

## Trabajo Fin de Grado

Propuesta de análisis de la Responsabilidad  
Social en una Pyme Rural del sector servicios

*Proposal of the analysis of the Social Responsibility in a  
Rural SME in the service sector*

Autor/es

Lorena Blasco Marín

Director/es

Dra. Ana José Bellostas Pérezgrueso

Facultad de Economía y Empresa. Campus Río Ebro  
2019

## **Información**

### **Propuesta de análisis de la Responsabilidad Social en una Pyme Rural del sector servicios**

Autora del trabajo: Lorena Blasco Marín

Directora del trabajo: Ana José Bellostas Pérezgrueso

Titulación a la que está vinculado: Finanzas y Contabilidad

## **Resumen/ Abstract**

Hoy en día la Responsabilidad Social Corporativa se está volcando en todas las empresas a nivel mundial, el problema está en que no está pensada para todo tipo de ellas, ya que se centra más en profundidad en las grandes empresas. El objetivo de este trabajo es hacer una propuesta de análisis de la Responsabilidad Social en una empresa, más en concreto en una Pyme Rural del sector servicios y para ello se ha estudiado la importancia y el impacto que tienen este tipo de empresas en estos entornos y tras un intento de aplicación del método SROI observaremos los pros y contras con los que nos encontramos debido a estas características.

Nowadays the Corporate Social Responsibility is focused on all the companies all over the world, the problem is that it is not considered to be for all kind of them because it is based more deeply on big companies. The aim of this work is to propose an analysis of the Social Responsibility in a company, specifically in a Rural SME of the service sector and, for this reason, the importance and the impact that this type of companies has in this settings has been studied and, after an attempt of introducing the method SROI, we will observe the advantages and disadvantages with which we face due to these characteristics.

## **Palabras Clave / Keywords:**

- SROI, Retorno Social sobre la Inversión, Social Return On Investment
- RSC, Responsabilidad Social Corporativa, Corporate Social Responsibility
- PYME Rural, Rural SME, Small and Medium Enterprises
- Sector Servicios, Service Sector

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>2. EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE Y PYME RURAL .....</b>	<b>5</b>
I. Responsabilidad Social Corporativa.....	5
II. Pyme Rural .....	8
III. Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes Rurales.....	11
<b>3. CRITERIOS DE MEDICION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ADAPTADOS A LAS PYMES RURALES .....</b>	<b>13</b>
I. Métodos de medición del Valor Social.....	14
<b>4. METODO SROI.....</b>	<b>16</b>
I. Concepto .....	16
II. Los principios del SROI .....	17
III. Proceso de cálculo del SROI .....	19
<b>5. CASO PRACTICO .....</b>	<b>21</b>
I. Establecer el alcance del estudio e identificar los Grupos de Interés (Stakeholders) relevantes.....	23
II. Mapa de impactos visibles y no visibles.....	26
<b>6. CONCLUSION FINAL .....</b>	<b>28</b>
<b>7. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>29</b>
<b>ANEXO 1: Encuestas realizadas a trabajadores, clientes y ayuntamientos para la aplicacion del calculo del sroi en una pyme rural .....</b>	<b>31</b>
<b>ANEXO 2: Respuestas de la encuesta realizada a los ayuntamientos .....</b>	<b>40</b>
<b>ANEXO 3: Respuestas de la encuesta realizada a los clientes.....</b>	<b>44</b>
<b>ANEXO 4: Respuestas de la encuesta realizada a los trabajadores .....</b>	<b>48</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El trabajo que se presenta a continuación está realizado con el objetivo de analizar el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector rural y las vías para su aplicación efectiva. Para ello, nos hemos centrado en un tipo de empresas en concreto como es el caso de las Pymes Rurales y como observaremos más adelante, es un sector empresarial para el que no están pensadas estas políticas de Responsabilidad Social dado que tienen un alto coste de aplicación.

El trabajo se divide en tres grandes bloques, el primero de ellos estaría formado por los dos primeros puntos del trabajo, donde se realiza una breve aproximación al concepto de Responsabilidad Social Corporativa, la delimitación de las Pymes Rurales y cómo pueden relacionarse Ambos aspectos entre sí.

En segundo lugar, en los apartados tercero y cuarto del trabajo, se comentan diferentes métodos para evaluar el impacto social de una entidad y su posible aplicación al contexto de PYME rural, realizando un especial hincapié en el método SROI por ser considerado como el más adecuado para el tipo de organización tomado como referencia, profundizando en él sus principios y fases de aplicación.

Por último, la quinta parte del trabajo está orientada a la aplicación práctica del método SROI a una Pyme Rural real y que como veremos más adelante, a raíz de las respuestas obtenidas a unas encuestas realizadas a diferentes clientes y a los trabajadores de la empresa, observamos que es de gran dificultad la aplicación de este método debido a la falta de información y de conocimiento de los encuestados. Debido a esto, el desarrollo de dicha aplicación cambia de rumbo y nos centramos en el problema de la ausencia de conocimiento de muchos impactos por parte del entorno externo.

## **2. EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE Y PYME RURAL**

### **I. Responsabilidad Social Corporativa**

Hoy en día, se puede observar como gran cantidad de empresas se presentan en los mercados como organizaciones socialmente responsables. Uno de sus principales argumentos es que en su gestión aplican procedimientos propios del ejercicio de la Responsabilidad social corporativa. Pero ¿qué es la Responsabilidad social corporativa?

Actualmente, no existe un único concepto generalmente aceptado de Responsabilidad social corporativa (RSC). Su definición dependerá del punto de vista, de los conocimientos o de los intereses de quién aborde dicha temática.

Aunque el término de RSC no es novedoso en las empresas, es actualmente cuando está tomando una importancia relevante en ciertos sectores organizativos. Esto es debido a que la sociedad, a raíz de darse cuenta de los impactos y problemas que las empresas generan sobre el medioambiente, comienzan a preocuparse y tomar medidas sobre este tema.

Una de las medidas que acometen muchas empresas es la implantación de políticas de RSC, como por ejemplo mejorar la relación con sus grupos de interés, proporcionar mayor transparencia o realizar compromisos sociales, de manera que les ayude a obtener una imagen buena de la empresa y así también mejorar su reputación. Se podría decir que, de alguna manera, tienen que responder frente a ciertas presiones que reciben de la sociedad del exterior o del interior.

La definición de RSC más común es la que se propone desde la Comisión de las Comunidades Europeas (2001: 7), que la define de la siguiente forma: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”.

Por otro lado, Desde la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), cuya finalidad se basa en realizar estudios empresariales para la mejora de la gestión y de los niveles de información de las empresas españolas, definen la RSC como el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su compromiso social y su comportamiento responsable hacia las empresas y grupos sociales con quiénes se interactúa. Desde su

punto de vista, la RSC centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés.

La RSC se basa principalmente en tres grandes áreas, económica, social y medioambiental, donde hay que incluir y tener en cuenta, temas como el fraude, la corrupción, los intereses de los consumidores, los derechos humanos, etc.

Para poder considerar una entidad como socialmente responsable, ésta deberá aplicar en su gestión determinados procedimientos, como es el caso de contar con un gobierno corporativo y participativo y contar con comisiones de control que tengan en cuenta a todos los grupos de interés asegurando la relación y el diálogo con ellos.

De esta manera, aparecen los Códigos de buen comercio, que consisten en un conjunto de recomendaciones y acuerdos a seguir entre los grupos de interés y el gobierno corporativo para que la empresa o entidad pueda funcionar correctamente. Estos códigos no son de carácter obligatorio, pero en el caso de que no se lleguen a aplicar, se deberán de dar explicaciones a cerca de las razones por las que no se han aplicado.

Por otro lado, para poder considerar a un sistema de gestión socialmente responsable, este deberá estar orientado a la satisfacción de las demandas creadas por los Stakeholders, de manera que tendrá que crear estrategias socialmente responsables, como, por ejemplo, gestionar de manera responsable el personal de la entidad, los procesos productivos, los clientes, los proveedores, etc.

Además, a todo esto, se deberá de añadir la creación de una memoria en la que se refleje o explique la labor sostenible y el comportamiento socialmente responsable realizados por la empresa o entidad. Para su elaboración, se tienen en cuenta indicadores que reflejan el impacto social, ambiental o económico de la empresa. Un ejemplo de este tipo de memorias sería la Memoria GRI.

Para que se pueda confirmar que una empresa o entidad está cumpliendo los requisitos sociales, estas reciben unas calificaciones tanto a nivel externo como interno que lo corroboran.

En cuanto a su aplicación, la realidad es que cuando escuchamos hablar sobre RSC, asociamos el término directamente con las grandes empresas. Este tipo de empresas, cuentan con mayor facilidad a la hora de aplicar políticas de RSC que las Pymes, ya que los procedimientos de aplicación no están pensados para aplicarse a empresas de

pequeño o mediano tamaño, dado el grado de dificultad y coste asociados a los métodos sugeridos.

Dentro de los beneficios que la RSC puede aportar a una empresa, entre otros, podemos encontrar los siguientes:

- Mejorar la imagen tanto de la marca como la corporativa, ya que la sociedad valora que la empresa destine parte de sus beneficios a causas sociales y no solo para aumentar su beneficio y enriquecerse.
- La relación con sus clientes mejora y hace que su fidelización sea mayor.
- Permite que las empresas que aplican este tipo de políticas puedan acceder a otros mercados.
- Mejorar la relación con los trabajadores.

Finalmente, llegamos a la conclusión de que la RSC consiste en una forma de gobernar y dirigir una empresa teniendo en cuenta los impactos que su actividad económica realiza en lo que respecta a sus clientes, trabajadores, accionistas, medioambiente y sobre la sociedad en general.

## II. Pyme Rural

El término de Pyme se utiliza para referirnos a una empresa pequeña o mediana, la cual cuenta con ciertos límites tanto en el número de trabajadores, como en el valor de patrimonio o en el volumen de negocios. Dentro de este tipo de empresas, podemos encontrar cuatro grupos en los que se dividen según los límites que hemos comentado. Estos grupos son los siguientes:

- *Microempresas sin asalariados (Autónomos)*: Personas que trabajan por cuenta propia, sin sujeción a un contrato de trabajo.
- *Microempresas*: Empresas que cuentan con un máximo de 10 trabajadores en plantilla y que su volumen de negocios no supera los dos millones de euros. Son las empresas más pequeñas que existen.
- *Pequeña empresa*: Empresas cuyo número de trabajadores oscila entre 10 y 50 empleados y su volumen de negocios se encuentra entre dos y diez millones de euros.
- *Mediana empresa*: Empresas cuyo límite de trabajadores se encuentra entre 50 y 250 empleados y su volumen de negocios oscila entre diez y cincuenta millones de euros o que su cifra de balance anual no supere los cuarenta y tres millones de euros.

Según los datos proporcionados por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social del Gobierno de España sobre las empresas inscritas en la Seguridad Social a comienzos del año 2019, observamos que este tipo de empresas ocupan la mayor parte de empresas inscritas. Se podría decir, que las Pymes junto a los Autónomos son un gran motor de economía dentro de nuestro país.

*Tabla 1 Empresas inscritas en la Seguridad Social 2019, Fuente: Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social (Elaboración propia)*

	PYME		PYME	PYME		
	Autónomos	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes	TOTAL
Nº Empresas	1.559.798	1.143.015	154.738	24.508	4.700	2.886.759
% Empresas	54,03 %	39,60 %	5,36 %	0,85 %	0,16 %	100,00 %

Como podemos apreciar en la Tabla 1, en España actualmente hay 2.886.759 empresas, de las cuales como comentábamos en el párrafo anterior la suma de los Autónomos junto con las Pymes cobra gran importancia, ya que asciende a 2.882.059, lo que significa que el 99,84% de las empresas en España serían Pymes o Autónomos y, por el



contrario, las Grandes empresas solo representarían el 0,16% de empresas. También es de destacar, que el mapa empresarial en España estaría constituido principalmente por los Autónomos y las Microempresas, ya que juntas suman el 93,63% de las empresas.

Atendiendo a la distribución por sectores de las pequeñas y medianas empresas a nivel de España, según los datos proporcionados por el Ministerio de Industria, Comercio y Trabajo y que se representan en la Tabla 2, obtenemos la siguiente información. La mayoría de este tipo de empresas, se concentran en el sector servicios, en concreto son 979.587 (73,82%) de empresas las que forman parte de este sector. De esta manera, los otros tres sectores quedarían repartidos de la siguiente manera: Agrario 8,40%, Industria 8,22% y Construcción 9,56%.

*Tabla 2 Empresas por sectores, Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Trabajo (Elaboración propia)*

	Agrario	Industria	Construcción	Servicios	TOTAL
<b>Nº Empresas</b>	111.457	109.034	126.883	979.587	1.326.961
<b>% Empresas</b>	8,40 %	8,22 %	9,56 %	73,82 %	100,00 %

Por otro lado, si en lugar de centrarnos a nivel de España nos adentramos un poco más y observamos los datos a nivel de las Comunidades Autónomas y todavía más en concreto Aragón, analizaremos los datos más actuales respecto 2018 que nos proporciona el DIRCE (Directorio central de empresas).

Según este Directorio, en Aragón contamos con un total de 91.426 empresas, de las cuales 91.323 (99,88%) son Pymes. La mayor parte está formada por los Autónomos que cuenta con 48.846 empresas y a estos les siguen las microempresas con 38.098 empresas. Como podemos observar, se repite el mismo patrón que a nivel nacional.

Por otro lado, atendiendo a la distribución por sectores, según el Directorio central de empresas, en Aragón los encontraríamos divididos de la siguiente manera: el 58% de las empresas se situarían en el sector servicios, el 21% en el del comercio, el 13,50% en el sector de la construcción y el 7,50% restante se localizaría en el sector de la industria.

Hasta ahora hemos analizado lo que es una Pyme y lo que este tipo de empresas representan en España y también a nivel de Aragón. A continuación, nos vamos a centrar un poco más profundamente en las Pymes Rurales.

Cuando nos referimos al término de Pyme Rural, lo primero en lo que pensamos es una empresa cuya actividad sería la ganadería, la agricultura o cualquier actividad similar a estas dos. Es cierto que la gran mayoría de empresas del medio rural se dedican a este

tipo de actividades, pero existe una gran falta de conocimiento y ausencia de información acerca de las empresas del medio rural que no se dedican a este tipo de actividades como, por ejemplo, fontaneros, carpinteros, albañiles, etc.

Si analizásemos en profundidad algunas que otras zonas rurales, nos sorprendería ver que existen algunas donde tienen actividades principales que no se relacionan ni con la ganadería ni con la agricultura. Esto no quiere decir que estas dos actividades no sean importantes también para estas zonas, por ejemplo, podemos observar la Comarca del Aranda, la cual está formada por trece pueblos de la provincia de Zaragoza y su actividad principal sería la fabricación y distribución de calzado.

Un gran inconveniente con el que se encuentran la mayoría de Pymes rurales, es que debido al pequeño tamaño de los lugares donde están asentadas, son empresas menos conocidas y que les cuesta un mayor esfuerzo hacerse ver. Hoy en día, este tipo de empresas cuentan con recursos como es el caso del internet o de las redes sociales, que les hace que este inconveniente sea cada vez menor.

Por el contrario, aunque este tipo de empresas cuenten con algún inconveniente que otro, también cuentan con varios beneficios que les compensa, un ejemplo de estos beneficios serían los costes de su creación, ya que en el medio rural por lo general serán inferiores a los de la ciudad, también incluiríamos la relación con sus clientes ya que en las zonas rurales suele ser más estrecha y esto le favorece a la hora de mantener su fidelidad respecto a la empresa.

### **III. Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes Rurales**

Como hemos comentado en el primer punto, cuando una Pyme decide aplicar políticas de RSC se enfrenta a mayores retos que las empresas de gran tamaño, ya que los métodos y procedimientos RSC no están pensados para aplicarse a pequeñas y medianas empresas. Así que si además le añadimos el inconveniente de centrarnos en un tipo de Pyme en concreto como es el caso de las Pymes Rurales, la dificultad de aplicar este tipo de políticas aún será todavía mayor.

Aun con todo, hay que tener en cuenta que las Pymes tienen una gran ventaja a su favor frente a las grandes empresas, como es que al contar con un tamaño menor les permite tener mayor familiaridad y cercanía entre los directivos de las Pymes y sus trabajadores. De ahí que podemos afirmar que existe una mayor flexibilidad y conocimiento del gerente en relación con las necesidades del trabajador facilitando el intercambio de ideas entre ambos. También se podría incluir como una gran ventaja la relación con sus clientes, que en el mundo de las Pymes es mucho más estrecha y fidedigna con la empresa.

Por otro lado, es de comentar que, en muchos casos, las Pymes realizan actividades que están relacionadas con la RSC sin ser conscientes de ello. Por ejemplo, existe una relación más cercana con los trabajadores, la relación con los clientes también es mayor, este tipo de empresas suelen participar económicamente o con productos en organizaciones de eventos o de festejos populares, también suelen colaborar con equipos deportivos pequeños, etc. Esto se acentúa todavía más en el caso de las Pymes Rurales ya que su actividad está todavía aún más concentrada.

En cuanto a la relación de este tipo de empresas con sus clientes, también hay que destacar que en muchas ocasiones debido a la cercanía que existe con ellos, en lugar de mirar la empresa por su propio beneficio, mira por el bien de estos. Por ejemplo, en ocasiones se les facilita la forma de pago, se les aplica descuentos especiales o incluso se puede llegar a realizar servicios fuera del horario de trabajo.

Por otro lado, en cuanto a la relación con el entorno interno de la empresa, en el caso de las Pymes Rurales existe mayor posibilidad de que la relación personal con sus trabajadores sea muy grande ya que en la mayoría de los casos el trato personal ocurre tanto con ellos como con sus familiares. De esta manera, al ser conocedores en

ocasiones de casos personales, puede darse la situación de que a los trabajadores se les concedan algunas peticiones que en otras circunstancias no se les concederían.

Finalmente, también es de comentar que, el principal problema que tienen las Pymes es que estas empresas, no informan ni de forma interna ni externa de las actividades y de las acciones que realizan. Desde mi punto de vista, creo que esto es debido a que las propias empresas no son conscientes de que estas acciones forman parte de un comportamiento socialmente responsable, ya que forman parte de su cultura empresarial al margen de estudios, recomendaciones profesionales y requerimientos establecidos por la competencia y supervivencia en el mercado.

En conclusión, opino que las Pequeñas y medianas empresas tienen comportamientos socialmente responsables, originados por relaciones personales cercanas con sus grupos de interés.

### **3. CRITERIOS DE MEDICION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ADAPTADOS A LAS PYMES RURALES**

Hasta ahora hemos estado hablando sobre la Responsabilidad social corporativa y del impacto e importancia que esta genera. Nos hemos centrado más en concreto en su aplicación dentro de las Pymes y sobre todo en las que desarrollan su actividad en el entorno rural.

A continuación, estudiaremos los criterios de medición de la RSC que existen y analizaremos la forma de adaptarlos a las Pymes rurales, ya que al igual que nos sucedía con las políticas de Responsabilidad social corporativa, están orientados a empresas de gran tamaño y no están pensados para aplicarse en pequeñas y medianas empresas.

El primer problema con el que nos encontramos es que se podría hablar de que tradicionalmente se ha pensado en dos tipos de empresas, por un lado, estaría la Empresa Social, mientras que por el otro nos encontraríamos con un tipo de empresa cuyo objetivo se basa en maximizar los beneficios destinados a sus accionistas. Pero lo que no se tenía en cuenta, es que este segundo tipo de empresa realiza acciones que realizan un impacto, ya sea positivo o negativo, en el Valor Social, por ejemplo, crean puestos de trabajo, pagan impuestos, realizan servicios a sus clientes, etc.

Por otro lado, nos encontramos con que a la hora de realizar una medición de los valores económicos y financieros de la empresa sí que disponemos de los Principios Generales Contables, dónde encontramos la forma de hacerlo a través de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y de la partida de Resultado del ejercicio. Pero, sin embargo, cuando nos disponemos a realizar una medición de los Valores Sociales o el Impacto Medioambiental de una empresa, a diferencia de otros países, España carece de principios contables para estas actividades.

A continuación, hablaremos sobre los métodos que actualmente existen para la evaluación y medición del valor social.

## **I. Métodos de medición del Valor Social**

Existen una gran cantidad de métodos con los que se puede evaluar el impacto social de las empresas. Desde el año 2010, gracias al centro norteamericano *Foundation Center*, disponemos de una base de datos conocida como TRASI, la cual es la más completa hoy en día, ya que se actualiza periódicamente y contiene una lista dónde podemos encontrar más de 150 métodos para la medición del impacto social.

Pero a la hora de elegir un método para la aplicación a una entidad o a un proyecto, nos encontramos con que son cuatro los que más destacan, los cuales son los siguientes:

- Método IRIS (Impact Reporting and Investment Standards):

Este método, nos permite comparar empresas dentro de un mismo sector basándose en unos datos recogidos de las empresas y utilizando ciertos indicadores de impacto. Fue creado por tres instituciones: *The Rockefeller*, *The Acumen Fund* y *B Lab*. Todas ellas norteamericanas y sin ánimo de lucro.

- Método GIIRS (Global Impact Investing Ratings System):

Este método a diferencia de otros, en lugar de valorar los impactos sociales o medioambientales, lo que hace consiste en calificar a empresas o fondos de inversión basados en proyectos sociales de una forma similar a las agencias financieras de calificación, como es el caso de *Moody's* o *Estándar & Poor's*, aunque sin tener en cuenta ningún aspecto económico financiero para ello.

- La Contabilidad Social:

Sistema de información que permite obtener datos tanto económicos como sociales y medioambientales, que se encuentran dentro de una actividad empresarial.

Nos permite aportar una información complementaria a la económica financiera que estamos acostumbrados, de manera que se muestre el impacto que genera dicha actividad empresarial tanto en el interior como en el exterior de la entidad. Podemos encontrar la Contabilidad Social dividida en tres ramas diferentes, pero todas ellas relacionadas entre sí:

1. La Contabilidad Medioambiental
2. La Contabilidad de los Recursos Humanos
3. La información de carácter ético

Aunque lo más común es encontrarla dentro del ámbito de la RSC, se puede aplicar a cualquier tipo de entidad u organización.

- Método SROI (Social Return On Investment):

Este método, lo describiremos de manera más profunda en el punto 4 ya que es uno de los modelos más completo que existe y que tiene mayor facilidad para su aplicación.

Finalmente, desde mi punto de vista en cuanto a su aplicación a las Pymes el método más adecuado para aplicar sería el método SROI, ya que creo que los dos primeros métodos (IRIS y GIIRS) están más orientados a los fondos de inversión y además analizan sectores más en concreto utilizando según qué indicadores al igual que también lo hace la Contabilidad Social, que en el caso de las Pymes rara vez sean conocidos. Además, considero que el método SROI a parte de que es uno de los más conocidos internacionalmente, creo que su aplicación es más fácil y que no son necesarios tantos datos en concreto ni ratios si no que es más orientativo que el resto de los métodos.

## **4. METODO SROI**

El SROI (Social Return On Investment, o Retorno Social sobre la Inversión), es uno entre muchos de los métodos que se utilizan para medir el Impacto Social de una entidad. Como hemos comentado anteriormente, es uno de los métodos más completos que existe, el cual cuenta con una mayor facilidad de aplicación.

Por estas razones, se está convirtiendo como uno de los métodos favoritos para las empresas y organizaciones cuando tienen que elegir un método. Internacionalmente, es el que más se está imponiendo, lo que es un punto a favor ya que nos hace más fácil poder comparar las empresas u organizaciones cuando nos disponemos a analizar estas.

### **I. Concepto**

El SROI es uno de los varios métodos que existen para la medición del Impacto Social, y presenta muchas posibilidades para poder aplicarse con éxito en la mayoría de las organizaciones, pues permite medir tanto aspectos cuantitativos como cualitativos de una organización. (Narrillos Roux Hugo, 2012).

Jesús Zamudillo Flores nos describe en el documento (Medición del valor social: El método del retorno social de inversión) El SROI como una “metodología para medir y cuantificar los resultados sociales, económicos y ambientales en un cambio generado, usando términos monetarios para representar estos resultados (The Cabinet Office 2009: 8)”.

Según Zamudillo, esta metodología está basada en un análisis de los costes y beneficios de los resultados, mediante las actividades y productos que realiza un emprendimiento, proyecto, programa e incluso una organización entera.

Finalmente, Zamudillo explica que, al medir los resultados sociales a través de una moneda o una forma contable, a través del método podemos calcular un ratio que nos permite comparar los beneficios que se generan. Este cálculo es similar al cálculo del retorno sobre la inversión, pero en este caso se mide también el valor social que produce una inversión.



## **II. Los principios del SROI**

El método de medición del valor social está basado en unos principios, desde el año 2009 se ha concretado que concretamente, el método se basa en siete principios, que son los siguientes:

1. Involucrar a los Grupos de Interés o Stakeholders

Teniendo en cuenta que los Grupos de interés, son aquellas personas que repercuten o son repercutidos por la organización o empresa que aplica el método para medir el valor social, tendremos que tenerlos en cuenta a la hora de realizar el estudio. Para ello se realiza un “Mapa de Impactos”, el cuál veremos más adelante.

2. Comprender lo que cambia

Tenemos que tener en cuenta todo tipo de cambios posibles, ya que como resultado de estos cambios se obtiene el valor.

3. Valorar lo que importa

Es importante realizar las proporciones adecuadas en cuanto al valor, ya que la forma en la que aproximemos el valor podría afectar a los grupos de interés.

4. Incluir solo lo esencial

Hay que tener cuidado con la información que se tiene en cuenta y con la que se omite, pero es importante que la información que se aporte sirva a los grupos de interés para obtener resultados sobre el impacto.

5. No cederse en cuanto a reivindicaciones

Solamente la empresa u organización debe reivindicar aquel valor en el que haya contribuido a crear. Como veremos más adelante en una de las fases del proceso del método, los datos o cambios se depuran mediante el Desplazamiento, el Peso Muerto, la Atribución y los Decrementos.

6. Ser transparente

El análisis deberá contener toda la información bien explicada en lo que se refiere a todos los cambios, indicadores, fuentes, métodos utilizados para obtener información, etc. De manera que, se pueda informar a los grupos de interés con toda la sinceridad posible.

7. Verificar el resultado

Puede darse el caso de que la información obtenida con el método no sea todo lo correcta posible, así que, hay que asegurarse de que el resultado obtenido es el correcto de manera que los grupos de interés obtengan la información que les asegure que las decisiones tomadas son razonables.

### III. Proceso de cálculo del SROI

Este proceso se basa en la cadena de creación de valor o impacto. Esto es debido a que el SROI parte de la idea de que todos los impactos sociales que se generan se basan en una cadena de creación de impacto o también conocida como cadena de creación de valor.

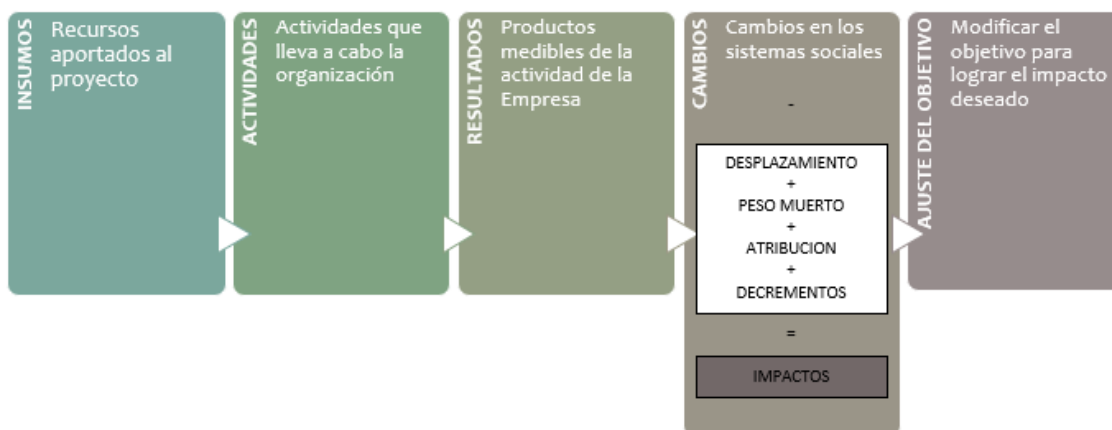


Gráfico 1: La cadena de creación del impacto (Olsen, S. y Galimidi, B. 2008)

El proceso de análisis del cálculo SROI se divide en seis fases de trabajo o etapas, las cuales veremos ahora a continuación con mayor profundidad.

#### Fases de trabajo o etapas del SROI:

*Fase 1: Establecer el alcance del estudio e identificar los Grupos de Interés (Stakeholders) relevantes*

En primer lugar, hay que establecer hasta donde va a alcanzar el estudio, a quién le puede afectar y como pueden estar involucrados.

Por lo tanto, hay que identificar perfectamente los grupos de interés, ya que son la base del análisis.

Para determinar el alcance del estudio, debemos centrarnos en cuál es el objetivo, a quién va dirigido, quién llevara el análisis, que es lo que queremos analizar, durante cuánto tiempo vamos a centrarnos en el análisis, etc.

*Fase 2: Elaborar un mapa de impactos*

Consiste en relacionar los recursos aportados al proyecto, los productos medibles de la actividad de la empresa y los cambios en los sistemas sociales. Este mapa nos ayudará a comprender la relación entre todos ellos.

Esta fase consiste en describir de qué manera la empresa u organización utiliza los productos medibles para llevar a cabo sus actividades que producirán los resultados.

*Fase 3: Establecer una relación de los impactos y asignarles un valor monetario*

Consiste en establecer un indicador que nos sirva para medir el cambio, para ello aplicamos un valor monetario de manera que así podremos conseguir más información.

*Fase 4: Determinación del impacto*

*Fase 5: Cálculo del SROI*

En esta fase se calcula el valor del SROI, para ello tenemos que sumar todos los cambios y a estos restarles todos los impactos negativos que tengamos. Finalmente compararemos el resultado obtenido con la inversión.

Podemos encontrarnos con dos maneras de calcular el SROI, de manera retrospectiva o de manera prospectiva:

- *Retrospectiva:* Consiste en sumar los impactos y dividirlos entre la inversión.
- *Prospectiva:* Consiste igualmente que la manera retrospectiva en sumar los impactos y dividirlos entre la inversión, pero antes de nada se actualizan los impactos mediante el método del Valor Actual Neto (VAN) y además se deberán de estimar:
  - *Tasas de crecimiento o decrecimiento*, es decir, si los impactos crecen en torno a la inversión o no.
  - *Tasas de descuento*, es decir, el coste de oportunidad del capital empleado en el proyecto.

$$SROI = \frac{(Valor del Impacto Social - Valor de la Inversión Inicial)}{Valor de la Inversión Inicial}$$

*Fase 6: Comunicación y gestión del informe*

Esta es la última fase del método, la cual consiste en elaborar un informe que se presentará a los Grupos de Interés. Este informe deberá ser revisado por una entidad o un auditor externo para de esta manera asegurarnos de que sea correcto y fiable.

## 5. CASO PRACTICO

A continuación, realizaremos un supuesto práctico, donde vamos a aplicar el método de valoración y medición de la inversión social, más conocido como SROI, a una Pyme que ejerce su actividad en el entorno rural.

La elección de utilizar el SROI como método de medición del valor social, se debe principalmente a que es el método más utilizado tanto a nivel nacional como internacional, por lo que nos es más fácil de calcular y aplicar, y en caso de que fuese necesario, siempre podríamos realizar comparaciones frente a otras empresas que también lo hayan aplicado.

Además, es de comentar la gran dificultad que supondría aplicar el resto de métodos en el caso de las Pymes, ya que en general, están pensados para aplicarse en grandes empresas, fondos de inversión, agencias de calificación, etc. Y que para algunas pymes conseguir ciertos datos económicos, sociales o medioambientales sería muy complicado.

En este caso, por relación familiar con una pyme rural, he decidido aplicar este método de valoración del impacto social y medioambiental a la empresa de mis padres, la cual cumple el requisito de ser una Pyme y además estar asentada en un entorno rural.

Limpiezas Blasco S.L., comenzó su actividad en el año 1991 siendo una empresa de pequeño tamaño donde su actividad principal era la fontanería y la cual era dirigida por los hermanos Blasco.

Más adelante, en el año 1993 la empresa pasó a ser propiedad del matrimonio formado por José Manuel Blasco y María José Marín quienes conjuntamente llevan la empresa.

Encontramos a Limpiezas Blasco asentada en Illueca, municipio de la provincia de Zaragoza, el cual está situado dentro de la Comarca del Aranda. Este municipio cuenta con una población de unos tres mil habitantes aproximadamente y su principal industria es la del calzado, aunque también encontramos otras pequeñas empresas las cuales no se dedican a este tipo de industria y también aportan crecimiento a esta comarca.

Limpiezas Blasco, además de estar asentado en la localidad de Illueca, cuenta con actividad económica en la localidad de Morata de Jalón perteneciente a la Comarca de Valdejalón.

Actualmente, la empresa cuenta en plantilla con seis trabajadores, donde incluimos también al matrimonio. Todos trabajadores habitan entre Illueca y Brea de Aragón, ambos pueblos de la Comarca del Aranda.

A pesar de que una parte de su actividad se sigue destinando a la fontanería, la empresa a lo largo de estos años se ha ido ampliando y añadiendo nuevas actividades económicas siendo actualmente su actividad principal los desatascos.

Dentro del abanico de actividades de la empresa, como hemos comentado podemos encontrar una gran variedad como es el caso de Limpieza de oficinas, desatascos, mantenimiento de comunidades, inundaciones, limpieza de fosas sépticas, detección de fugas de agua limpia, inspección de tuberías con cámara de televisión y reparación de éstas sin obra, que consiste en detectar con la cámara de TV una fisura o rotura de la tubería indicando la distancia de ésta y posteriormente realizando su reparación con unos packers por el interior de la tubería sin necesidad de picar.

La empresa, se encuentra perfectamente autorizada por la DGA para la gestión de residuos (A.R/GNP-R-117 / 2004) y para el transporte de materias peligrosas (AR/TRP-62/2009).

En cuanto a la cartera de clientes de la empresa, se puede decir que Limpiezas Blasco cuenta con gran variedad de clientes, desde los que podemos encontrar el cliente particular de toda la vida que sigue mostrando su fidelidad a la empresa manteniéndose con ésta durante todos estos años, hasta otro tipo de clientes como es el caso de los ayuntamientos, comunidades de propietarios, etc.

Finalmente, es de destacar como poco a poco ha ido ampliando su territorio de trabajo, ya que se desplaza y mueve por los pueblos de la Comarca del Aranda, de la Comarca de Calatayud, de Valdejalón, de Cariñena y de la Comarca de campo de Borja entre otras.

## **I. Establecer el alcance del estudio e identificar los Grupos de Interés (Stakeholders) relevantes**

El objetivo del análisis consiste en determinar el valor monetario en euros del impacto social que proporciona una Pyme situada en un entorno rural como es el caso de Limpiezas Blasco S.L., lo cual es una novedad, ya que siempre se tiende a realizar este tipo de análisis en grandes empresas.

Su función principal consiste en prestar los servicios que ofrece a sus clientes siempre que éstos lo soliciten, con la mayor profesionalidad y rapidez posible.

Además, realiza otros tipos de acciones con los que colabora de forma significativa en los entornos donde trabaja de los cuáles hablaremos más adelante.

En primer lugar, lo más importante es analizar y establecer los diferentes grupos de interés relevantes, aunque es una empresa de pequeño tamaño, podríamos decir que el número de grupos de interés sería importante, ya que la actividad de la empresa afecta tanto a sus componentes como a todo el entorno del que se rodea.

Dicho todo esto, los grupos de interés que establecemos son los siguientes:

1. Propietarios de la empresa
2. Familiares cercanos de los propietarios de la empresa
3. Trabajadores
4. Familiares cercanos de los trabajadores de la empresa
5. Clientes
  - a. Clientes particulares
  - b. Clientes de mayor tamaño (Empresas, Ayuntamientos, Comunidades de propietarios, etc.)
6. Clientes potenciales
7. Habitantes de los pueblos donde tiene actividad empresarial (Illueca y Morata de Jalón)

Para analizar los grupos de interés marcados, vamos a realizar tres encuestas distintas, una dirigida a los clientes, otra dirigida a los Ayuntamientos y la tercera dirigida a los trabajadores.

Estas encuestas las podemos encontrar dentro del Anexo 1 al final de este trabajo. Como se puede observar, aunque están dirigidas a tres grupos diferentes de interés, todas ellas

están muy relacionadas entre sí, ya que lo que intentamos valorar es el impacto social que genera una Pyme en un entorno que a todos les une como son los pueblos y sus alrededores.

En los anexos 2, 3 y 4 de final del documento, adjuntamos todos los resultados obtenidos de las encuestas realizadas tanto a clientes, como ayuntamientos o trabajadores.

Una vez analizadas las encuestas, observamos que la mayoría de Ayuntamientos que son clientes y que han contestado las encuestas, están localizados en pueblos con pocos habitantes y que por la parte de los clientes que no son Ayuntamientos y que también han contestado las encuestas tienen una media de edad de 55 años.

En general, en cuanto a la satisfacción por los servicios prestados, podemos comentar que para todos los clientes tanto ayuntamientos como los clientes particulares el nivel de satisfacción es bastante alto. Además, la gran mayoría de ambos reconocen la importancia de la existencia de Pymes dentro del medio rural.

Por otro lado, en cuanto a la Responsabilidad Social, en ambos casos un 60% de los encuestados sí que habían oído hablar sobre ella, aunque es de destacar que la mayoría lo relaciona con el cuidado del medioambiente, algo muy típico, y no con otros conceptos que también forman parte de la Responsabilidad Social como por ejemplo la calidad de vida laboral o mejorar el entorno que le rodea.

Para finalizar, analizaremos las encuestas realizadas en el entorno interno de la empresa, cuyos resultados incorporamos en el ANEXO de este trabajo. De los trabajadores encuestados todos salvo uno, cuentan con una antigüedad superior a los 11 años e incluso en algún caso supera los 16 años.

Generalmente el grado de satisfacción en cuanto a la experiencia y la relación dentro de la zona de trabajo es bastante alta. Donde es un poco menos es en lo referente al reconocimiento por parte del jefe.

En general en cuanto a la satisfacción, en lo que están menos satisfechos sería con el salario, y por el contrario con lo que se sentirían más satisfechos, sería con la seguridad en el trabajo o con la flexibilidad del horario de trabajo.



Por otro lado, todos los trabajadores encuestados viven cerca del lugar de trabajo y creen que esto les beneficia. Como puntos fuertes de ello, nombran la cercanía a la familia y la facilidad en cuanto al transporte.

Finalmente, en cuanto al impacto de Limpiezas Blasco en el medio rural, todos piensan que es un impacto positivo, y como beneficios, los que más se repiten son que ayuda a la economía rural, ayuda contra la despoblación y crea puestos de trabajo.

Partiendo de todos estos datos, observo que, aunque el método SROI es un método de fácil aplicación, en este caso en particular para una Pyme como Limpiezas Blasco S.L. nos supone dificultades a la hora de su aplicación, y esto es debido según mi punto de vista, a que como hemos comentado anteriormente, aunque la mayoría de encuestados dicen que sí que han oído hablar sobre la Responsabilidad Social, opino que los conocimientos que tienen son muy escasos o básicos, de ahí que a la hora de realizar un mapa de impactos carecemos de muchas acciones que, desde mi punto de vista sí que realizan las Pymes y no son visibles por parte del entorno externo de la empresa.

Llegado a este punto, procedemos a dejar de aplicar estrictamente el método SROI a Limpiezas Blasco para analizar las acciones que son percibidas y las que no lo son, pero no son menos importantes.

## II. Mapa de impactos visibles y no visibles

A continuación, debido a las razones comentadas en el punto anterior, procedemos a elaborar un mapa de impactos que contiene dos tipos de impactos diferentes. Por un lado, están aquellos impactos que obtenemos a raíz de las respuestas en las encuestas realizadas y, por otro lado, tenemos impactos que desde mi punto de vista realizan las Pymes y en este caso en concreto Limpiezas Blasco S.L., y que no son percibidas por el entorno externo como acciones de Responsabilidad Social, pero que sí que lo son.

*Tabla 3 Mapa de impactos visibles y no visibles (Elaboración propia)*

GRUPOS DE INTERES	IMPACTOS VISIBLES	IMPACTOS NO VISIBLES
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cuidado del medioambiente</li><li>- Cuidado de sus clientes</li><li>- Gestión de los residuos</li><li>- Buena relación empresa-cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Comodidades de pago</li><li>- Realización de los servicios incluso en alguna ocasión fuera del horario normal</li></ul>
<b>Clientes Ayuntamientos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fijan población</li><li>- Cuidado del medioambiente</li><li>- Crean puestos de trabajo</li><li>- Buen servicio y rapidez</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Colaboración en actos populares de forma gratuita</li><li>- Colabora anunciándose en eventos deportivos</li></ul>
<b>Trabajadores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Crea puestos de trabajo</li><li>- Colabora con la economía rural</li><li>- Mayor cercanía con los clientes</li><li>- Comodidad de transporte</li><li>- Mayor cercanía de la familia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Flexibilidad en cuanto a los horarios o permisos para médicos o asuntos propios</li><li>- Formación por parte de la empresa</li></ul>

Desde mi punto de vista, creo que, después de observar todos estos tipos de impactos, desde las Pymes, deberían preguntarse y buscar la manera de cómo se pueden hacer visibles todas estas acciones, ya que son puntos fuertes que les benefician y están pasando desapercibidos.

Por último, a continuación, nombraremos algunos ejemplos de aplicación de Responsabilidad Social Corporativa en Pymes Españolas:

- *Harineras Villamayor (Huesca):*

Cuenta con el Sello de Responsabilidad Social de Aragón 2018. Su mayor preocupación se da en el interior de la empresa, ya que cuenta con una tasa de empleo fija superior al 95% de la plantilla y esto es lo que le caracteriza.

- *Yudigar (Cariñena):*

En 2018 presentó un plan de sostenibilidad que incluía objetivos como incrementar un 5% anual su consumo de energías limpias y renovables y reducir en los próximos tres años su huella de carbono un 15%.

- *Bodegas Pirineos (Huesca):*

Posee sistemas de gestión reconocidos como el certificado internacional ISO 14001, entre otros reconocimientos medioambientales. Además, ha aplicado el concepto de sostenibilidad desde el cultivo de los viñedos aplicando modernas prácticas ecológicas.

## 6. CONCLUSION FINAL

Tras realizar este trabajo, concluimos que hoy en día la RSC está muy introducida en el mudo de las empresas, pero desde mi punto de vista y como venimos defendiendo desde el principio del trabajo, opino que la RSC no está pensada para las Pymes. Además, como hemos podido observar a raíz de las respuestas de las encuestas realizadas, aunque en general la mayoría de las personas afirman conocer o haber oído hablar sobre RSC, observamos que realmente existe un gran desconocimiento a cerca de lo que la RSC engloba realmente.

Debido a esta carencia de conocimiento, a la hora de la aplicación del SROI como método de medición del valor social en una Pyme Rural real del sector servicios, nos hemos encontrado con información insuficiente con la que pudiésemos elaborar un mapa de impactos que posteriormente nos ayudase a calcular el SROI. Esta es la razón por la que finalmente, se decide evaluar por un lado los impactos realizados por este tipo de empresa y que son conocidos tanto a nivel interno como a nivel externo y por el otro lado analizar aquellos impactos que también realizan, pero no son visibles.

Finalmente, creo que cuando una Pyme decide realizar acciones o actividades que generan un impacto social o ambiental, lo que le mueve es una razón personal y que, si de alguna manera se quiere que estas acciones o actividades sean percibidas como RSC por los entornos externos e internos, este tipo de empresas deberían buscar la manera de como hacerlas visibles ya que creo que hoy en día es un punto fuerte y a favor que les benefician y les aporta valor.

## 7. BIBLIOGRAFIA

### Referencias bibliográficas:

- Maldonado, José J. y otros. *Contabilidad y Balance Social* (Universidad Javeriana, 2000)
- Narrillos, Hugo. Economía social. *Valoración y medición de la inversión social* (Método SROI) 2012
- Trabajo Fin de Máster. Ascaso González, Gregorio. “*El papel del auditor, aspectos a auditar y posibles criterios que el auditor debería aplicar en la implantación y cálculo del SROI*”. Universidad de Zaragoza
- Trabajo Fin de Grado. Artal Herbell, Ángel. “*Plataformas de crowdfunding: Una propuesta de medición de impacto*”. Universidad de Zaragoza
- Trabajo Fin de Grado. Argón Arcarazo, Alejandro. “*Crowdfunding: El fin para alcanzar un medio*”. Universidad de Zaragoza
- Revista rural de la UE N°10 – Comisión Europea Agricultura y Desarrollo Rural
- Estadísticas Pyme, Evolución e Indicadores N°17, marzo 2019 – Ministerio de Industria Comercio y Turismo  
(<http://www.ipyme.org/Publicaciones/Estadisticas-PYME-2018.pdf>)
- Cifras Pyme, Datos enero 2019 - Ministerio de Industria Comercio y Turismo  
(<http://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/EstadisticasPYME/Documents/CifrasPYME-enero2019.pdf>)
- *Análisis estratégico para el desarrollo de la PYME en España, Digitalización y Responsabilidad Social*. (Informe PYME España 2018 FAEDPYME Antonio Aragón Sánchez, Domingo García Pérez de Lema, Francisco Javier Martínez García)
- Moneva, José M. Información sobre Responsabilidad Social Corporativa: Situación y Tendencias. (Revista Asturiana de economía – RAE N°34)
- Zamudillo Flores, Jesús. Medición del valor social: El método del retorno social de inversión (SROI)
- Valor Social. La medición del Valor Social ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Cómo? (Ministerio de empleo y seguridad social, UNED y NITTUA)

Páginas web de consultas:

- <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2016/08/es-la-rsc-tambien-para-las-pymes/>
- <http://trasi.foundationcenter.org/browse.php>
- <http://iris.thegiin.org/history>
- <http://giirs.org>
- [http://www.thesroinetwork.org/publications/doc\\_details/241-a-guide-to-social-return-on-investment-2012](http://www.thesroinetwork.org/publications/doc_details/241-a-guide-to-social-return-on-investment-2012)
- <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2017/05/pymes-espanolas-lideres-en-sostenibilidad/>
- <https://blog.oxfamintermon.org/5-ejemplos-de-empresas-que-practican-la-responsabilidad-social/>
- <https://www.harinerasvillamayor.com/>
- <https://www.heraldo.es/noticias/economia/2018/09/14/hmy-apuesta-por-reducir-huella-carbono-los-proximos-anos-1266603-309.html>
- <https://www.barbadillo.com/empresas/pirineos>

## **ANEXO 1: ENCUESTAS REALIZADAS A TRABAJADORES, CLIENTES Y AYUNTAMIENTOS PARA LA APLICACION DEL CALCULO DEL SROI EN UNA PYME RURAL**

### **Encuesta Ayuntamientos:**

#### ***Aplicación de políticas de Responsabilidad Social y Medioambiental por parte de las Pymes***

Estimado cliente, desde la Universidad de Zaragoza estamos estudiando el impacto y la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa y Medioambiental que realizan las Pymes Rurales como es el caso de Limpiezas Blasco S.L. en localidades como la suya.

Le agradeceríamos que contestase a las siguientes preguntas que le mostramos a continuación.

Muchas Gracias.

1. Indique el nº de habitantes del municipio al cual pertenece este Ayuntamiento:
2. ¿Cuántas empresas tienen actividad económica en su localidad?
3. De las empresas con actividad económica en la localidad, ¿Cuántas son Pymes?
4. ¿Cómo de importante cree que es la existencia de Pymes en el medio rural?
  - ☐ Muy Importante
  - ☐ Importante
  - ☐ Normal
  - ☐ Poco Importante
  - ☐ Nada Importante
5. Como Ayuntamiento, ¿Es cliente de Limpiezas Blasco S.L.?
  - ☐ Si
  - ☐ No
6. En el caso de ser cliente, ¿Desde hace cuánto tiempo utiliza los servicios de esta empresa?
  - ☐ Siempre
  - ☐ Hace unos años
  - ☐ Recientemente

7. En caso de no ser cliente desde siempre y haber utilizado los servicios de esta empresa recientemente o desde hace unos años, ¿A qué se debe el uso de estos servicios?

- ☐ Insatisfacción con la empresa que antes me realizaba estos servicios
- ☐ Recomendación por alguien de confianza
- ☐ Porque he oído buenas opiniones acerca de su servicio

8. En cuanto al servicio prestado por esta empresa, evalúe su grado de satisfacción, siendo 1 Muy Insatisfecho y 5 Muy Satisfecho, sobre los siguientes puntos que aparecen a continuación:

	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy Satisfecho
Atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resultado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidades de pago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. En caso de haber tenido algún problema, ¿Cómo se siente en cuanto a la respuesta y solución por parte de la empresa?

- ☐ Muy Conforme
- ☐ Conforme
- ☐ Desconforme
- ☐ Muy desconforme

10. En primer lugar, ¿Ha escuchado alguna vez hablar sobre Responsabilidad Social o Medioambiental de las empresas?

- ☐ Si
- ☐ No



11. Según sus conocimientos, ¿Con qué conceptos de los siguientes relacionaría la responsabilidad social? (Puede marcar más de una opción)

- ☐ Mejorar la imagen de la empresa
- ☐ Calidad de vida laboral
- ☐ Cuidado del medioambiente
- ☐ Preocupación y cuidado de sus clientes
- ☐ Ayuda al entorno que le rodea
- ☐ Otra:

12. ¿Qué importancia le da usted a la hora de elegir una empresa, que ésta aplique políticas de Responsabilidad Social?

- ☐ Mucha
- ☐ Algo
- ☐ Poca
- ☐ Ninguna

13. A continuación, nombre al menos tres beneficios que considere usted que aportan las Pymes en los pueblos y que apliquen acciones de Responsabilidad social:

Encuesta Clientes:

***Aplicación de políticas de Responsabilidad Social y Medioambiental por parte de las Pymes***

Estimado cliente, desde la Universidad de Zaragoza estamos estudiando el impacto y la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa y Medioambiental que realizan las Pymes Rurales como es el caso de Limpiezas Blasco S.L. en los pueblos y sus alrededores.

Le agradeceríamos que contestase a las siguientes preguntas que le mostramos a continuación.

Muchas Gracias.

1. Edad:
2. Sexo:
  - ☐ Masculino
  - ☐ Femenino
3. ¿Eres cliente de la empresa Limpiezas Blasco S.L.?
  - ☐ Si
  - ☐ No
4. En caso de ser cliente, ¿Desde hace cuánto tiempo utilizas los servicios de esta empresa?
  - ☐ Siempre
  - ☐ Hace unos años
  - ☐ Recientemente
5. En caso de no ser cliente desde siempre y haber utilizado los servicios de esta empresa recientemente o desde hace unos años, ¿A qué se debe el uso de estos servicios?
  - ☐ Insatisfacción con la empresa que antes me realizaba estos servicios
  - ☐ Recomendación por alguien de confianza
  - ☐ Porque he oído buenas opiniones acerca de su servicio

6. En cuanto al servicio prestado por esta empresa, evalúe su grado de satisfacción, siendo 1 Muy Insatisfecho y 5 Muy Satisfecho, sobre los siguientes puntos que aparecen a continuación:

	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy Satisfecho
Atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resultado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidades de pago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. En caso de haber tenido algún problema, ¿Cómo se siente en cuanto a la respuesta y solución por parte de la empresa?

- ☐ Muy Conforme
- ☐ Conforme
- ☐ Desconforme
- ☐ Muy desconforme

Considerando que actualmente la importancia que se le da a la aplicación de políticas de Responsabilidad Social y Medioambiental en la empresa es muy importante, a continuación, queremos analizar como Limpiezas Blasco S.L., realiza actividades o acciones que contribuyan con la Responsabilidad social y medioambiental.

8. En primer lugar, ¿Ha escuchado alguna vez hablar sobre Responsabilidad social o ambiental de las empresas?

- ☐ Si
- ☐ No

9. Según sus conocimientos, ¿Con qué conceptos de los siguientes relacionaría la responsabilidad social? (Puede marcar más de una opción)

- ☐ Mejorar la imagen de la empresa
- ☐ Calidad de vida laboral
- ☐ Cuidado del medioambiente
- ☐ Preocupación y cuidado de sus clientes
- ☐ Ayuda al entorno que le rodea
- ☐ Otra:

10. ¿Qué importancia le da usted que, a la hora de elegir una empresa, ésta aplique políticas de Responsabilidad Social?

☐ Mucha

☐ Algo

☐ Poca

☐ Ninguna

11. ¿Elegiría y se cambiaría a una empresa de la competencia si ésta fuese más socialmente responsable que Limpiezas Blasco S.L.?

☐ Si

☐ No

12. Nombre al menos tres beneficios que aporte Limpiezas Blasco S.L. a la sociedad de una manera socialmente responsable:

Encuesta Trabajadores:

***Aplicación de políticas de Responsabilidad Social y Medioambiental por parte de las Pymes***

Estimados trabajadores, desde la Universidad de Zaragoza estamos estudiando el impacto y la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa y Medioambiental que realizan las Pymes Rurales en estos entornos.

Le agradeceríamos que contestase a las siguientes preguntas que le mostramos a continuación.

Muchas Gracias.

1. Edad:

2. Antigüedad en la empresa:

☐ Menos de 5 años

☐ De 5 a 10 años

☐ De 11 a 15 años

☐ De 16 a 20 años

☐ Más de 21 años

3. En general, indique el grado de satisfacción de acuerdo a las siguientes afirmaciones:

- Su experiencia en esta compañía es satisfactoria y gratificante

	1	2	3	4	5	
<i>Muy en desacuerdo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<i>Muy de acuerdo</i>

- Recibo el reconocimiento de mi jefe sobre mi trabajo

	1	2	3	4	5	
<i>Muy en desacuerdo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<i>Muy de acuerdo</i>

- La relación dentro de mi zona de trabajo es afectiva y amigable

	1	2	3	4	5	
<i>Muy en desacuerdo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<i>Muy de acuerdo</i>

4. ¿Con qué frecuencia cuentas con el apoyo de tus compañeros para realizar tu trabajo?

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Alguna vez
- ☐ Nunca

5. Evalúa tu nivel de satisfacción con tus jefes siendo 1 Muy insatisfecho y 5 Muy satisfecho:

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
Comunicación con mis jefes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reconocimiento recibido por parte de mis jefes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los conocimientos y aptitudes de mis jefes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación con mis superiores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Evalúa tu nivel de satisfacción con los siguientes aspectos siendo 1 Muy insatisfecho y 5 Muy satisfecho:

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
Flexibilidad del horario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguridad en el trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carga del trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación por parte de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ¿Vive usted en alguno de los pueblos cercanos a donde se sitúa la empresa?

- ☐ Si
- ☐ No

8. En el caso de residir en alguno de los pueblos cercanos a la empresa, de acuerdo a su situación familiar, ¿Cree usted que ese aspecto le beneficia o le perjudica?

- ☐ Beneficia
- ☐ Perjudica

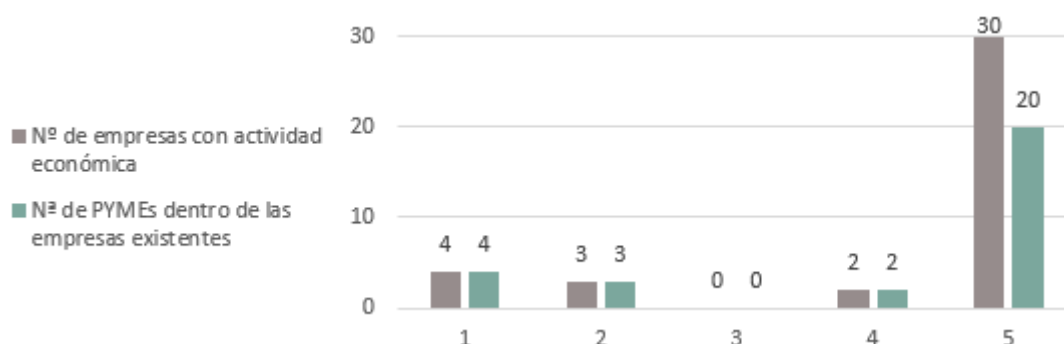
9. En caso de ser beneficioso para usted, nombre al menos tres aspectos que le sean más beneficiosos:
10. ¿Cree usted que una Pyme como Limpiezas Blasco tiene un impacto positivo en el medio rural?
- ☐ Si
- ☐ No
11. En caso de que la pregunta anterior sea afirmativa, nombre tres beneficios que aporte la empresa a este entorno:

## **ANEXO 2: RESPUESTAS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS AYUNTAMIENTOS**

*Número de habitantes:*

	<i>Pueblo 1</i>	<i>Pueblo 2</i>	<i>Pueblo 3</i>	<i>Pueblo 4</i>	<i>Pueblo 5</i>
<i>Nº de habitantes</i>	<i>71</i>	<i>143</i>	<i>104</i>	<i>112</i>	<i>1314</i>

*¿Cuántas empresas tienen actividad económica en su localidad? ¿Cuántas son Pymes?*



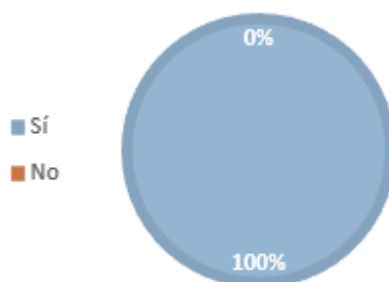
*Gráfico 2 Número de empresas con actividad económica y número de cuantas de ellas son Pymes (Elaboración propia)*

*¿Cómo de importante cree que es la existencia de Pymes en el medio rural?*



*Gráfico 3 Porcentaje de como de importante creen que es la existencia de Pymes en el medio rural los Ayuntamientos encuestados (Elaboración propia)*

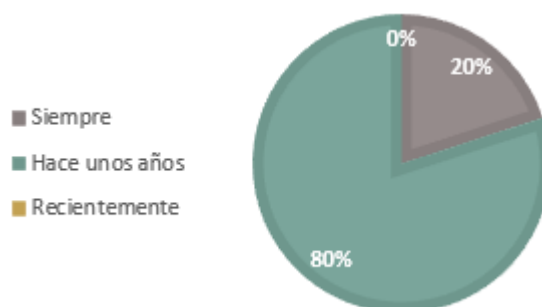
*Como Ayuntamiento, ¿Es cliente de Limpiezas Blasco S.L.?*



*Gráfico 4 Porcentaje de Ayuntamientos que son clientes dentro de los encuestados (Elaboración propia)*

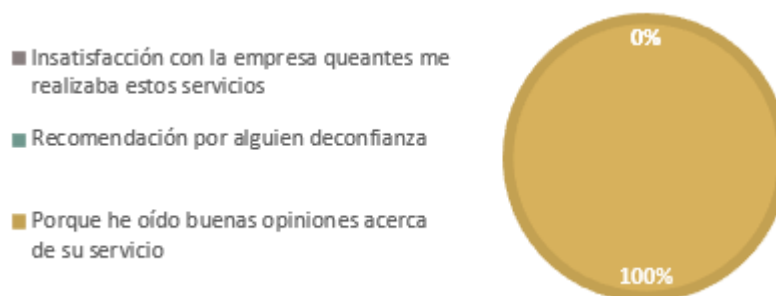


*En el caso de ser cliente, ¿Desde hace cuánto tiempo utiliza los servicios de esta empresa?*



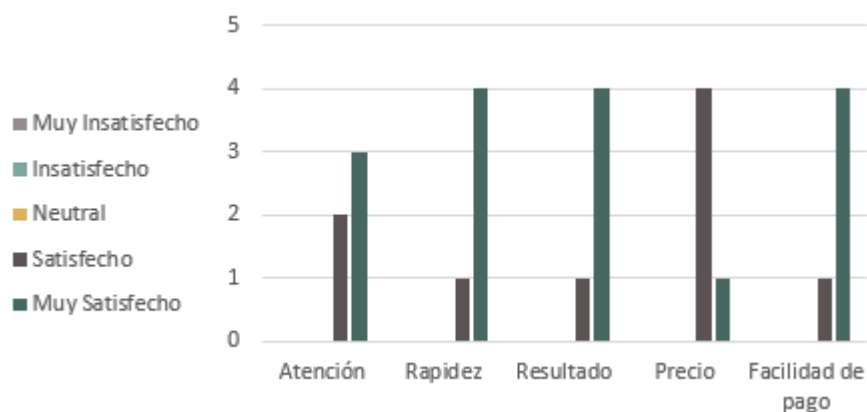
*Gráfico 5 Tiempo desde que los Ayuntamientos encuestados son clientes de Limpiezas Blasco SL (Elaboración propia)*

*En caso de no ser cliente desde siempre y haber utilizado los servicios de esta empresa recientemente o desde hace unos años, ¿A qué se debe el uso de estos servicios?*



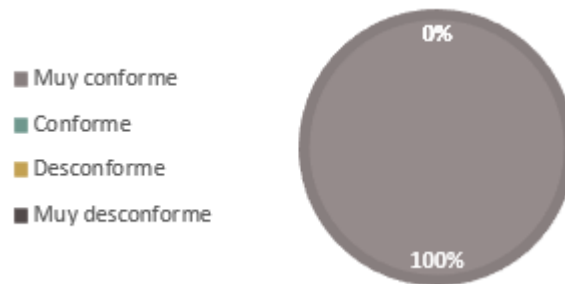
*Gráfico 6 Motivo por el que el cliente comenzó a usar los servicios de Limpiezas Blasco SL (Elaboración propia)*

*En cuanto al servicio prestado por esta empresa, evalúe su grado de satisfacción, sobre los siguientes puntos que aparecen a continuación:*



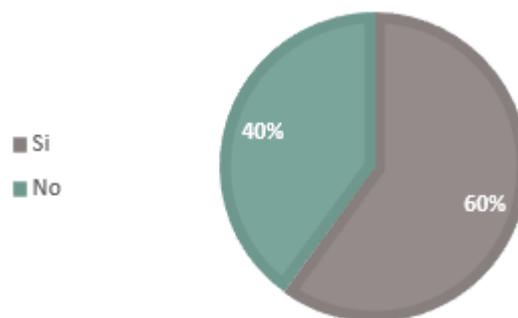
*Gráfico 7 Grado de satisfacción de los Ayuntamientos (Elaboración propia)*

*En caso de haber tenido algún problema, ¿Cómo se siente en cuanto a la respuesta y solución por parte de la empresa?*



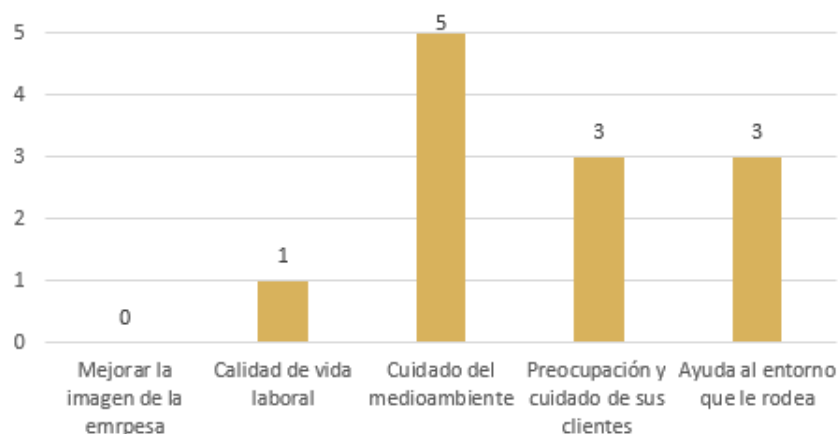
*Gráfico 8 Grado de conformidad en cuanto a la solución y respuesta por parte de la empresa frente a los problemas (Elaboración propia)*

*¿Ha escuchado alguna vez hablar sobre Responsabilidad Social o Medioambiental de las empresas?*



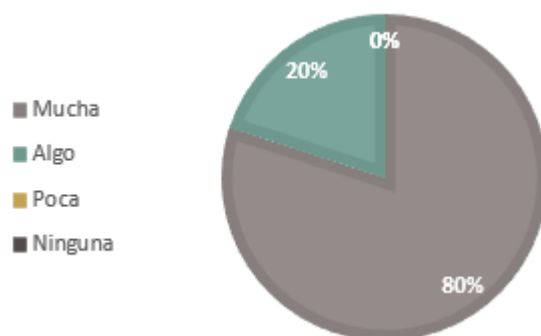
*Gráfico 9 Porcentaje de Ayuntamientos que han oído hablar alguna vez sobre Responsabilidad Social o no (Elaboración propia)*

*Según sus conocimientos, ¿Con qué conceptos de los siguientes relacionaría la responsabilidad social?*



*Gráfico 10 Conceptos con los que los encuestados relacionan la Responsabilidad Social (Elaboración propia)*

*¿Qué importancia le da usted a la hora de elegir una empresa, que ésta aplique políticas de Responsabilidad Social?*



*Gráfico 11 Nivel de importancia que dan los Ayuntamientos encuestados a la hora de elegir una empresa, que ésta aplique políticas de Responsabilidad Social (Elaboración propia)*

*Nombre al menos tres beneficios que considere usted que aportan las Pymes en los pueblos y que apliquen acciones de Responsabilidad social:*

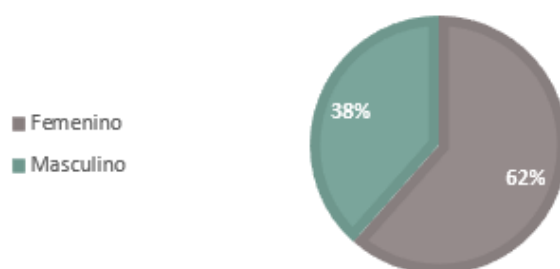
- Al ser empresas cercanas son parte del entorno económico de la localidad, y por tanto dan buen servicio, rapidez y solución a problemas cotidianos
- Soluciones rápidas a los problemas que surgen en el día a día. Rapidez en el servicio y confianza en su trabajo
- Fijan población, dan servicios
- Asientan la población, crean posibilidades de trabajo, revitalizan la zona
- Crean puestos de trabajo, participan económicamente en actos organizados y ofrecen mayor confianza

### **ANEXO 3: RESPUESTAS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES**

*Edad de los encuestados:*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Edad media
Edad	53	57	56	55	51	27	60	55	59	60	62	56	60	55

*Sexo de los encuestados:*



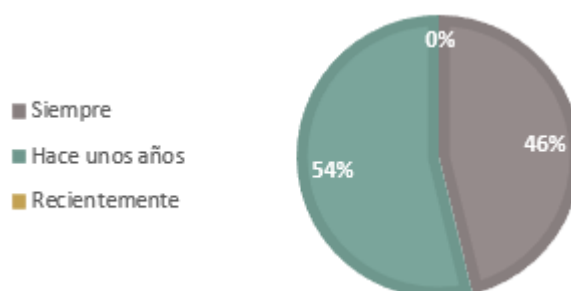
*Gráfico 12 Distribución de los encuestados según su sexo (Elaboración propia)*

*¿Eres cliente de la empresa Limpiezas Blasco S.L.?:*



*Gráfico 13 Porcentaje de los encuestados que son clientes de Limpiezas Blasco S.L. (Elaboración propia)*

*¿Desde hace cuánto tiempo utilizas los servicios de esta empresa? En caso de no ser cliente desde siempre y haber utilizado los servicios de esta empresa recientemente o desde hace unos años, ¿A qué se debe el uso de estos servicios?*



*Gráfico 14 Tiempo que los clientes usan los servicios de esta empresa (Elaboración propia)*

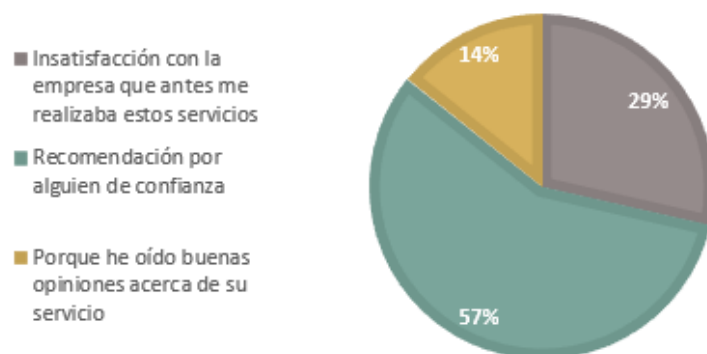


Gráfico 15 Causas por las que el 54% de los clientes han elegido Limpiezas Blasco S.L. (Elaboración propia)

Grado de satisfacción sobre los siguientes puntos que aparecen a continuación:

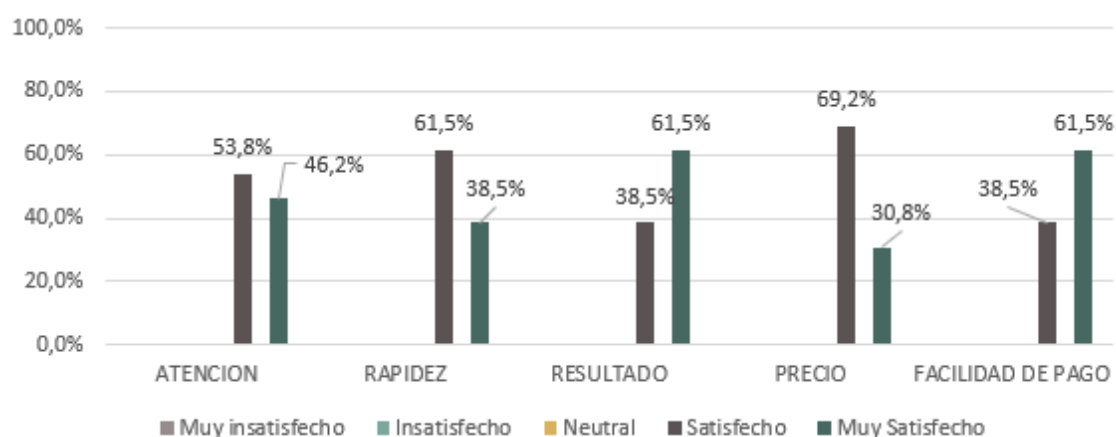


Gráfico 16 Grado de satisfacción de los clientes en cuanto a Atención, Rapidez, Resultado, Precio y Facilidad de pago (Elaboración propia)

En caso de haber tenido algún problema, ¿Cómo se siente en cuanto a la respuesta y solución por parte de la empresa?

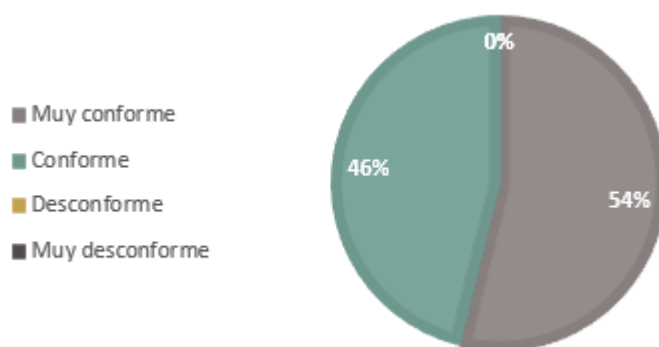
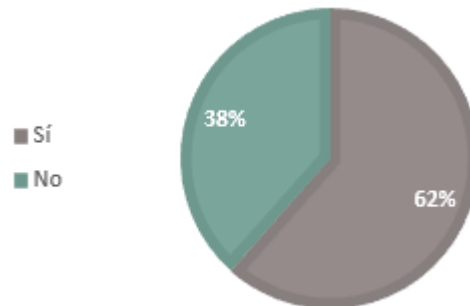


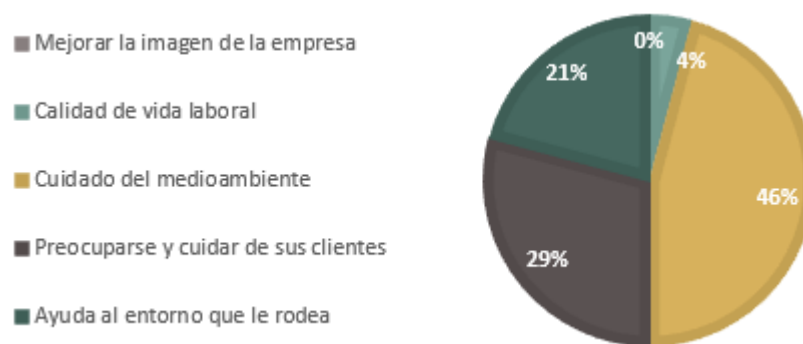
Gráfico 17 Grado de conformidad en cuanto a la respuesta y solución proporcionada por la empresa (Elaboración propia)

*¿Ha escuchado alguna vez hablar sobre Responsabilidad social o ambiental de las empresas?*



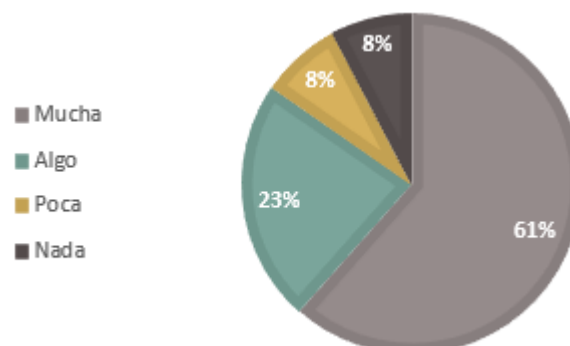
*Gráfico 18 Porcentaje de clientes que han oído o no hablar sobre Responsabilidad social o medioambiental (Elaboración propia)*

*Según sus conocimientos, ¿Con qué conceptos de los siguientes relacionaría la responsabilidad social?*



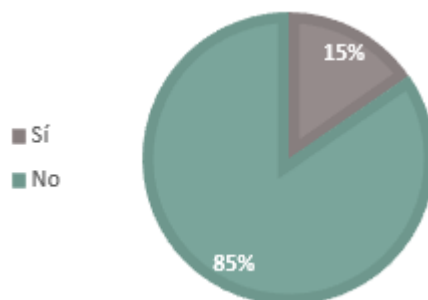
*Gráfico 19 Porcentaje de los conceptos con los que relacionan la Responsabilidad Social los clientes (Elaboración propia)*

*¿Qué importancia le da usted que, a la hora de elegir una empresa, ésta aplique políticas de Responsabilidad Social?*



