

TESI DOCTORAL

***LA RESPONSABILITAT SOCIAL DE L'EMPRESA A  
LES PIMES DE CATALUNYA. ANÀLISI DEL  
DISCURS EMPRESARIAL***

PROGRAMA DE DOCTORAT DE SOCIOLOGIA

Bienni 2003-2005

Departament de Teoria Sociològica, Filosofia del Dret i Metodologia de  
les Ciències Socials

FACULTAT DE CIÈNCIES ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS



UNIVERSITAT DE BARCELONA



Doctorand:  
Director de tesi:

David Murillo Bonvehí  
PhD Prof. Félix Ovejero Lucas

## 6. RESULTATS OBTINGUTS I PRINCIPALS CONCLUSIONS

- Interiorització i abast del concepte en les pimes

La RSE, malgrat les dificultats de conceptualització inherents a un terme tan poc precís, tan difús en els seus límits i continguts està servint actualment per resoldre des de l'esfera econòmica allò que Steiner (1999, p.4) anomenava la incapacitat perenne i manifesta del món empresarial per explicar les interrelacions entre l'empresa i el seu entorn social. Així, l'existència de conflictes d'interès poc explicats per part de la teoria neoclàssica dominant (Swedberg 2003, p.75), nocions com la del contracte social de l'empresa envers el seu entorn (Donaldson, 1982) o el fenomen de la institucionalització creixent de la responsabilitat social en l'àmbit de les organitzacions (Ackerman, 1973; Jones, 1980) troben la seva acollida en el discurs empresarial al voltant d'un concepte popularitzat a inicis d'aquest segle XXI a partir dels grans escàndols financers d'empreses com Enron, Worlcom, Parmalat i d'altres, la responsabilitat social corporativa o de l'empresa (RSE).

Aportacions estrictament sociològiques ja fa molts anys que ens recorden quelcom que l'individualisme metodològic que forma part del paradigma acadèmic vigent no pot obviar: les accions econòmiques estan integrades en estructures de relacions socials. Relacions que sota la forma de xarxes socials estableixen vincles entre empreses i individus i entre clients, proveïdors i empreses competidores entre si. Xarxes que, com ens recorda Granovetter (1985) generen confiança i estimulen la cooperació.

Aquest discurs que naix en les dècades anteriors vinculat a l'estudi de l'impacte social i mediambiental de les grans corporacions envers el seu entorn, a partir de l'impuls públic i la popularització del concepte, troba a inicis d'aquest nou segle un nou interlocutor: les petites i mitjanes empreses. Empreses majoritàries en nombre en el context europeu i a les quals també arriba el discurs de la RSE per bé que amb diferències evidents respecte les seves referents de grandària superior.

En els darrers anys, una manera d'introduir i explicar què pot ser aquesta responsabilitat social exercida per part de les pimes i perquè les empreses, sobretot petites, duen a terme actuacions aparentment deslligades de l'obtenció d'un retorn econòmic immediat, ha estat la utilització del concepte del capital social. D'aquesta manera, la RSE pot ser vista per part de les pimes (Perrini 2006, Perrini *et al*, 2006) com una manera prou efectiva de millorar la seva xarxa de relacions, per incrementar allò que des de la sociologia (Bourdieu, 1983, Putnam, 2000) però no només des d'aquesta disciplina (Coleman, 1988, Banc Mundial, 1999) s'ha definit com capital social.

La RSE, a la llum d'aquest estudi i de tants d'altres ja existents no és un concepte que sigui còmode per les pimes. En primer lloc perquè, en el cas de Catalunya i a diferència d'altres països com Itàlia o Dinamarca, no ha existit una campanya institucional o de difusió del concepte que hagi permès situar i contextualitzar què és i què no és la RSE. Poc importa que el nou Estatut de Catalunya, llei orgànica de l'estat de l'any 2006, en parli explícitament en l'article 45 o que el Pacte per la Competitivitat signat pels agents socials, organitzacions empresarials i govern l'any 2005 s'hi refereixi explícitament en la mesura 75 de l'esmentat acord. Per a les pimes del país, la RSE encara és un concepte vinculat a pràctiques normalment fosques vinculades a grans empreses (Murillo&Lozano, 2006a i 2006b), amb propòsits de gestió del risc, màrqueting o relacions públiques. Poc a veure amb el rerefons moral que el concepte podria tenir en les ments d'empresaris i directius de pime.

Així, el discurs de la RSE en les pimes és un discurs construït com una explicació de pràctiques concretes, d'actuacions empresarials precises vinculades a aspectes socials i mediambientals de l'empresa. Un discurs poc formalitzat i que té força a veure amb un sentit d'excel·lència empresarial, una manera de ser i d'estar en el mercat que, tot sovint, al parer dels directius, no guarda relació amb l'actual difusió mediàtica del concepte. La RSE en les pimes pot ser entesa, doncs, com un conjunt d'actuacions lligades als valors ètics de l'empresari però vinculats d'una manera evident als reptes competitiu de l'empresa. Aquesta doble lògica moral i econòmica es fa particularment evident en, per exemple, la preocupació per la millora del clima laboral i l'objectiu, més o menys explícit, més o menys conscient, de retenir els millors

treballadors, disminuir la rotació de personal o disminuir els costos de formació dels nous treballadors.

És aquesta interrelació entre altruisme i interès, juntament amb un rebuig evident a interioritzar un concepte, el de la RSE, que les pimes consideren vinculat a l'interès econòmic de les grans corporacions, el que ha dut en els darrers anys a un debat terminològic probablement insoluble sobre quin és el concepte adient per explicar les pràctiques i raons de la preocupació social i mediambiental de les pimes. Un dels que semblen convergir en aquesta doble aproximació és el de *competitivitat responsable* (Murillo&Lozano, 2006a, 2006b; Zadek *et al*, 2005). Un concepte que permet entendre com la RSE es lliga alhora en el marc de les petites i mitjanes empreses a elements com les oportunitats de millora productiva o, entre d'altres, la innovació.

Sorprèn tanmateix que, en l'àmbit de la Unió Europea (Observatory of European SMEs, 2002) una majoria de pimes responguin que sí realitzen actuacions concretes de RSE. No sorprèn tant quan, seguint a Jenkins (2006) per al cas de Gran Bretanya (estudi homologable al realitzat per al cas de Catalunya per Murillo&Dinarès, 2007 i presentat en aquesta tesi) observem que les pimes defineixen aquesta RSE per un conjunt de pràctiques que, dividides per àrees, es podrien assimilar a les següents:

- Mediambientals: obtenció d'un certificat ISO 14000 o EMAS; establiment de mesures de reciclatge o disminució de residus, ús d'energies renovables, publicació de memòries mediambientals, reducció de productes tòxics o d'emissió de gasos contaminants
- Treballadors: creació d'estructures de govern planes, implementació de plans de conciliació de la vida familiar i laboral, sistemes de mentoring i formació personalitzada, promoció d'esdeveniments socials, establiment de programes de flexibilitat horària
- Proveïdors i clients: política de portes obertes, participació en xarxes empresarials, establiment de sistemes de fidelització dels proveïdors, ús d'indicadors d'impacte, obtenció de premis de qualitat o altres distincions al desenvolupament empresarial
- Comunitat: donacions, participació en programes socials o assistencials, programes de voluntariat corporatiu, establiment de programes d'incorporació de treballadors locals, suport a programes de

desenvolupament en els països en vies de desenvolupament, creació de programes educatius per a estudiants de la zona

És evident, doncs, que en la definició i autoreferenciació de les empreses al voltant de la RSE, per al cas de les pimes, s'observa la generació d'actuacions *win-win* (guanya guanya) en les quals aquesta RSE, per bé que efectivament representa un benefici per a la comunitat o la xarxa de relacions de l'empresa, no deixa de tenir un ple sentit empresarial, una plena motivació econòmica en una important majoria dels casos observats.

És així important remarcar la vinculació de la RSE en les pimes amb l'acumulació del capital social de la companyia. En la mesura en que una empresa millora la qualitat i quantitat de les seves relacions socials, millora també en les seves possibilitats de sobreviure. Element aquest, el de la supervivència de l'empresa al llarg del temps, que té un ple sentit econòmic al marge de qualsevol motivació ètica o moral. Una motivació que, malgrat tot, sembla existir en una part important dels empresaris i directius entrevistats.

En definitiva, pel que fa a l'ús del concepte i la delimitació dels seus contorns, poc importa si anomenem a aquest conjunt de pràctiques RSE, *competitivitat responsable* o de qualsevol altra manera. La millora i manteniment de les relacions socials de la pime té ple sentit per ell mateix i per aquest motiu una part important de les pimes duen a terme actuacions que s'encabirien acadèmicament en el paraigües de la RSE, fins i tot quan aquest terme no convenci al gruix de les empreses entrevistades.

- Modelització del discurs de la RSE per part del seu entorn

Aquesta RSE que es presenta com una cultura empresarial, com una manera de fer i de posicionar-se de l'empresa en el mercat, ve influïda també per components externs a l'empresa que subratllen un cop més la inextricable pertinença de les empreses a l'entramat de relacions socials i econòmiques en les quals descansa. En aquesta xarxa de relacions observem diferents agents que, d'una manera i amb una intensitat força variada, modulen també la

comprensió que les pimes tenen de la RSE i per tant el discurs que d'ella en fan.

En els darrers anys, i en el marc dels Acords de Lisboa promoguts per la UE l'any 2000, cal subratllar el Llibre Verd de la RSE, elaborat per la CE (2001) com el primer text fonamental que basteix un univers de comprensió de què és la RSE i quin és el seu abast. Una definició, tal i com hem deixat constància anteriorment, per la qual les empreses integren de forma voluntària les dimensions social i medi ambiental en les seves operacions de negoci i en les seves interaccions amb els actors interns i externs de l'empresa. Un marc, fonamentat doncs en la voluntarietat de les pràctiques, allunyat, en principi, de la imposició legislativa que, si bé ha tingut algun impacte en les grans corporacions que progressivament han anat incorporant als seus organigrames departaments de Responsabilitat Social o afins, podem dir que no ha traspassat el mur del desconeixement per a la major part del mig milió d'empreses petites i mitjanes que poblen el territori de Catalunya.

Tampoc s'ha comprovat, ara per ara, un efecte directe entre la generació d'iniciatives públiques i legislatives al voltant de la RSE<sup>59</sup> i la popularització o interiorització d'aquesta en les pimes. Podríem posar en el mateix calaix el gruix d'iniciatives desenvolupades per fundacions, caixes d'estalvis, organitzacions empresarials i altres que de manera unidireccional han promogut eines, materials i informes destinats a promoure la RSE en les pimes. A tot estirar, cal reconèixer un impacte limitat però creixent del concepte en els mitjans de comunicació (premsa i ràdio bàsicament) però que no acaba d'interpel·lar (ni per tant d'influir) específicament a les empreses més petites.

Tot i així, les derivades polítiques de la implementació d'aquest discurs; particularment la posada en marxa d'actuacions governamentals per part de la mateixa Comissió Europea o dels governs estatals i regionals europeus sí ha tingut per objectiu en els darrers anys incrementar el coneixement i la difusió de les pràctiques de RSE entre les pimes (EC, 2007b). A la llum de les dades obtingudes en alguns països (en el cas de Catalunya queda per demostrar) es fa patent un impacte més o menys efectiu sobre el discurs que el teixit

---

<sup>59</sup> Les ja esmentades anteriorment: Subcomissió d'experts de RSE del Congrés de Diputats, Estatut de Catalunya (2006), Acord per la Competitivitat de l'Economia Catalana (2005), la Mesa de Diàleg Social del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, etc.

econòmic empresarial fa de la RSE. Tanmateix, cal subratllar com el discurs empresarial de la RSE i el discurs públic, polític o institucional, interactuen i es reforcen, per bé que el marge de notorietat real del concepte sigui encara mínim.

Així, només per al cas de Catalunya<sup>60</sup> s'han observat actuacions desenvolupades directament o amb el suport d'entitats públiques que, en alguns casos amparant-se de recursos financers comunitaris (Departament de Treball o Diputació de Barcelona), han pretès la difusió del concepte i la creació d'eines específiques per a l'impuls de la RSE a les Pimes. Juntament amb les anteriors, i amb idèntic objectiu però amb recursos propis, la *Xarxa Marc Català de la RSE a les Pimes*, integrada per les organitzacions empresarials PIMEC i CECOT, els sindicats CCOO i UGT, la Diputació de Barcelona i la Generalitat de Catalunya, per mitjà del Departament d'Economia i Finances, el Departament de Treball, el Departament de Medi Ambient i Habitatge i el Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (COPCA) i per l'Escola de Negocis ESADE té per missió la creació d'un model i un discurs de RSE. Igualment el projecte *Response*, integrat per l'IESE i la UdG, o *Selpime.Sor*, promogut pel Consell Comarcal de la Selva sota el paraigües d'un projecte paneuropeu han tractat de generar i influir en el discurs sobre la RSE realitzat a i per a les pimes.

La RSE, també per a les empreses de dimensió més reduïda, es converteix doncs en un espai de debat i diàleg, no sempre comprensiu, en el qual cada organisme i entitat, en funció de la seva missió, voluntat o agenda oculta o explícita, estira i arronsa en una o altre dimensió de la RSE alhora que malda per convertir-se en el discurs hegemònic. Es fa evident com per a les escoles de negoci i les universitats, la RSE és una matèria acadèmica a ensenyar però tot sovint també a promoure quan aquesta coincideix amb la missió de l'entitat en qüestió. Per altra banda, Departaments de l'administració com els especificats més a munt són impel·lits a elaborar una agenda política amb el biaix i la direcció que la ideologia de torn dicti. Evidenciant-se matisos importants en els models i referents que dissenyen aquesta RSE fins i tot dins d'un mateix color polític o una idèntica estructura administrativa.

---

<sup>60</sup> Per aquest apartat vegeu específicament les iniciatives presentades al punt 5.4

Les organitzacions patronals, algunes amb una visió filantròpica i assistencial del que és la RSE, o els sindicats, en la mesura que consideren la RSE un element important per fer avançar els seus interessos grupals, també han destinat esforços per influir en el discurs de la RSE de les pimes. Una confluència de visions que tot sovint, en funció de les relacions personals i institucionals entre uns i altres poden derivar-se en contraposició quan no enfrontament per l'eclosió d'agendes no sempre concurrents (per al cas de l'Estat espanyol cal seguir Lozano *et al*, 2007).

És important però confirmar que, per al cas de les iniciatives de suport a la RSE en les pimes, són els òrgans i els nivells administratius més propers a l'empresa, normalment el nivell regional (EC; 2007), els que per criteris d'eficiència però també d'eficàcia i oportunitat han estat legitimats per influir en la forma territorialitzada que aquesta RSE ha de prendre en els diferents països i regions de la Unió. S'observa doncs una voluntat generalitzada de construir un model de RSE específic per a cada territori, essent conscients que aquest model no abastarà l'actuació de les empreses transnacionals i globalitzades que queden al marge de la interlocució dels governs regionals o autonòmics.

En aquest sentit, per exemple, els esforços de promoció d'un model específic d'eina de gestió de la RSE s'ha generat en la Toscana italiana al voltant de la promoció d'una certificació de RSE molt estretament lligada a la relació de l'empresa amb els seus treballadors: la SA8000. De manera diferent, al País Basc, l'Administració pública ha promocionat i subvencionat un marc d'indicadors de RSE vinculats a una eina de gestió ja existent en el territori: el quadre de comandament EFQM. El nostre país segueix una trajectòria similar. Diferents actuacions de les administracions públiques tracten també de modelar un discurs de la RSE per a les pimes. El problema que sobresurt específicament en el cas de Catalunya és el de la quantitat de referents, el del seu nombre excessiu generat a partir d'ideologies, agendes i polítiques diferents essent aquest un cas particularment comú dins el marc europeu (Lozano *et al*, 2005). Un regne de la confusió local que dificulta l'extensió d'un missatge ja per si poc clar i difós fins al moment de manera ben migrada.

Tot i així, no són només les palanques administratives del poder polític o les organitzacions sindicals o patronals les que influeixen o pretenen influir sobre el discurs de la RSE en les empreses del territori. D'una manera tal



vegada més efectiva, tot i que sempre movent-nos amb nombres absoluts reduïts, es comencen a veure altres agents que vénen també a configurar un sentit particular, uns cantells i vores específics, a aquesta RSE de les pimes. En aquest conjunt d'entitats trobem per una banda, organitzacions<sup>61</sup> que no se centren específicament en les empreses de dimensió més reduïda però que estenen el seu influx, normalment mitjançant les grans empreses transnacionals, cap a les pimes.

Seria el cas d'oganismes i organitzacions internacionals sense caire de lucre com la *OCDE*, el *GRI*, el *Banc Mundial*, *UNIDO* o bé estatals amb un fort component transversal: *Business in the Community*, *Forética* o *Ibase*. Institucions públiques o privades creades amb el propòsit de difondre la RSE i que dissenyen un determinat univers de significacions darrere de premis, subvencions, o mitjançant la generació d'eines i manuals (Kusyk *et al* 2007; Lozano *et al*, 2005).

Tot i així, a la llum d'aquesta recerca, sobresurten actors estrictament vinculats a l'entorn immediat de l'empresa i que influeixen de manera decisiva en l'univers comprensiu que aixeca la pime sobre la RSE. A diferència d'altres països europeus, paradigmàticament la Gran Bretanya, el pes de clients conscienciats i amb pautes de consum que incloquin criteris ètics sembla influir poc en la comprensió que els directius de pime catalana tenen de la RSE. En algun dels casos estudiats i mitjançant l'ús i promoció d'etiquetes de comerç just sí s'ha observat una influència directa entre el discurs directament ètic en l'economia i el sentit que l'empresa dóna a la seva RSE. Per al conjunt d'empreses estudiades sí s'ha evidenciat que la incorporació de la RSE a les empreses i la interiorització mateixa del concepte es veuran positivament reforçades en la mesura en que els clients demandin de l'empresa la incorporació d'aquest tipus d'actuacions.

En un sentit no tan directament vinculat al sentit moral darrera la RSE però que sí interpel·la l'empresa sobre el seu impacte mediambiental o social trobem la influència que exerceixen clients que demanden un determinat tipus d'actuació o certificació. És més que simptomàtic, per exemple, trobar com la interiorització de la RSE en algunes empreses passa per l'obtenció d'una

---

<sup>61</sup> Convé un cop més analitzar els articles presents a 5.1 i 5.4 per contextualitzar i aprofundir en les diferents iniciatives aquí explicitades.

determinada certificació (ISO 9001, ISO 14001, EMAS, etc) vinculada a temes de qualitat del producte o servei o a l'impacte de la companyia en el mediambient. Darrera aquesta assimilació del concepte de la RSE a aquests elements (i a aquestes certificacions) no hi ha una racionalització individual de l'empresari o directiu sinó la imposició d'uns clients (grans empreses químiques, del sector de l'automoció o la fusta, per citar-ne algunes) que demanen aquests requisits com a condicions *sine qua non* per adquirir els productes oferts per l'empresa. És doncs la posició que l'empresa ocupa en la cadena de proveïment, les condicions específiques del mercat en el qual es troba, les que impulsen de manera evident la RSE cap a una banda o cap a l'altre.

Al marge de la pressió directa que els clients reals o potencials puguin tenir sobre l'empresa, es palesa igualment una tendència cap a la diferenciació també *ètica* de l'empresa, en el sentit més moral de la RSE, i que passa per la presentació pública de l'empresa en el mercat i davant de la comunitat com una empresa que incorpora elements de RSE. Particularment en el cas de pimes situades lluny de les grans urbs, el factor reputació que la comunitat atorgui a l'empresa sembla també influir d'una manera important en com l'empresa entèn la seva responsabilitat envers la comunitat o població on opera<sup>62</sup>. Aquesta aspiració a diferenciar-se respecte la resta d'empreses de la població o del sector, com s'ha vist anteriorment, guarda també importants beneficis per a la incorporació i retenció de treballadors a l'empresa. Un element a remarcar en sectors i territoris on la mobilitat laboral i la rotació és rellevant i presenta uns costos directes importants per a l'empresa.

- Evolució prevista de la conceptualització de la RSE en les pimes

A la llum dels resultats generats, existeixen alguns elements que ens permeten començar a albirar l'evolució futura del discurs de la RSE en empreses de dimensió més reduïda. Es fa palès, tot i que de mode encara

---

<sup>62</sup> Cal deixar constància aquí que el gruix de les operacions comercials d'un pime promig en el territori es duu a terme en un radi de pocs quilòmetres al voltant d'on aquesta empresa està situada. Per tant, el factor reputació, particularment en zones de poca densitat poblacional, resulta també important per a les pimes tot i que amb un caire diferent al que el factor reputació representa per a les grans empreses.

incipient, la influència que les empreses consultores o auditors tenen en la generació d'un discurs de la RSE que també afecta les pimes. La influència d'aquest tipus d'empreses es canalitza mitjançant la prestació de serveis a grans empreses. Serveis que prenen la forma de memòries de sostenibilitat, socials o medi ambientals o la generació de programes diversos de RSE envers la comunitat, proveïdors o clients. És mitjançant l'efecte emulació, o *referenciació* en termes sociològics, que les empreses més petites es veuen i es veuran immerses en patrons de gestió que incorporin com a quelcom habitual la RSE. Seguint el sociòleg i economista J.K.Galbraith (2004), en economia també l'oferta genera demanda.

Tampoc és menyspreable l'efecte futur que la traçabilitat<sup>63</sup> de productes o serveis pugui jugar en empreses de dimensió reduïda. Organitzacions que creixentment es veuran interpel·lades en la seva actuació en àrees com els drets humans, les relacions laborals o mediambientals. En la mateixa línia, la futura aparició d'una certificació internacional de responsabilitat social sota la reputada marca ISO, la futura ISO26000, és de preveure que reforçarà també la presència pública del concepte de la RSE i és d'esperar que mitjançant la notorietat i el ja esmentat efecte *referenciació* tinguin un impacte sobre la percepció que les empreses tinguin sobre el tema.

De moment, com es fa evident per les dades observades, són les administracions públiques i les organitzacions intermèdies que fan de pont entre administració i empreses (organitzacions patronals i sindicals però també col·legis professionals o cambres de comerç) les que estan vehiculant el missatge de la RSE i marcant els contorns de la RSE de les pimes. Tanmateix, és d'esperar que en el futur sigui la mateixa força del mercat la que reforci i tot sovint substitueixi les iniciatives, eines i models, esmerçats fins ara per les organitzacions no lucratives com a motor de la RSE a les pimes.

Un cop més, serà el sector, la grandària de l'empresa, el caràcter intensiu en mà d'obra o en capital, el perfil formatiu dels empleats i les dinàmiques d'obertura cap el comerç internacional o la globalització, elements

---

<sup>63</sup> Traçabilitat entesa com el requeriment creixent per part dels mercats sobre les grans empreses distribuïdores per tal que aquestes donin compte, *responguin* – d'aquesta paraula deriva *responsabilitat* –, d'un seguit de característiques dels seus productes o serveis. No només per la seva actuació en el procés d'elaboració sinó per la que es duu a terme tot al llarg de la cadena de producció. Un efecte paradigmàtic que ja s'observa actualment i de manera vigorosa, per exemple, en el cas del sector tèxtil.

que intervindran d'una manera evident en la generació d'una particular cosmovisió de quina és la RSE de les pimes. Una RSE que només serà reflexionada en la mesura en que pugui ser incorporada a un conjunt de pràctiques empresarials comprensibles i reconeixibles per parts dels directius i els treballadors de l'empresa. Una RSE, en definitiva, que per a les empreses de dimensió més reduïda toparà amb dificultats de gestió i assimilació pròpies de les característiques organitzatives de la pime: la seva renuència a la planificació estratègica, i la seva orientació a la gestió i solució dels problemes quotidians<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> L'article de l'apartat 5.3 exposa amb més detall les característiques organitzatives de la pime.

## 7. CONSIDERACIONS ESPECÍFIQUES: LIMITACIONS D'AQUESTA TESI I FUTURES RECERQUES

Aquesta tesi, en tant que la primera que específicament abasta la comprensió de la RSE des de les petites i mitjanes empreses<sup>65</sup>, té unes limitacions derivades del seu caràcter temptatiu. Limitacions adduïbles parcialment a l'encara feble nombre d'estudis similars que, des d'una perspectiva clarament acadèmica, tinguin per objectiu estudiar què pensen sobre el concepte en qüestió empresaris i directius de pimes. És doncs important reconèixer el caràcter bàsicament descriptiu d'una recerca destinada a observar i definir un conjunt de pràctiques i la seva traducció en pautes o models de gestió concrets.

De la mateixa manera, el llenguatge utilitzat i el conjunt de treballs realitzats per aixecar les dades aquí presents, han partit d'un objectiu fonamentalment pràctic: aconseguir que la recerca fos fàcilment traduïble a un material comprensible per a les empreses potencialment interessades en la RSE i, especialment, per a administracions públiques que destinen esforços importants a la promoció d'aquest nou paradigma de gestió que és la RSE. Ben igualment, és el caràcter eminentment pragmàtic i orientat cap a una perspectiva de management d'aquesta recerca, feta amb el suport i des d'una escola de negocis, la que ha conduït el conjunt d'articles aquí compilats cap a publicacions que poguessin traduir i replicar els resultats presentats en altres universitats i escoles de negoci. Per tot plegat, en tres dels cinc casos, les revistes a les quals s'ha destinat la publicació d'aquests articles són revistes d'ètica empresarial.

Per altra banda, l'estudi ha partit d'una constatació empírica, ja avançada per la teoria existent i amb la qual es comptava des del moment inicial. Tal i com s'ha fet evident en l'apartat de conclusions, les pimes del nostre país no tenen interioritzat el concepte de RSE ni, probablement, tenen perquè subscriure l'abast que aquí se li ha volgut donar. Com és ben conegut i s'ha plantejat en el primer dels articles presentats, existeixen diferents

---

<sup>65</sup> Sense dubte: a coneixement de l'autor

plantejaments sobre què és la RSE: des de la simple maximització de beneficis (Friedman, 1970) fins al model de l'economia social passant per la immoralitat essencial del sistema capitalista (Compte-Sponville, 2004) o la seva impossibilitat psicològica (Bakan, 2005). Aquí s'ha partit per raons diverses, però amb una motivació pràctica vinculada a l'exercici de l'actuació pública, per assumir la definició de la CE (European Commission, 2001). No era l'única i, cas d'escollir-ne una de diferent, el filtre sobre el qual s'han analitzat els resultats evidentment hagués estat un altre. Es parteix, doncs, en aquests temes d'un biaix terminològic i fins i tot ideològic que, per altra banda, esdevé insalvable. L'investigador que acota i precisa un concepte que després tracta de validar mitjançant l'exercici empíric.

En l'apartat metodològic cal també subratllar la impossibilitat d'accedir a recursos que ens permetessin realitzar una recerca de tipus etnogràfic. A banda d'estudiar el llenguatge utilitzat pels directius d'empresa i d'analitzar i sintetitzar amb la més gran precisió possible el resultat de les entrevistes, una recerca perllongada en el temps a partir d'una d'observació participant hagués permès no només conèixer la verbalització del discurs de la RSE sinó també la seva traducció real en pràctiques concretes. Queda, doncs, per a propers estudis una recerca d'aquest tipus amb eines pròpiament antropològiques.

La selecció mateixa de les dinou empreses a partir de les quals s'ha construït una part important del material aquí presentat pot ser també element de discussió. En aquest apartat i a falta d'una definició canònica del que pot ser entès per una bona pràctica de la RSE creiem que el mètode participatiu, demanant a les organitzacions del territori (vegeu els articles 1 i 5) que es pronunciessin sobre quines empreses podien ser considerades bons exemples d'empreses preocupades per la seva RSE, ha permès la creació d'un primer consens sobre la traducció de la RSE en noms i cognoms concrets. Aquest element, cal dir, ha estat temperat en la generació d'una explicació del discurs empresarial de la RSE per força dades secundàries així com pels *focus groups* realitzats amb empresaris i treballadors no sempre coneixedors de l'abast acadèmic del terme.

Una darrera reflexió de tipus terminològic és la que es deriva de l'aplicació de l'aproximació de l'*action research*. Aquest text ha construït un model de mesurament, per tant de delimitació, de la RSE per a pimes (vegeu

annex de l'article 5è) que és el resultat d'un model participatiu de traducció de conceptes i pràctiques en un sistema de gestió de la RSE de l'empresa. Un cop més, no és l'únic i diferents enfocaments al paradigma de la responsabilitat social s'haguessin traduït en resultats diferents.

Pel que fa a la literatura analitzada, no pot sorprendre per tot l'explicat fins ara que el gruix de les consultes s'hagin realitzat des d'una aproximació de *business ethics*. Una categoria acadèmica que prové bàsicament del management, secundàriament de la sociologia econòmica i de les organitzacions i molt ocasionalment de la filosofia política i moral. Com s'ha explicat fins aquí, el fet que hagin estat les escoles de negoci les que han incorporat abans als seus plans d'estudi la RSE dóna una explicació del biaix de la literatura consultada.

Ben igualment, futures recerques hauran de completar amb nous enfocaments quantitius com la noció de capital social pot arribar a ser mesurada i gestionada per part de les empreses. Aquí una part no poc important de l'anàlisi pot anar a l'estudi dels incentius que duen les petites i mitjanes empreses a incorporar pautes d'actuació de RSE. Com s'ha dit anteriorment, caldrà estudiar les característiques del sector econòmic on es troben immersos, la grandària de l'empresa, el grau de dependència del factor treball, la innovació o la posició en la cadena productiva, entre d'altres. També poden completar el coneixement obre el discurs de la RSE i la seva implementació l'anàlisi de les dinàmiques quotidianes de la gestió del capital social en l'empresa, com es creen rols de referència dins l'empresa que afavoreixen actuacions específiques de RSE, l'estudi sobre la creació de patrons de socialització o l'existència de mecanismes de reforç d'aquestes pràctiques en sectors econòmics concrets.

Per tot plegat, a RSE permet que la sociologia econòmica repregui un paper de primer nivell en els estudis empresarials, en la mesura que posa en relleu el sentit relacional de les organitzacions. Obre la porta a la superació de la tradicional barrera acadèmica entre diferents disciplines i permet recuperar una visió holística dins les ciències socials. El present estudi pot ser considerat doncs una primera aproximació a què és la RSE en les pimes, amb les limitacions temporals (anys 2005 a 2007) i territorials (Catalunya) conegudes. Una aproximació feta a cavall entre la sociologia econòmica i la gestió

d'empreses. Futurs estudis realitzats des d'una vessant més pròpiament sociològica permetran reconstruir aquest pont de comprensió de les relacions entre l'empresa i el seu entorn social.



## 8. REFERÈNCIES

- Ackerman, R.W.: 1973, "How Companies Respond to Social Demands". *Harvard Business Review* 51(4), 88-98
- Alcoberro, R. (coord): 2007, *Ética, Economía y Empresa*. Barcelona: Gedisa
- Bakan, J.: 2005, *The Corporation. The pathological pursuit of profit and power*. Londres: Constable
- Baker, M.: 2003, "Doing It Small". *Ethical Corporation Magazine*, August 20<sup>th</sup>
- Banco Mundial.: 1999, What is Social Capital? *PovertyNet*  
<URL:<http://www.worldbank.org/poverty/scapital/whatsc.htm>> (Accés web: Març, 2006)
- Bardach, E.: 1998, *Getting Agencies To Work Together. The Practice and Theory of Managerial Craftsmanship*. Washington DC: Brookings Institution Press.
- Biggart, N.& D. Beamish: 2003, "The economic sociology of conventions: habit, custom, practice and routine in market order". *Annual Review of Sociology*. 29, 443-464.
- BITC, Accountability, British Chambers of Commerce & The Institute of Directors: 2002, *Engaging SMEs in Community and Social Issues*. London: Business in the Community.
- Bourdieu, P.: 1983, "Forms of capital". A J. C. Richards (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.

Burchell, J. & J. Cook. 2006, "Confronting the Corporate Citizen: Expanding the Challenges of Corporate Social Responsibility". *International Journal of Sociology and Social Policy*. 26(3/4), 121-137

Carrol, A.B.: 2006, "A commentary and an overview of key questions on corporate social performance". *Business and Society*. 39(4), 466-478

Chamber of Commerce of Bilbao: (s.d.), "Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas". [URL:http://www.camarabilbao.com/campag/2062\\_RSC.pdf](http://www.camarabilbao.com/campag/2062_RSC.pdf)  
(Accés web: Abril, 2006)

Coleman, J.S.: 1988, "Social capital in the creation of human capital". *American Journal of Sociology*. 94, S95-S120

Compte-Sponville, A.: 2004, *El Capitalismo, ¿Es moral?* Barcelona: Paidós

Davis, K.: 1960, "Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibility?". *California Management Review*. 2: 70-76

Deusto University: (s.d.), "Responsabilidad social en las Pymes de Bizkaia".

Donaldson, T: 1982, *Corporations and Morality*. New Jersey: Prentice-Hall.

Ebers, M.: 1997, *Explaining Inter-Organisational Network Formation. The Formation of Inter-Organisational Networks*. Oxford: Oxford University Press.

Elster, J. (ed): 2000, *La democracia deliberativa*. Barcelona: Gedisa.

Enderle, G.: 2004, "Global competition and corporate responsibilities of small and medium-sized enterprises". *Business Ethics: A European Review*. 13(1), 51-63.

European Commission. 2001, *Promoting a European framework for corporate social responsibility - Green Paper*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. COM (2001) 366.

— 2002, *Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities COM (2002) 347.

— 2006, *SMEs and entrepreneurship in the EU. Industry, trade and Services*. Eurostat, 24/2006

— 2007a, European Parliament resolution of 13 March 2007 on corporate social responsibility: a new partnership (2006/2133(INI)).

<URL:<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2007-0062+0+DOC+XML+V0//EN&language=EN>>

(Accés web: Juliol, 2007)

— 2007b, Report of the European Expert Group on CSR and small and medium-sized enterprises: *Opportunity and Responsibility. How to help more small business to integrate social and environmental issues into what they do*. DG Enterprise and Industry.

<URL:[http://ec.europa.eu/enterprise/csr/documents/ree\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/csr/documents/ree_report.pdf)> (Accés web: Juliol, 2007)

European Multistakeholder Forum: 2004, *Report of the round table on 'Fostering CSR among SMEs'*. 03/05/04.

Forética: 2006, *Informe Forética 2006. Evolución de la Responsabilidad Social de las Empresas en España*.

<URL:[http://www.foretica.es/imgs/foretica/informe\\_foretica2006.pdf](http://www.foretica.es/imgs/foretica/informe_foretica2006.pdf)> (Accés web: Abril, 2007)

Frances, J, R. Levacic, J Mitchell, & G.Thompson.: 1991. "Introduction". Dins de *Markets, Hierarchies and Networks: The Coordination of Social Life*. Graham Thompson, Jennifer Frances, Rosalind Levacic, & Jeremy Mitchell (eds). London: Sage Publications

Freeman, R.E.: 1984, *Strategic Management: A stakeholder Approach*. Boston: Pitman

Friedman, M.:1970. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

Fuller, T. & Y.Tian: 2006, "Social and Symbolic Capital and Responsible Entrepreneurship: An empirical Investigation of SME Narratives". *Journal of Business Ethics*. 67(3), 287-304

Fundación Etnor: 2000, *La dimensión ética de la cultura empresarial en la Comunidad Valenciana*, Valencia: ETNOR – Economía 3.

Galbraith, J.K.: 2004, *La economía del fraude inocente*. Barcelona: Crítica

Garriga, E. & D.Melé. 2004, "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory". *Journal of Business Ethics* 53(1/2), 51-71.

Glaser, B.&A.L.Strauss: 1967, *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago. Aldine De Gruyter.

Gond, J-P & O.Herrbach: 2006, "Social Reporting as an Organisational learning Tool? A Theoretical Framework". *Journal of Business Ethics*. 65, 359-371

Granovetter, M. 1985, "Economic Action, Social Structure, and Embeddedness". *American Journal of Sociology*. 91(3), 481-510

— 2000, “The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs”. A R. Swedberg (ed.), *Entrepreneurship: The Social Science View*. 244–275. Oxford: Oxford University Press.

Gray, R.: 2001, “Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt”. *Business Ethics: a European Review*. 10 (1), 9

Greenwood, D. J. & M. Levin: 1998. *Introduction to action research: social research for social change*, Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications

Habermas, J.: 1990, *Moral Consciousness and Communicative Action*. Cambridge: MIT Press.

— 1991, “Tres modelos de democracia: sobre el concepto de una política deliberativa”. A *Eutopías*, vol. 43. Valencia: Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo, Universitat de València.

Holliday, R.: 1995, *Investigating Small Firms. Nice Work?* London and New York. Routledge.

Jenkins, H.: 2006, “Small Business Champions for Corporate Social Responsibility”. *Journal of Business Ethics*. 67(3), 241-256

Jones, T.M.: 1980, “Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined”. *California Management Review* 22(2), 59-67

Kusyk, S.; D. Murillo & J.M. Lozano: 2007, *Iniciatives Públiques per a la Promoció de la RSE a les Pimes*. Barcelona, ESADE

Lee, A. S.: 1989, "A scientific methodology for MIS case studies". *MIS Quarterly*, 13(1), 33-50.

Lepoutre, J. & A.Heene: 2006, "Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: A Critical Review". *Journal of Business Ethics*. 67(3), 257-271

Lerberg, A. & J.Knudsen: 2006, "Sustainable competitiveness in global value chains: how do small Danish firms behave?". *Corporate Governance*. 6(4), 449-462

Longo, M., M.Mura, & A.Bonoli: 2005, "Corporate social responsibility and corporate performance: the case of Italian SMEs". *Corporate Governance*. 5(4), 28-42

Lozano, J.M.: 2004, "What is a Successful Company? A Path to Understanding Accountability". A G.Brenkert (ed.) *Corporate Integrity and Accountability*. 100-114. Thousand Oaks: Georgetown University.

— 2005, "Ética o responsabilidad social de la empresa: ¿Es esta la cuestión?". *La Vanguardia* 09/01/2005.

Lozano, J.M., L.Albareda, T.Ysa, H.Roscher & M.Marcuccio: 2005, *Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad*. Barcelona: Granica

Lozano, J.M.; L.Albareda; & D.Arenas: 2007, *Tras la RSE*. Barcelona: Granica

Marrewijk, M., I.Wuisman, W.De Cleyn, J.Timmers, V.Panapanaan & L.Linnanen: 2004, "A Phase-wise Development Approach to Business Excellence: Towards an Innovative, Stakeholder-oriented Assessment Tool for Organizational Excellence and CSR". *Journal of Business Ethics*. 55, 83–98

Meyer, A.: 1999, "Using Strategic Partnerships To Create A Sustainable Competitive Position For Hi-Tech Start-Up Firms". *R & D Management*. 29(4), 323-329.

Moore, G. & L.Spence: 2006, "Editorial: Responsibility and Small Business". *Journal of Business Ethics*. 67(3), 219-226.

Moore, G. & A. Robson: 2002, "The UK Supermarket Industry: an analysis of corporate social and financial performance". *Business Ethics: a European Review*. 11(1), 25-39.

Morimoto, R.; J.Ash & C.Hope: 2005, "Corporate Social Responsibility Audit: From Theory to Practice". *Journal of Business Ethics* 62(4), 315-325.

Murillo, D.: 2005, "Enron, Responsabilitat i Acadèmia". *Revista Idees. Centre d'Estudis Contemporanis*. 27: 38-50

Murillo, D.; J.Espanyó & J.M.Lozano: 2006, *La Responsabilitat Social de l'Empresa vista des de les Pimes*. Informe publicat a <URL:[http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/RSE\\_PIMES/Text\\_Imatges\\_Cat/LR1\\_Analisi\\_Percepcions\\_RSE\\_Pimes\\_CAT.pdf](http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/RSE_PIMES/Text_Imatges_Cat/LR1_Analisi_Percepcions_RSE_Pimes_CAT.pdf)> (Accés web: Abril, 2007)

Murillo, D. & J.M.Lozano (eds.): 2006a, *RSE y Pymes: Una apuesta por la excelencia empresarial*. Barcelona: ESADE.

— 2006b, "SMEs and CSR: An approach to CSR according to their own words". *Journal of Business Ethics*. 67(3), 227–240.

— 2007. "Pushing forward SME CSR through a network: An account from the Catalan model". *Business Ethics: a European Review*. Pendent de publicació

Murillo, D. & M.Dinarès: 2007a, *La medición de la RSE en las Pymes. Un estudio de caso*. Article presentat a la Conferència de EBEN-Espanya, IESE, 8 de Juny, 2007

— 2007b, *Quinze casos de RSE en petites i mitjanes empreses*. Barcelona. ESADE.

Observatory of European SMEs: 2002, *European SMEs and social and environmental responsibility*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities,

Payne, S. & J. Calton: 2004, "Exploring Research Potentials and Applications for Multi-stakeholder Learning Dialogues". *Journal of Business Ethics*. 55(1), 71-78

Pelloza, J. & D. Hassay: 2006, "Intra-organizational Volunteerism: Good Soldiers, Good Deeds and Good Politics" SMEs, social capital and the common good". *Journal of Business Ethics* 64 (4), 357-379.

Perrini, F.: 2006, "SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian Perspective". *Journal of Business Ethics*. 67(3), 305-316

Perrini, F., S. Pogutz & A. Tencati: 2006, "Corporate Social Responsibility in Italy: State of the Art". *Journal of Business Strategies*. 23(1), 65-91

PIMEC: 2004, *Anuari de la PIME Catalana*. Barcelona. PIMEC.

— 2006, *Anuari de la PIME Catalana*. Barcelona. PIMEC.

Plugge, L.: 2006, "GRI and SME Projects Presentation at CBS Day Conference".

<URL:[http://uk.cbs.dk/content/download/51554/734087/file/Plugge%20-%20Global%20Reporting%20Initiative\\_SME%20Reporting.pdf](http://uk.cbs.dk/content/download/51554/734087/file/Plugge%20-%20Global%20Reporting%20Initiative_SME%20Reporting.pdf)> (Accès: Abril, 2007)

Pollit, M.: 2002, "The Economics of trust, norms and networks". *Business Ethics: A European Review*. 11, 119-128

Porter, M. & M. Kramer: "Strategy & Society. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility". *Harvard Business Review*.  
<URL:[http://harvardbusinessonline.hbsp.harvard.edu/email/pdfs/Porter\\_Dec\\_2006.pdf](http://harvardbusinessonline.hbsp.harvard.edu/email/pdfs/Porter_Dec_2006.pdf)> (Accès: Abril, 2007)



Powell, W.: 1990, "Neither Market Nor Hierarchy: Network Forms of Organization". *Research In Organizational Behavior*. 12: 295-336.

Preston, L.E. & Post J.E.: 1981, "Private Management and Public Policy". *California Management Review*. 23(3): 56-63

Putnam, R.: 2000, *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster, 2000

Quinn, J.: 1997, "Personal Ethics and Business Ethics: The Ethical Attitudes of Owner/Managers of Small Business", *Journal of Business Ethics*, 16(2), 119–127.

Reason, P. & H. Bradbury: 2001, *Handbook of Action Research*. London: Sage

Ring, P. & A. Van De Ven: 1994, "Developmental Processes of Cooperative Inter-Organisational Relationships". *Academy Management Review* 19(1), 90-119.

Roberts, S., R. Lawson & J. Nicholls: 2006, "Generating Regional-Scale Improvements in SME Corporate Responsibility Performance: Lessons from Responsibility Northwest". *Journal of Business Ethics*. 67(3), 275-286

Roddick, A.: 2004, *Tómatelo como algo personal*. Barcelona: Icaria-Intemón Oxfam

Ruggie, J.G.: 2001, "The Theory and Practice of Learning Networks: Corporate Social Responsibility and the Global Compact".

<URL:<http://www.unglobalcompact.org>> (Accés web: Abril, 2007)

Sarabia, A.; R. Caro & J. Tapia: 2006, *Estudio de investigación sobre indicadores de Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas .

Saz-Carranza A.: 2007, *Doctoral Thesis: Managing Interorganizational Networks: Leadership, Paradox and Power*. Barcelona: ESADE (tesi no publicada)

Smelser, N. J. & S. Richard (eds.): 1996, "The sociological perspective on the Economy". *The Handbook of Economic Sociology*. N. Smelser & R. Swedberg, Princeton: Princeton University Press

Smith, A.: 2004. *La Riqueza de las Naciones*. Madrid: Alianza.

Spence, L.:1999, "Does size matter? The state of the art in small business ethics". *Business Ethics A European Review*, 8 (9), 163-172

— 2000, "Towards a Human Centred Organisation: The Case of The Small Firms". Paper presented at the 3rd Conference on Ethics in Contemporary Human Resources Management, Imperial College, London, 7 January

Spence, L. & J.F.Lozano: 2000, "Communicating about ethics with small firms: Experiences from the UK and Spain." *Journal of Business Ethics* 27 (1), 43-53.

Spence, L. & R.Rutherford: 2003, "Small Business and Empirical Perspectives in Business Ethics. Editorial." *Journal of Business Ethics* 47 (1), 1

Spence, L., R.Schmidpeter & A.Habisch: 2003, "Assessing Social Capital: Small and Medium Sized Enterprises in Germany and the UK". *Journal of Business Ethics*. 47 (1),17-29.

Steiner, P.:1999, *La sociologie économique*. París: La Découverte.

Stern, P. N.: 1995, "Grounded Theory Methodology: Its Uses and Processes". A *Grounded Theory 1984-1994* (Glaser, Barney G. editor). Sociology Press (2), 29-39.

- Stiglitz J.: 2003, *Globalization and Its Discontents*. New York: Norton & Company
- Swedberg, R. : 2003, *Principles of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press
- Tencati, A., F.Perrini, & S.Pogutz: 2004. "New Tools to Foster Corporate Socially Responsible Behavior". *Journal of Business Ethics*. 53(1/2). 173-190
- The Economist: 2005, "The Good Company. A Survey of Corporate Social Responsibility". January 22<sup>nd</sup>
- Thompson, J. & H.Smith:1991, "Social Responsibility and Small Business: Suggestions for Research". *Journal of Small Business Management*. 29 (1), 30-45
- Tilley, F.: 2000, "Small Firm Environmental Ethics: How Deep Do They Go?". *Business Ethics: A European Review*. 9(1), 31–41.
- Trevino, L. K.: 1986, "Ethical Decision Making in Organisations". *Academy of Management Review*, 11 (3), 601-617
- United Nations: 1999, *Global Compact*. <URL:<http://www.unglobalcompact.org>> (Accés web: Abril, 2006)
- Vyakarnam, S., A.Bailey, A.Myers & D.Burnett.: 1997, "Towards an Understanding of Ethical Behaviour in Small Firms". *Journal of Business Ethics*, 16 (15), 1625 – 1636.
- Weber, M.: 2002. *El político y el científico*. Madrid: Alianza
- World Business Council for Sustainable Development: 2000, *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Geneve: WBCSD

Zadek, S., P.Raynard, C.Oliveira, E.Nascimento & R.Tello: 2005, *Responsible competitiveness. Reshaping Global Markets through responsible business practices*. London: Accountability.

Zwetsloot, G.: 2003, "From Management Systems to Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*. 44 (2/3), 201-207