

# Trabajo Fin de Grado

Responsabilidad Social Corporativa.  
Empresa familiar versus empresa no familiar

Autora

Isabel Santed Guerrero

Directora

Anabel Zardoya Alegría

Facultad de Economía y Empresa, Zaragoza

2017

**Autora:** Isabel Santed Guerrero

**Directora:** Anabel Zardoya Alegría

**Título:** Responsabilidad Social Corporativa. Empresa familiar versus empresa no familiar.

**Title:** Corporate Social Responsibility. Family business versus non-family business.

**Titulación:** Administración y Dirección de Empresas

## **RESUMEN**

En la actualidad, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) está muy presente en las empresas de forma voluntaria con el fin de conseguir mejoras económicas, ventajas competitivas, mayor repercusión social y podrían incrementar los niveles de satisfacción y de compromiso tanto de empleados como de clientes.

A continuación, realizaremos un estudio a través de las tres últimas memorias sostenibles correspondientes a los años 2013, 2014 y 2015, de dos empresas dedicadas a la automoción; Gestamp y Gonvarri Steel Services, siendo una de ellas una empresa familiar. Este análisis lo llevaremos a cabo siguiendo las indicaciones de la guía para la elaboración de memorias sostenibles denominada Global Reporting Initiative (GRI). Además, procederemos a realizar una comparación entre ambas empresas mostrando las diferencias que podemos encontrar debido al tipo de empresa con el que nos encontramos. Con todo ello, se ha de saber que las conclusiones no se pueden extrapolar a una teoría común ya que cada empresa dispone de peculiaridades que la hace única.

**Palabras clave:** Empresa Familiar, Responsabilidad Social Corporativa (RSC), GRI, Sostenibilidad.

## **ABSTRACT**

Nowadays, Corporate Social Responsibility (CRS) is being taken into account voluntarily by the companies for the aim of obtaining economic improvements, competitiveness advantages and greater social repercussion and so increase satisfaction and commitment from both employees and customers.

Below in this essay, we will study the last three Sustainability Reports of 2013, 2014, 2015 of two companies belonging to the automobile sector: Gestcamp and Gonvarri Steel Services, taking into consideration one of them is a family company. The analysis will be made in accordance to the indications given by the guide for the elaboration of Sustainability Report called Global Reporting Initiative (GRI). Furthermore, we will proceed to compare both companies showing up differences we can find due to their business characteristics. To sum up, it must be beared in mind that any of the conclusions can be extrapolated to a common theory as companies are unique due to its peculiarities.

**Key words:** Family Business, Corporate Social Responsibility (CSR), GRI, Sustainability.

# INDICE

1. Introducción .....	4
2. Responsabilidad Social Corporativa .....	5
2.1 Concepto .....	5
2.2 Elementos de la RSC.....	6
2.2.1 Triple Dimensión .....	6
2.2.2 Grupos de interés.....	7
2.2.3. Desarrollo Sostenible .....	7
2.2.4 Ventaja competitiva .....	7
2.2.5 Globalización .....	8
2.2.6 Tecnología e innovación.....	8
2.2.7 Información y Educación .....	8
2.3 Origen.....	9
3. Aproximación a la Empresa Familiar .....	11
3.1 Concepto .....	11
3.2 RSC en la Empresa Familiar .....	12
4. Análisis.....	14
4.1 Propuesta del análisis.....	14
4.2 Presentación de las empresas a analizar .....	18
4.3 Resultados Obtenidos .....	19
5. Conclusión .....	30
6. Bibliografía .....	32
7. Web grafía .....	34
8. Anexos .....	34
8.1 Anexo 1: Contenidos Básicos Generales .....	35
➤ GRI 3.1 .....	35
➤ GRI 4 .....	38
8.2 Anexo 2.....	42
➤ Cálculos Análisis GESTAMP .....	42
➤ Cálculos Análisis GONVARRI STEEL SERVICES.....	44
8.3. Anexo 3.....	46
➤ Evolución empresa GESTAMP .....	46
➤ Evolución empresa GONVARRI STEEL SERVICES .....	46

## **1. Introducción**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cada vez está más presente en nuestra sociedad. Al gestionarla de manera eficiente se consiguen mejoras. Desde el punto de vista de los consumidores, no solo exigen una gran calidad y unos precios competitivos sino que actualmente exigen compromisos con el medioambiente. De la misma manera, las empresas también están concienciándose de este hecho ya que afecta tanto en su repercusión social como económica.

El objetivo de este trabajo, es llevar a cabo un análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en dos empresas del sector de la automoción. Estas empresas son Gestamp y Gonvarri Steel Services, correspondiendo la primera a una empresa familiar. A través de las memorias sostenibles de estas empresas y las indicaciones de la guía para elaborar memorias sostenibles, realizaremos un análisis y comparación de dichas empresas concluyendo las limitaciones y diferencias que podemos observar en una empresa familiar.

Para ello, en primer lugar, definiremos el término de RSC resaltando sus ideas principales así como su origen. En segundo lugar, nos centraremos en el mundo de la Empresa Familiar realizando una breve definición de este concepto y destacando la vinculación existente entre este tipo de empresas y la RSC. El apartado 4 se dedicará al estudio centrado en las empresas anteriormente mencionadas. A priori se explicará la propuesta del análisis que queremos realizar y daremos a conocer algunos datos relevantes sobre las empresas a analizar. Después, se llevará a cabo el análisis teniendo en cuenta cada indicador de la guía para la elaboración de la memoria de sostenibilidad así como las modificaciones que se han producido para su mejora. Por último, resaltaremos las conclusiones y una breve comparación de ambas empresas incidiendo en las diferencias en el caso de ser una empresa familiar o no.

## 2. Responsabilidad Social Corporativa

### 2.1 Concepto

Definir el término Responsabilidad Social Corporativa no es una tarea fácil ya que generalmente depende de la cultura, religión o tradición de la sociedad en la que nos encontramos.

En los últimos años, este término ha ido adquiriendo una gran importancia en nuestro entorno ya que cada vez son más las organizaciones que no sólo se preocupan únicamente de la obtención de beneficios económicos sino que van mucho más allá, introduciendo las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los interlocutores.<sup>1</sup> Podríamos decir que existe una mayor sensibilización hacia los problemas sociales debido a que las empresas se orientan al consumidor.

Destacando una de las numerosas definiciones que podemos encontrar, el Observatorio de responsabilidad social corporativa<sup>2</sup> define la RSC cómo una forma de dirigir las empresas, basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Este comportamiento seguido por las empresas es de carácter voluntario, nadie les obliga en sentido estricto a implantar acciones de RSC pero les permite obtener a cambio una ventaja competitiva o una mayor satisfacción laboral.<sup>3</sup>

Del mismo modo, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) indica que una empresa está llevando a cabo una estrategia de RSC cuando se compromete con unos valores sociales y comportamientos coherentes a dichos valores no solo con un objetivo económico, sino con una triple dimensión: económica, social y medioambiental. (AECA, 2004)

---

<sup>1</sup> Libro Verde de la Comisión Europea. (2001) *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social*.

<sup>2</sup> Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. *¿Qué es RSC?* <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>

<sup>3</sup> Ruizalba Robledo, Vallespín Arán, González-Porras (2014) El voluntariado corporativo y sus efectos sobre la satisfacción laboral y el compromiso en empresas familiares de Andalucía. *Revista de Empresa Familiar*

En definitiva, el objetivo final es buscar el beneficio económico favoreciendo los intereses de sus grupos de interés, mejorando el bienestar social, preservando el medioambiente y contemplando el impacto de sus acciones en él. Las empresas invierten en su futuro y esperan con ese compromiso incrementar su rentabilidad.

Sin embargo, no se debe confundir Responsabilidad Social Corporativa con acciones puntuales realizadas como estrategias a corto plazo en una empresa como por ejemplo, donaciones, patrocinios o colaboraciones.

## **2.2 Elementos de la RSC**

Para comprender mejor el término de RSC es necesario identificar una serie de elementos que se deben integrar en la organización. Cada uno de estos elementos es imprescindible para que la organización llegue a ser totalmente responsable.

Dichos elementos son: la triple dimensión, los grupos de interés, el desarrollo sostenible, la ventaja competitiva, la globalización, tecnología e innovación, información y educación.

### **2.2.1 Triple Dimensión**

Para que una empresa sea responsable debe conseguir equilibrio entre las tres dimensiones: dimensión social, económica y medioambiental. Tal y como hemos mencionado anteriormente, la RSC integra las preocupaciones de las empresas de manera coordinada y equilibrada.

- **Dimensión Económica:** Su objetivo es crear el máximo valor para los grupos de interés.
- **Dimensión Social:** Su objetivo es crear un bienestar social, generar empleo junto a eventos culturales y actuaciones de interés general.
- **Dimensión Medioambiental:** Su objetivo es minimizar los impactos negativos en el medio ambiente

A demás, el Libro Verde muestra dos dimensiones más:

- **Dimensión externa:** Aquellas referidas a actividades externas a la empresa (relaciones con clientes, proveedores, comunidades locales, socios comerciales, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales...)
- **Dimensión interna:** Aquellas actividades producidas dentro de la empresa y que están relacionadas con sus empleados y el medio ambiente (Gestión de RRHH,

salud, seguridad laboral, adaptación al cambio y minimización del impacto negativo ambiental).

### 2.2.2 Grupos de interés

Una empresa debe tener muy presente a sus grupos de interés o también denominados *stakeholders* con el objetivo de conseguir su satisfacción. Para ello, la empresa debe conocer a cada uno de sus miembros y necesidades para adaptarlos a sus objetivos.

Los stakeholders son *“todos aquellos grupos afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial y por tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente al desarrollo de estas”*. Freedman (1983)

Así mismo, podemos realizar una clasificación de los stakeholders dependiendo si se encuentran dentro o fuera de la estructura empresarial.

- Grupos internos: En este grupo se encuentran los propietarios, accionistas, familia y empleados de la empresa. Estos exigen que la empresa obtenga un crecimiento de valor (es decir, mayor beneficio) y una retribución y seguridad laboral equivalente al trabajo que realizan, respectivamente.
- Grupos externos: En este grupo encontramos a clientes, proveedores y agentes sociales.

