

# TRABAJO FIN DE MASTER



## UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE MURCIA

### FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA EMPRESA

Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Empresa

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Las Empresas Familiares en la Región de Murcia.

Análisis de su estructura y divulgación de RSC.

Autora: Dña. Laura García García 48744169Q

Directora: Dra. Eva López González

Murcia, a 5 de noviembre de 2020



# TRABAJO FIN DE MÁSTER



## UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE MURCIA

### FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA EMPRESA

Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Empresa

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Las Empresas Familiares en la Región de Murcia.

Análisis de su estructura y divulgación de RSC.

Autora: Dña. Laura García García 48744169Q

Directora: Dra. Eva López González

Murcia, a 5 de noviembre de 2020



## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia por su apoyo incondicional.



## ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
1. INTRODUCCIÓN	13
2. OBJETIVOS	15
3. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA FAMILIAR EN ESPAÑA	16
4. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA FAMILIAR EN LA REGIÓN DE MURCIA	20
5. RSC. ¿QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE?	25
6. LA DIVULGACIÓN DE RSC	32
6.1 La divulgación de RSC en la empresa familiar	34
6.2 La divulgación de RSC en las empresas familiares de la Región de Murcia	41
7. CONCLUSIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	49

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS**

RSC	Responsabilidad Social Corporativa
AMEFMUR	Asociación Murciana de la Empresa Familiar
PIB	Producto Interior Bruto
SL	Sociedad Limitada
SA	Sociedad Anónima
ISR	Inversión Socialmente Responsable
SC	Sostenibilidad Corporativa
CVC	Creación de Valor Compartido

## **FIGURAS**

**Figura 1.** La RSC en el organigrama de la empresa a lo largo de los años.

## **TABLAS**

**Tabla 1.** Dominios y facetas de la RSC.

**Tabla 2.** Factores de la actitud de compra del consumidor.

**Tabla 3.** Implementación de medidas de RSC en las empresas de la Región de Murcia.

**Tabla 4.** Certificaciones que obtienen las empresas familiares de la Región de Murcia pertenecientes a AMEFMUR.

## **GRÁFICOS**

**Gráfico 1.** Porcentaje de empresas familiares por CCAA.

**Gráfico 2.** Porcentaje de empleo generado por las empresas familiares según la CCAA.

**Gráfico 3.** Porcentaje de empresas familiares según la antigüedad.

**Gráfico 4.** Sector de actividad de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.

**Gráfico 5.** Número de empleados de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.

**Gráfico 6.** Estructura jurídica de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.

**Gráfico 7.** Antigüedad de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.

**Gráfico 8.** Antigüedad de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.

## **RESUMEN**

La empresa familiar es el pilar del tejido empresarial tanto español como de la Región de Murcia. Asimismo, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) está cobrando cada vez más importancia como la forma que tienen las empresas para contribuir a paliar los problemas de la sociedad. Sin embargo, en el ámbito de la empresa familiar, no se han realizado una gran cantidad de estudios en materia de RSC. En este trabajo se ha analizado la estructura de las empresas familiares de la región mediante la realización de una base de datos de las empresas que forman parte de la Asociación Murciana de la Empresa Familiar (AMEFMUR). A su vez, se ha profundizado en el concepto de RSC y se han estudiado las estrategias de RSC que implementan las empresas familiares de la Región de Murcia.

**Descriptores: Empresa familiar, Responsabilidad Social Corporativa, Región de Murcia, Divulgación.**

## **ABSTRACT**

Family-owned companies are the cornerstone of the business landscape both for Spain and the Region of Murcia. Furthermore, Corporate Social Responsibility (CSR) is gaining importance as the way companies have for helping in alleviating society's problems. However, not many studies have been performed on CSR on the field of family-owned businesses. In this paper, the author will analyze the structure of family-owned companies of the Region of Murcia creating a database of all companies that are registered in AMEFMUR (Association of family-owned businesses of Murcia). Moreover, the concept of CSR has been examined and the CSR strategies implemented by family-owned companies of the Region of Murcia have been studied.

**Keywords: Family-owned company, Corporate Social Responsibility, Región de Murcia, Dissemination.**



## 1. INTRODUCCIÓN

La empresa familiar es el pilar del tejido empresarial español. El concepto de empresa familiar se define como aquella empresa en la que los propietarios son miembros de una misma familia, son partícipes de su gestión y buscan la perpetuación en el tiempo de la empresa (Lopez-Cózar Navarro, 2014). Otras definiciones ponen más énfasis en la perpetuación en el tiempo durante generaciones y la prioridad de los intereses de la familia (Gutiérrez Olvera et al., 2017). En la Región de Murcia, el número de empresas familiares es mayor que el de la media española y genera la gran mayoría de los empleos de la región (Meroño Cerdán et al., 2017). Es por ello por lo que estudiar la empresa familiar es de gran importancia y, junto con la información previamente proporcionada, se realiza pues el estudio específico sobre esta parte del tejido empresarial en la Región de Murcia.

En los últimos años, el interés por la Responsabilidad Social Corporativa, y lo que la implantación de ésta aporta a la empresa y a la sociedad, se ha visto incrementado. Las estrategias de RSC son implementadas de forma voluntaria como respuesta a los problemas que preocupan a la sociedad, poniendo especial interés en los grupos de interés. La implementación de estas estrategias supone a su vez unos beneficios para la empresa como mejoras de su reputación, un aspecto altamente valorado por las empresas familiares, o mayor fidelidad de los clientes. Sin embargo, en el ámbito de la empresa familiar, no se han realizado una gran cantidad de estudios sobre la implementación de estrategias de RSC y su difusión.

En este trabajo, se realiza un análisis de la estructura de la empresa familiar como fundamento del tejido empresarial español, poniendo especial interés en el caso de la Región de Murcia.

Para ello, la metodología seguida ha consistido en la generación de una base de datos de las empresas que forman parte de AMEFMUR (Asociación Murciana de la Empresa Familiar) analizando el número de trabajadores, la estructura jurídica, el sector de actividad y la antigüedad de la empresa. Asimismo, se ha estudiado la difusión de la RSC en la empresa familiar analizando primeramente el marco teórico de la RSC y su divulgación, y

valorando posteriormente las actividades de RSC de las empresas de AMEFMUR y la difusión de éstas.

El presente trabajo está estructurado de la siguiente forma. En el Capítulo 2 se realiza una síntesis de la estructura de la empresa familiar española. En el Capítulo 3, se evalúa el caso de la empresa familiar en la Región de Murcia. Una descripción del concepto de RSC se realiza en el Capítulo 4. La divulgación de RSC y su nivel de implementación por parte de la empresa familiar se analiza en el Capítulo 5. Finalmente, en el Capítulo 6 se detallan las conclusiones alcanzadas en este trabajo.

## 2. OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es obtener una visión de conjunto de la empresa familiar y sus características en cuestión de estructura, así como las acciones o estrategias de RSC que llevan a cabo y su divulgación.

Para lograr este objetivo, se emplearán técnicas de construcción de bases de datos aprendidas a lo largo del curso y durante la realización de las prácticas y se profundizará en el estudio teórico del concepto de RSC que fue introducido en el curso.

De esta forma, se abordarán los siguientes objetivos específicos:

- Determinación del papel de la empresa familiar en el tejido empresarial español y el de la Región de Murcia.
- Estudio del concepto de RSC y sus formas de divulgación.
- Valoración del estado de implantación de estrategias de RSC en las empresas familiares de la Región de Murcia.

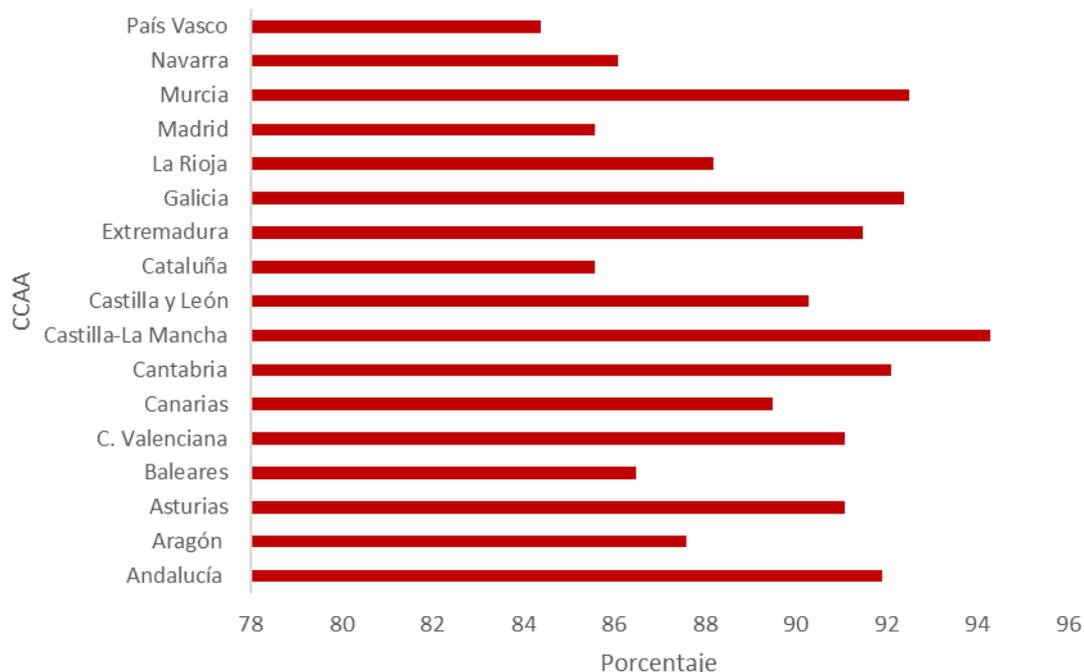
### 3. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA FAMILIAR EN ESPAÑA

En este capítulo se detalla la estructura de la empresa familiar en el caso de España.

La empresa Familiar es el pilar del tejido empresarial español. Es este tipo de empresa está gestionada por los miembros de una familia y da prioridad a los intereses de los familiares. Asimismo, tiene como objetivo la perpetuación en el tiempo durante generaciones (Lopez-Cózar Navarro, 2014; Gutiérrez Olvera et al., 2017). La empresa familiar supone la mayoría del tejido empresarial en España, donde en 2009, el 70% del PIB era generado por las 2,9 millones de empresas familiares existentes, las cuales generaban 13,9 millones de puestos de trabajo (Cañeque et al., 2009). La mayoría de estas empresas están categorizadas como pequeña y mediana empresa, sin embargo, del conjunto de las empresas familiares, 100 de ellas (17% del PIB) facturan una cantidad superior a 1.000 millones de euros.

En el gráfico 1 se muestra el porcentaje de empresas familiares por comunidades autónomas.

**Gráfico 1. Porcentaje de empresas familiares por CCAA.**



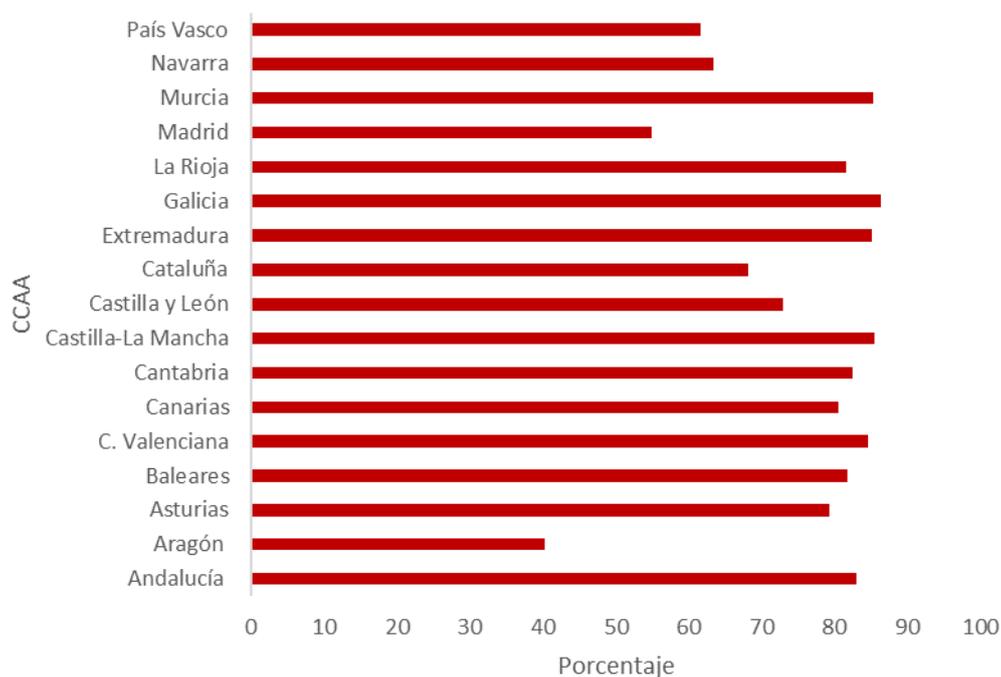
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Casillas Bueno, et al. (2015). (Consultado en octubre 2020).

