



Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad  
Cuaderno Red de  
Cátedras Telefónica

## RETOS DE LA RSC I:

# Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa

Cátedra Telefónica de la Universidad Nacional de Educación a Distancia

Juan Diego Paredes Gázquez  
Eva Pardo Herrasti  
Marta de la Cuesta González

Diciembre 2010

## Biografía



### Juan Diego Paredes Gázquez

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Murcia (2008) y Bachelor of Arts in International Business Management por la Universidad de Northumbria en Newcastle (Reino Unido). Gran interesado en la responsabilidad social y la sostenibilidad, ha cursado el Máster Interuniversitario en Sostenibilidad y RSC de la UNED y la Universitat Jaime I de Castellón (2009) y el Máster en Medio Ambiente de la Universitat Jaume I de Castellón (2009). Actualmente es doctorando de la UNED y ejerce labores de apoyo a la docencia como Profesor-Tutor del Máster Interuniversitario en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa de la UNED y la Universitat Jaume I de Castellón.



### Eva Pardo Herrasti

Licenciada en Economía (1999, Universidad San Pablo-CEU), Experta Universitaria en RSC (2004, UNED) y Doctoranda en Análisis Económico. Es coordinadora de proyectos de la Cátedra Telefónica – UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad. Ha sido asesora de la Presidencia Ejecutiva del Banco Centroamericano de Integración Económica, donde ha coordinado el seguimiento e implementación de mejoras en el ámbito de la gobernabilidad y en la definición e implementación del sistema de evaluación de impacto en el desarrollo. Ha participado en la realización de diferentes estudios, publicaciones y ponencias sobre RSC e Inversión Socialmente Responsable.



### Marta de la Cuesta González

Directora de la Cátedra Telefónica en la UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid (CUNEF). Doctora en Ciencias Económicas por la UNED. Profesora titular de Economía Aplicada de la UNED. Vicerrectora de Planificación y Asuntos Económicos de la UNED desde diciembre de 2005 hasta julio de 2009. Coordinadora del Máster oficial en Sostenibilidad y RSC de la UNED-Jaume I. Dirige e imparte docencia en cursos de doctorado y postgrado sobre inversión socialmente responsable, cooperación al desarrollo, gestión de entidades no lucrativas responsabilidad social corporativa y microfinanzas (UNED). Ha publicado numerosos artículos y trabajos sobre el sector bancario, el sector financiero y el desarrollo, las inversiones socialmente responsables y la responsabilidad social de la empresa. Vocal experto del Consejo Estatal de RSE dependiente del Ministerio de Trabajo. Ha sido vicepresidenta de Economistas sin Fronteras y promotora y vicepresidenta del observatorio de la RSC. Colabora con ambas organizaciones en promover y fomentar las inversiones éticas y la RSC en España participando activamente en grupos de trabajo y comisiones nacionales e internacionales sobre estos temas.

# Índice

Contenido	Página
1. Introducción .....	4
2. ¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?.....	4
3. ¿Por qué es importante la Responsabilidad Social Corporativa?.....	6
4. ¿A qué retos se enfrenta la Responsabilidad Social Corporativa?.....	7
5. ¿Cuál es el papel de la Cátedra Telefónica-UNED? .....	8
6. ¿Dónde obtener más información sobre Responsabilidad Social? .....	10

## 1. Introducción

Algo ha cambiando en la actitud de las empresas en los últimos años. Cada vez con mayor frecuencia y empeño, las empresas pregonan un comportamiento ejemplar: contribuciones al cuidado del medioambiente, oportunidades de inserción laboral, patrocinios y donaciones, ayudas de diferente tipo a países en vías de desarrollo...Es decir, estamos viendo como las empresas interactúan y se sensibilizan con su entorno a un nivel nunca visto anteriormente.

En muchos casos, estas deseables acciones constituyen publicidad que pretende mejorar la imagen de las empresas, su reputación, sin atajar ni solucionar los diferentes problemas existentes, es decir, los diferentes riesgos a los que se ven sometidas. En otros, efectivamente las empresas han realizado una apuesta por el compromiso con la sociedad y el medioambiente, mostrándose decididas a cumplirlo. En ambos casos, suele haber un departamento, órgano o consejo de Responsabilidad Social Corporativa encargado de promover y publicitar esas deseables acciones.