### 2.2.3. Desarrollo Sostenible

El desarrollo sostenible se puede definir como *“Aquel desarrollo que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras y la satisfacción de sus propias necesidades”* tal y como nos indica la Comisión mundial sobre el medio ambiente y desarrollo sostenible en la Declaración de Tokio (1987).

La RSC y el desarrollo sostenible son dos términos muy ligados debido a que la mayoría de las acciones que se llevan a cabo por una empresa tienen como propósito el desarrollo sostenible.

### 2.2.4 Ventaja competitiva

Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene capacidad de sobreponerse frente a otras empresas. Para conseguir una ventaja competitiva debe cumplir las expectativas de los stakeholder, siendo el comportamiento responsable una de las

necesidades más demandadas en la actualidad, por ello invertir en RSC da a la empresa una ventaja competitiva.

#### 2.2.5 Globalización

La globalización dio lugar a un mercado sin fronteras, el cual genera un enorme consumismo acercando culturas y dando la posibilidad de obtener cualquier producto a nuestro alcance. El elevado crecimiento de las multinacionales por maximizar beneficios ya sea ampliando mercados o trasladando la producción a aquellos países donde puedan obtenerse mayores rentabilidades ha provocado un aumento considerable de la contaminación en los procesos productivos en los países emergentes que no cuentan con controles que si se imponen en los países desarrollados.

Esta ausencia de controles deriva en prácticas abusivas respecto a trabajadores o explotación infantil entre otras consecuencias.

#### 2.2.6 Tecnología e innovación

El uso de las nuevas tecnologías y la ciencia permite que la inversión realizada en estas se convierta en el mejor aliado de la RSC. Los beneficios que aportan estas medidas son reflejados a largo plazo incurriendo en un elevado coste a priori pero que a la larga suponen un ahorro económico.

#### 2.2.7 Información y Educación

En la actualidad, la transmisión de la información se produce con gran facilidad y en un pequeño instante de tiempo, Gracias a ella podemos conocer los riesgos existentes de nuestra empresa, de la competencia y sus respectivas consecuencias.

En el caso de la educación, es el factor más importante e imprescindible de un país. Aquel país que no invierte en ella, lo notará de forma negativa a largo plazo ya que es necesario que los grupos de interés estén bien formados para que puedan influir correctamente en la empresa.

## 2.3 Origen

Los antecedentes de la RSC se remontan a finales de los años 50, principios de los años 60 en Estados Unidos, como consecuencia de que la sociedad comienza a pedir cambios en los negocios con una mayor implicación del entorno empresarial en los problemas sociales<sup>4</sup>. Esto fue debido a que los ciudadanos comenzaron a creer que a través de su trabajo en determinadas empresas estaban colaborando en el mantenimiento de determinados regímenes políticos o ciertas prácticas económicas éticamente censurables.

En la década de los 70 la RSC vive su máximo esplendor debido a distintas revoluciones sociales derivadas del descontento y la frustración social acumulada. El resultado es un cambio en la política de acción social por los empleados.

En el caso de España, tuvo un origen más tardío, se remonta a finales de los años 90 con la llegada de la democracia, a través de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) introduciendo el concepto de Inversión Social Responsable.

Las empresas españolas se limitaban a generar beneficios y a cumplir la ley para evitar posibles sanciones económicas. Durante la dictadura franquista, numerosas empresas desarrollaron sistemas de seguridad social y protección a los trabajadores sin tener en cuenta factores relacionados con el medio ambiente.

Las empresas comenzaron a internacionalizarse y la entrada de España en la Unión Europea favoreció la propagación de políticas desarrolladas a nivel comunitario que intentaban concienciar a la sociedad sobre la importancia de un mundo sostenible donde el equilibrio entre las fuerzas económicas y sociales era posible. A mediados de los años 90 comienzan a estar conscientes de ello. Ya no se trata de un modelo de trabajo más solidario, sino más bien un sistema de gestión empresarial con el fin de entender el rol social de las empresas.

Como hemos dicho anteriormente, la RSC ha ido adquiriendo desde su aparición una gran relevancia de forma progresiva a pesar de existir un contexto económico desfavorable debido a la profunda y larga depresión posterior a la Guerra Civil que deterioro las condiciones de vida de los ciudadanos y el crecimiento de la miseria. Esta

---

<sup>4</sup> Escuela de Organización industrial, EOI. (2012) "Antecedentes e Historia de la RSC".

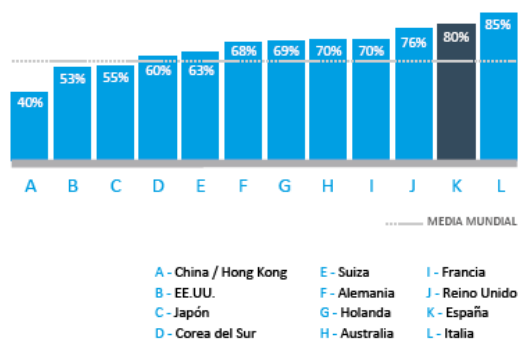
situación ligada a grandes cambios (por ejemplo la globalización, avances tecnológicos y cambios culturales) ha dado lugar a cambios en la gestión y dirección de las empresas.

Según el Informe Forética de 2015, el grado de adopción de políticas y herramientas de responsabilidad social en España es mucho mayor en las empresas de gran tamaño debido a que este tipo de empresas disponen de mayores recursos.

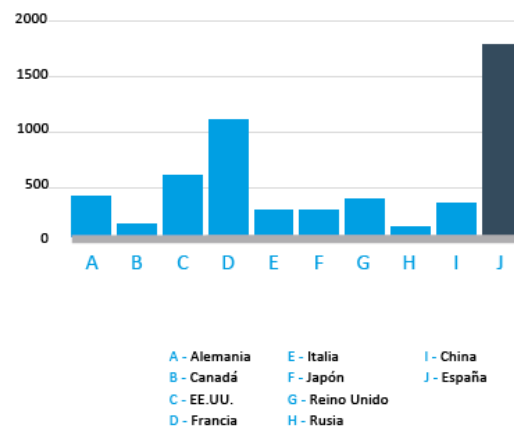
Aun así, como podemos ver en los siguientes gráficos, España es el país que cuenta con mayor número de firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y uno de los principales emisores de memorias de sostenibilidad.

## Gráfico 1.

CALIDAD DE MEMORIAS RSE



FIRMANTES DEL PACTO MUNDIAL ONU

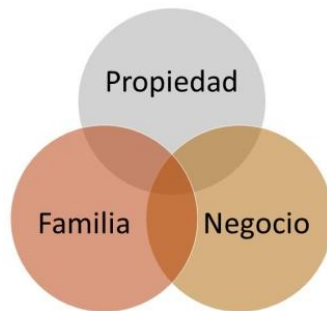


*Fuente: KPMG y Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Informe Forética 2015*

### 3. Aproximación a la Empresa Familiar

#### 3.1 Concepto

La Empresa Familiar se visualiza como la unión de tres factores: Familia, Propietarios y Empresa, denominado Esquema de los tres círculos.



*Fuente: PYMESyEmpresasFamiliares. Elementos de una empresa familiar (Junio, 2016)*

La definición oficial de Empresa familiar<sup>5</sup> fue aprobada en Bruselas por el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y en Milán por el Board del FBN<sup>6</sup>.

Una Empresa Familiar no tiene en cuenta su tamaño sino las siguientes condiciones:

- La mayoría de los votos directa o indirectamente deben pertenecer al conjunto familiar que la fundo.
- Al menos un representante de la familia debe participar en la gestión o gobierno de la compañía.
- En el caso de que la empresa cotice, la empresa que fundó o adquirió la compañía debe poseer el 25% de los derechos de voto.

A pesar de la crisis económica, las empresas familiares hoy en día forman el modelo de negocio más extendido en cualquier estructura económica. En 2015, según el Instituto de Empresa Familiar, el 89% de las empresas españolas son empresas familiares generando 6,5 millones de puestos de trabajo (el 67% del empleo del sector privado) y siendo responsables del 75,1 % del Valor Añadido Bruto.

---

<sup>5</sup> Corona J. Definición Oficial de Empresa Familiar. Universidad de Murcia.

<sup>6</sup> Federación de Asociaciones de Empresarios Familiares.

### **3.2 RSC en la Empresa Familiar**

Para sobrevivir, las empresas obviamente deben constar de una estructura de costes y precios competitivos. Al cuestionarnos si la responsabilidad social tiene un coste añadido, la respuesta sin lugar a dudas sería sí, pero habría que matizar dicha respuesta. En un periodo a corto plazo, el coste resulta elevado pero cabe destacar que es una actividad novedosa y sus valoraciones hay que apreciarlas a largo plazo, en ese caso los beneficios obtenidos y la situación en la que la empresa se encontraría, disminuiría en términos relativos.

En el caso de las empresas familiares existen factores que afectan a dichas empresas y no son característicos de otro tipo de empresas. Entre estos factores podemos destacar la resistencia que existe por los actuales dueños a ceder el poder a la siguiente generación, su escasa transparencia de información, su correspondiente renovación de estilo y gestión si es necesario ya que como en todo el mercado hay que renovarse. Además, las empresas familiares disponen de un grupo de interés adicional respecto al resto de empresas; se trata de la propia familia. La existencia de conflictos entre sus miembros si no emplean una gestión eficiente, tendrá problemas para mantener la supervivencia de su negocio. De esta manera el interés por satisfacer los grupos de interés será mayor.

Se cree que la RSC se incorpora a grandes organizaciones únicamente. Por ello, no se visualiza directamente con las empresas familiares debido a una incorrecta relación entre ellas. Sin embargo, cada vez más la RSC se incluye en mayor medida en los negocios pero todavía quedan casos en que el pensamiento de los empresarios es negativo y creen que suficiente tienen con mantener el negocio activo o no tienen dinero suficiente para llevarlo a cabo. Deben asimilar la situación porque están de acuerdo o porque sus grupos de interés se lo exigen al demandarles productos de calidad.