En función al tamaño de la empresa, según (Casillas Bueno, et al., 2015) el 90% de las microempresas españolas son empresas familiares. En el caso del resto de empresas, el porcentaje de empresas familiares es del 79,5%.

En cuanto al sector de actividad, la construcción, el comercio y el sector primario son los sectores con mayor presencia de empresas familiares con un porcentaje mayor al 80% en cada uno de ellos.

Asimismo, las empresas familiares generan la mayor parte del empleo privado (Véase gráfico 2). Galicia destaca siendo la comunidad con mayor número de empleados por empresas familiares (86,3%) y Madrid por ser la comunidad con menor número de empleados por empresas familiares (54,9%).

**Gráfico 2. Porcentaje de empleo generado por las empresas familiares según la CCAA.**

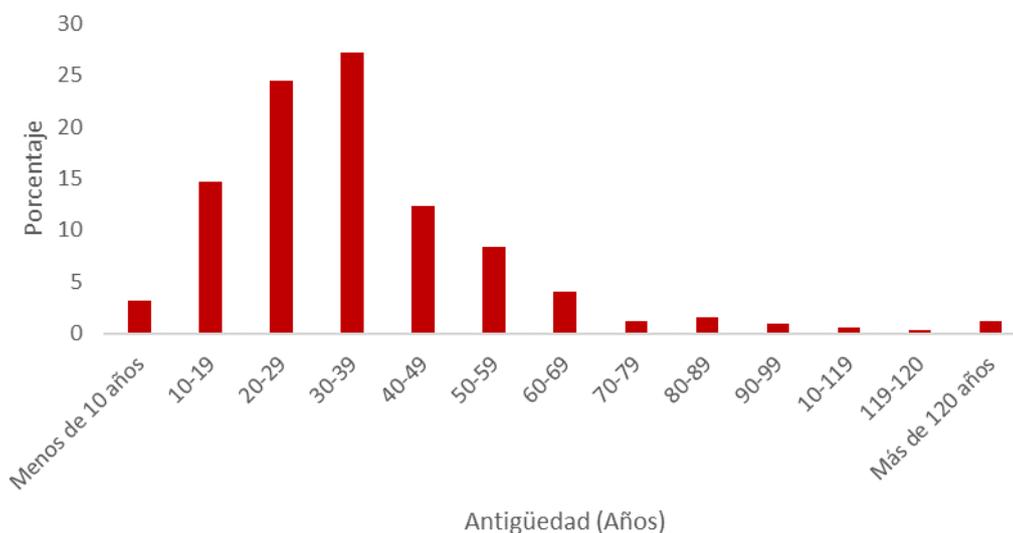


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Casillas Bueno, et al., (2015). (Consultado en octubre 2020).

Considerando el tamaño de la empresa familiar en España, la mayoría (65,7%) tiene entre 10 y 49 empleados. Le sigue un 24,1% de empresas con menos de 10 empleados. Sólo un 1,5% de las empresas familiares tiene más de 250 empleados.

En el gráfico 3 se muestra los porcentajes de empresas familiares españolas por rango de antigüedad. Como puede apreciarse, la mayoría de las empresas tiene entre 30 y 39 años de antigüedad (27,1%).

**Gráfico 3. Porcentaje de empresas familiares según la antigüedad.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Casillas Bueno, et al. (2015). (Consultado en octubre 2020).

Según el estudio realizado por (Cabrera Suárez et al., s. f.) a 612 empresas familiares, la mayoría de las empresas son Sociedades Anónimas (77%), con un 14% de empresas con la figura jurídica de Sociedad Limitada. Del conjunto de las empresas, únicamente 2 de ellas cotizaban en bolsa. Las empresas se repartían de forma equitativa entre empresas de primera, segunda y tercera generación.

En cuanto a la dirección de la empresa, en las empresas de primera generación el director general es mayoritariamente un familiar. Asimismo, el número de otros directivos familiares se mantiene en dos a pesar de la generación de la empresa (Cabrera Suárez et al., s. f.). Sin embargo, sí se produce un aumento de directivos no familiares en empresas de tercera generación en adelante.

El accionariado, sin embargo, permanece en la familia prácticamente en su totalidad, de forma que se mantiene el control sobre la empresa al no introducir capital externo a esta.

Asimismo, Aldeanueva Fernández (2012) indica que uno de los problemas a los que se puede enfrentar la empresa familiar es a la sucesión del negocio y los cambios que se producen en las relaciones familiares. Otros problemas pueden englobar la prevalencia del interés familiar frente al interés de la empresa, falta de transparencia en ciertos aspectos o la reticencia de los trabajadores altamente cualificados a trabajar para estas empresas debido a la falta de posibilidades de promoción percibidas, entre otros.

Las empresas familiares tienen un grupo de interés adicional en comparación con el resto de empresas. Este grupo de interés es la propia familia. Las disputas entre los miembros de la familia pueden presentar problemas que pueden afectar a la supervivencia del negocio. Los familiares desempeñan las funciones de distintos grupos de interés y, por tanto, la satisfacción de los familiares es de gran importancia.

#### **4. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA FAMILIAR EN LA REGIÓN DE MURCIA**

En este capítulo se procede al estudio de la estructura de la empresa familiar en la Región de Murcia.

En la Región de Murcia, según el estudio (Meroño Cerdán et al., 2017) publicado en 2017, las empresas familiares suponen el 92,5% del tejido empresarial frente al 88,8% de la media española. Considerando el número de empleados y el volumen de ventas, las microempresas (menos de 10 empleados y menos de 2 millones en ventas) suponen un 93,1% frente al 90% en el conjunto de España. Para el resto de posibles clasificaciones de empresas, en la Región de Murcia un 88,3% son empresas familiares mientras que en España son el 79,5%.

En cuanto al empleo, las empresas familiares de la Región de Murcia con forma jurídica SL y SA emplean al 85,3% del conjunto de trabajadores del total de empresas con forma jurídica SL y SA. En España, sólo supone un 66,7%.

En cuestión a la supervivencia de la empresa, la empresa familiar tiene una tasa de supervivencia del 93% frente al 89% de tasa de supervivencia de la empresa no familiar (Meroño Cerdán et al., 2017). Sin embargo, en el caso de las empresas con un número de empleados entre 55 y 99, la tasa de mortalidad fue mayor que en las empresas familiares con menos empleados. A su vez, en el periodo 2013-2015, la tasa de crecimiento de las empresas familiares de la Región fue de un 7,4% mientras que en las empresas no familiares fue de un 5,4%.

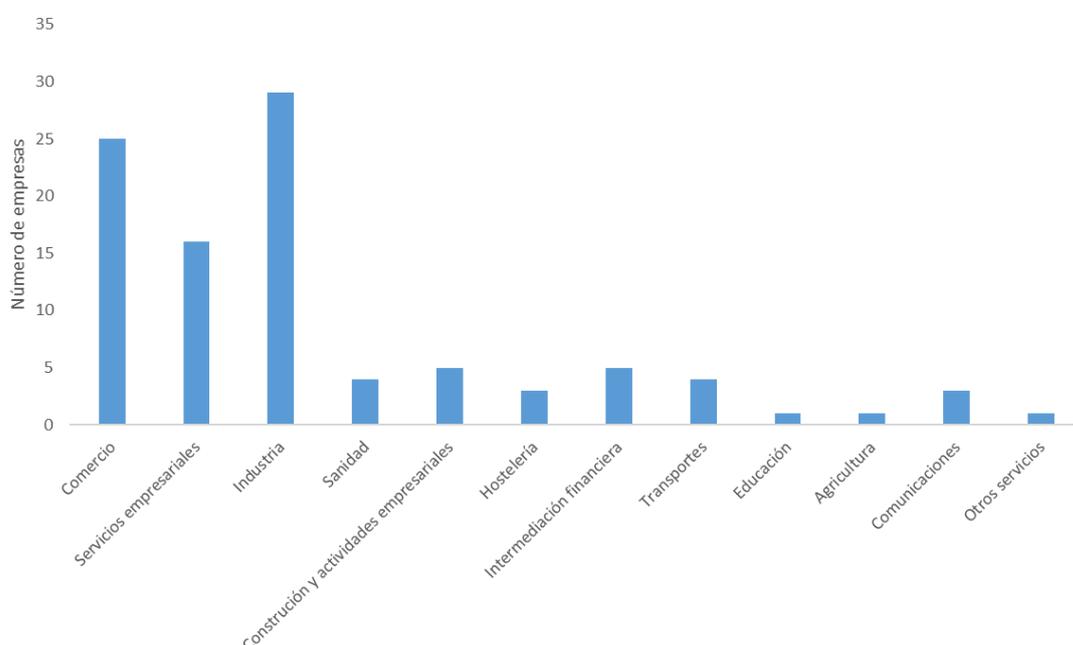
Según (Meroño Cerdán et al., 2017), las empresas familiares de la Región de Murcia presentaron una rentabilidad mayor que la de la empresa familiar española. Asimismo, presentan una mayor inversión en inmovilizado tangible.

Asimismo, en este trabajo se ha realizado un estudio de las empresas familiares que pertenecen a AMEFMUR para evaluar su estructura y su implicación en actividades de RSC. Para ello, se han evaluado empresa a empresa diversas condiciones como el sector al que pertenece, el número de empleados, la estructura jurídica, su antigüedad y sus actividades de RSC, las

cuales se detallarán en el siguiente capítulo. La totalidad de los datos recopilados está disponible en el Anexo.

En el gráfico 4 se muestran los resultados en cuanto a los sectores en los que las empresas familiares murcianas desarrollan su actividad. Como puede observarse, los sectores más comunes son la Industria con un 29,9% de las empresas, el Comercio con un 25,8% y los Servicios empresariales con un 16,5%. Los resultados son similares a los aportados en el estudio (Meroño Cerdán et al., 2017) donde las empresas familiares murcianas que pertenecen al sector de la industria son un 29,9% y las del sector de comercio y servicios suponen un 54,1%. En el caso de este estudio, el sector del comercio y otros servicios está desglosado. Es de entender el alto porcentaje en los sectores de la industria, el comercio y los servicios empresariales al no haber competencia del sector público como es el caso en la sanidad, la educación o los transportes. En los sectores en los que hay empresas públicas, se crea una barrera dificultando la entrada de otras empresas, entre ellas las familiares.

**Gráfico 4. Sector de actividad de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Empresite. (Consultado en octubre 2020).

En cuanto al número de empleados de las empresas familiares que pertenecen a AMEFMUR (Véase gráfico 5), la mayoría de ellas se encuentra en

el rango entre 50 y 199 empleados (26,4%), seguido del rango entre 20 y 29 empleados (16,5%) y el rango entre 30 y 49 empleados (15,4%). En cuanto al empleo, el estudio (Meroño Cerdán et al., 2017) indica que las empresas familiares de la Región con menos de 25 trabajadores suponen un 48,7%, mientras que, en este estudio, para las empresas de AMEFMUR, el resultado es de un 39,6%. Asimismo, (Meroño Cerdán et al., 2017) constata que las empresas familiares de la región tienen un tamaño menor al de las empresas familiares españolas.