Pero, ¿tal es la dimensión y repercusión del concepto de Responsabilidad Social Corporativa que ha incentivado a las empresas a crear divisiones dedicadas especialmente a él? La respuesta es un rotundo sí. Sí, porque cada vez es mayor el interés de la sociedad sobre el tratamiento que recibe por parte de unas empresas que la emplean como recurso y mercado, estando por tanto inexorablemente unida a ellas. Sí, porque cada vez es mayor la conciencia ciudadana que lleva a preguntarse cuál es el impacto de la actividad empresarial en un medio ambiente cada vez más degradado, medioambiente con el que no sólo conviven las empresas. Sí, porque cada son mayores los escándalos asociados al gobierno de las empresas, escándalos capaces de hundir a estas últimas e incluso de hacerlas desaparecer. Sí, definitivamente sí, y a lo largo de las siguientes líneas veremos por qué.

## 2. ¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?

El concepto de responsabilidad social corporativa o de responsabilidad social empresarial (de ahora en adelante indistintamente RSC) es de tal magnitud que aún no existe consenso sobre su definición. La definición más aceptada es la elaborada por La Comisión Europea en el año 2001 en su Libro Verde con el objeto de fomentar la RSC en el que indica que *“la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y*



*medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”<sup>1</sup>*. De esta definición se pueden extraer los principales elementos en torno a los que gira la RSC: integración en la gestión, voluntariedad, cuestiones sociales y medioambientales y por último grupos de interés de la empresa, denominados interlocutores en la definición.

La integración de la RSC en la gestión de la empresa constituye el salto cualitativo de ésta, que hasta entonces solo se había contemplado a través de acciones aisladas y no coordinadas entre sí, tales como donaciones o facilidades para empleados, por ejemplo. La dirección de la empresa a través de una gestión socialmente responsable implica que todas las actividades organizativas se diseñan y realizan conforme a criterios socialmente responsables, lo que conlleva que todas las acciones de la empresa contengan en su esencia los principios de la RSC que se describen a continuación.

El tratamiento de cuestiones sociales y medioambientales otorga a la RSC un claro carácter multidisciplinar, completado por aspectos de gobierno corporativo que determinan el modo en que se dirigen las empresas. Todo ello da lugar a unas de las principales características de la RSC, el triple enfoque de la rendición de cuentas. Tradicionalmente, las empresas han gestionado e informado exclusivamente del impacto financiero de su actividad, dejándose de lado sus repercusiones medioambientales y sociales. La RSC exige que la empresa informe sobre sus resultados económicos, sociales y medioambientales, de modo que se tiene una visión completa del impacto de su actividad. Además, hay que añadir que este carácter multidisciplinar es una de las razones por las que el término de RSC se encuentra en continua expansión, y consecuentemente en continuo debate.

La relación de la empresa con sus grupos de interés o *stakeholders*, constituye la esencia del cambio en la concepción del modelo de empresa. Hasta la llegada del concepto de RSC, la empresa se entendía como un binomio directivos-propietarios, en el que los primeros dirigían la empresa y los segundos ponían el capital necesario para que ésta pudiera llevar a cabo su actividad. Esta relación, denominada “relación de agencia”, crea ciertas tensiones en la empresa en tanto en cuanto los directivos, al disponer de un capital que no es suyo, son más propensos a asumir riesgos o adoptar comportamientos oportunistas que no realizarían si el capital en juego les perteneciera. Pero, ¿representa el binomio a la empresa? ¿No existen muchos más partícipes que arriesgan tanto o más que el capital a través de distintas inversiones? Al fin y al cabo, trabajadores, proveedores, clientes... y todas aquellas partes interesadas en el buen funcionamiento de la empresa, es decir, los grupos de interés o *stakeholders*, realizan una inversión en la empresa al quedar ligado su futuro al correcto funcionamiento de ésta.

