



# INDICADORES SOCIALES EN LA PRÁCTICA DE LA ECOEDICIÓN



**MÓNICA DE LA CRUZ SOBRINO**  
**MANUEL VICENTE RODRÍGUEZ ALONSO**  
**INMACULADA DAZA MARTÍN**

Proyecto LIFE+ Ecoedición



La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se está convirtiendo en un componente cada vez más relevante de la ética empresarial actual, constituyendo, con ello, un eje que comienza a recorrer transversalmente los contratos de la Administración Pública. Esta RSC desarrolla dentro de las entidades un “capital social”<sup>1</sup> que contribuye a la constitución de empresas con un valor añadido capaz de mejorar su imagen y generar lazos sociales rentables, alejándolas de modelos basados únicamente en el capital económico.

La RSC, entendida como “proceso, un nuevo modelo de gestión que integra en la toma de decisiones, los impactos económicos, ambientales y sociales, ampliando los grupos de interés que dirige la empresa”<sup>2</sup>, tiene en cuenta no sólo al cliente sino a todos aquellos agentes (más conocidos como grupos de interés o *stakeholders*) que forman parte de la cadena de valor de la empresa: proveedores, empleados, propietarios, sociedad, etc. Por lo tanto la RSC, enmarcada en una relación de reciprocidad entre cada uno de estos grupos de interés, debe contar con todos los puntos de vista reconociendo cada acto social que tiene una repercusión en otro grupo de interés.

<sup>1</sup> Una buena definición de “Capital Social” es la recogida por María de la Cuesta González en 2004, quien ya avisaba de la repercusión que esta nueva corriente iba adquiriendo dentro del mundo empresarial, así, señala que “El conjunto de recursos (tangibles o virtuales) acumulados a través de las relaciones sociales externas e internas por la organización y por sus participantes constituyen su capital social. Se trata de un conjunto de redes, normas y relaciones de confianza que facilitan la resolución de los dilemas de la acción colectiva. No es una mercancía negociable, es un recurso moral que se amplía con su uso en lugar de reducirse y que se basa en la lealtad y la confianza.”, en Cuesta González, María de la (2004): “El porqué de la responsabilidad social corporativa”, en Boletín económico de ICE, Información Comercial Española, n. 2813, p. 46.

<sup>2</sup> Libro Blanco de la RSE en España (2006). Boletín Oficial de las Cortes Generales, n.º 424, de 4 de agosto.

**E**n su labor ejemplarizante hacia la sociedad, le toca también a la Administración, en todos sus ámbitos (local, regional y nacional) implementar en sus políticas de sostenibilidad mecanismos que permitan incluir la RSC en la práctica de la contratación pública y reconocer y valorar a aquellas empresas que han adoptado medidas sociales en su actividad diaria. Una de las propuestas para el reconocimiento de este valor añadido se dirige a articular todo un conjunto de pliegos de cláusulas administrativas, en procedimientos tanto negociados como abiertos o restringidos, que incluyan criterios sociales para la contratación de servicios y/o productos, estimulando un mayor desarrollo del capital social de las empresas, a la vez que éstas “van ganando posicionamiento dentro del tejido empresarial español, en general, y del andaluz en particular”<sup>3</sup>.

Valga recordar que la **compra o contratación sostenible** se define como “un proceso mediante el cual las organizaciones satisfacen sus necesidades de bienes, servicios y obras utilizando sus recursos de manera óptima a lo largo de toda su vida útil, de modo que se generan beneficios no sólo para la organización sino también para la sociedad y la economía, minimizando al mismo tiempo los daños al medio ambiente”<sup>4</sup>.

Con este objetivo de fondo, la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (CMAOT), en el marco del proyecto LIFE+ Ecoedición, entiende necesario identificar

aquellos indicadores sociales que en el ámbito concreto del sector editorial y de impresión permitan reconocer a aquellas empresas con un mayor compromiso social. Cabe señalar que la ecoedición, como buena práctica a implantar en los servicios de publicaciones de los organismos de la Junta de Andalucía, trata de mejorar la sostenibilidad editorial no sólo en su componente ambiental sino también social.