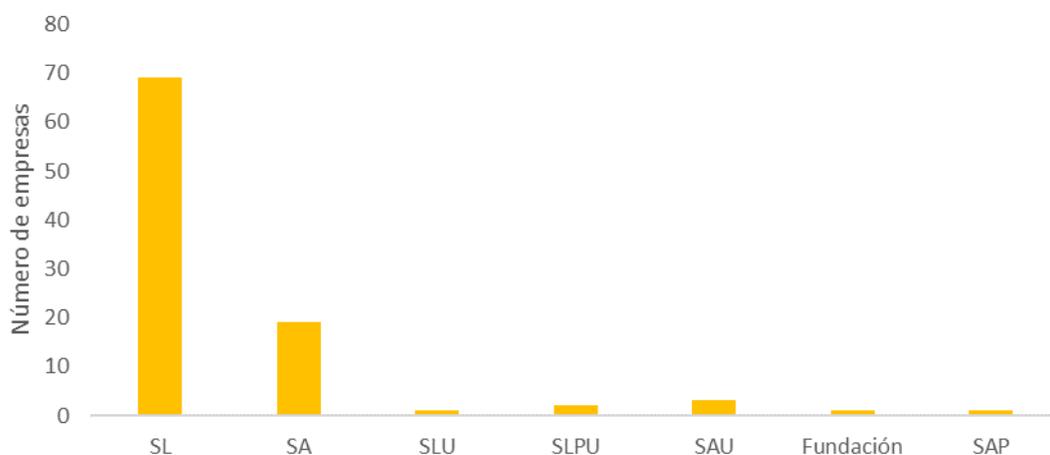
**Gráfico 5. Número de empleados de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de elinforma. (Consultado en octubre 2020).

En cuanto a la estructura jurídica de las empresas familiares, como puede apreciarse en el gráfico 6, la mayoría de las empresas son Sociedades Limitadas (71,9%). La segunda estructura jurídica más popular es la Sociedad Anónima (19,8%).

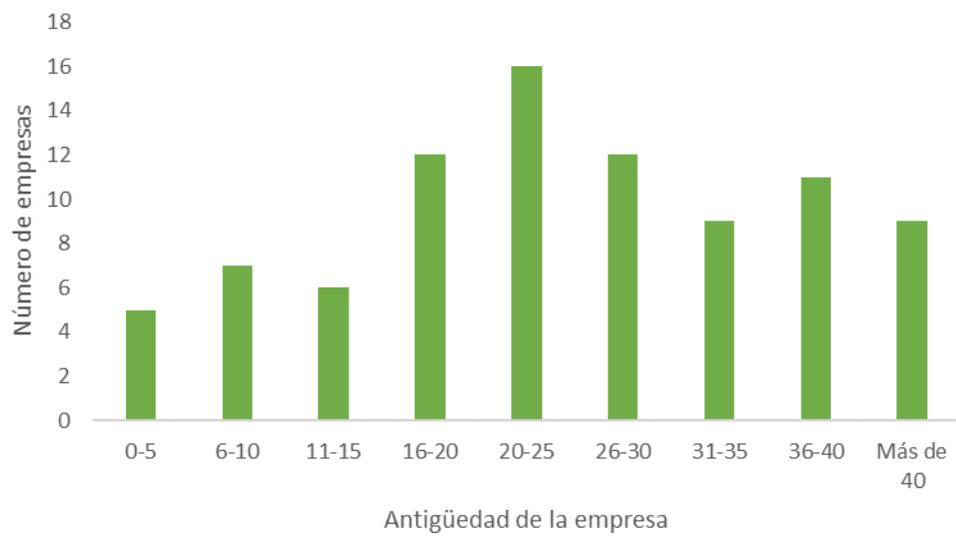
**Gráfico 6. Estructura jurídica de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de elinforma. (Consultado en octubre 2020).

El gráfico 7 muestra la antigüedad de las empresas familiares que pertenecen a AMEFMUR. La mayoría de las empresas tienen entre 20 y 25 años de antigüedad (18,4%). Tanto el rango de 16-20 y el de 26-30 cuentan con el mismo número de empresas, un 13,8% del total cada uno. En el estudio (Meroño Cerdán et al., 2017) indican que el número de empresas familiares de la Región con menos de 25 años de antigüedad es de un 68,7% mientras que, en el estudio realizado en este trabajo, el resultado es de un 52,9%. Para las empresas con más de 25 años de antigüedad, en Meroño Cerdán et al. (2017) el resultado fue de un 31,3% mientras que en este estudio es un 47,1%. La diferencia en los resultados de Meroño Cerdán et al. (2017) y el presente trabajo puede deberse a los años que han transcurrido entre los dos estudios, haciendo que varias empresas pasen de los 25 años de antigüedad.

**Gráfico 7. Antigüedad de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de elInforma. (Consultado en octubre 2020).

## 5. RSC. ¿QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE?

En este capítulo se explica el marco teórico del concepto de RSC.

En las últimas décadas, el interés por la RSC ha ido en aumento. A lo largo de los años se han ido añadiendo diversos aspectos al concepto inicial de la RSC (Cabrera Suárez et al., s. f.). Así, el concepto inicial considera la RSC como aquellas actividades que van más allá de la actividad empresarial habitual que producen un beneficio social. De esta forma, se emplearían los recursos de la empresa para dar solución a los problemas que presenta la sociedad o que solicitan los grupos de interés.

El concepto de RSC está ligado al concepto de responsabilidad, ligado muy de cerca a la ética empresarial. De esta forma, la justicia con la que se tomen las decisiones en la empresas toma relevancia al afectar a terceras partes o grupos de interés. Así, la empresa tiene que efectuar su actividad de forma responsable y considerando las expectativas que los grupos de interés tienen incorporando un conjunto de buenas prácticas que guíen las decisiones que se tomen en la empresa (Muñoz-Martín, 2013). Como aspectos primordiales se destacan la transparencia y la responsabilidad moral y social.

Según Carroll (1979), hay cuatro tipos de responsabilidad: económica, legal, ética y filantrópica. La responsabilidad económica está ligada a la finalidad principal de la empresa, en la que se busca un beneficio económico. La responsabilidad legal consiste en el cumplimiento de la legislación vigente. Ambos tipos de responsabilidad son requisitos impuestos por la sociedad. No ser responsable en estas áreas dará lugar al paro de la actividad de la empresa. La responsabilidad ética comprende las actividades que no están legisladas pero cuyo cumplimiento es esperado. Finalmente, la responsabilidad filantrópica surge por la propia voluntad de la empresa por aportar a una causa. Ésta última es una responsabilidad que se determinaría como deseable.

Considerando los cuatro tipos de responsabilidad citados anteriormente, Quazi y O'Brien (2000) generaron un modelo donde indican que la RSC tiene dos dimensiones. La concepción amplia o reducida de la RSC distingue entre una visión enfocada principalmente a la regulación y una visión amplia que

abarca el cuidado del medio ambiente, ayudas a la comunidad, minimización del uso de recursos y actividades filantrópicas. La segunda dimensión está centrada en un extremo en el coste derivado de las acciones de RSC y, en otro extremo, el beneficio que se obtiene de la RSC. De esta forma, Quazi y O'Brien identifican cuatro enfoques, moderno, filantrópico, socioeconómico y clásico. Donde, el modelo clásico es aquel que contempla que la RSC no aporta beneficio sino que genera un coste, el socioeconómico es una visión de la RSC reducida donde se percibe que su implementación genera algún beneficio, el filantrópico presenta una visión más amplia que contempla la realización de donaciones a causas acordes a los valores de la empresa, y el moderno es aquel que considera las necesidades de los grupos de interés y que se obtendrán beneficios en el largo plazo.

Los dominios y facetas de la RSC están listados en la tabla 1. Como puede observarse, la RSC engloba diferentes y variados aspectos sociales, medioambientales y económicos.

Autores como (Mercadé-Melé et al., 2014) destacan las críticas que se le pueden hacer a la RSC. Estas son:

- Pérdida de valor por parte de los accionistas al distribuirse los beneficios entre los diferentes stakeholders debido a las necesidades o demandas de RSC que presentan.
- Posibilidad de que los directivos empleen la RSC como método de ocultación de actividades cuestionables.
- Asignación poco eficiente de recursos al implementar más restricciones medioambientales que las establecidas por el estado.
- Problemas para maximizar varias funciones objetivo al mismo tiempo.
- La capacitación de los directivos está enfocada a la administración de empresas y no a la adopción de medidas sociales. Asimismo, centrar su atención en los aspectos de la RSC puede reducir el tiempo y trabajo que dedica a las principales actividades del negocio.

**Tabla 1. Dominios y facetas de la RSC.**

<b>Dominios</b>	<b>Facetas</b>
Conducta Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conflictos de interés</li> <li>● Propiedad Intelectual</li> <li>● Injerencia política</li> <li>● Corrupción y soborno</li> <li>● Competitividad</li> <li>● Cumplimiento de la ley</li> <li>● Ciudadanía corporativa</li> </ul>
Gobierno Corporativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Derechos de los accionistas</li> </ul>
Implicación en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desarrollo económico</li> <li>● Mano de obra local</li> <li>● Filantropía</li> </ul>
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Colaboración con entidades públicas</li> <li>● Establecimiento de código de conducta y sistema de gestión</li> <li>● Formación de empleados</li> <li>● Designación de responsable de medio ambiente</li> <li>● Colaboración y diálogo con los grupos de interés</li> <li>● Análisis del ciclo de vida</li> <li>● Principio de precaución</li> </ul>
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Política publicitaria</li> <li>● Calidad y seguridad de los productos</li> <li>● Privacidad de los consumidores</li> <li>● Retirada de productos</li> </ul>
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bajas de maternidad/paternidad</li> <li>● Protección a la infancia</li> <li>● Acosos y abusos</li> <li>● Regulaciones de empleo</li> <li>● Formación</li> <li>● No-discriminación</li> </ul>
Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Horario laboral</li> <li>● Uso de fuerzas de seguridad</li> <li>● Prácticas disciplinarias</li> <li>● Designación de un responsable sobre derechos humanos.</li> <li>● Derechos de pueblos indígenas</li> <li>● Salario vital</li> <li>● Libertad de asociación y negociación colectiva</li> <li>● Trabajos forzados</li> <li>● Trabajo infantil</li> <li>● Salud y seguridad</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos presentados en Lafuente et al. (2003). (Consultado en octubre 2020)

- Finalmente, la falta de unas líneas que determinen lo que es la RSC y cómo se implementa le resta coherencia y da lugar a la generación de dudas por parte de la dirección de la empresa.

A pesar de las críticas citadas anteriormente, estudios diversos han demostrado una correlación positiva entre la implementación de RSC y los beneficios financieros (Contreras Soto et al., 2012; Mercadé-Melé et al., 2014).

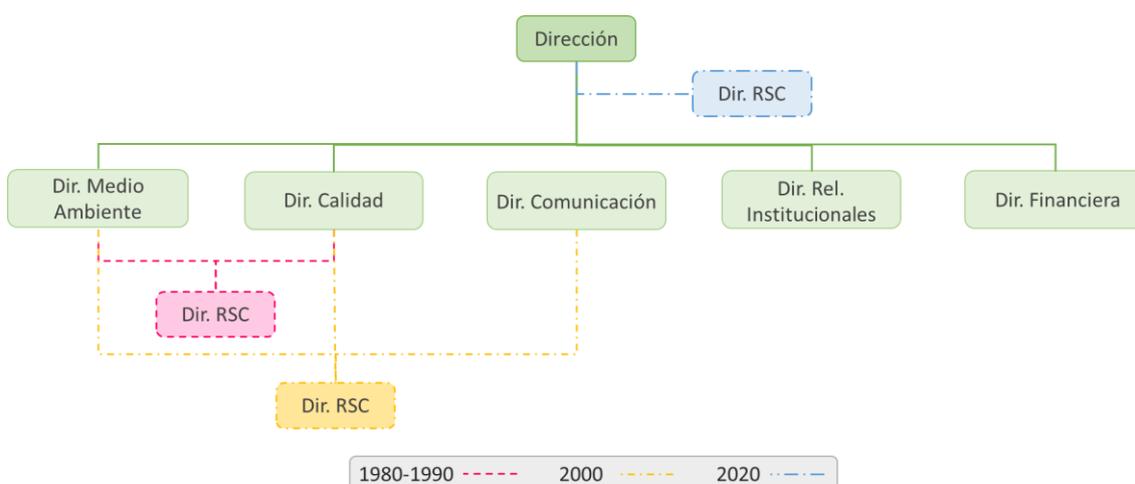
Por otra parte, algunas de las ventajas de la implementación de RSC son las que se mencionan a continuación (Contreras Soto et al., 2012).