De acuerdo con Porter y Kramer (2006) más que representar un coste, invertir en RSC es una fuente de oportunidades, innovación y ventajas competitivas. Esto se ve reflejado en los consumidores ya que prefieren productos de calidad; en los proveedores que les satisface vender a empresas que posean una demanda continua y realicen pagos puntuales; en los empleados sabiendo que trabajan en empresas que los consideran importantes y les ofrecen oportunidades tanto de crecimiento como de desarrollo, bajo normas de higiene, seguridad laboral, ambiente de respeto y una justa retribución.

El primer paso para llevar a cabo estas medidas, es identificar las estrategias que están llevando a cabo hasta el momento, diseñar una estrategia a medio/largo plazo la cual genere credibilidad y fiabilidad a sus clientes consiguiendo una vinculación basada en valores.

De esta manera, lo conseguirán y pasarían a hacerlo visible para que sea rentable “*hay que ser bueno y parecerlo*”. (Castillo, 2015)

El término RSC se aplica sobre todo en las grandes empresas<sup>7</sup> o sociedades multinacionales debido a que estas disponen de más medios necesarios para llevar a cabo esta serie de actividades. Sin embargo, tal y como indican algunas empresas que llevan a cabo esta actividad es importante para todo tipo de empresas y todos los sectores de actividad<sup>8</sup> provocando una mejora en sus resultados, crecimiento o mayor beneficios.

Una Empresa Familiar Socialmente Responsable podemos definirla como aquella que busca una continuidad en el tiempo asegurando la máxima satisfacción a todos sus grupos de interés. Para ello, adquiere habilidades que garanticen Responsabilidad Social en cada círculo: Propiedad Socialmente Responsable, Empresa Socialmente Responsable y Familia Socialmente Responsable.

Graafland (2002) demostró que el nivel de preocupación de una empresa familiar por la RSC era mayor que el de una empresa no familiar. A continuación, analizaremos una empresa familiar y una empresa no familiar procediendo a una comparación entre ellas.

---

<sup>4</sup> Christensen, N. (2003) Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva de la Empresa Familiar.

## **4. Análisis**

### **4.1 Propuesta del análisis**

El objetivo del análisis es explorar el nivel de incorporación de prácticas de RSC en la gestión de las empresas mediante un análisis de acuerdo con los principios establecidos por la GRI.

La Global Reporting Initiative<sup>9</sup> (Guía GRI) pasó a ser una organización independiente en 2002 con sede en Ámsterdam. Se encarga de elaborar un mecanismo de rendición de cuentas el cual permite conocer la conducta medioambiental de las empresas, aunque la participación de múltiples grupos de interés propone la elaboración de una guía que incluye temas sociales, económicos y de gobernabilidad.

La GRI busca atender las expectativas de transparencia en el impacto de sostenibilidad de las empresas, satisfaciendo las necesidades de comunicar de forma transparente la sostenibilidad de la empresa con independencia de su tamaño, sector o ubicación.

En 2006 se produjo el lanzamiento de las directrices G3, incorporando modificaciones en 2011 en esa guía denominándolo G3.1. Proporcionaban una versión más completa del contenido y orientaciones ampliadas sobre aspectos de comunidad local. Sin embargo, incorporaron correcciones en 2015 tales como la aplicación de informes más sintéticos o la incorporación de nuevos indicadores. Así, a partir del 31 de Diciembre de 2015 las memorias de sostenibilidad deberán elaborarse “de conformidad” con la G4.

Al analizar varios años de las empresas elegidas podemos observar en las memorias los cambios que se han producido ya que los años proporcionados son 2013, 2014 (siguen la elaboración de la memoria con la versión G3.1) y 2015 en el que pasan a elaborar la memoria con G4.

Para llevar a cabo el análisis GRI en primer lugar, se deben tener claro los principios que las organizaciones deben aplicar cuando elaboran sus memorias de sostenibilidad, los cuales deben estar correctamente definidos sobre cómo llevar a cabo su aplicación y su comprobación.

Es imprescindible diferenciar que existen principios dedicados al contenido de la memoria (Participación de grupos de interés, Contexto de sostenibilidad, Materialidad y

---

<sup>9</sup> Jiménez J.A y Aldeanueva I. (2016) “Dirección estratégica internacional”. Edición Pirámide.

Exhaustividad) y principios centrados en la calidad de la memoria (Fiabilidad, Equilibrio, Comparabilidad, Precisión, Puntualidad y Claridad).

A demás, existen unos contenidos básicos diferenciando entre generales y específicos a tener en cuenta, distribuidos de la siguiente manera tal y como se muestran en los siguientes cuadros.

**Tabla 1. Contenidos Básicos Generales Obligatorios**

CUADRO 3: CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES OBLIGATORIOS		
Contenidos básicos generales	«De conformidad» – Esencial (Estos datos deben divulgarse en todos los casos)	«De conformidad» – Exhaustiva (Estos datos deben divulgarse en todos los casos)
Estrategia y análisis	G4-1	G4-1, G4-2
Perfil de la organización	G4-3 a G4-16	G4-3 a G4-16
Aspectos materiales y Cobertura	G4-17 a G4-23	G4-17 a G4-23
Participación de los grupos de interés	G4-24 a G4-27	G4-24 a G4-27
Perfil de la memoria	G4-28 a G4-33	G4-28 a G4-33
Gobierno	G4-34	G4-34 G4-35 a G4-55(*)
Ética e integridad	G4-56	G4-56 G4-57 a G4-58(*)
Contenidos básicos generales Sectoriales	Obligatorios si se dispone de datos del sector en el que trabaja la organización (*)	Obligatorios si se dispone de datos del sector en el que trabaja la organización (*)

*Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (G4, 2015)*

**Tabla 2. Contenidos Básicos Específicos Obligatorios**

CUADRO 4: CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS OBLIGATORIOS (INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES)		
Contenidos básicos específicos	«De conformidad» – Esencial	«De conformidad» – Exhaustiva
Información general sobre el enfoque de gestión	Solo para los Aspectos materiales (*)	Solo para los Aspectos materiales (*)
Indicadores	Como mínimo un Indicador relacionado con cada Aspecto material (*)	Todos los Indicadores relacionados con cada Aspecto material (*)
Contenidos básicos específicos Sectoriales	Obligatorios si se dispone de datos materiales del sector en el que trabaja la organización (*)	Obligatorios si se dispone de datos materiales del sector en el que trabaja la organización (*)

*Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (G4, 2015)*

En el caso de la Guía GRI 3.1 es muy similar a este esquema. Posteriormente, señalaremos dichas diferencias.

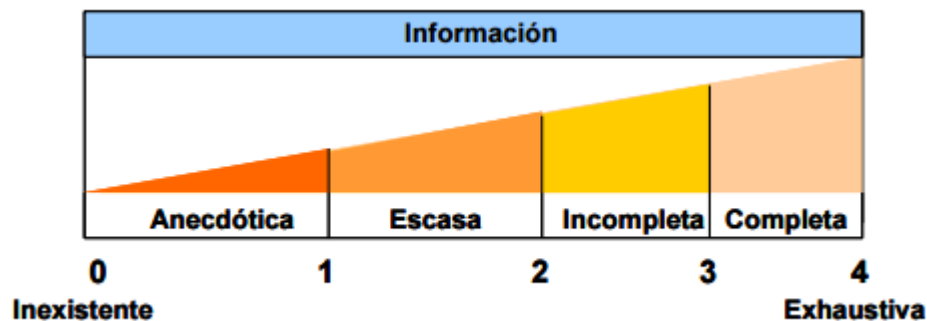
**Tabla 3. Contenidos Básicos**

Contenidos básicos para la Guía GRI en su versión 3.1		
Estrategia y Análisis	1.1-1.2	
Perfil de la organización	2.1-2.10	
Parámetros de la memoria	3.1-3.13	
Gobierno, compromisos y participación grupos de interés	4.1-4.17	
Dimensiones	Económica	Laboral
	Ambiental	Derechos Humanos
	Social	Sobre el producto
Indicadores	Económico	Ambiental
	Social	Laboral

*Fuente: Elaboración propia a partir de la Guía para la elaboración  
de memorias de sostenibilidad (G3.1, 2013)*

En el caso de este trabajo, nos centraremos en analizar el apartado de conceptos básicos generales obligatorios que comprende la empresa seleccionada, observando la información que proporciona cada una de ella en su memoria sostenible y valorando si sigue la Guía para su elaboración destacando los datos más relevantes. De la misma manera, indicaremos las diferencias que se encuentran teniendo en cuenta las modificaciones en la Guía. Igualmente, con el objetivo de facilitar la interpretación de estos datos adjudicaremos una puntuación a cada apartado mediante la media aritmética.

Los indicadores del GRI seguirán la siguiente interpretación según la calidad de la información proporcionada:



	Inexistente		Apenas se ha encontrado información relacionada con los aspectos evaluados en la documentación analizada
0	Anecdótica		Se ha detectado información relacionada con al menos el 25% de los aspectos evaluados, pero esta es mayoritariamente anecdótica y no relevante frente al alcance de actividades, productos y/o geográfico de la empresa
1	Escasa		Se ha detectado información relacionada con al menos el 50% de los aspectos evaluados, pero esta es bastante limitada, y/o no es significativa frente al alcance de actividades, productos y/o geográfico de la empresa
2	Incompleta		Se ha detectado información relacionada con al menos el 75% aspectos evaluados, pero ésta no se podría considerar todavía completa, y/o no cubre completamente todo el alcance de actividades, productos y geográfico
3	Completa		Se ha detectado información relevante y descriptiva relacionada con el 100% de los aspectos evaluados, cubriendo todos los alcances de la organización
4	Exhaustiva		Se ha detectado información relevante, descriptiva y detallada relacionada con todos los aspectos evaluados, cubriendo todos los alcances de la organización

*Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2013)*

*“La RSC en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35”.*

## **4.2 Presentación de las empresas a analizar**

Las empresas elegidas para llevar a cabo este análisis son dos empresas dedicadas a la automoción. Una de ellas es una empresa familiar y la otra no, con ello nos da juego a poder comparar dos tipos de empresas diferentes dentro del mismo sector. En primer lugar, describiremos a grandes rasgos estas empresas.