---

<sup>1</sup> *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (página7). Comisión de las Comunidades Europeas

Otra de las grandes novedades que introduce la RSC en el mundo empresarial es el concepto ética. Tradicionalmente, ética y negocios se han considerado totalmente incompatibles, ya que ha solidado darse el hecho de que las transacciones más beneficiosas económicamente han sido las que han considerado menos o ningún comportamiento ético. Pero la progresiva preocupación por la calidad de los productos y servicios ha llevado, de forma natural, a la ética como forma superior de calidad, de excelencia. La consideración de la ética conlleva para la empresa un cambio en su visión de los hechos que constituye verdadero el motor de la RSC, pues implica la consideración de todos los efectos de las decisiones adoptadas por la empresa y la voluntad de evitar aquellos que son negativos.

Por último, es de obligada referencia indicar que el enfoque voluntario de la RSC es una de sus principales características, y a su vez probablemente la que ha sido sometida a una mayor discusión. Los partidarios de que sea obligatoria argumentan que un comportamiento responsable por parte de las empresas es algo que ha de darse sinequanon, en tanto que éstas tienen una gran repercusión en el entorno en el que operan y que en mayor o menor grado es dependiente de la actividad que realizan. Los partidarios de la voluntariedad de la RSC alegan que el comportamiento responsable de la empresa es algo que ha de salir de sí misma, estar integrado en su cultura y estrategia, algo que difícilmente se consigue a través de la imposición de obligaciones, y que para que la empresa tenga un mínimo de comportamiento responsable ya está la legislación de obligatorio cumplimiento. Así pues, desde el enfoque voluntario, la RSC constituye un “algo más”, un añadido a las responsabilidades legales de la empresa.

### 3. ¿Por qué es importante la Responsabilidad Social Corporativa?

La actual crisis financiera, económica y de deuda pone de manifiesto que el sistema financiero actual adolece de serias debilidades. Muchas de las compañías y de los agentes participantes en los mercados financieros mundiales han centrado progresivamente sus actividades en la especulación en lugar de la producción de bienes y servicios, todo ello con el objeto de que el mercado les proporcione unos sustanciosos rendimientos a corto plazo. Esos rendimientos deberían ser el reflejo de la capacidad competitiva de las compañías, pero en lugar de ello evidencian bruscos cambios en la oferta y demanda que no obedecen tanto a circunstancias reales de la economía como a intereses personales y/o de las corporaciones.

En este contexto, la RSC se presenta como la mejor alternativa de futuro a un modelo económico basado en la especulación y la no producción. La RSC no pretende ser sólo sostenible desde el punto de vista financiero, como se había hecho hasta ahora, también desde el social, el medioambiental y el de gobierno corporativo. Porque el valor de la empresa no sólo se mide en

términos monetarios, existen muchos factores sociales y medioambientales cuyo valor en dinero sería difícil de calcular, como la confianza que puede llegar a generarse entre empresa y empleados o la existencia de igualdad de oportunidades o el mantenimiento de un entorno limpio y saludable. Estos son sólo algunos ejemplos que sólo pueden desarrollarse a largo plazo, razón por la cual la reputación es uno de los aspectos más estudiados de la RSC.

¿Habrían tenido un impacto tan grande la crisis económica si las entidades financieras no hubieran facilitado el sobreendeudamiento? ¿Serían los países del tercer mundo tan pobres si los paraísos fiscales no facilitaran el comportamiento corrupto de sus gobernantes? ¿Serían tan desastrosos los vertidos de crudo en las costas si las compañías que los realizan dispusieran de sistemas adecuados para la valoración y el tratamiento de riesgos medioambientales? En todas estas situaciones, los costes y estragos ocasionados por los escenarios acaecidos han sido muy superiores a los necesarios para la llevanza de una gestión responsable. Por tanto, la RSC se presenta no sólo como una solución a muchos de los problemas ocasionados por el sistema actual, sino como una necesidad de cambio.