- Conseguir una ventaja competitiva en las tres dimensiones de la RSC.
- Mejora de la reputación o imagen de la empresa o marca.
- Posicionamiento y diferenciación de la empresa o marca.
- Incremento en la fidelidad de los clientes.
- Mayor compromiso por parte de los empleados.
- Incremento de la motivación y la productividad laboral.
- Captación de talento.
- Incremento en el interés por parte de los inversores.
- Posible disminución de costes por legislaciones medioambientales o reducción de residuos.
- Mayor control de riesgos tanto ambientales como sociales como posibles boicots o reacciones negativas de la sociedad

Así, algunas de las oportunidades que se pueden aprovechar mediante la implantación de RSC es el poder acceder a nuevos mercados, la creación de barreras de entrada o la obtención de contratos de entidades públicas o privadas.

En cuanto a la estructura organizativa de la empresa y el lugar de la RSC en ella, según han pasado los años, la gestión de la RSC ha ido acercándose a la dirección. En los años ochenta y principios de los noventa el área de Calidad y Medio Ambiente y el área de Recursos Humanos gestionaban los diversos aspectos de la RSC. Al comienzo del nuevo milenio, se incluye al departamento de Comunicación. Actualmente, al poder ser entendida como una forma de estrategia publicitaria, la gestión de la RSC se traslada de los departamentos mencionados anteriormente a nuevas divisiones de RSC dependientes de la dirección (Cañeque et al., 2009). En la figura 1 se muestra la evolución de la dirección de RSC en el organigrama de la empresa.

**Figura 1. La RSC en el organigrama de la empresa a lo largo de los años.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información en Cañeque et al. (2009). (Consultado en octubre 2020)

El aumento del interés de la sociedad por las cuestiones sociales ha dado lugar a nuevas necesidades a las que las empresas deben dar respuesta. De esta forma, surgen tres formas por las cuales se pretende satisfacer estas necesidades. Esto es, mediante el aumento de la regulación por parte de organismos reguladores que dictaminan las pautas de la RSC, cambios en la demanda de los mercados debido a consumidores con alto interés en estas cuestiones sociales y, la modificación de las estrategias de inversión aplicando la Inversión Socialmente Responsable (ISR) (Nieto Antolín & Fernández Gago, 2004). El concepto de ISR forma parte de un conjunto de nuevos conceptos relacionados con la RSC que han ido surgiendo conforme ha ido aumentando el interés por la RSC. A continuación, se exponen estos conceptos:

- Inversión Socialmente Responsable (ISR).

La ISR es otro de los aspectos de la RSC que está tomando más importancia en los últimos años. La ISR consiste en tener la capacidad de seleccionar la empresa en la que se va a invertir según su impacto ambiental o sus políticas sociales, evitando invertir en aquellas con las que no se coincida moralmente. En España, existen pocos fondos ISR, con un crecimiento notablemente menor al de otros países desarrollados (Lafuente et al., 2003).

- Consumo Responsable.

El concepto de consumo responsable incluye aspectos medioambientales, sociales, morales o éticos en el momento de seleccionar el producto o la marca a adquirir (Lafuente et al., 2003). Estudios como Mercadé-Melé et al. (2014) concluyen que las acciones de RSC realizadas por las empresas influyen de forma positiva en los consumidores. La actitud de compra del consumidor se ve afectada por los factores expuestos en la tabla 2.

**Tabla 2. Factores de la actitud de compra del consumidor.**

Aspecto	Factor
Cognitivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Opiniones</li> <li>● Experiencias</li> <li>● Creencias</li> </ul>
Afectivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Emociones</li> <li>● Sentimientos</li> <li>● Valoraciones</li> </ul>
De conducta	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Intención de compra</li> <li>● Respuesta de compra</li> <li>● Respuesta de rechazo</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en Mercadé-Melé et al. (2014). (Consultado en octubre 2020)

Los consumidores adquieren una actitud positiva hacia las empresas con una buena política de RSC y, por tanto, presentan una mayor predisposición a los productos y ofertas que éstas ofrecen. Asimismo, las estrategias de RSC afectan positivamente de forma mayor al aspecto cognitivo que al afectivo y al de conducta (Mercadé-Melé et al., 2014).

Parte de los consumidores aceptaría pagar un precio superior por los productos socialmente responsables. En el caso del consumo de productos, la valoración de la RSC implementada por la empresa se efectúa cada vez más a través de sellos y certificaciones en vez de mediante la publicación de informes por parte de las empresas. Sin embargo, pueden crearse conflictos de interés entre las diversas certificaciones mediante la venta de los mismos productos que evalúan, lo que reduce la credibilidad de éstas (Lafuente et al. 2003).

- Sostenibilidad Corporativa (SC).

La Sostenibilidad Corporativa está relacionada con el aspecto medioambiental y social de la RSC frente a visiones de la RSC como campañas

publicitarias que no están relacionadas con la propia actividad de la empresa (Muñoz-Martín, 2013).

- Creación de Valor Compartido (CVC).

El término de Creación de Valor Compartido aúna la actividad de la empresa con el aporte, mediante esta misma actividad, a la sociedad (Muñoz-Martín, 2013). Este concepto superaría al concepto de RSC en el que, según Muñoz-Martín (2013), los problemas sociales no se sitúan en el foco, sino que están en la periferia. Así, la CVC busca contribuir al desarrollo de clusters locales, volver a concebir los mercados y productos, y dar una nueva definición a la cadena de valor. Todo esto considerando el aportar soluciones a los problemas sociales como una prioridad.

## 6. La divulgación de la RSC

En este capítulo se procede a valorar las formas de divulgación de la RSC y se analiza el caso de las empresas familiares de la Región de Murcia.

Ante la falta de una definición estandarizada del concepto de RSC, se han creado varios estándares que evalúan el nivel de implementación de políticas de RSC de una empresa. Los valores que se contemplan son la transparencia, la colaboración y el diálogo con los grupos de interés, la forma en la que se realiza la comunicación corporativa, el impacto de la empresa sobre el medio ambiente y los derechos humanos. En estos estándares se aportan las pautas para elaborar un informe de RSC.

A la hora de la gestión de RSC, una de las herramientas más empleadas es el informe o memoria de RSC. Siendo, a su vez, su forma de difusión más habitual. Estos informes han evolucionado de documentos con cierto tono publicitario a documentos donde se valoran indicadores estandarizados, con un marco común, que permite la certificación por empresas de evaluación externa (Muñoz-Martín, 2013).

Hay diversos modelos para elaborar el informe de RSC. Un documento inicial es el Documento de la Comisión de Estudio de RSC de la AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas). Esta entidad también ha creado el Cuadro Central de Indicadores en el que se listan 27 indicadores de las tres dimensiones de la RSC. Algunos de los modelos de informe de RSC y normativas actuales son (Lafuente et al., 2003; Nieto Antolín, 2008; Aldeanueva Fernández, 2012):

- AccountAbility 1000 (AA1000): Actividades de sostenibilidad.
- Sustainability Reporting Guidelines (GRI G3)
- Social Accountability 8000 (SA8000): Permite a las empresas certificarse.
- Normas ISO 1400 de gestión medioambiental
- Normas ISO/WD 26000 de responsabilidad social: establece las líneas del concepto de RSC.

- Principles for Global Corporate Responsibility
- SGW 21: RSC en las empresas y gestión de ética.
- Especificación Técnica Certificable RS 10 de AENOR.

Sin embargo, según Nieto Antolín, 2008; Meroño Cerdán et al. (2017), la calidad de los informes de RSC presentados por las empresas es considerablemente baja.

Los países en los que más se implementa la RSC son los países desarrollados en los que la calidad del entorno institucional es mayor. Cabe destacar según Mercadé-Melé et al. (2014), España es el segundo país en el que un mayor porcentaje de empresas cotizadas presentan informes de RSC (73.68%) por detrás de Portugal, siendo el Reino Unido el país en el que un mayor número de empresas presenta este informe. Sin embargo, los motivos por los que se implementa la RSC se deben en gran parte a la presión recibida por ONGs e instituciones.

Asimismo, como se ha comentado en el apartado anterior, existen empresas que pretenden implantar certificaciones éticas, pero existen dudas sobre los conflictos de interés que se pueden dar.

Los ránquines de empresas permiten comparar el nivel de implementación de políticas de RSC de un determinado conjunto de empresas. Algunos de los ránquines que se han hecho son el MERCO (Monitor Español de Reputación Corporativa) y el primer Ránking de RSC de Actualidad Económica (Bigné et al., 2005).

Estas formas de difusión de RSC han sido promovidas por diversas entidades. La Unión Europea, mediante el Libro Verde, creó en 2001 un marco europeo de RSC. Asimismo, en 2002 se produjo la Comunicación sobre RSC de la Comisión Europea y Foro Europeo Multitaskeholder para la RSC. Otros organismos también impulsan la RSC como las Naciones Unidas a través del "The Global Compact" o el Banco Mundial a través del programa sobre Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad Sostenible. A nivel nacional, se han creado PNC (Puntos Nacionales de Contacto) para dar a

conocer las líneas globales de RSC. Sin embargo, el PNC de España no presenta ninguna actividad según indica este estudio (Lafuente et al., 2003).

En España, el gobierno creó en 2003 la Comisión Aldama con el fin de realizar diversas recomendaciones para incrementar la transparencia en las empresas. Finalmente, esta comisión no resultó en un texto de referencia. Se han realizado varias proposiciones de ley de parte de distintos partidos políticos en relación a la RSC, pero fueron rechazadas. Sí se han dado ayudas a empresas a nivel autonómico para la implantación de estrategias de RSC como la “Orden del 17 de octubre de 2002 del Gobierno de Aragón para la concesión de ayudas a empresas aragonesas en materia RSC”.

Como ejemplo a todo lo mencionado en este capítulo, cabe destacar que Inditex fue una de las primeras empresas españolas en crear un departamento de RSC y firmar el Pacto Mundial de Naciones Unidas. El resto de grandes empresas españolas cotizadas están adoptando el modelo GRI mediante el cual se publican una cuenta de resultados económica, social y ambiental. Así, esta se convierte en una de las formas de comunicar las medidas de RSC tomadas por la empresa.

A pesar de las diversas formas de difusión de RSC que se han nombrado anteriormente, estudios han demostrado que las políticas de RSC difundidas de muchas de estas formas no llegan a los grupos de interés. Por ejemplo, en el estudio realizado por Bigné et al. (2005) entre jóvenes de 19 y 30 años, los resultados sobre el conocimiento de estos jóvenes sobre las prácticas de RSC de las empresas fueron neutrales. Por lo que los autores ven la necesidad de una mayor difusión de RSC mediante seminarios, premios y becas. Los autores concluyen también que un grupo de estudiantes consideran las tres dimensiones de la RSC mientras que otro grupo, más orientado al bienestar, sólo perciben la dimensión social.

## 6.1 LA DIVULGACIÓN DE RSC EN LA EMPRESA FAMILIAR

La visión de la RSC por parte de las empresas familiares es el resultado de la interacción de dos factores, la familia y la empresa. Las estrategias seguidas por la empresa familiar pueden estar altamente influenciadas por las

emociones y la confianza, y por tanto la cooperación, entre los distintos familiares que componen la empresa (Cabrera Suárez et al., s. f.). Por otra parte, Hernández-Perlines (2017) y Cabrera Suárez et al. (2005) afirman que la RSC influye de forma positiva en el desempeño de la empresa familiar. A su vez, Garcés-Ayerbe et al. (2014) afirma que las empresas familiares están más comprometidas con la RSC que las empresas no familiares. Sin embargo, las empresas familiares de menor tamaño pueden tener reticencias a la hora de realizar actividades de RSC por miedo a altos costes.

Los cuatro rasgos que denotan la relación de la empresa familiar con la RSC según Miller y Le Bretton (2006) son:

- Continuidad: Esfuerzo a largo plazo por obtener la excelencia en el desempeño de su actividad. Se busca la continuidad de la empresa familiar.
- Comunidad: se busca el trabajo en equipos bien integrados en los que se fomentan los valores de la empresa.
- Conexión: Se establece una relación duradera con los grupos de interés.
- Comandar: Los directivos buscan gestionar con libertad y con adaptabilidad.