- **GESTAMP**

Gestamp es un grupo español internacional de ingeniería automotriz dedicado a los componentes estructurales de automóviles. Tiene origen a finales de los años 90 (1997) a manos de Francisco Riberas Mera, el cual promueve la creación de esta empresa con el objetivo de convertirse en un proveedor de referencia en el sector de la automoción a nivel internacional. Su sede central se encuentra en Burgos, España.

En un principio estuvo presente en Francia, Portugal y Brasil. A principios de la década del 2000, entro en el mercado Alemán, Estadounidense y reforzó su presencia en Europa occidental. También amplio sus competencias tecnológicas con la adquisición del Grupo Hardtech en el año 2004 y Edscha (un grupo alemán líder en sistemas de cierre para automóviles con 14 plantas y 2 centros de I+D distribuidos en 9 países) en 2010.

En el año 2011 continúa con su estrategia de crecimiento orientado al producto adquiriendo la división de componentes metálicos de ThyssenKrupp sumando 17 plantas y 2 centros de I+D a su red de centros productivos. De esta manera, Gestamp consigue consolidar su liderazgo en Europa Occidental, incrementar su presencia en China y crecer en el negocio de chasis.

En 2013 consiguió el respaldo de inversores internacionales y por primera vez realizo una emisión de bonos, fortaleciendo su estructura de capital y diversificando sus fuentes de financiación.

Actualmente, tras 15 años de trabajo sus ingresos rondan los siete millones de euros. Gestamp está presente en 20 países con cerca de un centenar de plantas industriales, 12 centros de I+D y una plantilla de más de 32.000 empleados en todo el mundo.

- GONVARRI STEEL SERVICES

Compañía líder en la transformación de acero plano y aluminio con sede en Madrid. Fundada en 1958 por Francisco Riberas Pampliega. Se dedica a la fabricación de productos agrupados en seis líneas de negocio: automoción, seguridad vial, energía, almacenaje, mecano e industria con más de 50 años de experiencia.

Durante los últimos 15 años ha experimentado una diversificación a nivel mundial y actualmente se encuentra consolidando su presencia en Latinoamérica y con importante posiciones en Asia y América del Norte. Dispone de 36 centros de transformación del acero plano y aluminio, está presente en 17 países y cuenta con más de 3.400 empleados.

Su estrategia se centra en el crecimiento sostenible, rentable y en la mejora continua de sus productos y servicios con el objetivo de fortalecer las relaciones con clientes y proveedores a través de soluciones innovadoras.

El pilar fundamental de la empresa son sus profesionales, los cuales forman una ventaja competitiva frente a los competidores aportando valor añadido a los procesos y a la posición de liderazgo.

#### **4.3 Resultados Obtenidos**

Para llevar a cabo el análisis hemos tenido en cuenta las tres últimas memorias sostenibles elaboradas por estas dos empresas correspondientes a los años 2013, 2014 y 2015. A su vez, comparándolas con los requisitos del GRI para comprobar si la memoria cumple con cada uno de los puntos que la guía indica que hay que seguir.

Gestamp, siendo una empresa familiar, lleva a cabo la memoria sostenible de manera exhaustiva según la Guía G4 en 2015 y en los otros dos años anteriores sigue los pasos de la Guía 3.1 como hemos mencionado anteriormente ya que todavía no se habían incorporado las actuales modificaciones.

Tras realizar los cálculos correspondientes, recogidos en el Anexo 2 obtendríamos los siguientes resultados para la empresa Gestamp:

**Tabla 4. Cuadro Resumen, Empresa Gestamp**

	2013	2014	2015
Estrategia y análisis	4	3,25	3,75
Perfil de la Organización	3,12	3,42	3,25
Aspectos materiales y cobertura	0,75	1,00	1,43
Participación grupos de interés	4	3,63	3
Perfil de la memoria	3,22	2,89	3,75
Gobierno	1,90	2,30	1,07
Ética e integridad	2,83	2,33	2,67

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis*

De la misma manera, obtendríamos los datos de la Empresa Gonvarri Steel Services recogidos en el mismo Anexo, siendo esta una empresa no familiar.

**Tabla 5. Cuadro Resumen, Empresa Gonvarri Steel Services**

	2013	2014	2015
Estrategia y análisis	3,63	3,63	3,88
Perfil de la Organización	2,97	3,04	3,26
Aspectos materiales y cobertura	1,75	1,75	2,29
Participación grupos de interés	2,50	3,00	4
Perfil de la memoria	2,75	2,00	4,00
Gobierno	1,80	2,10	2,26
Ética e integridad	3,17	4,00	1,33

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis*

A continuación, comentaremos con más detalle cada uno de los puntos básicos generales obligatorios de la memoria sostenible indicando los aspectos destacados que debe mejorar cada empresa y observando las mejoras y los aspectos que ha empeorado con las modificaciones correspondientes.

Como ya habíamos adelantado, en el año 2013 y 2014 Gestamp lleva a cabo su memoria sostenible siguiendo las indicaciones de la GRI 3.1, el mismo caso se produce en la empresa Gonvarri Steel Services. A grandes rasgos podríamos decir que los

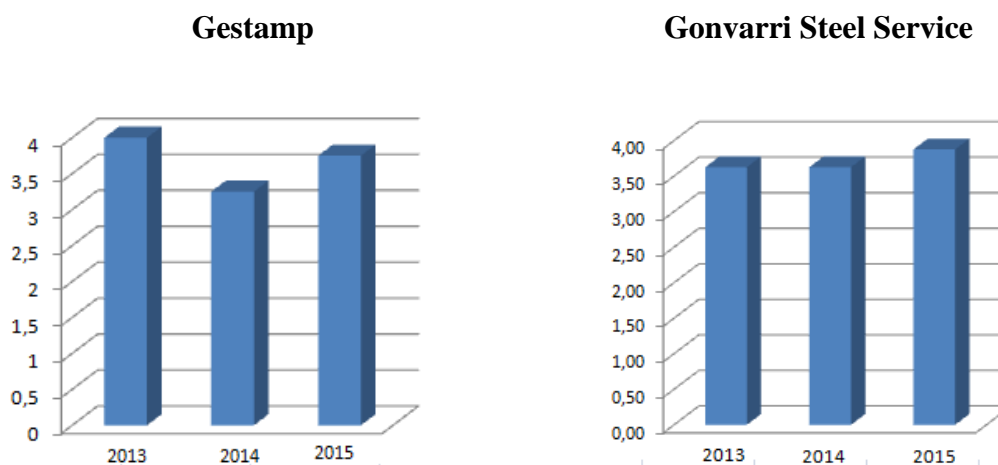
indicadores a seguir son similares a la GRI 4 pero se expone la información con una estructura diferente permitiendo un mejor manejo de dicha información.

En primer lugar, la estructura ya nos llama la atención ya que GRI3.1 no diferencia dos grupos: contenidos básicos y específicos sino que engloba todos en el mismo grupo; los denominados contenidos básicos. Por ello, analizaremos de forma conjunta cada apartado de las memorias sostenibles siguiendo el orden establecido por la GRI4 con el objetivo de establecer un orden común entre ellas.

En el primer apartado que encontramos, **Estrategia y análisis** coincide en ambas guías, al igual que coincidimos al observar que en ambos casos la estrategia a corto y medio plazo viene definida correctamente pero a largo plazo falta información al respecto en el caso de Gestamp. El resto de aspectos que deben aparecer como los logros o fracasos y la opinión sobre los objetivos a conseguir están correctamente definidos.

Un aspecto a echar en falta en las dos empresas es la prioridad respecto a los objetivos que sostiene la empresa y en GRI 3.1 un cuadro resumen de los objetivos. Este cuadro es una de las modificaciones que se incorpora para el año siguiente (2015) y ya podemos verlo en la memoria sostenible de ese año.

## Gráfico 2. Estrategia y Análisis



El resultado a primera vista es positivo ya que en los tres años supera la puntuación de 3, siendo en 2014 en el caso de Gestamp la valoración más baja (3,25). Esto significa que la información proporcionada en las memorias en este apartado es completa sin mostrar grandes diferencias entre ambas empresas. Como puntualización, podemos

destacar una mayor descripción por la empresa Gonvarri Steel Services en las características de los empleados.

A continuación, respecto a la información sobre el **Perfil de la organización** comienzan a aparecer diferencias en la guía ya que la GRI 4 incorpora los siguientes puntos que no aparecen en los años anteriores:

- G10 y G11: Añaden mayor información sobre los empleados (el porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos, o clasificación dependiendo al contrato laboral, sexo, fijos/no fijos...).
- G12: Descripción de la cadena de suministro.
- G14: Principio de precaución.
- G15: Elaborar una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización ha suscrito o adoptado.
- G16: Lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.

De la misma manera, queda suprimido el punto 2.10 “Premios y distribuciones”.

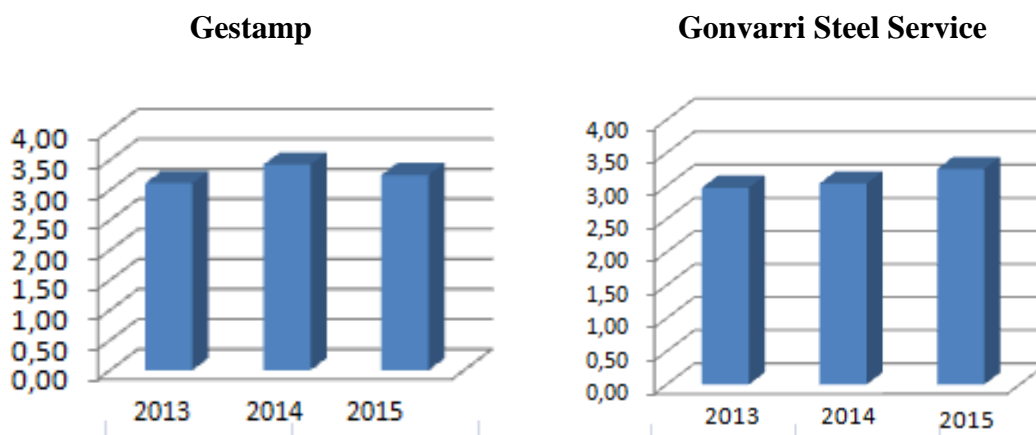
Este apartado comunica información sobre el nombre, los productos, los mercados y sectores en que realizan sus actividades, la naturaleza y la forma jurídica, así como cualquiera de los cambios significativos que se producen a lo largo del año en la empresa respecto al tamaño, estructura o propiedad accionaria.