Se encarga al **grupo de investigación SEJ301, de la Universidad de Sevilla, “Las PYMES andaluzas: gestión y competitividad”**, un trabajo de investigación liderado por el profesor Francisco Espasandín, del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Turismo y Finanzas, que proponga los indicadores que midan, con la mayor precisión y economía posibles, la dimensión social de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y que puedan servir de referencia a la Junta de Andalucía para establecer cláusulas sociales en licitaciones y contratos de servicios editoriales y/o de impresión sostenibles (eoedición).

## METODOLOGÍA

La primera fase del estudio consistió en llevar a cabo una revisión de toda la bibliografía existente sobre Responsabilidad Social Corporativa recogida en bases de datos científicas, como Scopus o ABI/Inform. Paralelamente se revisó toda la legislación y normas ISO existentes,

tanto en el ámbito nacional como en el europeo, relacionada con la Responsabilidad Social: de este modo se determinó el marco legal en el que incluir y desarrollar las nuevas perspectivas de productos impresos más responsables.

Una vez localizada la bibliografía y definido el marco legal, se procedió a la búsqueda de casos reales de empresas, dentro y fuera del sector, que ya aplicaran medidas de Responsabilidad Social Corporativa. Principalmente se localizaron empresas del IBEX 35, de gran presencia económica, que suelen publicar sus planes o programas de responsabilidad social.

Con todo lo anterior, se elaboró una base de datos estructurada en indicadores económicos, ambientales y sociales, además de un índice de aparición dentro de esos artículos, lo que da una idea de la frecuencia de uso del indicador, es decir, de su “popularidad”. De un total de más de mil indicadores así recopilados, se seleccionaron los primeros 50, que quedan clasificados según los siguientes grupos de interés: empleados, gobierno corporativo, competencia, derechos humanos, sociedad, propietarios, proveedores y, finalmente, clientes.

Una vez determinados esos 50 indicadores, la siguiente fase consistió en su revisión, contraste y selección final por agentes de interés. Los agentes seleccionados fueron: responsables de contratación y responsables de servicios editoriales de la Consejería de Hacienda y Administración Pública; responsables de

<sup>3</sup> Pérez González, María el Carmen; Blanco Canto, Miguel y María Tocino Arroyo (2013): “Una aproximación a la responsabilidad social corporativa en Andalucía ante la crisis económica actual”, en *Prisma Social: revista de ciencias políticas*, n.º 10, p. 10.

<sup>4</sup> Fuente: “Procuring the Future”, informe del grupo de trabajo británico sobre compras sostenibles. 2006.



documentación y comunicación de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio; representantes de ASEIGRAF, asociación andaluza de la industria gráfica; un representante de IDEAS, organización sin ánimo de lucro, reconocida de interés social y especializada en comercio justo, economía solidaria y consumo responsable; así como técnicos del propio proyecto LIFE+ Ecoedición.

Para la selección de los indicadores, se aplicó un método multicriterio de toma de decisiones, el ELECTRA II, con los siguientes criterios de valoración:

- ❖ **Pertinencia:** grado o medida en que el indicador refleja la totalidad de aspectos incluidos en el fenómeno utilizado.
- ❖ **Objetividad:** el cálculo del indicador puede llevarse a cabo de forma precisa y clara en base a magnitudes observables.
- ❖ **Univocidad:** existe una relación evidente y directa entre las variaciones en el indicador y las variaciones del fenómeno que se describe mediante el mismo.
- ❖ **Sensibilidad:** medida en la que pequeños cambios en el fenómeno suponen una alteración apreciable en el indicativo.
- ❖ **Precisión:** el margen de error ofrecido en el indicador es aceptable.
- ❖ **Fidelidad:** los sesgos o desviaciones del indicador en relación con el concepto descrito han de mantenerse constantes en todos los casos y situaciones.
- ❖ **Accesibilidad:** grado o medida en que el cálculo del indicador es rápido y supone un coste aceptable.
- ❖ **Fiabilidad:** grado o medida en que el resultado o valor es el mismo con independencia de las veces en que se efectúe.
- ❖ **Comparabilidad:** cualidad del indicador para ser comparado en el tiempo.
- ❖ **Comprensibilidad:** el indicador y el fenómeno que describen son fácilmente comprendidos.