A su vez, hay dos puntos de vista opuestos en relación a la RSC en la empresa familiar. En un extremo del espectro se encuentra la visión que asocia a la empresa familiar con aspectos negativos como falta de preparación y disciplina, anteposición del bien familiar al de la empresa, nepotismo o la toma de decisiones centralizada en una persona, generalmente el fundador o el director general (Lopez-Cózar Navarro, 2014). Generalmente optan por mantener el control de la empresa y sienten aversión por la incorporación de capital ajeno y el endeudamiento, lo que puede ser un detrimento para su crecimiento. Si consideramos esta visión de la empresa familiar, según Cabrera Suárez et al. (s.f.), podrían incumplirse ciertos principios éticos de forma que se prime el desarrollo de los familiares y se prive de éste a los empleados. Así, los familiares pueden obtener beneficios como facilidad de promoción, mayores compensaciones monetarias, más responsabilidades o mayor flexibilidad y

seguridad laboral que los empleados no familiares. Esto se da porque los miembros de la familia son un grupo de interés en sí mismo que no tienen el resto de las empresas (Cabrera Suárez et al., 2005). La relación entre los familiares y los cambios que se produzcan pueden dar lugar a cambios en la forma de dirigir la empresa. De esta forma, los conflictos familiares que se produzcan a lo largo del tiempo pueden afectar a las acciones de RSC que realice la empresa (Cabrera Suárez et al., s. f.).

En el otro extremo se encuentra una visión positiva de la empresa familiar en la que prima la protección y el respeto a los empleados, la calidad del producto, el sacrificio de la familia por hacer que la empresa funcione correctamente y su apoyo a la comunidad muy ligado a actividades de voluntariado. Profundizando en el voluntariado corporativo como estrategia de RSC, Ruizalba Robledo et al. (2014) lo define como el permitir a los directivos de la empresa, empleados y familiares utilizar sus habilidades y su tiempo en servicios a la comunidad. Un ejemplo es la participación de un gran número de empresas en la labor desempeñada por la Federación de Bancos de Alimentos. Así, la visión positiva de la empresa familiar se asocia con un conjunto de valores familiares, respeto a la tradición, interés por mantener la buena reputación y una visión largoplacista (Lopez-Cózar Navarro, 2014; Cabrera Suárez et al., 2005). Según esta visión de la empresa familiar, las empresas tendrían una visión amplia de la RSC y las acciones de RSC las efectuarían según sus principios.

Los aspectos descritos en ambas visiones de la empresa familiar pueden darse en una misma empresa. De esta forma, la RSC en la empresa familiar afecta de la siguiente manera a las personas, la estructura, el entorno y los valores (Cañeque et al., 2009):

- Ética y valores

Los valores de la empresa familiar se suelen establecer con un alto consenso entre el personal de la empresa y una alta implicación de la dirección. De esta forma, la falta de adhesión a los valores establecidos por la empresa repercute en la reputación de la empresa. Tras determinar los valores de la empresa, se implementa una estrategia de comunicación, primero interna y después externa, para transmitir estos valores a los grupos de interés.

El Instituto de la Empresa Familiar (2009), a través de cuestionarios realizados a grandes empresas familiares españolas, destaca el enfoque largoplacista de las empresas familiares y los esfuerzos que se realizan para asegurar su permanencia en el tiempo, diferenciándose así de las empresas no familiares que pueden tener un interés prioritario por los objetivos a corto plazo. Así, esta visión largoplacista marca las estrategias que se llevan a cabo. Este fundamento está ampliamente correlacionado con el valor de la austeridad.

Todos estos factores resultan en un gran compromiso con la empresa y sus valores, un incremento de la calidad del producto y la atención a los clientes, una imagen de marca bien consolidada, y un alto valor por la reputación y las relaciones con los proveedores. Asimismo, hay un alto componente afectivo ligado a los sueños y visiones de los fundadores de la empresa que superan los fines lucrativos y marcan el foco de las estrategias de RSC implementadas (Lopez-Cózar Navarro, 2014).

La difusión, tanto interna como externa, de los valores de la empresa se realiza generalmente a través del establecimiento de códigos éticos. Éstos son unas normas concisas de prácticas a las que se deben adherir los grupos de interés. Un 74% de las empresas familiares españolas disponen de un código ético. Asimismo, del conjunto de las empresas familiares cotizadas, un 86% presenta un código ético. Sin embargo, para lograr el éxito en la implementación del código ético, los grupos de interés deben sentirse identificados con los valores de la empresa. Algunos de los motivos por los que la adhesión al código ético puede ser fallida son los siguientes: falta de apoyo de la alta dirección, creación del código ético de forma unilateral por parte de un sector de la empresa o creados internamente sin considerar factores externos, o las deficiencias en su comunicación.

Entre los aspectos que se incluyen en el código ético, los valores de la empresa son los más habituales, seguidos de normas de confidencialidad, y los compromisos con la seguridad laboral y la calidad del producto.

A diferencia del resto de empresas, que priorizan los factores ligados a los agentes externos, las empresas familiares dan más prioridad al entorno de trabajo y los factores sociales como la seguridad laboral, la igualdad, normativa

concernientes al acoso en el trabajo, normas medioambientales y normas enfocadas a la calidad del producto.

- Estructura y sistemas de gestión

Según el Instituto de la Empresa Familiar (Cañeque et al., 2009), únicamente un 33% de la empresa familiar española ha empleado la herramienta de los informes de RSC. Sin ser ello indicador de una falta de implementación de estrategias de RSC en la empresa familiar. De hecho, el 73% de las empresas familiares españolas emplean sistemas de gestión medioambiental certificados, un 4% por encima del resto de empresas. Entre las empresas familiares cotizadas, un 86% de ellas publica el informe de RSC.

En cuanto al lugar de la RSC en la estructura organizativa de la empresa, el 53% de las empresas familiares tiene un responsable de RSC y, de éstas, en el 83% es un área dependiente de la dirección general. Sin embargo, este mismo estudio comenta que otros estudios similares muestran que las empresas familiares españolas en las que el responsable de la RSC es un alto directivo es sólo el 25%. Mercadé-Melé et al. (2014) concluye que no se aprecian diferencias entre empresas familiares y no familiares de gran tamaño en cuanto a su estructura de RSC. A su vez, Cabeza García et al. (2014) argumenta, en relación con los propietarios de las acciones de la empresa, que las empresas con propiedad familiar están menos implicadas en la difusión de la RSC. Asimismo, indica que no se han encontrado correlaciones entre la propiedad familiar y la presencia del fundador con la cantidad de información de RSC publicada.

El Instituto de la Empresa Familiar (Cañeque et al., 2009) propone la creación de comisiones mixtas en las que colaboran empleados de diversas áreas para determinar las estrategias de RSC a seguir. Estas comisiones pueden ser a nivel interno y a nivel externo. Las comisiones de nivel interno incorporan a los responsables y directores de los distintos departamentos de la empresa. Por otra parte, las comisiones mixtas de nivel externo incluyen a los clientes, proveedores, sindicatos, asociaciones y el gobierno de la comunidad, entre otros. En el caso de las comisiones externas en las empresa familiar, sólo 30% las han creado, frente al 56% de la gran empresa no familiar.

El mayor problema en cuanto a la implementación de estrategias de RSC en la empresa familiar es el establecimiento de indicadores de RSC adecuados.

- Personas

El Instituto de la Empresa Familiar (Cañeque et al., 2009) subraya la gran lealtad entre la empresa y los empleados en los que la empresa apoya al empleado cuando tienen problemas y el empleado se sacrifica por la empresa en tiempos de crisis. Así, el interés de la empresa familiar en las políticas de RSC en cuanto a las personas se centra en la mejora continua de los empleados y en promover un buen ambiente de trabajo. Según este informe, todas las empresas familiares españolas evaluadas disponen de planes de formación para sus directivos (82%) y sus empleados (88% mandos intermedios, 72% técnicos y 55% operarios), muy por delante del resto de empresas.

Asimismo, la integración de los empleados se realiza mediante buzones de sugerencias (76%) y participación en la creación de estrategias y mejoras (68%), por encima también del resto de empresas con un 44% y un 11% respectivamente. Se emplean también valoraciones de satisfacción de los empleados.

- Entorno

La relación de la empresa familiar con los grupos de interés está basada en la confianza con un 85% de empresas que lo consideran prioritario (Cañeque et al., 2009). Sin embargo, no todas las empresas familiares tienen un canal de comunicación establecido con los grupos de interés.

En cuanto a las políticas de RSC en el área de compras, el Instituto de la Empresa Familiar (Cañeque et al., 2009) indica que no se han producido grandes avances. Asimismo, la empresa familiar tiene carencias a la hora de compartir conocimientos (74% no lo hace) y de aprender de otros (un 65% no realiza actividades de benchmarking).

Herrera Madueño et al. (2014) corrobora en su estudio que mantener la imagen y la reputación de la empresa son los principales motivos por los que las PYMES familiares incorporan políticas de RSC. A su vez, la integración de

valores ambientales y sociales prima sobre posibles mejoras en la rentabilidad. Para ello, solicitan más orientación a la hora de integrar estas estrategias de RSC frente a un aumento de ayudas públicas. También argumenta que las empresas de menor tamaño encuentran más dificultades a la hora de implementar estrategias de RSC.

En cuanto a las políticas medioambientales, según el estudio de Garcés Ayerbe et al. (2014), la probabilidad de que las empresas familiares apliquen políticas medioambientales es mayor que la de las empresas no familiares por motivos como evitar ser vistos como empresas irresponsables, por ser más cercanos a la comunidad y a sus necesidades, y su baja dependencia a largo plazo de incentivos financieros. Estas políticas de RSC medioambientales da lugar a mejores resultados en las empresas familiares, no siendo un resultado tan acuciante en las empresas no familiares. Este estudio concluye que las empresas familiares de gran tamaño tienen menos propensión a invertir en protección del medio ambiente que las empresas no familiares. En cuando a empresas de pequeño tamaño, no se aprecian diferencias. Asimismo, se concluye que las empresas familiares de menor tamaño obtienen más beneficios económicos debido a su inversión en políticas de RSC medioambientales que las empresas de gran tamaño o las empresas no familiares. De esta forma, las empresas familiares de pequeño tamaño tienen más probabilidad de conseguir una situación de ganar-ganar en el balance de entre las políticas medioambientales y los beneficios financieros.

Considerando las diversas visiones de la RSC descritas en la Sección 4.2, los resultados de una encuesta autocumplimentada realizada por 612 empresas familiares muestran que la visión mayoritaria de la RSC por parte de las empresas familiares es la visión reducida (Cabrera Suárez et al., 2005). Pero esta mayoría no es amplia y el resto de las empresas familiares se reparten entre el resto de visiones de la RSC. Así, los Cabrera Suárez et al. (2005) concluye que las empresas familiares tienen una visión de la RSC heterogénea. Asimismo, las empresas de mayor antigüedad presentan un enfoque clásico y filantrópico, mientras que las de menor antigüedad presentan una visión moderna o reducida. En otro estudio, Cabrera Suárez et al. (s.f.) concluye que la mayoría de las empresas familiares tienen un enfoque clásico de la RSC. Por otro lado, el 28%

de las empresas presenta un enfoque filantrópico o un enfoque moderno en el que asocian la RSC a la obtención de ventajas competitivas.

En relación al enfoque filantrópico, los resultados del estudio de Ruizalba-Robledo (2014) demuestran que la satisfacción laboral de los empleados y su compromiso con la empresa en la que trabajan es mayor cuanto más actividades de voluntariado corporativo se implementen. Asimismo, la participación en estas actividades de voluntariado permite el desarrollo personal mejorando las habilidades de liderazgo, comunicación y trabajo en equipo.