Algunos aspectos que podemos echar en falta en la información proporcionada en ambos años de GRI 3.1 (2013 y 2014) son los cambios significativos en el número de empleados (por ejemplo, en las contrataciones en temporada, es decir, en aquellas fechas señaladas que sus ventas se disparan y es necesario aumentar la contratación) aunque es cierto que proporciona mayor información sobre los empleados de la que pide la guía. Este apartado se ve mejorado en GRI4. En el caso de la empresa Gonvarri el indicador que menor información proporciona es aquel que habla sobre los mercados que abarca dicha empresa.

Sin embargo, como nos muestra el gráfico 3, la valoración en los tres años es superior a tres a excepción del año 2013 en la empresa Gonvarri Steel Services (aunque la cifra es

muy cercana a 3 siendo la valoración un 2,97) por lo que la información sigue siendo completa incluyendo todos aquellos requisitos necesarios según la guía.

### Gráfico 3. Perfil de la Organización



Los siguientes apartados muestran la información en la memoria sostenible con una estructura diferente a causa de las modificaciones introducidas en la guía.

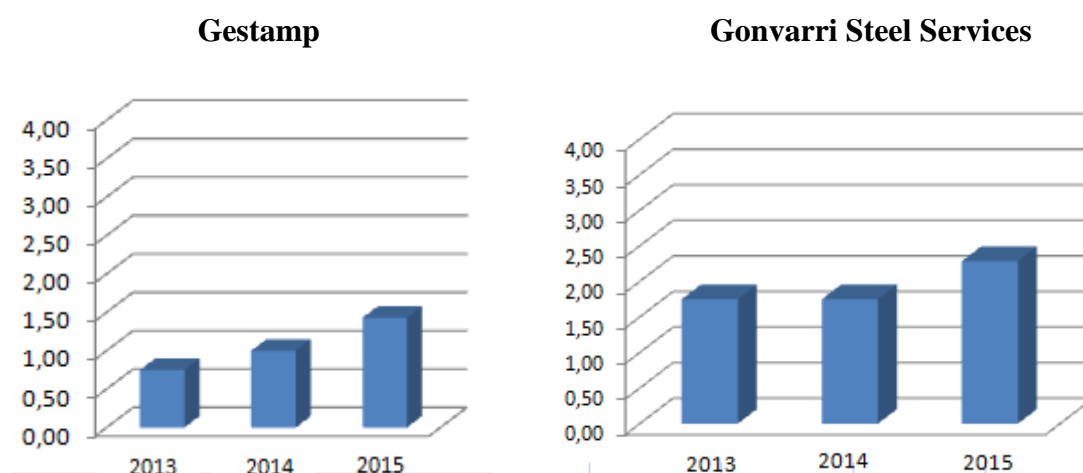
El denominado **aspectos materiales y cobertura** lo incorpora la GRI 4, como podemos observar en el gráfico 4, la empresa Gestamp necesita incidir sobre él para mejorarlo ya que la mayor valoración es un 1,43 en este año, 2015. En el caso de Gonvarri Steel Services la información ofrecida es algo mayor sin conseguir una información completa ya que su valoración más alta es 2,29.

En los años anteriores, se puede encontrar algún detalle a lo largo de la memoria que hace referencia a este apartado por lo que lo hemos recogido en este apartado para poder realizar la comparación.

De forma negativa destaca G4-22 “Descripción de las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas” debido a que no hacen mención en ningún momento a datos sobre sus memorias anteriores.

Debido a las valoraciones obtenidas la información es algo escasa, es decir, existe al menos un 50% de los aspectos evaluables pero de forma limitada. No es un hecho muy alarmante al tratarse del primer año de este apartado y su aparición ya refleja una mejora en la reestructuración de la información recogida para años próximos.

**Gráfico 4. Aspectos materiales y cobertura**



A continuación, hemos tenido que reestructurar algunos puntos de la memoria para hacerlos coincidir y poder comparar de manera correcta la información que proporcionan las memorias ya que en GRI3.1 algunos puntos están colocados en diferentes apartados, mientras que en GRI4 gracias a las modificaciones están mejor recogidos. Esto, nos muestra una evolución de mejora en la formulación de memorias sostenibles.

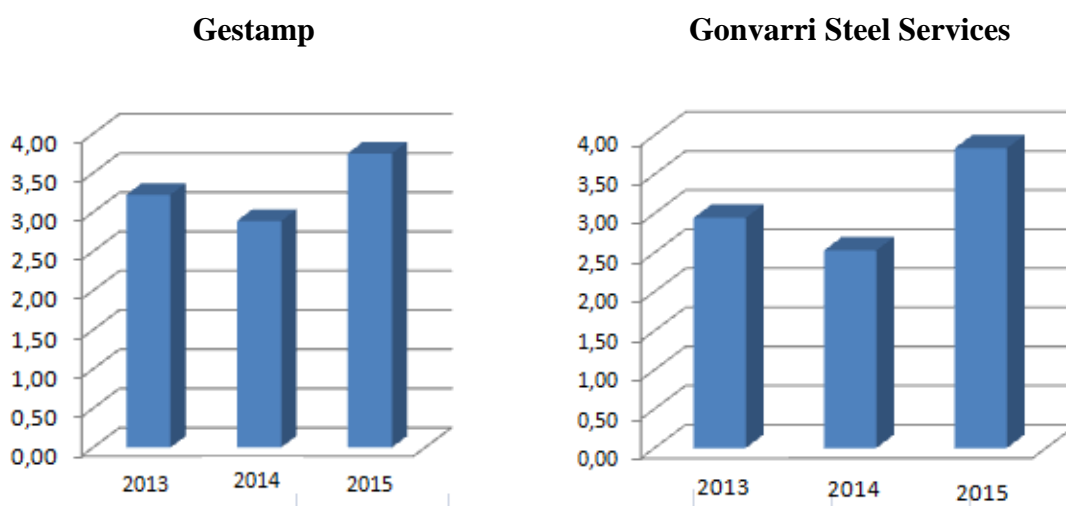
El apartado (en GRI4) denominado **Perfil de la memoria** coincidiría a grandes rasgos con el apartado (en GRI 3.1) Parámetros de la memoria. Este apartado se centra en informarnos del periodo y la fecha en que se realiza dicha memoria, la duración del ciclo que se presenta y dónde podemos obtener mayor información de la obtenida. Es cierto, que en GRI 3.1 nos proporciona mayor información en este apartado pero no es un factor a tener muy en cuenta ya que esa información de más la podemos encontrar a lo largo de la memoria recogidos en otros apartados más convenientes.

De forma negativa en los años anteriores a las modificaciones de 2015 podemos destacar que no mencionan fechas anteriores de las memorias sino que únicamente mencionan como memoria anterior la primera que realizaron Gestamp y Gonvarri Steel Services en 2012 y 2013, respectivamente.

De forma positiva, como podemos observar en el gráfico 5, la información del Perfil de la memoria va mejorando con los años. A demás de lo mencionado anteriormente respecto a la estructura de los apartados, también por la calidad y cantidad de información requerida. Gestamp en 2015 supera la valoración de los años anteriores con un 3,75. El mismo caso observamos en la empresa no familiar, la cual aporta una gran

información extra sobre el número de visitas, página web y redes sociales de la empresa, alcanzando la puntuación más alta. Esta puntuación, significa que recoge el 100% de los aspectos evaluados, cubriendo todos aquellos alcances requeridos por la Guía.

**Gráfico 5. Perfil de la memoria**



Por último, el apartado “Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés” con el que finaliza la memoria de GRI 3.1 con las modificaciones posteriores la encontramos dividida en GRI4 en tres apartados: Participación de los grupos de interés, Gobierno y Ética e integridad.

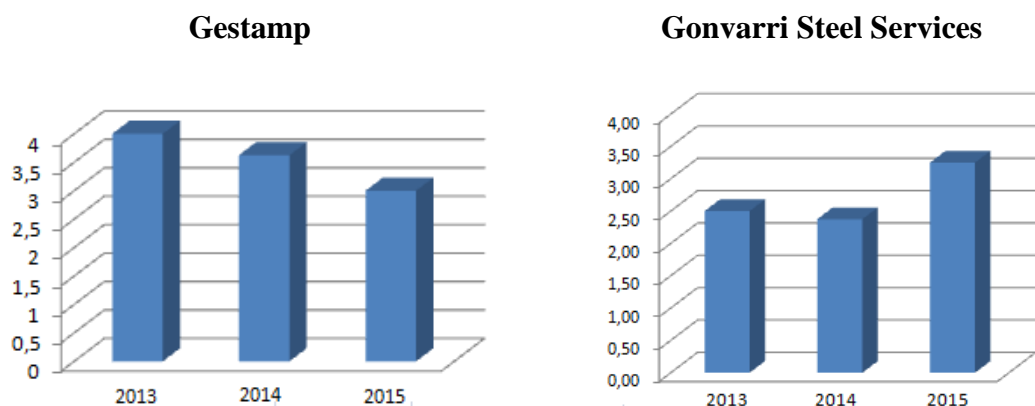
La **participación de los grupos de interés**, los describe, explica en que basa su elección de dichos grupos, la manera en que se produce la comunicación con ellos y los diferentes estudios que utiliza a la hora de analizarlos.

Al contrario que el resto de apartados, es el único en el que Gestamp con el paso de los años se ha visto afectado. La posible causa de este hecho la podemos encontrar en la conciencia de los problemas que pueden surgir y la manera de solucionarlos. Los estudios que se llevan a cabo para dar con los grupos de interés de la empresa en GRI4 ya no es necesario informarlos, otro hecho que hace que la información recogida empeore pasando en 2013 de completa con una valoración de 4 descendiendo hasta en 2015 obteniendo una valoración de 3. No ocurre lo mismo en el caso de la otra empresa, ya que con el paso de los años se ha visto mejorada su información notablemente en este apartado, llegando a alcanzar en 2015 la puntuación más alta.

La memoria cumple todos los apartados que indica su guía correspondiente pero en este caso la recomendación para Gestamp sería incorporar los aspectos que antes se tenían

en cuenta junto a las modificaciones ya incorporadas. Estas evoluciones comentadas podemos verlas en el siguiente gráfico número 6.