## 4. ¿A qué retos se enfrenta la Responsabilidad Social Corporativa?

Al ser un fenómeno relativamente nuevo, la RSC todavía tiene muchos escollos y prejuicios que superar. Si a esto le añadimos que un fenómeno multidisciplinar, abarca, por poner un ejemplo, desde los conocimientos en física y química necesarios para comprender los efectos de las emisiones contaminantes hasta las teorías psicológicas que subyacen a la motivación de los empleados, el resultado es una disciplina totalmente dinámica.

Hoy en día, muchas empresas disponen de departamentos de RSC u organismos similares encargados desde la simple elaboración de informes de RSC a la elaboración y puesta en funcionamiento de políticas de RSC. El primer caso es un claro ejemplo de la puesta en práctica de una modalidad de RSC instrumental, que busca solo los beneficios de la RSC a través de la publicidad pero no implantarla en la gestión de actividades. Un ejemplo muy claro al respecto es que muchas empresas cuentan con un departamento de RSC y elaboran informes anuales sobre la materia pero no contemplan en el enfoque de sus acciones, procedimientos, reglamentos ni estatutos la consideración de criterios sociales ni ambientales. Las empresas han de reconocer que para llevar a cabo una gestión responsable, la existencia de un departamento aislado de RSC no sirve de nada por sí mismo, pues la RSC se ha de implementar en todos los departamentos unidades y proceso de la organización. Esto último nos lleva al segundo, que constituye el ejemplo de un enfoque de RSC avanzado, en el cual la RSC se utiliza como algo más que un instrumento de la organización, integrándose en la gestión de la empresa. Uno de los mayores retos a los que se enfrenta la RSC es pasar desde el predominante enfoque instrumental hacia un enfoque avanzado de implementación global.

Llegar a pyme es otro de los retos a los que se enfrenta la RSC. Sin embargo, no hay que olvidar que en la mayoría de los casos las pymes conocen mejor a sus grupos de interés que la grandes empresas, en tanto que éstos son menos numerosos y más cercanos, por lo que muchas veces las pymes llevan a la práctica la RSC. El principal problema con el que se encuentra la RSC a la hora de implantarse en las pymes es que estas últimas la ven como un coste adicional o como una carga burocrática. Sin embargo, las repercusiones son totalmente contrarias, pues a largo plazo se produce una reducción de costes y un aumento de la reputación.

Conviene también señalar un importante reto a superar referido a un prejuicio especialmente arraigado: el de que la inversión socialmente responsable (ISR), aquella inversión que busca financiar proyectos que no solo sean rentables económicamente sino sostenibles medioambientalmente y justos socialmente, proporciona un rendimiento financiero inferior al de la inversión no basada en tales criterios de responsabilidad. Numerosos estudios académicos han demostrado que la relación existente entre ISR y rendimiento financiero es positiva o neutra, mientras que muy pocos han demostrado lo contrario. Por tanto, se hace necesario seguir investigado en esta área para dotar de una base aún más sólida a unas conclusiones académicas ya de por sí válidas.

Uno de los mayores retos a los que se está enfrentando la RSC es el de su medición. Anteriormente se ha comentado lo difícil de cuantificar el valor de elementos que no tienen un importe económico objetivo, como por ejemplo el saber hacer de los empleados o los resultados de investigaciones. Tradicionalmente, sólo se ha considerado el valor económico generado por la empresa en términos monetarios, pero la RSC exige la medición de magnitudes sociales y medioambientales en muchos casos no expresables económicamente, si bien es cierto que ésta última forma de medición pasa por ser, a día de hoy, la única capaz de homogeneizar los diferentes resultados de la RSC.

## 5. ¿Cuál es el papel de la Cátedra Telefónica – UNED?

En este contexto, surge la [Cátedra Telefónica – UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad](#) con el objetivo de “tangibilizar”, de hacer medible, el valor creado por la RSC, trabajando sobre ideas, estrategias y herramientas para gestionar aspectos sociales, medioambientales, de buen gobierno y éticos en las organizaciones para así poder responder, desde los negocios, a las necesidades y demandas de la sociedad. Pretende ser un laboratorio de ideas y proyectos de innovación social y generar y transmitir conocimiento de calidad en materia de RSC.