## 6.2 LA DIVULGACIÓN DE RSC EN LAS EMPRESAS FAMILIARES DE LA REGIÓN DE MURCIA

En cuanto a las empresas familiares de la Región de Murcia, en el estudio realizado por Martínez-Carrasco Pleite et al. (2013) se han obtenido los resultados que se muestran en la tabla 3. Se realizó una encuesta con ítems relacionados a las tres dimensiones de la RSC: económica, social y medioambiental. Como se puede ver en los resultados de la encuesta, la mayoría de las empresas de la región que han sido encuestadas se valoran positivamente en casi todos los ítems, sin embargo, como indican otros estudios, el resultado final es que la memoria de RSC en las empresas españolas es de mala calidad o inexistente.

**Tabla 3. Implementación de medidas de RSC en las empresas de la Región de Murcia.**

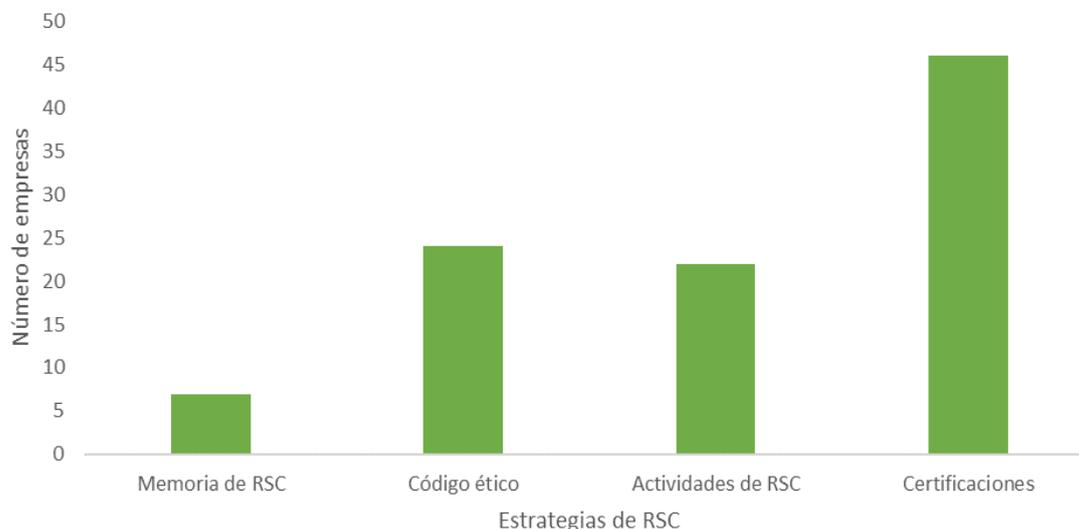
Dimensión de la RSC	Valores de la escala		
	Bajo	Intermedio	Alto
<b>Económica</b>	10.49	19.98	69.53
<b>Social</b>	2.95	9.83	87.22
<b>Medioambiental</b>	3.7	10.24	86.06

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en Martínez-Carrasco Pleite et al. (2013). (Consultado en octubre 2020)

Considerando las actividades de RSC que realizan las empresas familiares de la Región de Murcia que pertenecen a la asociación AMEFMUR, se aprecia que sólo 7 empresas han presentado una memoria de RSC (Véase gráfico 8). Toda la información recopilada en la base de datos sobre la RSC en

las empresas que pertenecen a AMEFMUR se encuentra disponible en el Anexo 2.

**Gráfico 8. Antigüedad de las empresas familiares pertenecientes a AMEFMUR.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de elinforma. (Consultado en octubre 2020)

La estrategia de RSC más empleada por las empresas es la obtención de certificaciones, con un 46,9% de las empresas estudiadas. Principalmente, se certifican en materia de calidad, pero hay empresas con certificaciones medioambientales, de gestión, de salud, de prevención de riesgos o de RSC. Las certificaciones que han obtenido las empresas son las que se muestran en la tabla 4.

Además de las certificaciones, un 24,5% de las empresas publica en su web un código ético o una política de RSC enfocada a las dimensiones de la RSC en vez de nombrarlo RSC en sí mismo. Así, crean políticas medioambientales, de calidad, de seguridad o de igualdad frente a una política de RSC como tal. También, priman las actividades filantrópicas y de apoyo a la comunidad, realizado por un 22,4%, como las colaboraciones con asociaciones, bancos de alimentos o, más recientemente, tareas de desinfección por la situación de la COVID-19.

**Tabla 4. Certificaciones que obtienen las empresas familiares de la Región de Murcia pertenecientes a AMEFMUR.**

ISO 9001	ISO 50001	Sello de Confianza de las Autoridades Aduaneras	Sedex (Enabling Responsible supply chains)
ISO 14001	Sello de Comunicación Responsable	Certificación OEA (Operador Económico Autorizado)	SMETA
ISO 27001	OHSAS 18001	Normas GMP (Good Manufacturing Practices o Buenas Prácticas de Fabricación)	ZERYA
UNE EN ISO 45001	The International Certification Network	Certificación IFS Food Versión 6.1	CAERM
ISO 22716	Registro en la FDA	Certificación COSMOS ORGANIC	Certificación IQNet
ISO 22.000	ES-ECO-024-MU EU	Certificación COSMOS NATURAL PARA COSMÉTICOS	BRCGS (Packaging Materials Certificated)
Certificado de Cadena de Custodia PEFC	Certificado internacional BREEAN	BRC-2009/0012	AENOR FSC-STD-40-004 V3.0
Seal of Quality Automobile Gas Station SGS	Wineries for Climate Protection (WfCP)	Certificado Halal	SGE 21:2017
Certificado de Calidad Comercial AENOR	Certificado de Agricultura Ecológica (BIO)	Certificado Kosher	GLOBALG.A.P. ES-ECO-020-CV
Certificado de Huella de Carbono CO2	UNE 15896 de Gestión de Compras de Valor Añadido	Eurofins Valid It en seguridad alimentaria	Certificación de pesca sostenible
Auditoría SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) a proveedores	Directiva de Equipos a Presión 2014/68/UE	Norma BRC	Norma Tesco Nurture and TPPS
Certificación de envases BRC/IOP de seguridad alimentaria en los envases	U-2936/E	Certificación EFR (Empresa Familiarmente Responsable) en conciliación 1000-2	

Fuente: Elaboración propia a partir datos obtenidos en la web de las empresas. (Consultado en octubre 2020)

## 7. CONCLUSIONES

La empresa familiar compone la mayor parte del tejido empresarial de la Región de Murcia, más que la media de España. Estas empresas son a su vez la mayor fuente de empleo en la región con un 85,3 % de los empleos. En este trabajo, se ha analizado al conjunto de empresas que pertenecen a AMEFMUR creando una base de datos. Los resultados muestran que la mayoría de las empresas familiares de la región pertenecen al sector de la industria (29,9%), tienen entre 50 y 199 empleados (26,4%), tienen una estructura jurídica SL (71,9%), y tienen una antigüedad entre 26 y 30 años (18,4 %).

En cuanto a la RSC, tras la realización de un estudio del marco teórico podemos concluir los siguientes datos. La baja calidad de los informes de RSC presentados por las empresas pone en el punto de mira la efectividad de la difusión de la RSC (Nieto, 2005). Asimismo, se destaca la intención de muchas empresas de obtener una buena imagen mediante la RSC indicando en sus informes únicamente los aspectos positivos mientras ocultan los negativos. De esta forma, depende de una agencia independiente verificar la credibilidad de estas memorias. Como se ha mostrado en este trabajo, un 46,9% de las empresas de AMEFMUR optan por certificarse a través de estas agencias mientras que sólo 7 empresas presentaron una memoria de RSC. Sin embargo, el propio interés por lucrarse de estas empresas de certificación puede dar lugar a la desvirtuación de los informes y acreditaciones de RSC (Nieto, 2005).

Por otra parte, ciertos grupos de interés como sindicatos, ONGs y asociaciones de consumidores están a favor de una mayor regulación en materia social o medioambiental (Nieto, 2005). Sin embargo, una de las características de la RSC es su carácter voluntario. Si la implementación de RSC es obligatoria, cabe pensar que los beneficios que obtenga la empresa por implementar estrategias de RSC, como una mejor imagen pública, se verán reducidos. Ya que, una buena acción, si es por obligación, no es indicadora de los valores de la empresa. Asimismo, la obligatoriedad de la RSC desvirtuaría las actividades de RSC realizadas de forma voluntaria a ojos de los grupos de interés debido a la dificultad de evaluar los motivos de la empresa.

Como hemos podido comprobar, los consumidores considerarían el posible el cambio de una marca a otra por la aportación a una buena causa (Nieto, 2005). Pero esto es así si se mantiene el precio y la calidad. Por ello, es un aspecto diferenciador únicamente entre los productos similares y siempre que el consumidor sea consciente de que esta actividad de RSC se está llevando a cabo. Así, aunque hay estudios que indican que los consumidores pagarían más por productos socialmente responsables, este sobreprecio admitido sería del 2.89%.

Teniendo en cuenta las conclusiones anteriores, se pueden considerar las siguientes líneas de investigación en relación a las estrategias de RSC de las empresas. Primeramente, siendo legítima la implementación de estrategias RSC por motivos lucrativos o por cualquier otro interés, habría también que plantearse la cuestión de si es ético. A su vez, habría que determinar el motivo por el que los grupos de interés optarían por una empresa socialmente responsable. Si es por sus propios valores, puede que la búsqueda del beneficio propio no se vea como algo moralmente aceptable. Y, si es para sentirse bien con uno mismo al pensar que adquiriendo el producto o servicio de la empresa se está aportando a la sociedad, puede ser que a los grupos de interés no les importe el motivo de la empresa para implementar políticas de RSC. Finalmente, la falta de una definición de RSC consensuada y ampliamente aceptada dificulta el dar respuesta a estas cuestiones, por lo que llegar a esa definición consensuada facilitaría la realización de estudios y comparativas en materia de RSC.

Por último, el tiempo y el desarrollo lleno de incertidumbre de la situación actual que presenta la COVID-19 determinará hasta qué punto los grupos de interés valoran las políticas de RSC implementadas por las empresas y cuáles de ellas son más apreciadas. En mi humilde opinión, considerando el impacto social que está generando y continuará generando la pandemia en la que nos encontramos actualmente, pienso que aumentará el interés por las políticas enfocadas al aporte a la comunidad según las necesidades que vayan surgiendo. Un ejemplo de esto son las empresas que han cambiado su producción para producir material sanitario y las que aportan alimentos a las familias que se han visto sin ingresos debido a esta situación. Porque, según la pirámide de las necesidades del ser humano, las personas necesitamos cubrir las necesidades