**Gráfico 6. Participación de los grupos de interés**

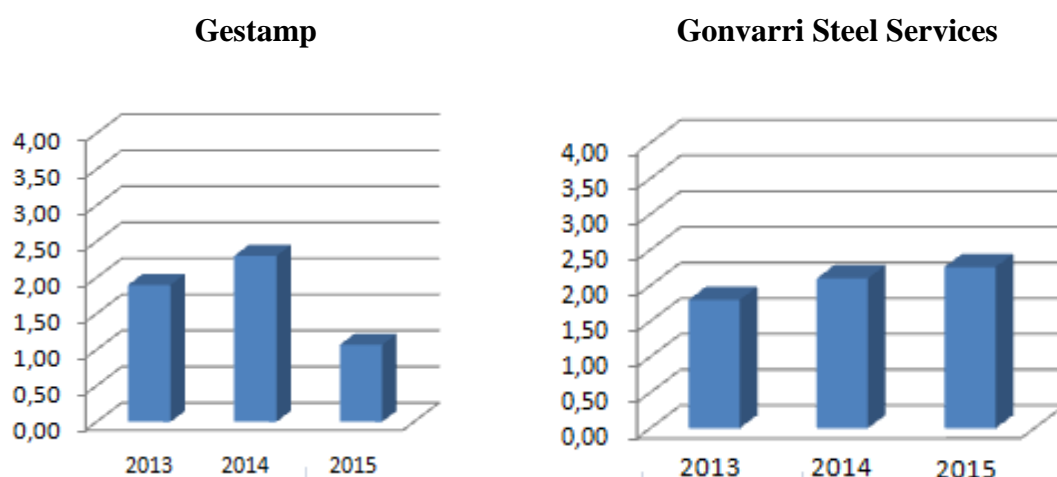


De la misma manera, analizando el gobierno, se comunica la estructura y los cargos que comprende cada persona dentro de cada empresa. En el caso de Gestamp indica el número pero no especifica el sexo de sus miembros y los principios que sigue no los especifica al igual que las funciones que lleva a cabo cada órgano. También en varios casos la información directamente no está disponible al nivel requerido o es confidencial. Por ello, podemos considerar la información bastante escasa, a diferencia de la empresa Gonvarri Steel Services que incluso menciona aquellos indicadores en los que se puede encontrar información relacionada sobre los aspectos que se hablan en este apartado.

Con el paso de la nueva estructura de la guía aparecen nuevos indicadores en este apartado que aportan mayor información sobre cuestiones sobre los cargos que tienen los miembros de la organización. Al igual que en el caso de los grupos de interés, podemos ver en el gráfico 7 de Gestamp el empeoramiento de la información llegando a ser escasa dicha información con una valoración de 1,07 aunque nunca había llegado a ser anteriormente completa. En 2013 destaca con una puntuación de 2,30 considerándose de la misma manera, incompleta.

En el caso de Gonvarri Steel Services la evolución es más estática aunque se ve un pequeño aumento.

## Gráfico 7.Gobierno

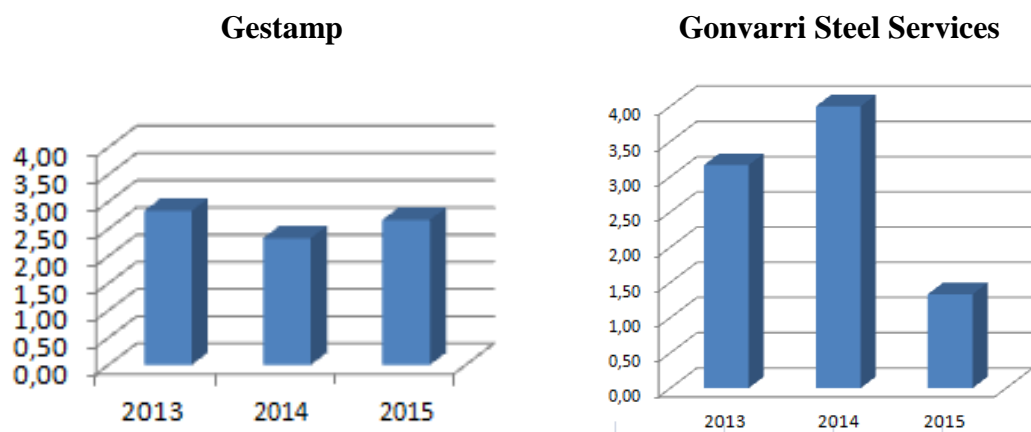


Para finalizar, el apartado **Ética e integridad** nos resalta los valores, principios, estándares y normas que abarca la empresa. Incidiendo en sus valores se centran en el Código de Conducta el cual establece un marco común de referencia para el comportamiento ético y respetuoso de los empleados en cada uno de los países en los que actúa. Este Código sigue una serie de normas de conducta basadas en los principios corporativos de la empresa y en los diez principios de los Derechos Humanos. Además, Gestamp en 2013 se fundó el Comité de Ética cuya finalidad es revisar dicho Código de Conducta.

Podemos decir que la evolución sobre la ética e integridad de la empresa se mantiene bastante igualada con el paso de los años en el caso de la empresa familiar (2,33-2,83) como vemos en el gráfico 8, cumpliendo todos los indicadores de la guía necesitando mejorarlos ya que no llega la información a ser completa del todo pero está muy cerca de conseguirlo.

En el caso de la empresa no familiar, Gonvarri Steel Services, se muestra cómo el único indicador que ha empeorado con los años debido a su escasa información proporcionada. En 2015 obtiene una puntuación de 1,33 lo que significa que la información en dicho apartado era anecdótica, es decir, existe alrededor de un 25 % de la información necesaria.

## Gráfico 8. Ética e Integridad



Para culminar el análisis, mostraremos dos gráficos, incluidos en el Anexo 3. En ellos, podemos mostrar todos los apartados de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad reflejando la evolución desde el año 2013 hasta 2015 de manera conjunta para cada empresa.

Centrándonos en la empresa Gestamp y el año 2013 que en el gráfico coincide con el color azul, observamos que el apartado “Estrategia y Análisis” junto a “Participación de los grupos de interés” disponen de las valoraciones más altas respecto al resto de apartados incluso al compararlos entre los otros dos años posteriores. El apartado sobre los “Aspectos materiales y cobertura” es el que necesitaría una mayor precisión en el análisis ya que si que sigue los pasos de la guía pero no con la suficiente información detallada.

En el caso de 2014 cuyo color corresponde al rojo en el gráfico, respecto al año anterior en algunos aspectos mejora su valoración pero en otros casos no, por lo que no podemos dar una conclusión que englobe todo el año. Siguiendo los pasos del año anterior, el apartado más escaso continúa siendo el de “Aspectos materiales y cobertura” pero en este caso están más iguales el resto de apartados sin que resalte alguno sobre los demás por lo que la elaboración de la memoria podría decirse que es más homogénea.

Respecto a 2015 coincidiendo con el color verde del gráfico, nos encontramos en la misma situación; en algunos casos mejora y en otros casos empeora la información. Continuamos con una memoria más homogénea en la que en este caso el apartado más afectado es el de “Gobierno” ya que el apartado de “Aspectos materiales y cobertura”

que años atrás era el que más llamaba la atención, se muestra una evolución positiva. En el caso del Gobierno refleja una gran caída de dicha información que puede derivarse al introducir nuevos índices en la guía.

A continuación pasaremos a hablar de la empresa Gonvarri Steel Services. En el año 2013, correspondiendo en el gráfico al color azul, coincidiendo con la empresa anterior el apartado “Estrategia y Análisis” es el que proporciona mayor información y “los aspectos materiales y cobertura” aquel en el que necesitaría incidir para obtener una mayor calidad en su análisis.

Respecto al año 2014 cuyo color corresponde en el gráfico al color rojo, no experimentan cambios significativos respecto al año anterior excepto en el apartado “Ética e integridad” que mejora notablemente obteniendo la puntuación máxima de información completa. En este caso, el apartado con información más incompleta vuelve a ser el apartado “aspectos materiales y cobertura” igual que en el año anterior.

Por último, en el año 2015, coincidiendo con el color verde del gráfico, nos encontramos con la situación inversa. El apartado “Ética e integridad” pasa de obtener la puntuación más alta a la más baja de un año a otro reflejando una gran diferencia entre sus valores. Este hecho es debido a la escasa información proporcionada en 2015 respecto a los mecanismos que lleva a cabo la conducta ética y lícita. En el resto de apartados, no se puede generalizar una línea de evolución ya que en algunos casos mejora y en otros empeora, sin destacar ninguno de ellos por encima de los demás.

## 5. Conclusión

El termino RSC apareció hace ya algunas décadas pero en la actualidad ha ganado mucha fuerza. Con el estudio realizado en este trabajo observamos la concienciación que existe por las empresas sobre estas medidas y las diferencias que podemos encontrar al tratarse de dos tipos de empresas diferentes, en este caso, familiares o no familiares. Para conseguir mejoras significativas en la sociedad la RSC debe incorporarse de manera efectiva en la gestión y en las políticas de la empresa y del resto de organizaciones.

Las dos empresas analizadas elaboran sus memorias de sostenibilidad bajo los criterios de La Global Reporting Initiative (GRI). Con la nueva versión de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad se eliminan aspectos por falta de importancia, reestructuración o por que incluyen nuevos indicadores que completan la información. Ambas empresas incorporan la nueva versión de GRI en el año 2015 lo que nos dificulta su comparativa respecto a los dos años anteriores que utilizan la GRI 3.1. Por ello, ha sido necesario reagrupar en algunos casos los indicadores para hacerlos coincidir con ambas versiones y de esta manera, nos permitiera realizar la comparación entre los años seleccionados.