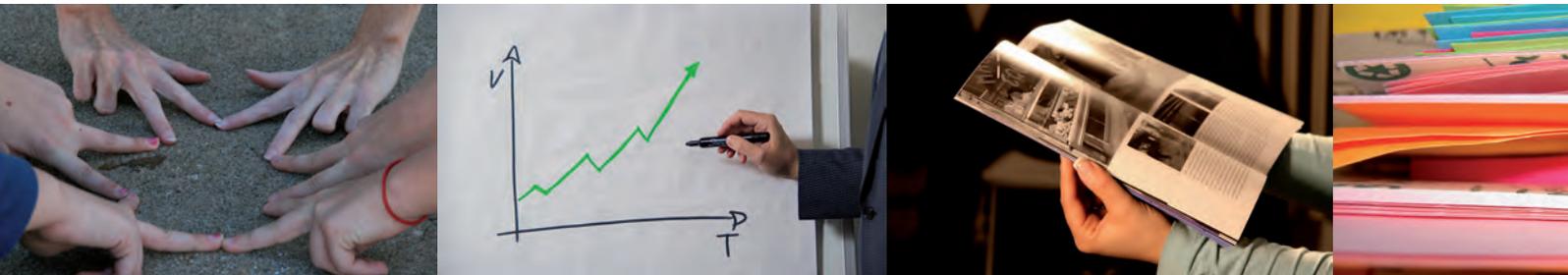
Se estima conveniente mantener al menos un indicador por cada grupo de interés, con el fin de contemplar no sólo la dimensión interna de la RSC (empleados, directivos) sino también la externa (clientes, proveedores, sociedad, ...). Sobre la base de los criterios de valoración del método ELECTRA II, son muchos los indicadores que se descartan quedando finalmente los siguientes ocho indicadores, de los que se procede a matizar y completar sus definiciones:

1. Porcentaje de trabajadores fijos en relación con los trabajadores temporales vinculados directamente a la ejecución del contrato (ámbito de los empleados).

2. Número medio de horas de formación recibidas durante el último año por el personal de la empresa vinculado directamente a la ejecución del contrato y relacionada con las tareas propias de su puesto de trabajo (ámbito de los empleados).
3. Disponibilidad de planes de Responsabilidad Social Corporativa diseñados e implantados por la empresa y referenciados a estándares similares a ISO 26000 o equivalentes (ámbito corporativo).
4. Acuerdos y protocolos firmados con proveedores de tinta y papel
7. Sanciones firmes por infracciones graves de la empresa en relación con sus clientes (ámbito de clientes).
8. Distribución porcentual de dividendos entre accionistas, propietarios y/o socios (ámbito de propietarios).

La última fase del trabajo del grupo de expertos consiste en analizar la posible localización de los indicadores en los pliegos tipo de contratación –en función de si su carácter resulta excluyente, por lo que se convertiría en un requisito de solvencia técnica; evaluable, con lo que se trataría como un

cuenta a la hora de incorporar requerimientos sociales en los pliegos de licitación. La propia Directiva matiza que “la condición de que exista un vínculo con el objeto del contrato excluye los criterios y condiciones relativos a la política general de responsabilidad corporativa, lo cual no puede considerarse como un factor que caracterice el proceso específico de producción o prestación de las obras, suministros o servicios adquiridos. En consecuencia, los poderes adjudicadores no pueden estar autorizados a exigir a los licitadores que tengan establecida una determinada política de responsabilidad social o medioambiental de la empresa”.



vinculados con el objeto del contrato que incluyan cláusulas referidas a los derechos humanos, especialmente a las convenciones fundamentales de la OIT (ámbito de los derechos humanos y proveedores).

5. Asociaciones de interés social con las que colabora o en las que está adscrita (ámbito de la sociedad).
6. Asociaciones empresariales, relacionadas con el objeto del contrato, a las que pertenece la empresa (ámbito de competencia).

criterio de adjudicación; u obligatorio lo que perfilaría como una condición especial de ejecución– así como una primera aproximación a su viabilidad.

Esta fase no está exenta de dificultades, ya que aunque la actual Directiva 2014/24/EU de contratación pública fomenta la integración de consideraciones sociales (y ambientales) en los procedimientos de contratación, en la práctica la obligación de observancia del principio de no discriminación y de la relación directa del indicador con el objeto y la ejecución del contrato suponen aspectos a tener en

## UN PASO MÁS

Con esto se da por concluida la misión de revisión y contraste por parte de los agentes de interés y el trabajo del grupo de investigación SEJ301 “Las PYMES andaluzas: gestión y competitividad”, de la Universidad de Sevilla.

