



**MÁSTER
“ENSEÑANZA DE ESPAÑOL
COMO LENGUA EXTRANJERA”
MEMORIA FINAL**



**LOS INFORMES DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA COMO PLATAFORMA PARA
EL DISEÑO Y DESARROLLO DE TAREAS
EN EL ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS**

ALUMNO:

MARCELINO CORTÉS VALENCIANO

DIRECTOR:

FLORENTINO PAREDES GARCÍA

SANTANDER, 2008

ÍNDICE

1. Introducción	4
------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	----------

PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2. El Español para Fines Específicos: estado de la cuestión	...								10
--	-----	--	--	--	--	--	--	--	-----------

3. El enfoque por tareas		12
---------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--	-----------

3.1. Del enfoque comunicativo a las tareas						12
--	-----	-----	-----	--	--	--	--	--	----

3.2. Las tareas en el Marco Común Europeo de Referencia	...								14
---	-----	--	--	--	--	--	--	--	----

3.3. Las tareas en el Español para Fines Específicos							16
--	-----	-----	--	--	--	--	--	--	----

4. El informe de responsabilidad corporativa (IRC)...							18
--	-----	-----	--	--	--	--	--	--	-----------

4.1. Definición, contexto y estructura					18
--	-----	-----	-----	-----	--	--	--	--	----

4.2. El método de elaboración del IRC					20
---------------------------------------	-----	-----	-----	-----	--	--	--	--	----

4.3. El IRC como género discursivo					22
------------------------------------	-----	-----	-----	-----	--	--	--	--	----

4.4. El IRC en los manuales de <i>Español para los negocios</i>	...								24
---	-----	--	--	--	--	--	--	--	----

SEGUNDA PARTE: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

5. Tareas a partir de los informes de responsabilidad corporativa									27
--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------

5.1. Tarea 1		28
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--	----

5.2. Tarea 2		29
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--	----

5.3. Tarea 3		32
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--	----

6. Conclusiones	34
7. Materiales y bibliografía	37
7.1. Fuentes primarias de referencia	37
7.2. Manuales y cursos de <i>Español para los negocios</i>	37
7.3. Bibliografía	38
ANEXOS A LA MEMORIA	42
Tarea 1. "Como elegir un socio comercial"	43
Tarea 2. "Una empresa responsable"	47
Tarea 3. "La responsabilidad social de la empresa"	51

1. INTRODUCCIÓN

Es un lugar común señalar los inconvenientes e incluso la inviabilidad que presentan en algunos aspectos los manuales al uso para la enseñanza de una lengua —en este caso el Español— para fines específicos, especialmente en el ámbito de lo que se conoce genéricamente como *Español para los negocios*.

La especialización del conocimiento en este ámbito profesional, la creciente globalización que se ha producido en los últimos tiempos, la incorporación de nuevos procesos como la *gestión del cambio* o el *trabajo en equipo* obligan necesariamente al *Español para los negocios* a estar en un continuo proceso de revisión para sincronizarse con los nuevos rumbos del mundo de la empresa y de las finanzas en general. De todos estos cambios que se han producido en los últimos años hay dos que nos interesa subrayar especialmente.

En primer lugar, el paulatino establecimiento de normas, estándares y certificaciones para determinar, evaluar y homologar el funcionamiento de las organizaciones empresariales y financieras.

En segundo lugar, la respuesta del mundo empresarial a dos nuevas demandas por parte de la sociedad y, muy particularmente, de sus grupos de interés¹: el decisivo papel que las organizaciones empresariales juegan en la consecución del objetivo del *desarrollo sostenible* y el imperativo de *transparencia* que se exige cada vez más en la gestión empresarial. Como consecuencia de lo anterior,

¹ El concepto de *grupo de interés* (*Stakeholders*) designa a todos aquellos grupos o particulares que puedan verse afectados de manera significativa por las actividades, productos o servicios de una organización, por ejemplo, propietarios, directivos, trabajadores, proveedores, pero también organizaciones de trabajadores, ONGs, competidores, administraciones y sociedad en general (a partir de *Global Reporting Initiative* [GRI], 2006: 44).

El concepto actual de empresa moderna trasciende los planteamientos tradicionales que afirman que la consecución del beneficio es el único objetivo empresarial. La empresa actual debe legitimarse en la sociedad moderna no sólo en términos económicos, sino que además ha de mantener la confianza de quienes se relacionan con ella y reclaman nuevos planteamientos sociales, medioambientales y de derechos humanos².

Para dar respuesta a estos nuevos cambios y sensibilidades sociales se han creado los **informes de responsabilidad corporativa (IRC)**.