Una vez concluido el análisis sobre la evolución a lo largo de los tres últimos años, se pueden extraer ciertas conclusiones. La valoración media que engloba a los tres años asciende a 2,74 y 2,66 respecto a Gestamp y Gonvarri Steel Services, respectivamente. Por ello, observamos que en ambos casos no se encuentran en el rango que corresponde a una información completa aunque estarían muy próximas a dicho rango de forma generalizada ya que puede variar según a que apartados nos referimos. Existen apartados en los que la información expuesta es más completa que en otros. Esto se puede ver en los apartados de “Estrategia y Análisis” y “Participación grupos de interés” que destacan en la empresa Gestamp. En el caso de la empresa Gonvarri Steel Services destacan como apartados más completos la “Participación grupos de interés” en el año 2015 y “Ética e integridad” en el año 2014. En el caso contrario, los apartados que necesitarían una mayor atención serían los “Aspectos materiales y cobertura” y “Gobierno” en la empresa Gestamp. Mientras que en la empresa Gonvarri Steel Services destacaría “Ética e integridad”.

A demás, ambas organizaciones son grandes empresas las cuales, tienen mayores recursos que empresas de un menor tamaño para poder elaborar estos informes. De la misma manera, podemos resaltar diferencias al tratarse de una empresa familiar. Estas empresas, muestran limitaciones como por ejemplo, la más característica encontrada en el caso de nuestra empresa familiar elegida, Gestamp, es la escasa información acerca de la estructura, especificación del sexo, funciones y los cargos que ocupa cada miembro dentro de la organización. Sin embargo, tras realizar el análisis las valoraciones de la empresa familiar obtenidas nos demuestran todo lo contrario alcanzando una puntuación mayor. Esto demuestra que los recursos no es el único condicionante y puede ser debido a un mayor interés por parte de la empresa o una mayor capacidad a la hora de elaborar la memoria. Por lo que es necesario mencionar el gran interés aportado para la elaboración y mejora de estas memorias año tras año ya que es un hecho voluntario que aporta un gran reconocimiento en todos los ámbitos empresariales.

En términos generales, ambas empresas analizadas cumplen con todos los puntos de la guía de mejor o peor manera pero al fin y al cabo siguen los pasos indicados por cada uno de los indicadores que aparecen en la guía verificándola por una auditoría externa.

Somos conscientes de que no se pueden generalizar estas conclusiones según el tipo de empresa que es, es decir, una empresa por ser empresa familiar no va a elaborar su memoria sostenible de mejor o peor manera que una empresa no familiar como regla general. Esto se debe a que cada empresa tiene sus propias peculiaridades y no están concienciadas de la misma manera respecto a la RSC, ni tienen los mismos recursos, independientemente del grupo de empresas en el que se encuentre. Pueden encontrarse limitaciones pero siendo conscientes de ellas y trabajando con otros puntos clave que tenga la empresa pueden llegar a tener unos mejores resultados superándose a sí mismas incluso a otras empresas con quizá mayores posibilidades.

## 6. Bibliografía

- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2016) “¿Qué es RSC? Los cinco principios que rigen la RSC”.
- RANDALL, Vega. (2005) “¿Qué es la responsabilidad social corporativa?”
- Ministerio de industria, energía y turismo. (2010) “RSE en las Pymes”.
- HERRERA BOXO, C., Escuela de organización industrial (EOI, 2012) “Antecedentes e Historia de la RSC”.
- AECA, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2016) Responsabilidad social corporativa interna. Delimitación conceptual e información. 10º Documento
- AECA (2004) “Marco Conceptual de la RSC”
- Libro Verde de la Comisión Europea (2001) *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
- Declaración de Tokio (1987). “Comisión mundial sobre el medio ambiente y desarrollo sostenible”.
- Informe Forética (2015) “Estado de la RSE en España”.
- JIMÉNEZ, J.A y ALDEANUEVA, I. (2016) *Dirección estratégica internacional*. Pirámide.
- CHRISTENSEN, N. (2003) “Responsabilidad Social Corporativa, desde la perspectiva de la Empresa Familiar”.
- El Economista (2017) Ranking empresas de componentes de fabricación.
- Página Oficial de Gestamp (Diciembre, 2016)
- Memoria sostenible de Gestamp, años 2013, 2014 y 2015
- ALDEANUEVA FERNÁNDEZ, I. (2012) *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*. Pág. 43-49
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2013) “La RSC en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35”.
- Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Versión 3.1.
- Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Versión 4.
- CUESTA GONZÁLEZ, M. y VALOR MARTINEZ, C. (2003) “Responsabilidad Social de la empresa”. *Revista ICE*

- RUIZALBA ROBLEDO, VALLESPÍN ARÁN, GONZÁLEZ-PORRAS (2014) “El voluntariado corporativo y sus efectos sobre la satisfacción laboral y el compromiso en empresas familiares de Andalucía”. *Revista de Empresa Familiar*
- Página Oficial de Gonvarri Steel Services (Enero, 2017)
- Memoria sostenible de Gonvarri Steel Services, años 2013, 2014 y 2015
- CASAMAYOR, R. (2016) “El triunfo de los fabricantes españoles de componentes para automóviles” *El País*
- Asociación Empresa Familiar de Aragón (2017)
- Instituto de la Empresa Familiar (2015) “La empresa familiar en España”
- Ibercampus.es (2007) “Empresas y RSC”, expertos aseguran que a RSC es rentable”.
- Informe PwC Global CEO Survey (2015)
- MASANET LLODRA M. (2015) “El método del estudio de casos en la investigación empírica en contabilidad”. *Revista de Contabilidad y Dirección* Vol. 20, pág. 247-270.

## 7. Web grafía

- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>
- Concepto RSC: <http://www.monografias.com/trabajos24/responsabilidad-social-corporativa/responsabilidad-social-corporativa.shtml>
- <http://www.ipyme.org/es-ES/PolíticasMedidasPYME/Responsabilidad/Páginas/ResponsabilidadSocialenlaEmpresa.aspx>
- Antecedentes e Historia de la RSC: <http://www.eoi.es/blogs/carlosherrera/2012/02/20/antecedentes-e-historia-de-la-rsc/#>
- Ranking de empresas componentes de fabricación: <http://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-2932.html>
- Asociación empresa Familiar de Aragón: <http://www.aefaragon.es/asociacion>
- <http://www.iber-campus.es/mas-expertos-aseguran-que-la-rsc-es-rentable-34345.htm>
- CASAMAYOR, R. (2016) “El triunfo de los fabricantes españoles de componentes para automóviles” [http://economia.elpais.com/economia/2016/09/23/actualidad/1474650778\\_568682.html](http://economia.elpais.com/economia/2016/09/23/actualidad/1474650778_568682.html)
- Empresa Gestamp: <http://www.gestamp.com/Home.aspx?lang=es-ES>
- Empresa Gonvarri Steel Services: <http://www.gonvarristeel-services.com/>
- GRI 3.1.: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- GRI 4: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G4-Part-One.pdf>

## 8. Anexos

### 8.1 Anexo 1: Contenidos Básicos Generales

Cuadro resumen sobre los criterios establecidos para elaborar las memorias de sostenibilidad realizado a través de las respectivas Guías.

➤ GRI 3.1

Estrategia y análisis	
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.
Perfil de la organización	
2.1	Nombre de la organización.
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos.
2.4	Localización de la sede principal de la organización.
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes.
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.
2.7	Mercados servidos
2.8	Dimensiones de la organización informante (nº empleados, nº operaciones, ventas netas, capitalización, cantidad de producto o servicios prestados...)
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.
Parámetros de la memoria	
3.1	Periodo cubierto por la memoria
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal,...)
3.4	Punto de contacto
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria

3.6	Cobertura de la memoria
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas,...
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con sus razones.
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, cobertura o los métodos de valoración aplicados a la memoria.
3.12	Tabla de contenidos básicos de la memoria.
3.13	Política y práctica actual en relación a la solicitud de verificación externa de la memoria.
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	
4.1	Estructura de gobierno de la organización.
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.
4.3	En organizaciones con estructura directiva unitaria se indicará el número y sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.
4.7	Procedimientos de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquiera consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental

	y social, y el estado de su implementación.
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión.
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca.
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.

➤ GRI 4

Estrategia y análisis	
G4-1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización y la estrategia a corto, medio y largo plazo.
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.
Perfil de la organización	
G4-3	Nombre de la organización.
G4-4	Principales marcas, productos y/o servicios.
G4-5	Localización de la sede principal de la organización.
G4-6	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes.
G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.
G4-8	Mercados servidos.
G4-9	Escala de la organización (nº empleados, nº operaciones, ventas netas, capitalización, capitalización, cantidad de productos/servicios que ofrecen...)
G4-10	Nº de empleados por contrato laboral y sexo, fijos, tamaño de la plantilla, subcontratas...
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.
G4-13	Comunicar cambios significativos producidos durante el periodo de análisis en el tamaño, estructura, propiedad accionarial o cadena de suministro.
G4-14	Indique como aborda la organización, si procede, el principio de precaución.
G4-15	Elaborar una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización ha suscrito o adoptado.
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.
Aspectos materiales y Cobertura	

G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuren en los estados financieros consolidados y otros documentos equivalentes.
G4-18	Descripción del proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. Explicar como la organización ha explicado los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.
G4-19	Elaborar una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.
G4-22	Descripción de las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.
G4-23	Cambios significativos en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.
Participación de los grupos de interés	
G4-24	Elaborar lista de los grupos de interés vinculados a la organización.
G4-25	En que se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con la que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas.
G4-27	Cuestiones y problemas clave se han identificado a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria.
Perfil de la memoria	
G4-28	Periodo de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario)
G4-29	Fecha de la última memoria, si procede.
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc...)
G4-31	Punto de contacto.
G4-32	Información sobre GRI.
G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización respecto a la verificación externa de la memoria.
Gobierno	
G4-34	Estructura de gobierno de la organización.

G4-35	Descripción del proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.
G4-36	Indicar si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.
G4-37	Describir los procesos de consultas entre los grupos de interés y el órgano de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién.
G4-38	Describir la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describir sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.
G4-40	Describir los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero, entre otros.
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, valores o declaraciones de misión, estrategias, políticas y objetivos.
G4-43	Medidas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior del gobierno con relación a asuntos económicos, ambientales y sociales.
G4-44	Describir procesos de evaluación del desempeño del órgano superior del gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.
G4-45	Describir la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social.
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo

	referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización.
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.
G4-50	Naturaleza y número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno.
G4-51	Describe las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección de acuerdo a los diferentes tipos.
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración.
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución.
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país.
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país dónde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la platilla.
Ética e integridad	
G4-56	Describa valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita.
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas.