Partiendo de estos últimos ocho indicadores, la CMAOT se compromete a elaborar unos modelos de pliegos de cláusulas administrativas de servicios de ecoedición<sup>5</sup> para

<sup>5</sup> Para más información, consultar los borradores disponibles en [www.ecoedicion.eu](http://www.ecoedicion.eu), sección *Biblioteca*.

que, tras su revisión por los servicios jurídicos de la propia Consejería, se eleven a la Comisión Consultiva de Contratación Pública, organismo dependiente de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, para que recomiende su utilización por todas las Consejerías y demás organismos de la Junta de Andalucía, con el objeto de unificar criterios, reforzar el componente ambiental y social, y dar la mayor uniformidad posible a los procedimientos de contratación de servicios editoriales y de impresión sostenibles.

De este modo se pretende apoyar a los servicios de publicaciones de las administraciones públicas que dese-

Aunque de momento no se cuenta con un informe concluyente de los servicios jurídicos de la CMAOT, cabe citar a modo de ejemplo algunos de los aspectos sociales concretos que se sopesan para su incorporación en los modelos de pliegos de ecoedición.

### Directamente vinculados al objeto del contrato

**La integración de personas con riesgo de exclusión social**, ya que los colectivos en situación de exclusión social o en riesgo de estarlo suelen presentar dificultades de acceso al mercado laboral. La actual crisis

de los trabajadores para que éstos puedan adaptarse mejor a las modificaciones operadas en el sector editorial y de impresión, como las derivadas de la implantación de la ecoedición como una buena práctica. Además se entiende que trabajadores mejor formados y más productivos son claves para garantizar el bienestar social futuro.

### Relacionados con políticas sociales de carácter general

**Las estrategias de acción social por parte de las empresas.** La promoción de las actuaciones destinadas a



an contratar un servicio editorial o de impresión sostenible o realizar una publicación ecoeditada:

- ❖ Existe una escasa representación de pliegos con criterios de sostenibilidad y los que existen no son homogéneos en los requisitos de carácter ambiental y social recogidos.
- ❖ Subyacen dificultades de interpretación de los diferentes pliegos de contratación pública con criterios socioambientales, a veces incurriendo en el incumplimiento de los principios básicos de igualdad de trato, no discriminación y transparencia.

económica ha provocado una importante contracción del mercado laboral, dificultando aún más si cabe este acceso y poniéndolos en situación de extrema vulnerabilidad si pierden su empleo. De ahí la importancia del mantenimiento de los contratos de las personas que, perteneciendo a estos colectivos, se encuentran empleadas en la empresa.

**La formación a empleados.** Se trata de una de las claves para favorecer la empleabilidad de los trabajadores. A pesar de un significativo incremento de la participación de empresas y trabajadores en las acciones formativas en los últimos años, se considera necesario seguir mejorando la forma-