Iniciados a finales de los 90 del siglo pasado y generalizados a partir del año 2002, los informes de responsabilidad corporativa³ son un documento en el que las organizaciones informan de su desempeño en términos económicos, sociales y medioambientales. Este documento persigue tres finalidades fundamentales:

- a) Recoger la información más relevante de las organizaciones que lo emiten en los aspectos económicos, sociales y medioambientales.
- b) Ofrecer una imagen lo más completa y fiel posible de la situación real de la entidad.
- c) Aportar los datos referentes a los ejercicios anteriores de manera que se pueda establecer una evaluación lo más objetiva posible de su evolución.

Se trata, por lo tanto, de un documento que sirve de carta de presentación de las organizaciones empresariales ante la sociedad y cuya elaboración se ha ido extendiendo en los últimos años desde las grandes corporaciones a las pequeñas y medianas empresas⁴.

² Cito literalmente el lema que aparece en la página web de la Cátedra en Análisis de la Responsabilidad Social de la Empresa de la Universidad Antonio de Nebrija (vid. <http://www.nebrija.com/responsabilidad-social/memorias-sostenibilidad.htm>). Sobre la teoría de la *legitimación* empresarial, vid. García Perdiguero, 2007: 46-47.

³ También llamadas *memorias de sostenibilidad* o *informes de responsabilidad social*. Abordamos esta variabilidad terminológica en el apartado 4.1. del trabajo (vid. *infra* pp. 19-20).

⁴ En 2005 se publicó la *Guía de la Responsabilidad Social Corporativa para las Pymes* con la intención de extender esta práctica a las pequeñas y medianas empresas. En 2007 el GRI

Estos informes se emiten anualmente siguiendo las recomendaciones de una serie de instituciones y organismos entre los que destaca *Global Reporting Initiative* (GRI) y de otras normas homologadas internacionalmente y bajo la supervisión de las empresas auditoras⁵.

Por otra parte, y ya centrados en el ámbito específico que nos ocupa, algunos autores como M. Long (2003) han puesto de manifiesto cómo en la mayoría de los cursos de lenguas para fines específicos se sigue tomando como base didáctica el uso de textos, con la única diferencia de que los textos que se toman como referencia están sacados de la propia especialidad; otro tanto cabe decir de la metodología empleada, subsidiaria del planteamiento anterior. Este planteamiento choca con recientes teorías cognitivas, ya que, como apunta este autor, "la teoría e investigación en adquisición de lenguas y los estudios para fines específicos coinciden en que los cursos deben basarse en tareas, no en textos" (Long, 2003: 15).

Sin embargo, muchas de las tareas que se utilizan habitualmente en los cursos y manuales de *Español para los negocios* adolecen de cierta asistematicidad no tanto en la consistencia interna de su diseño como en su falta de referente externo. Es decir, se recrean situaciones del ámbito económico de una manera artificial y desgajada de la esencial continuidad del medio de donde proceden con el único propósito de servir como pretexto para la enseñanza de unos contenidos previamente fijados en un sílabo. Por esta razón, algunas de las tareas propuestas pueden llegar a ofrecer la misma sensación de artificiosidad que los diálogos y situaciones que antaño figuraban en los manuales inspirados en el enfoque nocio-funcional.

El objetivo fundamental de nuestra memoria es el de mostrar las posibilidades que ofrecen los informes de responsabilidad corporativa como

publicó *Caminos: Ciclo preparatorio para la elaboración de memorias de sostenibilidad GRI: Manual para organizaciones pequeñas y medianas*.

⁵ La *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative* (GRI) es el modelo internacional de referencia en este campo (<http://www.globalreporting.org>). El referente español es el *Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa* (ORSE) (<http://www.observatoriorsc.org/nuevaweb/>).

plataforma para el diseño y la elaboración de tareas que permitan el desarrollo de las destrezas comunicativas (comprensión y expresión oral, comprensión y expresión escrita e interacción) en el aprendizaje del *Español para los negocios*.

Queremos subrayar que nuestra propuesta no parte necesariamente del resultado final de los informes de responsabilidad corporativa, esto es, del producto final ya elaborado, en cuyo caso estaríamos abocados de nuevo al trabajo a partir de textos, sino que se centra también en el proceso de elaboración de este tipo de memorias o informes, lo que da pie a integrar todas las estrategias comunicativas.