## 8.2 Anexo 2

### ➤ Cálculos Análisis GESTAMP

	2013	2014	2015
	GRI 3.1	GRI 3.1	GRI 4
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>	4	3,25	3,75
G 1	4	3,5	3,5
G 2	4	3	4
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	3,12	3,42	3,25
G 3	4	4	4
G 4	3	4	4
2.3*	3,5	3	-
G 5	3,5	4	4
G 6	4	4	3,5
G 7	4	4	3,5
G 8	4	3,5	4
G 9	2	3,5	3
G 10	2	2	3
G 11	-	-	3
G 12	-	-	2
G 13	1	2,5	4
G 14	2,5	3	2
G 15	-	-	3
G 16	-	-	2,5
2.10*	4	3	-
4.13*	3	4	-
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>	0,75	1,00	1,43
G 17	-	-	2
G 18	-	-	1
G 19	-	-	3
G 20	1,5	1	1
G 21	-	-	0,5
G 22	-	-	0
G 23	0	1	2,5

<b>PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	<b>4</b>	<b>3,63</b>	<b>3</b>
G 24	4	4	4
G 25	4	2,5	4
G 26	4	4	3,5
G 27	4	4	0,5
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>	<b>3,22</b>	<b>2,89</b>	<b>3,75</b>
G 28	3,5	4	4
G 29	4	2,5	4
G 30	4	4	4
G 31	4	4	4
G 32	4	4	3,5
G 33	3	3,5	3
3.5*	3	3	-
3.6*	3,5	3,5	-
3.9*	0	0	-

<b>GOBIERNO</b>	<b>1,90</b>	<b>2,30</b>	<b>1,07</b>
G 34	1,5	2	3,5
G 35	4	4	0
G 36	2	2	0
G 37	-	-	2
G 38	en G4-36	en G4-36	1,5
G 39	en G4-36	en G4-36	2,5
G 40	-	-	0
G 41	2	2,5	3
G 42	-	-	0
G 43	-	-	0
G 44	-	-	0
G 45	-	-	3
G 46	-	-	0
G 47	-	-	0
G 48	-	-	2,5
G 49	-	-	3
G 50	-	-	2,5
G 51	0	1	0
G 52	-	-	0
G 53	-	-	0
G 54	-	-	0
G 55	-	-	0
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>	<b>2,83</b>	<b>2,33</b>	<b>2,67</b>
G 56	2,5	1	3
G 57	3	2,5	2,5
G 58	3	3,5	2,5
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>19,82</b>	<b>18,82</b>	<b>18,91</b>
* Apartados solo encontrados en GRI 3.1			
.- Apartados no encontrados en GRI 3.1			

➤ Cálculos Análisis GONVARRI STEEL SERVICES

	2013	2014	2015
	GRI 3.1	GRI	GRI 4
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>	3,63	3,63	3,88
G 1	3,50	3,50	4,00
G 2	3,75	3,75	3,75
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	2,97	3,04	3,26
G 3	4,00	4,00	4,00
G 4	3,00	3,50	3,90
2.3*	2,75	3,00	-
G 5	3,50	4,00	4,00
G 6	3,00	3,50	3,50
G 7	2,50	2,50	3,00
G 8	2,00	1,50	2,50
G 9	3,00	3,50	3,00
G 10	2,00	1,50	4,00
G 11	-	-	3,70
G 12	-	-	3,00
G 13	3,00	3,50	1,00
G 14	2,50	2,00	3,50
G 15	-	-	3,00
G 16	-	-	3,50
2.10*	3,50	3,00	-
4.13*	3,90	4,00	-
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>	1,75	1,75	2,29
G 17	-	-	2,00
G 18	-	-	2,50
G 19	-	-	2,00
G 20	2,50	2,50	2,00
G 21	-	-	2,50
G 22	-	-	2,00
G 23	1,00	1,00	3,00

<b>PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	<b>2,50</b>	<b>2,38</b>	<b>3,25</b>
G 24	2,75	3,00	4,00
G 25	2,00	3,00	4,00
G 26	2,75	3,5	3,00
G 27	2,50	3,50	2,00
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>	<b>2,94</b>	<b>2,53</b>	<b>3,83</b>
G 28	2,75	2,00	4,00
G 29	1,50	1,50	4,00
G 30	2,75	2,75	4,00
G 31	3,50	3,50	4,00
G 32	4,00	4,00	4,00
G 33	4,00	4,00	3,00
3.5*	3,00	2,50	-
3.6*	3,00	2,50	-
3.9*	2,00	0,00	-

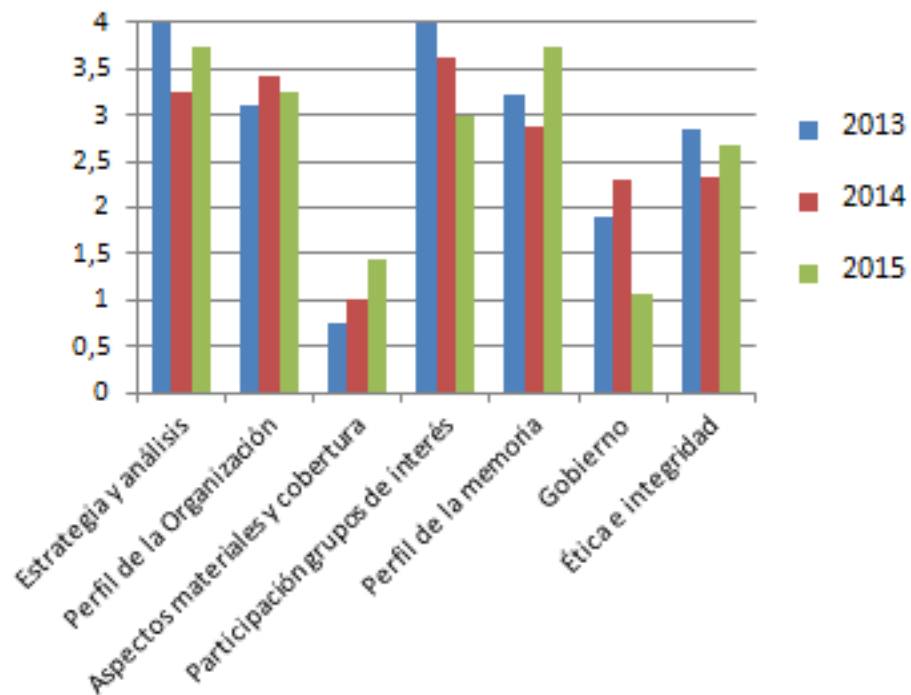
<b>GOBIERNO</b>	<b>1,80</b>	<b>2,10</b>	<b>2,26</b>
G 34	2,75	2,00	4,00
G 35	1,50	1,00	4,00
G 36	1,00	3,00	3,00
G 37	-	-	2,00
G 38	en G4-36	en G4-36	2,50
G 39	en G4-36	en G4-36	2,00
G 40	-	-	2,50
G 41	2,75	3,00	2,50
G 42	-	-	3,00
G 43	-	-	1,50
G 44	-	-	1,00
G 45	-	-	1,00
G 46	-	-	1,50
G 47	-	-	1,50
G 48	-	-	1,75
G 49	-	-	2,50
G 50	-	-	1,00
G 51	1,00	1,50	3,50
G 52	-	-	4,00
G 53	-	-	3,00
G 54	-	-	0,00
G 55	-	-	2,00
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>	<b>3,17</b>	<b>4,00</b>	<b>1,33</b>
G 56	3,50	4,00	4,00
G 57	3,00	4,00	0,00
G 58	3,00	4,00	0,00
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>18,76</b>	<b>19,42</b>	<b>20,10</b>

\* Apartados solo encontrados en GRI 3.1

.- Apartados no encontrados en GRI 3.1

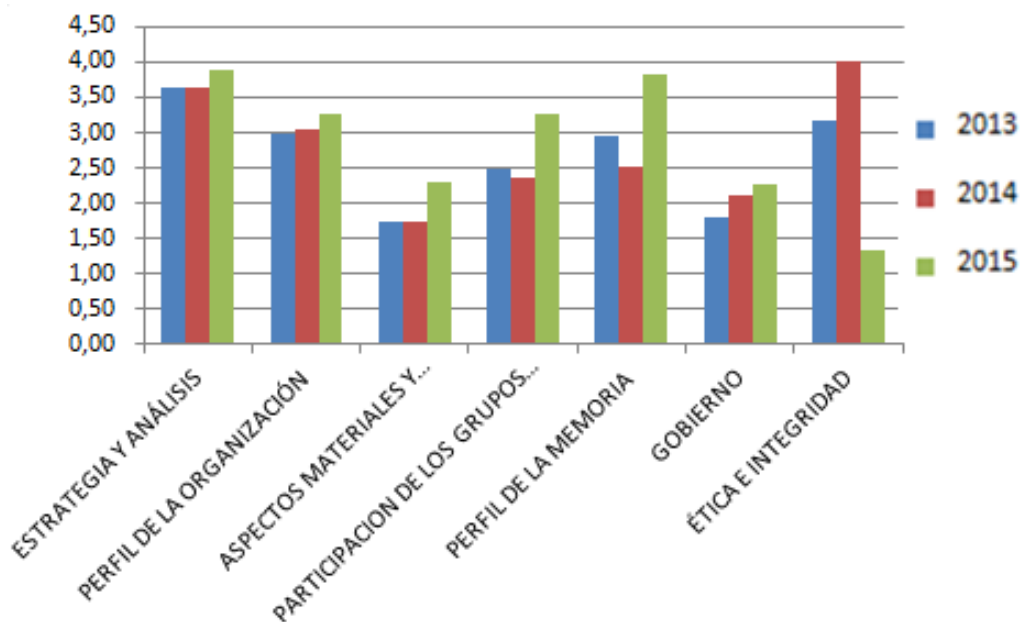
### 8.3. Anexo 3

#### ➤ Evolución empresa GESTAMP



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis*

#### ➤ Evolución empresa GONVARRI STEEL SERVICES



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis*