 a 3 de las medidas –se adjudica el número 1 a la medida más valorada.