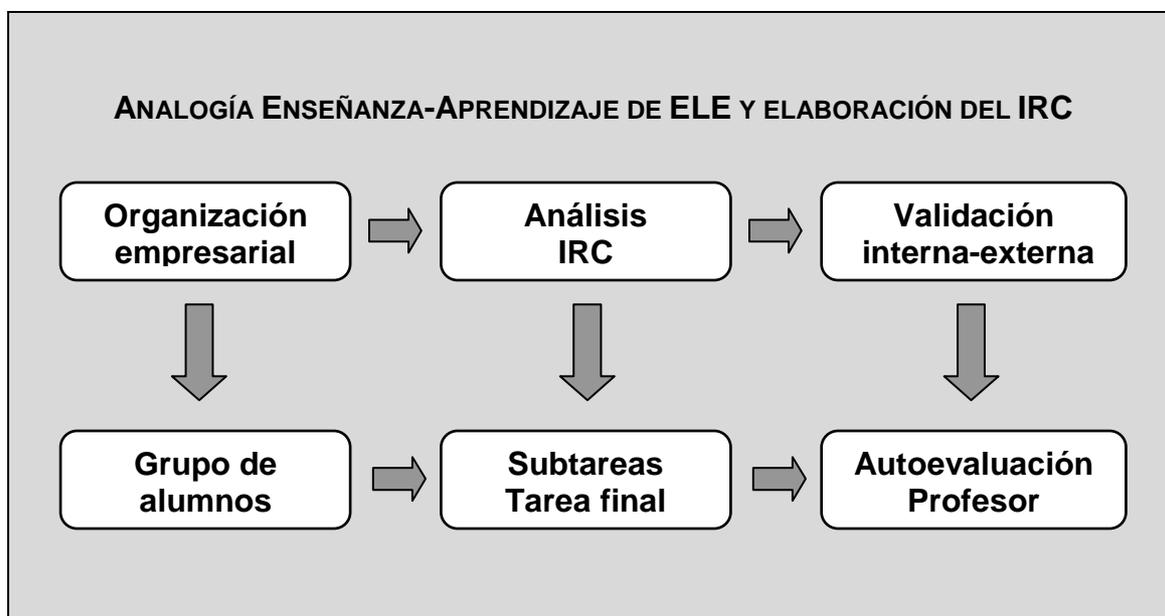
Este planteamiento, además de incorporar esta nueva dimensión de la organización empresarial al *Español para los negocios*, ofrece la posibilidad de diseñar tareas lingüísticas de una manera holística, integrada y naturalizada. En definitiva, concebir las tareas como parte de un proceso unitario e interrelacionado de manera similar a como se conciben en el medio empresarial en el que encuentran su referente.

Desde un punto de vista cognitivo y procedimental nuestra propuesta se fundamenta en la analogía existente entre el proceso de elaboración de un IRC y la enseñanza de una LE basada en tareas⁶.

Esta analogía parte del supuesto de equiparar al grupo de alumnos aprendices de ELE con el equipo responsable de elaborar una memoria de sostenibilidad en el seno de una organización empresarial. Para ello y en primer lugar, se debe establecer una planificación y tomar una serie de decisiones; posteriormente, se realizan una serie de procesos y análisis (tareas posibilitadoras) encaminadas a la producción del informe final (tarea final). Este

⁶ Esta analogía se extiende también a otros aspectos. Uno de los modelos de elaboración de la memoria que propone el GRI en su versión 3.0 de la *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad* (vid. GRI, 2006: 6; lo incluimos *infra* en p. 21) se asemeja bastante en la asignación de input-output al *materials model* de Hutchinson & Waters (1987) tan seguido en la enseñanza del Inglés para fines específicos. Curiosamente en el establecimiento de los niveles de cobertura que establece el GRI se emplea también la denominación A, B y C —con el plus (+) en caso de verificación externa—, aunque en sentido inverso a las que fija el *Marco común europeo de referencia para las lenguas* (MCER) con los niveles lingüísticos (vid. GRI, 2006: 7).

documento final será objeto de una validación interna (la autoevaluación por parte de los alumnos) y externa (en nuestro caso, por parte del profesor, cuya función será semejante a la que desempeña un auditor).



Para desarrollar los propósitos arriba señalados hemos dispuesto dos grandes bloques de contenidos. Comenzamos con un primer bloque de carácter teórico en el que exponemos las bases doctrinales y conceptuales que fundamentan nuestra propuesta y en el que establecemos también el estado específico de la cuestión. En segundo lugar llevaremos a la práctica lo propuesto en distintos niveles de aplicación, alcance y cobertura.

La memoria se cierra con las conclusiones y con el apartado en donde se relacionan los materiales y la bibliografía manejada. Este apartado se ha clasificado en tres categorías: en primer lugar, las fuentes primarias, entendiendo como tales los informes y memorias de responsabilidad social que sirven de apoyo teórico-práctico a la memoria; en segundo lugar, los cursos o manuales de *Español para los negocios* basados en el enfoque por tareas que nos han servido de referencia y sobre los que se ha realizado el análisis de materiales; en tercer lugar, la bibliografía al uso. Por último se incluyen los anexos con los materiales concretos que desarrollan las tareas.

**PRIMERA PARTE:
MARCO TEÓRICO
Y CONCEPTUAL**

2. EL ESPAÑOL PARA FINES ESPECÍFICOS: ESTADO DE LA CUESTIÓN

La constitución del *Español para Fines Específicos*⁷ (EFE) como especialidad es reciente y tiene como referente a su homónimo inglés (*English for Specific Purposes*). Su desarrollo en los últimos veinte años⁸ obedece a las mismas circunstancias socioeconómicas que hemos señalado en la introducción, a las que hay que sumar una de gran relieve: el valor económico que ha ido adquiriendo el Español y su posicionamiento sólido en determinados ámbitos académicos y profesionales.

Como consecuencia del aumento en la demanda de este tipo de enseñanza con fines profesionales y de la preocupación didáctica por el EFE surgió la iniciativa de celebrar un Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (CIEFE), cuya primera edición se celebró en Ámsterdam en el año 2000 (I CIEFE, Ámsterdam, 2000) y que continuó tres años más tarde con la segunda edición en esta misma ciudad (II CIEFE, Ámsterdam, 2003) y una tercera en 2006 (III CIEFE, Utrecht, 2006). A fecha de hoy las actas de estos congresos suponen el referente fundamental para determinar el estado de la cuestión del *Español para Fines Específicos* y, como veremos seguidamente, para comprobar la hegemonía del enfoque por tareas como la opción pedagógica en la especialidad.

En la actualidad existe un consenso básico en afirmar que la enseñanza de una lengua con un propósito profesional debe ser abordada desde una

⁷ A lo largo del trabajo empleamos la denominación *Español para Fines Específicos* frente a la de *Español con Fines Específicos* por dos razones; en primer lugar, por ser desde el punto gramatical la rección preposicional más correcta (*para* como preposición de finalidad); en segundo lugar, por ser la denominación que se ha impuesto en la comunidad científica, especialmente a partir de la celebración de los sucesivos Congresos Internacionales de Español para Fines Específicos,

⁸ Una historia compendiada de las distintas etapas del *English for Specific Purposes* y del *Español para Fines Específicos* en Aguirre Beltrán, 2004: 1111-1114.

perspectiva multidisciplinar en la que no sólo intervienen las ciencias propias del lenguaje (tanto las que atienden a la competencia lingüística como a la comunicativa), sino también las disciplinas y especialidades propias de la profesión de que se trate y otras adyacentes como la sociología o la psicología. Este es, sin duda, uno de los rasgos constituyentes del estudio de una lengua para fines específicos frente al estudio de una lengua para fines generales o, como quiere M. Long, "de lengua sin propósito" (Long, 2003: 16).

Expuestas estas premisas puede definirse la enseñanza y aprendizaje de una lengua para fines profesionales, en este caso el Español, como "el enfoque del proceso de enseñanza-aprendizaje que tiene como propósito mejorar las capacidades de comprensión y expresión que se requieren para desenvolverse en un determinado campo de la actividad profesional" (Aguirre Beltrán, 2004: 1116).

Dentro de los fines específicos el ámbito profesional concreto de nuestra memoria se circunscribe al *Español para los negocios*, marbete tan equívoco para los profesionales de la materia como convencional para los lingüistas⁹, lo que nos conduce necesariamente a su caracterización dentro de los parámetros de la comunicación profesional específica. La comunicación profesional específica reúne una serie de rasgos que pasamos a sintetizar¹⁰:

- a) La lengua objeto de estudio no es la lengua *general*, sino una variedad diafásica de la lengua determinada por la situación de comunicación en donde se utiliza. Es, por tanto, una lengua especial o lengua de especialidad.
- b) Esta lengua de especialidad se enmarca en el seno de una cultura corporativa que condiciona desde el punto de vista sociopragmático el uso de la misma en cuanto al *saber* (competencia cognitiva), *saber*

⁹ El término coexiste con otros como *Español comercial* (vid. De Tomás Puch, 2004).

¹⁰ La caracterización de la comunicación profesional específica se realiza básicamente a partir de lo expuesto por Aguirre Beltrán (2004: 1116-1121), añadiéndose en el punto b) la terminología procedente de las competencias establecidas en el *Proyecto DeSeCo* (OCDE: 2006).

hacer (competencia procedimental) y *saber ser y estar* (competencia actitudinal).

- c) Utilización de una gran cantidad de tecnicismos, muchos de los cuales proceden de otras lenguas, y de un léxico monosémico.
- d) Búsqueda de la claridad y eficacia en la comunicación.
- e) Tendencia a la objetividad, para lo cual se recurre a la impersonalidad y a la ausencia de toda afectividad en la enunciación.
- f) Producción de textos discontinuos en donde proliferan distintos sistemas de representación icónica¹¹.
- g) Las producciones de una lengua de especialidad tienden a constituirse en géneros que presentan una serie de características que los hacen reconocibles¹².

3. EL ENFOQUE POR TAREAS

Como se pone de manifiesto ya desde el título, nuestra memoria tiene como referente metodológico el enfoque por tareas. Se hace necesario, por tanto, definir el concepto, analizar sus fundamentos epistemológicos y referir su diacronía.