Hasta hace muy poco el tratamiento de la RSC se ha limitado casi exclusivamente al ámbito académico, siendo el concepto prácticamente desconocido de cara a la gran mayoría del público. El compromiso de La Cátedra Telefónica en la UNED de Responsabilidad Corporativa y



# Cuaderno Red de Cátedras Telefónica

## Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa

9

Sostenibilidad con la RSC no se limita al ámbito académico, va más allá, teniendo como objetivo fomentar de una manera práctica y a través de una forma accesible y comprensible el conocimiento de la RSC en todos los sectores sociales que tradicionalmente han permanecido ajenos a su significado.

En sus líneas de investigación, la Cátedra prestará especial atención al sector de las TIC abordando temas que van desde la gestión, medición y valoración de responsabilidad social corporativa (responsabilidad ambiental, económica, social y de buen gobierno) hasta cuestiones relacionadas con actividades y negocios dirigidos a la base de la pirámide con fuerte componente tecnológico y alto impacto social.

Así pues, el trabajo de la Cátedra Telefónica en la UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, tanto en el ámbito académico como empresarial y social, se configura como clave en el apoyo y consolidación de la RSC, el nuevo modelo informativo y de gestión que está llamado a ser la mejor solución de los problemas que conlleva el sistema económico vigente en la actualidad.

El 18 de febrero tuvo lugar presentación ante la sociedad de la Cátedra Telefónica-UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, dentro de las jornadas sobre la [“Creación de valor mediante la Responsabilidad Social Corporativa”](#).

La jornada fue presidida por D. Juan A. Gimeno y D. César Alierta y estuvieron presentes representantes del mundo empresarial, financiero, político, de las administraciones además de interesados por la RSC, sobre la que la UNED lleva trabajando más de una década, en la que ha



conseguido ser pionera en las publicaciones en castellano sobre este asunto y organizar un máster oficial con la universidad Jaume I que se ha convertido en referencia formativa. En las ponencias participaron D. Juan Ramón Jáuregui, así como representantes de Telefónica, Spainsif, MERCER, Fondos de Pensiones BBVA, Santander Asset Management, Hermes Equity Ownership Services, ECODES, EIRIS y la Universidad Jaume I. La jornada fue retransmitida en directo por la UNED y

está disponible en diferido en la Cadena Campus de la UNED.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Para su visualización en diferido, la jornada se ha dividido en cuatro partes :

[http://www.intecca.uned.es/descarga\\_dif.php?id=672](http://www.intecca.uned.es/descarga_dif.php?id=672)

[http://www.intecca.uned.es/descarga\\_dif.php?id=688](http://www.intecca.uned.es/descarga_dif.php?id=688)

[http://www.intecca.uned.es/descarga\\_dif.php?id=704](http://www.intecca.uned.es/descarga_dif.php?id=704)

[http://www.intecca.uned.es/descarga\\_dif.php?id=705](http://www.intecca.uned.es/descarga_dif.php?id=705)

Al inicio de las jornadas, el presidente de Telefónica y del Consejo Social de la UNED, D. César Alierta, destacó la importancia que tiene la responsabilidad social corporativa (RSC) en la generación de valor y rentabilidad de las empresas y puso como ejemplo la multinacional española cuyo principal factor diferencial con la competencia puede estar en la lucha por la “inclusión social” en los 27 países donde opera. “El círculo virtuoso de la rentabilidad pasa por la satisfacción de los clientes, los empleados y la sociedad”, añadió Alierta, quien mostró su satisfacción por el desarrollo del acuerdo de colaboración de Telefónica con la UNED, firmado en marzo de 2009, en el que se inscribe la creación de la Cátedra Telefónica-UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad (RCyS).

El rector de la UNED, D. Juan A. Gimeno, resaltó la vocación social de la UNED, su compromiso con la Responsabilidad Social y su papel como instrumento de desarrollo. Además señaló que el convenio entre Telefónica, como líder en telecomunicaciones, y la UNED, líder universitario en el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), está siendo beneficioso ya para los estudiantes de la UNED, la sociedad y la economía española.

## 6. ¿Dónde obtener más información sobre Responsabilidad Social?

A continuación figuran una serie de documentos y páginas web en castellano que tratan sobre RSC y que permiten unas primeras aproximaciones a su conocimiento.

- [Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad \(www.responsabilidad-corporativa.es\)](http://www.responsabilidad-corporativa.es)

Espacio de la Cátedra Telefónica - UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en el que se integran los distintos aspectos relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Es una plataforma diseñada para servir como herramienta de diálogo, formación y difusión de la responsabilidad social y sostenibilidad, así como para punto de referencia y discusión entre expertos en estos ámbitos.

- [Blog de la Cátedra Telefónica en la UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad \(http://rsc.uned.es\)](http://rsc.uned.es)

Espacio virtual creado gracias a la colaboración de la Cátedra Telefónica en la UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en el que se tratan diferentes temas de actualidad e la RSC y el que se posibilita la colaboración y participación de los lectores.

- [Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría](#)

Este artículo de José Miguel Rodríguez Fernández hace un repaso sobre la evolución de la responsabilidad social corporativa a lo largo de la historia, clasificándola en cuatro tipos entre los que figuran el estratégico- instrumental y el avanzado, respectivamente los modelos presente y deseado de RSC.

- [El compromiso con los stakeholders. Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés](#)

Manual que contiene recomendaciones encaminadas a comenzar las relaciones con los grupos de interés, contemplándose su identificación, los mecanismos de diálogo existentes, acciones que es recomendable llevar a cabo....

- [Demystifying Responsible Investment Performance. A review of key academic and broker research on ESG factors](#)

Documento que considera varios estudios realizados en torno a la interrelación existente entre los rendimientos financiero, social y medioambiental. La mayoría de estudios sobre el asunto señalan la existencia de una relación positiva o neutra entre rendimiento financiero en inversión socialmente responsable.

- [Revista de la Responsabilidad Social de la de la Fundación Luis Vives](#)

Esta revista electrónica, que también puede solicitarse en papel, es una publicación que analiza las noticias relacionadas con las Empresas y su responsabilidad social. Está dirigida a todas las personas, empresas e instituciones que trabajan en el tercer sector.

- [Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa \(OBRSC\)](#)

Esta página web se dedica al seguimiento de prácticas socialmente responsables de empresas y sociedad a través de un enfoque multiplataforma en el que se pueden consultar informes, programas de radio, documentales, blogs....

- [Experts in Responsible Investment Solutions \(EIRIS\)](#)

Página web de un consultor independiente en la que se dispone de noticias e informes de RSC a nivel internacional, destacándose sobremanera la labor de evaluación de ISR que realiza para todos los inversores, independientemente de si son empresas, fundaciones, consumidores...

- [Economistas sin Fronteras \(EsF\)](#)

Página web de la Fundación Economistas sin Fronteras, organización pionera en la difusión e implantación de la responsabilidad social corporativa (RSC) e impulsora del nacimiento del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.

- [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#)

Una web de una de las organizaciones que goza de mayor reconocimiento en el ámbito de medición de la RSC a través de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Además, también puede consultarse otra mucha información relativa a RSC.

- [Foro Español de Inversión Socialmente Responsable \(SPAINSIF\)](#)

Spainsif es una plataforma de encuentro y de referencia para generar y difundir conocimiento sobre la Inversión Socialmente Responsable, así como concienciar e impulsar cambios en los procesos de inversión en la comunidad inversora, las Administraciones Públicas, las empresas y la ciudadanía en general.



# Cuaderno Red de Cátedras Telefónica

## Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa

12

- [La Responsabilidad Social de la Empresa y las PYMEs](#)

Esta página del Ministerio de Industria Turismo y Comercio proporciona una serie de guía y consejos orientados específicamente a la puesta en práctica de una gestión socialmente responsable por parte de pequeñas y medianas empresa.

- [Libro verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas](#)

Esta publicación de la Comisión Europea constituye una buena introducción a la RSC, indicando sus principales aspectos y estableciendo una serie de recomendaciones encaminadas a un tratamiento común de la RSC a nivel europeo.