de la base para poder preocuparnos por las necesidades de niveles superiores. Así, si la salud, el techo o la alimentación se ven comprometidas, ciertas políticas enfocadas, por ejemplo, al medio ambiente, pueden pasar desapercibidas. Asimismo, las empresas familiares son generalmente muy cercanas a la comunidad y, por ese motivo, tienen una ventaja a la hora de determinar las necesidades de ésta. Por lo que, si son capaces de sobrevivir a la complicada situación actual, considero que las empresas familiares que hayan aportado a la comunidad saldrán reforzadas y habrán conseguido incrementar la lealtad de los grupos de interés a la empresa. Así, ante la crisis económica y social que se avecina, considero que las empresas familiares de la región deben considerar las nuevas necesidades de la sociedad y realizar estrategias de RSC para paliar estos problemas en su comunidad de vecinos y estrechar lazos con sus empleados.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aldeanueva Fernández, I. (2012). La responsabilidad social corporativa en la empresa familiar: el enfoque de los grupos de interés. *Gestión Joven*, (9), 40-51.
- Bigné, E., Chumpitaz, R., Andreu, L., & Swan, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *Universia Business Review*, 1(5), 14-27. <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/516>
- Cabeza García, L., Sacristán Navarro, M., & Gómez Ansón, S. (2014). Propiedad familiar, control y efecto generación y RSC. *European Journal Of Family Business*, 4(1), 9-20. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.v4i1.5036>
- Cabrera Suárez, M. K., Déniz Déniz, M. C., & Santana Martín, D. J. (2005). Responsabilidad social corporativa y empresa familiar. *Revista Europea de dirección y economía de la empresa*, 14(4), 43-58.
- Cabrera Suárez, M. K., Déniz Déniz, M. C., & Santana Martín, D. J. (s. f.). Responsabilidad Social Corporativa y Empresa Familiar. Evidencia para el caso español. [http://www.pymesonline.com/uploads/tx\\_ictcontent/R01687\\_responsabilidad.pdf](http://www.pymesonline.com/uploads/tx_ictcontent/R01687_responsabilidad.pdf)
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Casillas Bueno, J. C., López Fernández, M. C., Meroño Cerdán, A., Pons Vigués, A. & Baiges Giménez, R. (2015). La empresa familiar en España (2015). Instituto de la Empresa Familiar.
- Cañeque, F. C., Badal, M. A. R., & Klein, J. (2009). La RSE en la gran empresa familiar española. Instituto de la Empresa Familiar.
- Contreras Soto, R., López Salazar, A., & López Mateo, C. (2012). El altruismo de la empresa familiar y la posible cultura de la Responsabilidad Social de las Empresas. *Administración y Organizaciones*, 15, 101-119. <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/132>
- Garcés Ayerbe, C., Rivera Torres, P., & Murillo Luna, J. L. (2014). Inversión medioambiental y resultado financiero en las empresas familiares españolas. *European Journal Of Family Business*, 4(1), 59-71. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.v4i1.5039>
- Gutiérrez Olvera, S., Montañez Moya, G. S., & Santamaría, C. A. (2017). La responsabilidad social y la cultura organizacional en las empresas familiares. *Neumann Business Review*, 3(2), 04-22. <https://doi.org/10.22451/3002.nbr2017.vol3.2.10009>
- Hernández-Perlines, F. (2017). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño de las empresas familiares. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 11(3), 58-73.
- Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M., & Lechuga Sancho, M. P. (2014). Motivaciones hacia la responsabilidad social en las Pymes familiares. *European Journal of Family Business*, 4(1), 21-44.
- Lafuente, A., Viñuales, V., Pueyo, R., & Llaría, J. (2003). Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Laboratorio de Alternativas. [https://ecodes.org/documentos/archivo/ecodes\\_fa\\_rsc\\_politicas\\_publicas.pdf](https://ecodes.org/documentos/archivo/ecodes_fa_rsc_politicas_publicas.pdf)

Lopez-Cózar Navarro, C. (2014). Peculiaridades de la pequeña empresa familiar ante la responsabilidad social empresarial: un análisis exploratorio en la Comunidad de Madrid. *Pecunia: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (18), 39-56.

Martínez-Carrasco Pleite, F., López Yepes, J. A., & Marín Rives, J. L. (2013). Estrategias, estilos de dirección, compromiso de los trabajadores, responsabilidad social y desempeño de las pequeñas y medianas empresas de economía social de la Región de Murcia. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (111), 108-136.

Mercadé-Melé, P., Molinillo-Jiménez, S., & Fernández-Morales, A. (2014). Influencia de las prácticas de responsabilidad social corporativa en la actitud del consumidor: análisis comparado de Mercadona, Carrefour y Eroski. *European Journal Of Family Business*, 4(1), 73-88. <https://doi.org/10.24310/ejfbefb.v4i1.5040>

Meroño Cerdán, A. L., Gómez-Guillamón, A. D., & Madrid Guijarro, A. (2017). La empresa familiar en la Región de Murcia (2011-2015) (N.o 5). Cuadernos del Consejo Económico y social de la Región de Murcia. [https://www.researchgate.net/profile/Angel\\_Merono-Cerdan/publication/319504667\\_La\\_empresa\\_familiar\\_en\\_la\\_Region\\_de\\_Murcia\\_2011-2015/links/59afdbd2458515150e4cc92e/La-empresa-familiar-en-la-Region-de-Murcia-2011-2015.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Angel_Merono-Cerdan/publication/319504667_La_empresa_familiar_en_la_Region_de_Murcia_2011-2015/links/59afdbd2458515150e4cc92e/La-empresa-familiar-en-la-Region-de-Murcia-2011-2015.pdf)

Miller, D., & Breton-Miller, L. (2006). Gestionar a largo plazo: la ventaja competitiva de las mayores empresas familiares (No. Sirsi) i9788423423347).

Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 7(3), 76-88. <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N3.05>

Nieto, M. (2005). Difusión de la responsabilidad social corporativa en la empresa española. *Economistas*, 23(106), 32-44. <http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/164.pdf>

Nieto Antolín, M., & Fernández Gago, R. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*, 1, 28-39. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43300103.pdf>

Nieto Antolín, M. (2008). La difusión de las prácticas de responsabilidad social en las empresas multinacionales. *Pecunia: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 33-64. <https://doi.org/10.18002/pec.v0i2008.787>

Quazi, A. M., & O'Brien, D. (2000). An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 25, 33-51. <https://doi.org/10.1023/A:1006305111122>

Ruizalba Robledo, J. L., Vallespín Arán, M., & González Porras, J. L. (2014). El voluntariado corporativo y sus efectos sobre la satisfacción laboral y el compromiso en empresas familiares de Andalucía. *European Journal Of Family Business*, 4(1), 45-58. <https://doi.org/10.24310/ejfbefb.v4i1.5038>

## ANEXOS

### Anexo 1. Estructura de las empresas familiares que forman parte de AMEFMUR

Empresa	Sector	Empleados	Estructura jurídica	Antigüedad
Araez Alguazas, S.L.	Comercio	20	SL	23
Auto Recambios Peñalver	Comercio	144	SL	2
Legismark, S.L.U.P.	Servicios empresariales	3	SLPU	-
Novac	Comercio	73	SL	37
Dasem Consultores, S.L.	Servicios empresariales	8	SL	-
Del Campo Joyeros, S.L.	Comercio	4	SL	17
Electromain Electrónica Industrial, S.L.	Comercio	46	SL	35
Enrique Díaz Almagro, S.A.	Comercio	11	SL	33
Grupo Inforges	Servicios empresariales	148	SL	16
Grupo Sureste	Servicios empresariales	26	SL	4
Ind. Gráficas Jiménez Godoy, S.A.	Industria	6	SA	27
José M <sup>a</sup> Caballero, S.A.	Comercio	57	SA	38
Juan A. García Asesores, S.L.	Servicios empresariales	2	SL	-
La Casa del Pintor, S.L.	Comercio	33	SL	-
Grupo Empresarial, Prevención y Salud, S.L.	Sanidad	50	SL	-
Sociedad de Patrimonio y Gestión Medioambiental, S.L.	Servicios empresariales	-	SL	16
Tecnología Eléctrica de Servicios del Sureste, S.L.	Construcción y actividades inmobiliarias	63	SL	28
Tefim Grupo Financiero, S.A.	Servicios empresariales	3	SA	19
Clínica Dr. Bernal, S.L.	Sanidad	47	SL	-
Milenium Consultoría de Seguros para Empresas	Servicios empresariales	-	-	-

Martínez Nieto, S.A.	Industria	87	SA	52
Hospital Mesa del Castillo, S.L.	Sanidad	156	SL	43
Universidad Católica San Antonio de Murcia	Educación	-	Fundación	-
Plásticos del Segura, S.L.	Industria	192	SL	32
Belmonte Control de Higiene	-	-	SL	-
Clínica Oftalmológica González Costea	Sanidad	-	-	-
Grupo Gomariz	Comercio	13	SA	33
Andamur	Comercio	158	SL	26
Caramelos Cerdán, S.L.	Industria	25	SL	47
Juan de Dios Climatización, S.L.	Construcción y actividades inmobiliarias	30	SL	-
Sixto Palacín S.L.	Intermediación financiera	3	SL	27
Zamora Company	Comercio	89	SL	24
Frugarva, S.A.	Comercio	161	SA	36
Transportes El Mosca	Transportes	255	SA	34
Holding Zambudio	Servicios empresariales	16	SL	11
Grupo Corporativo Fuertes, S.L.	Intermediación financiera	146	SL	25
Abad Servicios Inmobiliarios	Servicios empresariales	-	SL	10
Juan José Albarracín, S.A.	Industria	60	SA	40
Bernardo Gil Sánchez S.L. - Conelectric	Construcción y actividades inmobiliarias	72	SL	24
Plasbel Plásticos, S.A.U.	Industria	310	SAU	23
Luís Sánchez García e Hijos, S.L.	Industria	8	SL	24
Superdumbo-Nagarmur	Comercio	587	SL	27
Cerbel Suministros	Comercio	6	SL	29

Matadero El Cabez de la Plata, S.L.	Industria	65	SL	27
Arom.S.A.	Industria	91	SA	49
Uniformes Murcia	Industria	30	SL	20
Avícola Levantina, S.A.	Industria	42	SA	40
Postres y Dulces Reina, S.L.	Industria	252	SL	30
Global París	Comercio	113	SL	19
Depau Sistemas	Comunicaciones	105	SL	25
Salazones Garre, S.L.	Industria	20	SL	21
JB Vestuario	Industria	30	SL	26
Formulaciones Químicas, S.A.U.	Comercio	5	SA	21
General Ibérica de Extintores, S.A.	Industria	23	SA	47
Tana, S.A.	Agricultura	85	SA	52
Sector 3	Servicios empresariales	42	SAP	44
Fundirmetal Amando	Industria	3	SL	19
Himoinsa, S.L.	Industria	300	SL	27
Carrillo Asesores	Servicios empresariales	1	SL	24
Ind. Jabonera Lina, S.A.U.	Industria	263	SAU	37
Grupo Orenes	Intermediación financiera	4	SL	20
Smöoy	Hostelería	19	SL	10
Probelte,S.A.	Industria	38	SAU	50
Gesa Mediación	Intermediación financiera	44	SL	18
AGRUPACIÓN HORTOFRUTÍCOLA LUCAS, S.L.	Comercio	1094	SL	7
S.A.E. de Cartón Ondulado, S.A.	Industria	117	SA	41
Limcamar	Servicios empresariales	7909	SL	33

Campillo Avanza, S.L.	Transportes	20	SL	9
Nueva Cocina Mediterránea	Industria	74	SL	19
Elaboraciones SAF S.C.L. (Patatas Fritas Rubio)	Industria	18	SA	22
Persimaster	Industria	44	SL	10
Hermanos Hernández Gonzalea S.L.	Comercio	47	SL	34
Vigilant	Servicios empresariales	352	SA	35
Grupo Empresarial Relesa, S.L.	Intermediación financiera	26	SL	16
Funeraria de Jesús	Otros servicios	26	SL	14
Prefabricados Fuente Álamo	Industria	13	SL	23
Hogar Hotel Díaz, S.L.	Comercio	22	SL	22
Piscifactorías del Atlántico - Ricardo Fuentes.	Comercio	24	SA	36
Transportes Agustín Fuentes e Hijos, S.L.	Transportes	420	SL	28
EF Ingeniería	Construcción y actividades inmobiliarias	20	SL	39
Mundosol Quality	Comercio	750	SL	22
Pequeña Moma	Comercio	24	SL	3
De La Cruz Stone Technology	Industria	10	SL	7
Metaenlace Sistemas de Información, S.L.	Comunicaciones	216	SL	17
La Niña del Sur	Industria	100	SL	28
Primafrío	Transportes	340	SL	21
Francisco Aragón	Industria	264	SLU	41
Explotaciones Hoteleras El Churra, S.A.	Hostelería	25	SL	33
Grupo Corporativo Caliche	Servicios empresariales	15	SL	5
Doscadesa 2000	Industria	25	SL	19
Insur Protección Vegetal	Comercio	30	SA	37

Laboratorios Natuaromatic	Industria	36	SL	7
Avanza Network Telecom	Comunicaciones	-	SL	2
Districam Licores, S.L.	Comercio	90	SL	14
Grupo Drink&Eat	Hostelería	13	SL	15
Construcciones Urdecon, S.A.	Construcción y actividades inmobiliarias	21	SA	41
Ruiz Abad Asociados	Servicios empresariales	8	SLPU	15
Ildefonso Jiménez Delgado	Comercio	8	SL	14