3.1. Del enfoque comunicativo a las tareas

Cabe señalar de entrada que, como señala P. Melero (2004: 703), "la enseñanza comunicativa mediante tareas no es ni un enfoque ni un método, es

¹¹ Utilizamos el concepto *texto discontinuo* con el mismo sentido que se recoge en el Proyecto PISA (cuadros y gráficos, tablas, diagramas, mapas, formularios, etc.). Vid. las precisiones terminológicas de este concepto en Cercadillo, L.; Gallego, E. y García, M.A., 2008: 12.

¹² En el apartado 4.3. de la memoria ("El IRC como género discursivo", pp. 22-24) analizaremos en profundidad la adscripción genérica de los informes de responsabilidad corporativa a partir de los estudios de J.M. Swales (1990) y más recientemente de D. Cassany (2003).

una propuesta de diseño dentro de la enseñanza comunicativa de lenguas extranjeras"¹³.

Se trata, por lo tanto, de un *implemento* dentro de este enfoque, no de una divergencia ni tampoco de una alternativa. A las características del *enfoque comunicativo* (énfasis en el uso de la lengua como instrumento de comunicación, enseñanza centrada en el alumno, desarrollo de la competencia comunicativa del alumno, simulación de situaciones comunicativas procedentes de la vida real) la enseñanza comunicativa basada en tareas añade dos aspectos: por un lado, la incorporación de los procesos de comunicación, no como simulación, sino como esencia natural del proceso; por otro, el aprendizaje a partir de la realidad del aula.

De acuerdo con las premisas anteriores, cabe definir, con Numan (1989), el concepto de *tarea* como

unidad de trabajo en el aula que implica a los alumnos en la comprensión, manipulación, producción e interacción en la lengua extranjera, mientras su atención se halla centrada prioritariamente en el significado más que en la forma¹⁴.

Bajo el nombre genérico de *enseñanza comunicativa mediante tareas* se incluyen básicamente tres modalidades, siendo las dos primeras las más utilizadas. Estas tres modalidades se establecen en función de su duración, de la implicación de los alumnos y de la dinámica de la clase¹⁵:

a) La **tarea** propiamente dicha como unidad de diseño de la actividad didáctica compuesta por una secuencia de trabajos conducentes a la elaboración de un producto final.

¹³ Como señala esta autora, siguiendo a A. García Santa-Cecilia, el mantenimiento de la denominación *enfoque por tareas*, a fuer de ser una denominación ya convencional en los estudios de la materia, remite a los nuevos factores de aprendizaje que inciden precisamente en el enfoque (Melero Abadía 2004: 703).

¹⁴ Cito la clásica definición de D. Numan a partir de Aguirre Beltrán, 2004: 1124-1125.

¹⁵ Sobre todos estos aspectos vid. Zanón Gómez, 1999a: 16-17; Melero Abadía, 2004: 704 y Aguirre Beltrán, 2004: 1123-1125.

b) La **simulación**, cuya tarea final es más amplia que la anterior y en donde se reconstruyen en el aula todos los elementos que conforman una situación o un tema¹⁶.

c) El **proyecto**, en donde la participación del alumno es máxima y comprende todas las fases del desarrollo, desde la negociación del tema, el establecimiento del plan de trabajo y el resultado o productos que se quieren conseguir.

3.2. Las tareas en el Marco Común Europeo de Referencia

El concepto de *tarea* constituye una de las referencias básicas del *Marco Común Europeo de Referencia* (MCER). Tanto es así que a la cuestión se le dedica íntegramente todo un capítulo (Capítulo 7, “Las tareas y su papel en la enseñanza de la lengua”, pp. 155-166), cuyas principales ideas pasamos a glosar.

Previamente el concepto de *tarea* aparece definido en el capítulo 2 como un elemento justificativo del “Enfoque adoptado” (“Un enfoque enfocado a la acción”), juntamente con las nociones de *estrategias* y *textos*¹⁷. En este contexto preliminar se define la *tarea* como “cualquier acción intencionada que un individuo considera necesaria para conseguir un resultado concreto en cuanto a la resolución de un problema, el cumplimiento de una obligación o la consecución de un objetivo” (MCER, p. 10).

El capítulo 7 del MCER se estructura en tres grandes apartados:

a) Descripción de las tareas: bajo este epígrafe se enumeran de manera poco sistematizada los distintos tipos de *tareas*, mezclándose distintos

¹⁶ Sobre la simulación como técnica heurística en la enseñanza del Español con Fines específicos, vid. Pérez Gutiérrez, 2000: 169-183.

¹⁷ Vid. en el MCER el apartado 2.1.5 titulado “Tareas, estrategias y textos” (15-16). Los entrecomillados se corresponden respectivamente con el título del Capítulo 2 y el apartado 2.1, de ahí el uso de las mayúsculas.

criterios clasificatorios (naturaleza, grado de dificultad, composición, etc.).

b) Realización de la tarea: se relacionan los factores a tener en cuenta para la realización de las *tareas* en contextos pedagógicos. Estos factores son los siguientes:

- Competencias tanto generales (conocimiento y experiencia del mundo, conocimientos socioculturales, destrezas interculturales) como específicas (conocimientos y destrezas de carácter lingüístico, sociolingüístico y pragmático).
- Condiciones y restricciones: son elementos que pueden ser ajustados por la persona que guía el proceso de enseñanza y aprendizaje para variar el grado de dificultad de las tareas (comprensión, interacción, expresión) en relación a las competencias y características del alumno.
- Estrategias: son los procesos de distinto signo (generales, comunicativos, individuales, etc.) que el alumno activa para conseguir una mayor eficacia en la realización de las tareas.

c) Dificultad de la tarea: es la condición necesaria que debe ser ponderada a la hora de diseñar y desarrollar una tarea. Se trata de una condición que admite grados y en la que se recomienda flexibilidad. Los niveles de dificultad vienen definidos por una serie de factores que pueden ser agrupados en dos grandes bloques:

- Competencias y características del alumno, en donde se incluyen los factores cognitivos (familiaridad de la tarea, destrezas manejadas, requisitos para afrontar la tarea), afectivos (autoestima, implicación y motivación, estado, actitud) y lingüísticos.
- Condiciones y restricciones de las tareas: el apoyo, el tiempo, el objetivo, el espacio físico, el carácter de predicción, los participantes en las *tareas de interacción y expresión*; el apoyo para su realización, el tipo de texto, la respuesta requerida en las *tareas de comprensión*.

3.3. Las tareas en el Español para Fines Específicos

El enfoque por tareas se ha ido extendiendo de los manuales y cursos generales de ELE a los del Español para Fines Específicos (EFE), constituyéndose a día de hoy en el modelo hegemónico dentro de la especialidad.

La fundamentación cognitiva de la idoneidad este enfoque didáctico para la enseñanza de EFE ha sido abordada por diversos autores, entre los que destaca M. Long, cuya defensa de las tareas en detrimento de los textos ha sido ya mencionada en nuestra introducción.

Para este autor, la enseñanza tradicional de un idioma para fines específicos basada en los textos no difiere en esencia de la enseñanza tradicional basada en estructuras gramaticales, siendo tan solo una variante. En la enseñanza que toma como referencia el texto los aspectos del código quedan insertos dentro de unidades más amplias, mientras que en la enseñanza tradicional estos aspectos quedaban aislados. Basándose tanto en estudios empíricos como en su propia observación, M. Long propone sustituir los enfoques basados en las formas y en los significados por lo que él denomina *enfoque en la forma (focus on form)*, describiéndolo en los siguientes términos:

El enfoque en la forma implica atraer la atención de los estudiantes brevemente a objetivos lingüísticos problemáticos, bajo ciertas condiciones, en contexto, durante una clase orientada comunicativamente. Esto puede ayudar a los aprendices a "notar" elementos en el *input* que de otra forma se les podrían escapar, al igual que las incongruencias existentes entre el *input* y las formas anómalas de su producción, especialmente cuando el resultado no es una ruptura en la comunicación que pueda servir para ello (Long, 2003: 18-19).

Aun reconociendo las dificultades que se pueden plantear con este enfoque¹⁸, las ventajas del *enfoque en la forma* que señala M. Long (2003: 18-22) son las siguientes:

- 1) Responde a un programa de aprendizaje interno del alumno, siendo más coherente desde el punto de vista psicolingüístico.
- 2) Responde a los problemas comunicativo-lingüísticos de los estudiantes, esto es, presenta una visión *reactiva* (frente a la visión *pro-activa* de los enfoques basados en las formas y en los significados).
- 3) Las tareas son las formas bajo las que se conceptúan la mayoría de los trabajos y desempeños laborales.
- 4) Facilita el análisis de necesidades, paso previo al diseño de cualquier programa de lenguas para fines específicos.
- 5) El conocimiento adquirido mediante las tareas posibilita una mejor integración del conocimiento en la memoria a largo plazo.
- 6) Las tareas, además de útiles para el alumno, son motivadoras y permiten mantener la atención durante más tiempo.

En esta misma línea argumental, algunos autores de materiales de EFE basados en tareas han subrayado desde otros puntos de vista otras ventajas de este enfoque.

Basándose en su experiencia como creadora de cursos y manuales en la especialidad, O. Juan Lázaro (Juan Lázaro, 2003: 207-219) ejemplifica mediante el análisis de materiales dos de las principales cualidades fundamentales del enfoque por tareas: por un lado, posibilita la integración de las distintas destrezas y estrategias de aprendizaje; por otro, permite una gran flexibilidad de niveles, ya que "una misma tarea puede abordarse en diferentes niveles con un grado de concreción y enriquecimiento del producto final acorde a los recursos lingüísticos de los que dispone el estudiante" (Juan Lázaro, 2003: 208).

¹⁸ Vid. un comentario justificado de todas estas dificultades en Long, 2003: 22-33.

Por su parte, J.A. Roser, J.A. Redó, A. Ruggia y L. Díaz (Roser Fernández *et al.* 2003: 141-156) han elaborado una propuesta de currículo de *Español para los negocios* dirigido a los niveles B2 y C1 que tiene en cuenta tanto las nuevas disposiciones del MCER como las propuestas hechas para certificados de otras lenguas (principalmente el *Business English Certificate*). En este currículo, integrado por distintas áreas temáticas y por la secuenciación de tareas posibilitadoras o intermedias que conducen a la tarea final, los contenidos se conciben de forma helicoidal de modo que las destrezas del nivel inferior (B2) se activen en el nivel siguiente (C1), enfatizándose la idea de *progresión*.

En definitiva, las últimas actualizaciones didácticas en la especialidad parecen concluir que, sin obviar las dificultades que puede presentar, el enfoque por tareas es hoy por hoy la estrategia de enseñanza-aprendizaje más idónea para la enseñanza de una lengua para fines específicos.

4. EL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (IRC)

4.1. Definición, contexto y estructura

Como señalábamos en la introducción, el informe de responsabilidad corporativa es un documento en donde las empresas rinden cuentas ante sus grupos de interés internos y externos del desempeño de su organización no solamente en términos económicos, como ocurría en las memorias anuales tradicionales, sino también en su dimensión social y medioambiental.

El concepto clave que da origen a este tipo de informes y más genéricamente a la idea global de *responsabilidad social de la empresa* es el de *desarrollo sostenible*, definido como "forma de progreso que satisface las

necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de progreso de las generaciones futuras”¹⁹.

El IRC, por tanto, es fruto y consecuencia de una preocupación mundial que ha generado iniciativas como la pionera *Agenda Local 21* (1992) o el *Libro verde* (2000) de la Comisión de las Comunidades Europeas, y ha propiciado también el desarrollo de múltiples fundaciones, normas y observatorios sobre la materia (entre otros, y aparte del ya citado GRI, *World Business Council on Sustainable Development*, *AA 1000: Accountability*, *European Business Ethics Networks*, etc.)²⁰.

Este tipo de rendición de cuentas o reporte²¹ ha sido bautizado hasta la fecha de múltiples formas: *triple cuenta de resultados*, *auditoría social*, *memoria de sostenibilidad*, *memoria social*, *informe o memoria de responsabilidad social*, *informe o memoria de responsabilidad corporativa*, etc.²². La variabilidad terminológica se explica no solo por la novedad del documento, sino también porque *in origine* se elaboraron como una pieza separada, aunque la tendencia actual es integrar estos informes dentro de la *memoria anual* de la entidad. Por nuestra parte, hemos elegido la denominación de *informe de responsabilidad corporativa* por considerarlo un término menos equívoco que otros, aunque a lo

¹⁹ Es la célebre definición que en 1987 estableció la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo (Comisión Brundtland) y que aparece constantemente citada en la bibliografía sobre la materia. En nuestro caso cito a partir de Roser Fernández, 2005: 102.

²⁰ Vid. un resumen de este proceso mundial en el capítulo “El impulso público a la RSE” (Capítulo 3) de la tesis doctoral de A. Fernández Martínez (2007: 95-149) y también un nutrido compendio de todas estas entidades con sus respectivos enlaces en Roser Fernández, 2005: 106-109.

²¹ La voz *reporte*, que aparece constantemente citada en las memorias de sostenibilidad, figura en el DRAE con la acepción de “noticia, informe” (DRAE, 1ª acepción, en línea). El CREA refleja cómo es una palabra vinculada estrechamente al tema *Política, economía, comercio y finanzas* (289 casos, 46’09% del total) y más presente en el ámbito lingüístico hispanoamericano (a partir de REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Banco de datos (CREA) [en línea]. *Corpus de referencia del español actual*. <<http://www.rae.es>> [3 de junio de 2008]).

²² Vid. un resumen de la cuestión en García Perdiguero, 2007: 2 y en Fernández Martínez, 2007: 226.

largo del trabajo también podemos utilizar indistintamente alguna de las denominaciones más usuales arriba mencionadas.