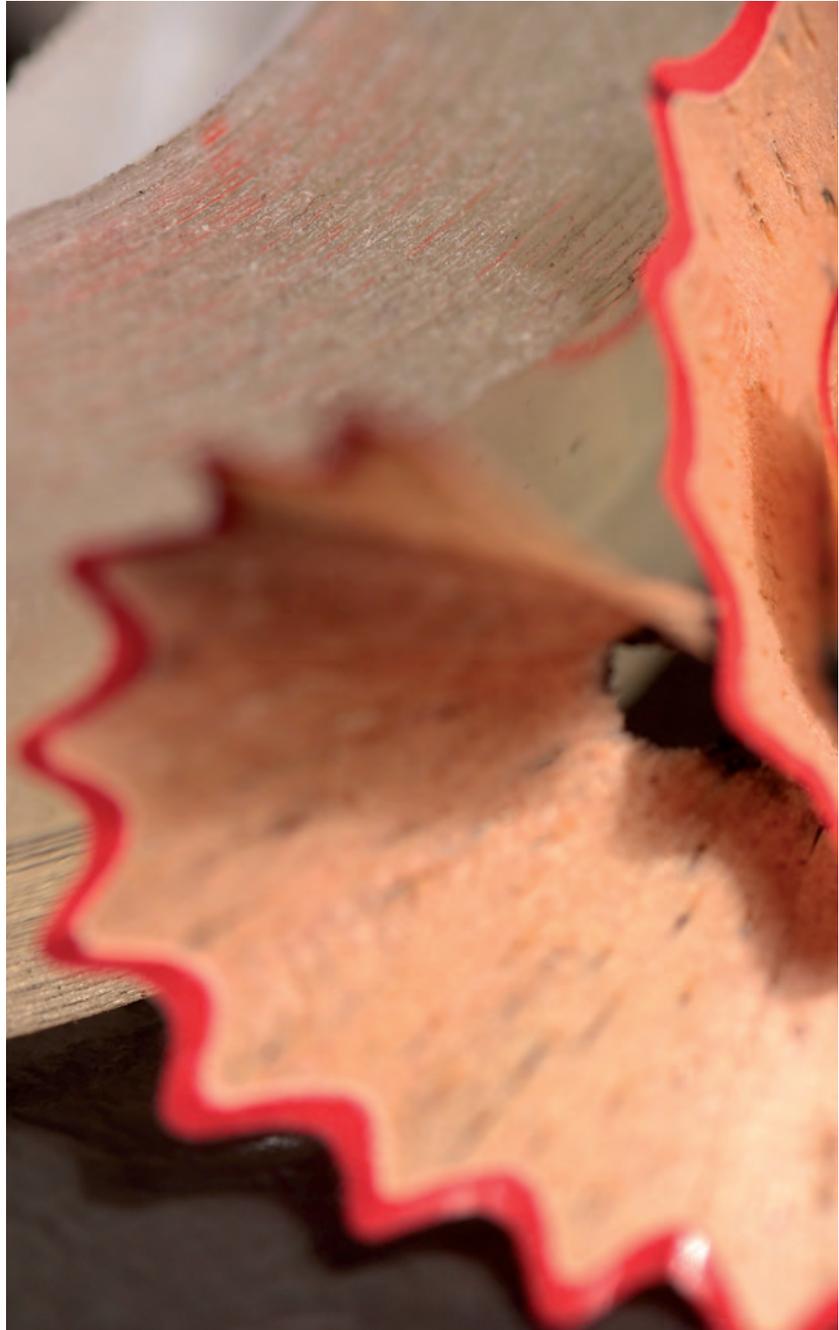
la solidaridad y a la acción voluntaria aparece recogida en el propio Estatuto de Autonomía de Andalucía. Se sabe que la implicación en iniciativas de carácter social y el apoyo a proyectos sociales es uno de los caminos para generar un modelo socioeconómico alternativo, con un componente social más amplio.

**La Calidad en las relaciones con la competencia.** Ante un escenario de globalización y de transformaciones profundas en el sector editorial y de impresión, el asociacionismo empresarial es un mecanismo muy fuerte de inclusión, participación y cohesión. El mantenimiento de unos lazos estables entre empresas fomenta la

colaboración para la resolución de problemas comunes, una mejor defensa estratégica de los intereses y el fomento de buenas prácticas, como la ecoedición. Además permiten reforzar la acción colectiva y sentar bases de reciprocidad en el trato, que se extienden progresivamente al conjunto de la sociedad.

Además, la CMAOT es consciente de la existencia de otras dificultades como:

- ❖ La ausencia de experiencia en la colaboración de servicios de contratación y servicios de publicaciones de las administraciones públicas en la redacción conjunta de pliegos con requisitos ambientales.
- ❖ El precio como único criterio de adjudicación: la falta de recursos en las administraciones públicas ha incentivado, además del recorte del volumen de títulos impresos y tiradas más cortas, que sea el precio el único criterio de adjudicación, sin entrar a valorar aspectos de mejora ambiental y social ni de ningún otro tipo.
- ❖ La competitividad empresarial basada en la bajada de precios: la crisis general y la migración al formato digital, que ha hecho disminuir sensiblemente el volumen de producción de las empresas de impresión, ha propiciado que parte de esas empresas hayan centrado su estrategia comercial en la bajada de precio de sus servicios, con una percepción de los temas ambientales y sociales no como una oportunidad para mejorar su competitividad sino como una carga que merma unos recursos ya de por sí escasos.
- ❖ Existe escasa información y/o experiencias sobre la aplicación de la nueva Directiva 24/2014/EU sobre contratación pública e inserción de criterios ecológicos para las publicaciones editadas por las administraciones.
- ❖ La falta de sensibilización ambiental entre el personal de los servicios de publicaciones y los servicios de contratación en la administración pública, a la par que una falta de formación y adquisición de competencias por



parte de los usuarios lectores para identificar aquellas publicaciones con mejoras ambientales.

Por lo que, como complemento de los modelos de pliegos, la CMAOT se compromete a la elaboración de un *Manual de contratación de servicios editoriales y de impresión sostenibles (ecoedición)*<sup>6</sup> que sirva de referente y ayuda a los servicios editoriales de las administraciones y demás organismos públicos con actividad editorial que deseen poner en práctica una política de contratación pública sostenible en lo que se refiere a publicaciones impresas; en concreto, cómo diseñar una licitación para que se incentive la presentación de ofertas que incorporen mejoras ambientales y sociales en sus propuestas.

Este Manual pretende, entre otros resultados:

- ❖ Promover la utilización de cláusulas ambientales y sociales.
- ❖ Dar a conocer procesos productivos y materiales con menor impacto ambiental.
- ❖ Mejorar la preparación de los técnicos para que puedan demandar a las empresas del sector gráfico estos servicios de ecoedición.
- ❖ Mejorar los pliegos de cláusulas administrativas, para facilitar la participación de las empresas comprometidas con el medio ambiente y socialmente responsables.
- ❖ Impulsar la coordinación de los servicios de publicaciones y los

servicios de contratación, en el marco de la contratación pública sostenible.

- ❖ Asentar la ecoedición como una buena práctica habitual en los servicios de publicaciones de entes públicos.

## CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Corporativa se está convirtiendo en un instrumento más, tanto para las empresas como para las administraciones, para la inclusión en su organigrama de un nuevo capital, el “capital social” que valore el esfuerzo por utilizar nuevas reglas para medir el éxito empresarial, alejado de la simple medida económica, ya obsoleta en una sociedad cada vez más comprometida.

Le corresponde a la administración pública reconocer el esfuerzo realizado por las empresas que incorporan valor ambiental y social en sus productos y servicios implementando en sus licitaciones y contratos pliegos de cláusulas administrativas que incluyan criterios sociales, y por supuesto también ambientales. Los pliegos de ecoedición pretenden contribuir, aunque sea de manera modesta, a que el uso de criterios sociales se convierta en una práctica habitual en el campo de la contratación pública, difundiendo con ello nuevas y mejores prácticas que conviertan a la sostenibilidad, ambiental y social, en una arista más para la resolución equitativa en los pliegos de contratación.

## BIBLIOGRAFÍA

Borrador del *Manual de contratación de servicios editoriales y de impresión sostenibles (ecoedición)*. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio: Sevilla, 2014, en prensa.

Aguado i Hernández, Juli Antoni (2013): “La responsabilidad social corporativa y el desarrollo local, una aproximación en tiempos de crisis”, en *Prisma Social: revista de ciencias sociales*, n. 10, pp. 119-156.

Cuesta González, María de la (2004): “El porqué de la responsabilidad social corporativa”, en *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, n. 2813, pp. 45-58.

Madrigal Barrón, Patricia (2013): “La comunicación institucional ante el reto de la responsabilidad social”, en *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, n.º 13, pp. 17-34.

Navarro Galera, Andrés; Ruiz Lozano, Mercedes; de los Ríos Berjillos, Araceli y Pilar Tirado Valencia (2014): “La responsabilidad social corporativa en los gobiernos locales: el caso de Reino Unido e Irlanda”, en *Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales*, vol. 24, n.º 54, pp. 89-105.

Pérez González, María el Carmen; Blanco Canto, Miguel y María Tocino Arroyo (2013): “Una aproximación a la responsabilidad social corporativa en Andalucía ante la crisis económica actual”, en *Prisma Social: revista de ciencias políticas*, n.º 10.

<sup>6</sup> Para más información, consultar el borrador disponible en [www.ecoedicion.eu](http://www.ecoedicion.eu), sección *Biblioteca*.