## Anexo 2. RSC en las empresas familiares que forman parte de AMEFMUR

Empresa	Memoria RSC	Certificaciones	Otros
Araez Alguazas, S.L.	-	-	Empleo de personas con síndrome de Down
Auto Recambios Peñalver	-	-	-
Legismark, S.L.U.P.	-	-	-
Novac	-	Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001, Medioambiental ISO 14001 y Seguridad de la Información ISO 27001	-
Dasem Consultores, S.L.	-	-	-
Del Campo Joyeros, S.L.	-	-	-
Electromain Electrónica Industrial, S.L.	-	-	-
Enrique Díaz Almagro, S.A.	-	-	-
Grupo Inforges	-	-	Colaboración con Cáritas y Jesús Abandonado. En su página web se muestra un código ético en la sección de RSC.
Grupo Sureste	-	Acreditación con el Sello de Comunicación Responsable, certificación de calidad ISO 9001:2000; Certificación	Las actividades de RSC se realizan a través de la Fundación Colucho creada por el consejero delegado

		medioambiental ISO 14001; Certificación de seguridad y salud laboral OHSAS 18001	del grupo sureste. En su web se muestra el código ético de la empresa y las causas a las que apoyan. Colaboración en emergencias.
Ind. Gráficas Jiménez Godoy, S.A.	-	-	-
José M <sup>a</sup> Caballero, S.A.	-	-	-
Juan A. García Asesores, S.L.	-	-	-
La Casa del Pintor, S.L.	-	Certificado del Sistema de Gestión de Calidad y el The International Certification Network	-
Grupo Empresarial, Prevención y Salud, S.L.	-	UNE-EN ISO 14001:2015 en RSC y responsabilidad medioambiental, ISO 9001: 2000 en materia de calidad.	En su página web se detalla el código ético y las certificaciones y normativas que cumplen y se han acreditado.
Sociedad de Patrimonio y Gestión Medioambiental, S.L.	-	-	-
Tecnología Eléctrica de Servicios del Sureste, S.L.	-	ISO 9001:2015 en materia de calidad	-
Tefim Grupo Financiero, S.A.	-	-	-
Clínica Dr. Bernal, S.L.	-	-	-
Milenium Consultoría de Seguros para Empresas	-	-	-
Martínez Nieto, S.A.	Si (En su web)	Certificación GMP según normativa 21 CFR Parte 111 para complementos alimenticios, GMP (Good Manufacturing Practices o Buenas Prácticas de Fabricación), Certificación IFS Food Versión 6.1, Certificación COSMOS ORGANIC Y COSMOS NATURAL Para cosméticos, ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, Certificación OEA (OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO) que es un Sello de Confianza de las Autoridades Aduaneras, ES-ECO-024-MU EU	Su política de RSC y las acciones de RSC que llevan a cabo están disponibles en la web de la empresa.

		agricultura sobre productos orgánicos, Registro en la FDA	
Hospital Mesa del Castillo, S.L.	-	-	Las actividades de RSC se muestran en la web del hospital.
Universidad Católica San Antonio de Murcia	-	-	Las actividades de RSC realizadas se muestran en la su web.
Plásticos del Segura, S.L.	-	ISO 14001:2015, Certificado de Cadena de Custodia PEFC	Está centrada en el aspecto medioambiental de la RSC. Tiene una política de la Cadena de Custodia.
Belmonte Control de Higiene	-	UNE-EN ISO 9001:2015, UNE-EN-ISO 14001:2015, UNE EN ISO 45001:2018.	En su web publica una política de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad y Salud.
Clínica Oftalmológica González Costea	-	-	-
Grupo Gomariz	-	-	Ayudas a la comunidad (Aportación de vehículos para la desinfección de calles a causa de la COVID-19.
Andamur	-	ISO/IEC 27001, ISO 9001, Huella de Carbono CO2 certificado AENOR; Seal of Quality Automobile Gas Station SGS, Certificado de Calidad Comercial AENOR	Sus planes y actividades de RSC se encuentran disponibles en su web.
Caramelos Cerdán, S.L.	-	Certificados de calidad BRC y ISO 9001:2015	-
Juan de Dios Climatización, S.L.	-	UNE-EN-ISO 9001, UNE EN ISO 14001	Su código ético y política de RSC está disponible en su web.
Sixto Palacín S.L.	-	-	-
Zamora Company	-	ISO 14001, Wineries for Climate Protection (WfCP), Certificado internacional BREEAN.	Política de calidad, medioambiental y de RSC publicada en su web. Manipulados Auxiliares y Donaciones. Colaborador Centro Ocupacional.
Frugarva, S.A.	-	Certificados de calidad IFS, BRC, GLOBAL GAP/ GRASP y el Certificado de Agricultura Ecológica (BIO)	Su política de RSC está centrada en la dimensión medioambiental y se encuentra disponible en su web.

Transportes El Mosca	-	ISF Logística, ISO 14001:15,	Sus actividades de RSC se realizan a través de la Fundación El Mosca. Colaboración con Cáritas y el Banco de Alimentos.
Holding Zambudio	-	-	No tiene un apartado dedicado a la RSC en su web pero publican algunas actividades de RSC en sus sección de noticias.
Grupo Corporativo Fuertes, S.L.	Si (En su web)	UNE 15896 de Gestión de Compras de Valor Añadido	En su web están publicada sus políticas y actividades de RSC y presenta un Informe de Sostenibilidad.
Abad Servicios Inmobiliarios	-	-	Sus actividades de RSC se publican en su web.
Juan José Albarracín, S.A.	-	ISO 9001:2015, ISO 9001:2018, BRC-2009/0012 en seguridad alimentaria, Certificado Kosher, Certificado Halal, Eurofins Valid It en seguridad alimentaria, Certificado de Agricultura Ecológica de acuerdo al Article 29(1) of Regulation (EC) No 834/2007 y otras certificaciones de eficiencia energética	La empres apublica en su web todos los certificados obtenidos. Colaboración en acciones benéficas (Escuela en Kenya)
Bernardo Gil Sánchez S.L. - Conelectric	-	ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001	Política de Calidad publicada en su web.
Plasbel Plásticos, S.A.U.	Si	AENOR ISO 9001, ISO 14001, Auditoría SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) a proveedores, Certificación de envases BRC/IOP de seguridad alimentaria en los envases	Presenta una memoria de RSC como tal.
Luís Sánchez García e Hijos, S.L.	-	ISO 9001:2015, Certificado Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia – CAERM, Certificado Kosher, Certificado FDA.	-
Superdumbo-Nagarmur	-	-	Instalaciones fotovoltaicas con subvenciones de la unión europea y la Región de Murcia.
Cerbel Suministros	-	-	-

Matadero El Cabezo de la Plata, S.L.	-	ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015, Certificado Halal, certificado IFS Food Version 6	Políticas de calidad y medio ambiente publicadas en la web
Arom.S.A.	-	ISO 9001:2015 , ISO 22716:2007, ISO 14001:2015	-
Uniformes Murcia	-	-	-
Avícola Levantina, S.A.	-	-	-
Postres y Dulces Reina, S.L.	-	ISO 14001	Su visión de RSC está publicada en su web.
Global París	Si	OHSAS 18001:2007 en sistema de gestión de la salud y Seguridad Laboral, ISO 14001:2015, ISO 9001:2015	-
Depau Sistemas	-	-	Ha publicado un código ético de conducta.
Salazones Garre, S.L.	-	Certificación de pesca sostenible, certificación IFS Foods.	-
JB Vestuario	-	ISO 9001:2015	En su web está disponible el código ético de la empresa en materia de calidad, medioambiente y salud.
Formulaciones Químicas, S.A.U.	-	-	-
General Ibérica de Extintores, S.A.	-	ISO 9001, Directiva de Equipos a Presión 2014/68/UE, D.R. Industria	-
Tana, S.A.	-	U-2936/E, ISO 22.000:2005, Norma Tesco Nurture and TPPS, la Norma BRC, la Norma IFS y Lemon Cert	-
Sector 3	-	-	-
Fundirmetal Amando	-	-	-
Himoinsa, S.L.	-	-	Filantropía
Carrillo Asesores	-	-	Una sección de su web detalla las acciones solidarias que se han llevado a cabo.
Ind. Jabonera Lina, S.A.U.	-	ISO 14001, ISO 50001	Su política de RSC está disponible en su web.

Grupo Orenes	SI	-	Tanto su memoria de RSC como su código ético es accesible desde su web.
Smöoy	-	-	Sus actividades de RSC se encuentran en su web.
Probelte,S.A.	-	Certificación EFR (Empresa Familiarmente Responsable) en conciliación 1000-2, ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, OSHAS 18001, Certificación IQNet	Sus políticas en cuanto a calidad, medioambiente y conciliación familiar (EFR) están publicadas en su web
Gesa Mediación	-	-	Colaboraciones sociales (Información detallada en su web)
AGRUPACIÓN HORTOFRUTÍCOLA LUCAS, S.L.	-	IFS Food, BRC Food Certificated, GRASP GlobalG.A.P., Sedex (Enabling Responsible supply chains), SMETA, ZERYA, CAERM.	Formación en sostenibilidad a los empleados, patrocinio de equipos deportivos.
S.A.E. de Cartón Ondulado, S.A.	-	BRCGS (Packaging Materials Certificated), AENOR FSC-STD-40-004 V3.0	Política de calidad y código ético medioambiental disponible en su web.
Limcamar	-	ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001, ISO 45001, SGE 21:2017	Política de RSC y anticorrupción publicada en la web
Campillo Avanza, S.L.	-	-	-
Nueva Cocina Mediterránea	-	ISO 9001, ISO 14001	Su política de RSC está disponible en su web.
Elaboraciones SAF S.C.L. (Patatas Fritas Rubio)	-	BRC Certification Body, IFS Foods	Donaciones a Cruz Roja y Jesús Abandonado.
Persimaster	-	-	-
Hermanos Hernández Gonzalea S.L.	-	-	-
Vigilant	-	UNE-EN ISO 14001:2004, estándar OHSAS	Sus actividades de RSC están detalladas en su web.
Grupo Empresarial Relesa, S.L.	-	-	-
Funeraria de Jesús	-	-	-
Prefabricados Fuente Álamo	-	-	-
Hogar Hotel Díaz, S.L.	-	-	-

Piscifactorías del Atlántico - Ricardo Fuentes.	-	-	Sus actividades de RSC están disponibles en su web
Transportes Agustín Fuentes e Hijos, S.L.	-	BRC Storage and distribution certified	Sus políticas de calidad, medioambiental, preventiva, de igualdad, de subcontratación y su código de conducta está disponible en su web
EF Ingeniería	-	ISO 14001, OHSAS 18001	-
Mundosol Quality	-	BRC Food Certified, IFS Food, GLOBALG.A.P. ES-ECO-020-CV	Su política de RSC se encuentra en su web
Pequeña Moma	-	-	-
De La Cruz Stone Technology	-	-	-
Metaenlace Sistemas de Información, S.L.	-	ISO 9001, ISO 14001, UNE-ISO/IEC 27001 y 20000-1	-
La Niña del Sur	-	IFS Food, BRC Food, RSPO	-
Primafrío	-	ISO 14001,	Política de RSC en la web
Francisco Aragón	Si	ISO 9001:2015, IFS HPC V2, Sistema de Gestión Ambiental - Norma UNE EN ISO 14001:2015, Sistema de Gestión de la Energía - Norma UNE EN ISO 50001:2018, Norma EN ISO 14064: 2006, Certificación ISO 45001:2018 de Seguridad y Salud en el Trabajo, Inspección anual conforme al art.21 R.D. 840/2015, Gestión de Prevención de Riesgos Laborales.	-
Explotaciones Hoteleras El Churra, S.A.	-	-	-
Grupo Corporativo Caliche	-	ISO 9001, ER 0293/2006, IQNet, BRC Storage and Distribution, IFS Logistics, Certificado de Conformidad Buenas Prácticas de distribución de medicamentos para uso humano, Sedex (Enabling responsible supply chains, Compromiso con el desarrollo Sostenible Región de Murcia, AEO	A través de la fundación Remedios Miralles.

Doscadesa 2000	-	ISO 9001, Certificación Halal, Food Safety System Certification FSSC 22000 Version 5	Su visión de RSC está publicada en su web.
Insur Protección Vegetal	-	-	-
Laboratorios Natuaromatic	-	UNE-EN ISO 9001, UNE-EN ISO 22716	-
Avanza Network Telecom	-	-	Patrocinio deportivo
Districam Licores, S.L.	-	-	-
Grupo Drink&Eat	-	-	-
Construcciones Urdecon, S.A.	Si	ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001	-
Ruiz Abad Asociados	-	-	-
Ildefonso Jiménez Delgado	-	-	-