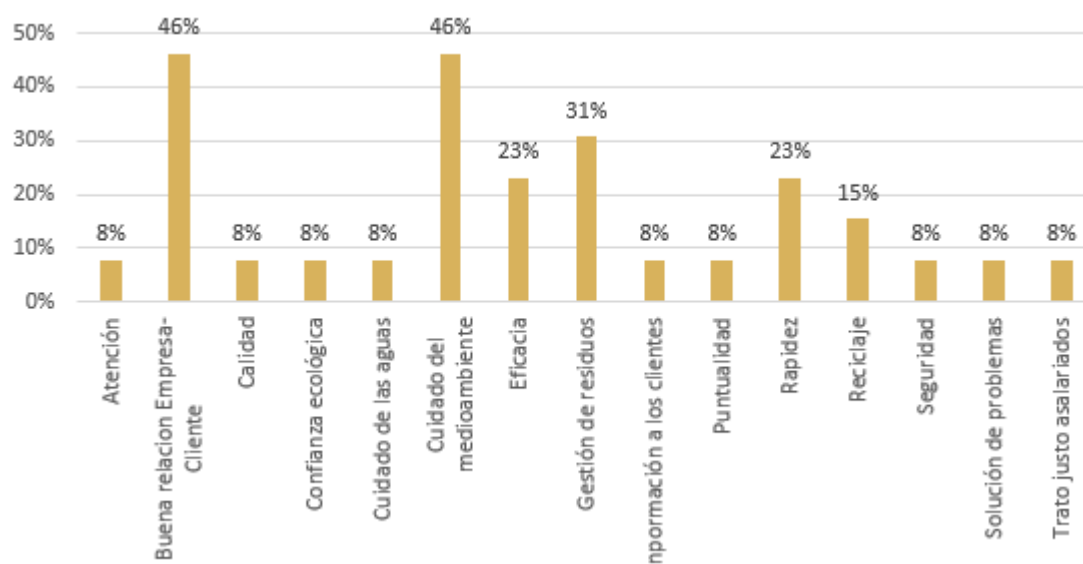
*Gráfico 20 Importancia que se da a la hora de elegir una empresa a que ésta aplique políticas de Responsabilidad Social (Elaboración propia)*

*¿Elegiría y se cambiaría a una empresa de la competencia si ésta fuese más socialmente responsable que Limpiezas Blasco S.L.?*



*Gráfico 21 Porcentaje de personas que se cambiarían o no por una empresa que fuese más socialmente responsable (Elaboración propia)*

*Nombre al menos tres beneficios que aporte Limpiezas Blasco S.L. a la sociedad de una manera socialmente responsable:*

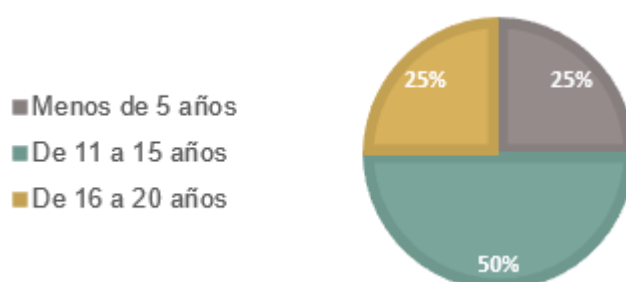


## **ANEXO 4: RESPUESTAS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS TRABAJADORES**

*Edad de los encuestados:*

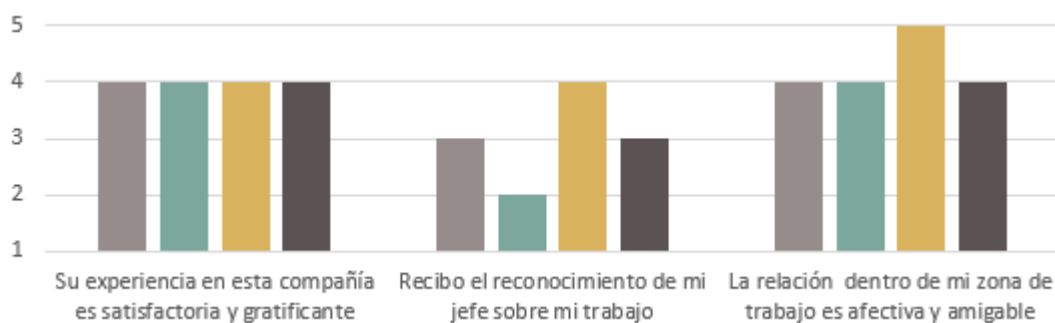
Edad	
Trabajador 1	44
Trabajador 2	42
Trabajador 3	30
Trabajador 4	40

*Antigüedad en la empresa:*



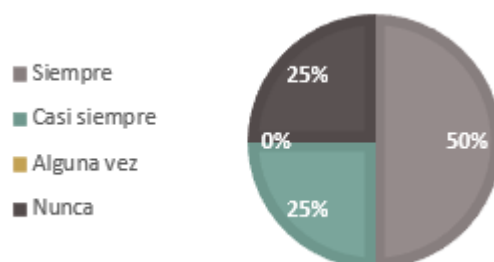
*Gráfico 22 Años de antigüedad de los empleados en la empresa (Elaboración propia)*

*Grado de satisfacción con las siguientes afirmaciones:*



*Gráfico 23 Grado de satisfacción de los empleados (Elaboración propia)*

*¿Con qué frecuencia cuentas con el apoyo de tus compañeros para realizar tu trabajo?*



*Gráfico 24 Frecuencia de la ayuda de los compañeros (Elaboración propia)*



*Evalúa tu nivel de satisfacción de los siguientes aspectos:*

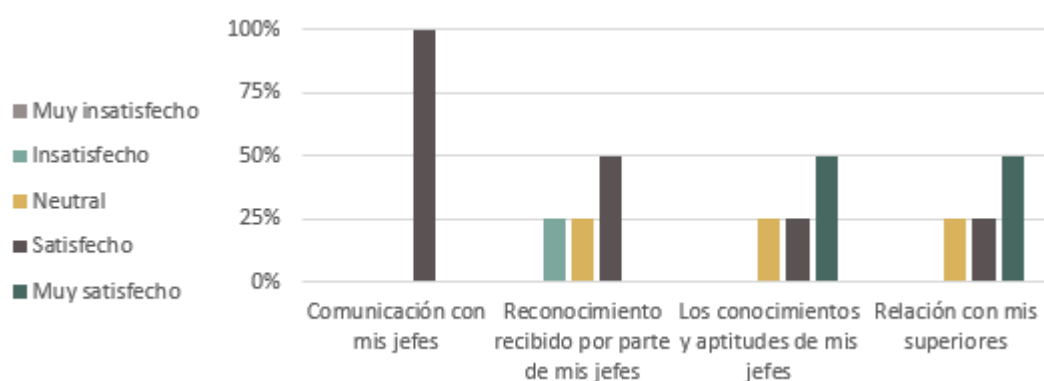


Gráfico 25 Evaluación del nivel de satisfacción de determinados aspectos (Elaboración propia)

*Evalúa tu nivel de satisfacción de los siguientes aspectos:*

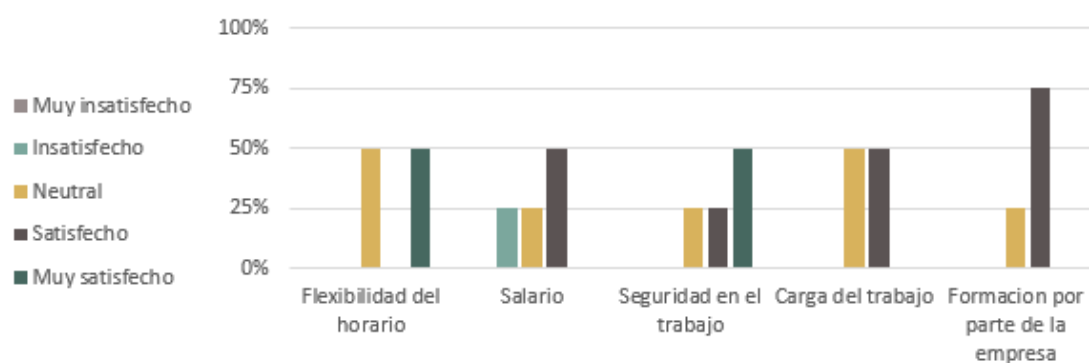


Gráfico 26 Evaluación del nivel de satisfacción de determinados aspectos (Elaboración propia)

*¿Vive en alguno de los pueblos cercanos de donde se sitúa la empresa? En caso afirmativo, ¿Le beneficia o le perjudica?, si le beneficia nombre al menos tres cosas en las que le benefician:*

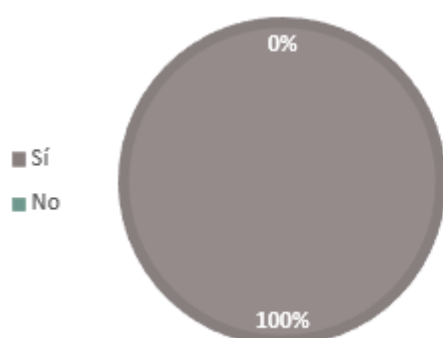


Gráfico 27 ¿Vive en alguno de los pueblos cercanos de donde se sitúa la empresa? (Elaboración propia)



Gráfico 28 En caso afirmativo, ¿Le beneficia o le perjudica? (Elaboración propia)

### BENEFICIOS:

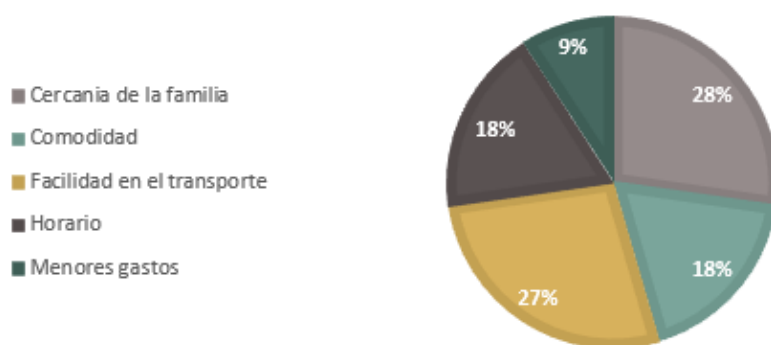


Gráfico 29 Beneficios que proporciona vivir en uno de los pueblos cercanos al lugar de trabajo  
(Elaboración propia)

¿Cree que una PYME como Limpiezas Blasco S.L. tiene un impacto positivo en el medio rural? En caso afirmativo, nombre tres beneficios.

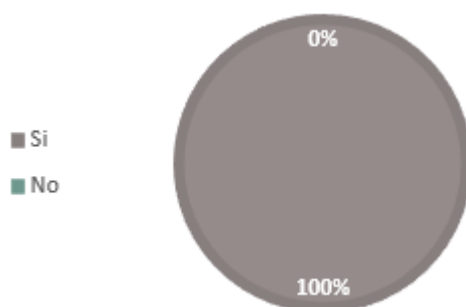


Gráfico 30 Porcentaje de trabajadores que opinan si Limpiezas Blasco tiene un impacto positivo en el medio rural (Elaboración Propia)

### BENEFICIOS



Gráfico 31 Beneficios que aporta una PYME como Limpiezas Blasco S.L. en el medio rural (Elaboración propia)