En cuanto a su estructura, los informes de responsabilidad corporativa suelen contener los siguientes apartados:

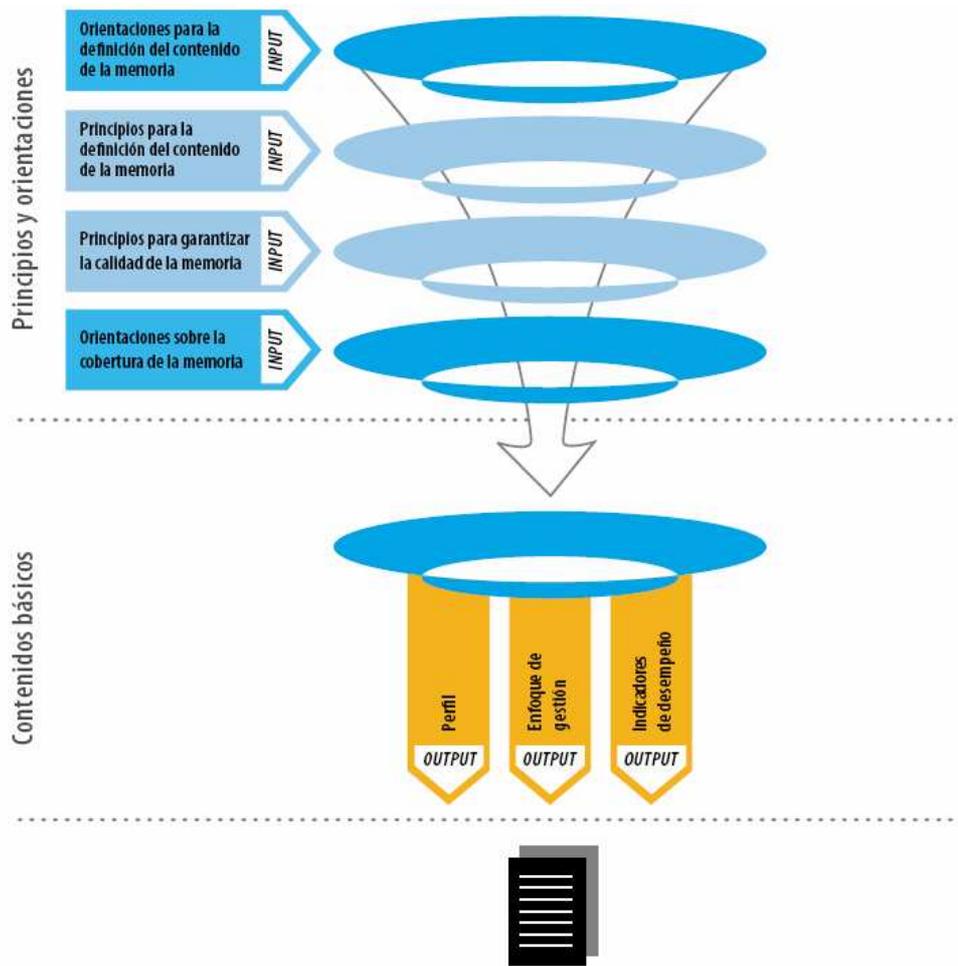
1. Estrategia y análisis de la organización.
2. Perfil de la organización.
3. Información sobre el gobierno corporativo.
4. Información sobre el enfoque de la dirección por dimensiones.
5. Indicadores del desempeño (económico, social, ambiental).

Muchas de las memorias de sostenibilidad —especialmente las de las grandes corporaciones— incluyen como apéndice una verificación emitida por una empresa ajena a la corporación evaluada en donde se da fe de que el informe se ha realizado de acuerdo a los procedimientos estipulados y de que los resultados gozan de toda fiabilidad. Este tipo de verificación que aparece en las memorias de sostenibilidad se denomina técnicamente *informe de revisión*, al que se le suelen unir habitualmente los adjetivos *independiente* o *limitada* y cuyo procedimiento es notablemente distinto del utilizado en el *informe de auditoría*.

4.2. El método de elaboración del IRC

En principio, no hay un modelo único para la realización de los informes de responsabilidad corporativa; existen varias propuestas de elaboración emitidas por distintas organizaciones y todas ellas pueden ser adaptadas a distintos parámetros como el grado de cobertura, las orientaciones para definir el contenido, el área geográfica o el tamaño de la empresa.

En los gráficos siguientes se muestran dos modelos conceptuales para la elaboración de estos informes: el primero es uno de los ofrecidos por el GRI (versión 3.0); el segundo, denominado *Modelo de Mejora continua*, está concebido para su aplicación en las PYMES.



Modelo propuesto por Global Reporting Initiative (versión 3.0)
(Fuente: GRI, 2006: 6)



Modelo de Mejora continua para las PYMES
(Fuente: Roser Fernández, 2005: 66)

Aun utilizándose modelos distintos, los informes de responsabilidad corporativa se realizan básicamente de acuerdo a la secuencia siguiente:

1. Designación del área responsable y del coordinador social.
2. Definición del plan de trabajo.
3. Formación.
4. Adecuación de los indicadores.
5. Recolección de información.
6. Análisis de la información.
7. Memoria.
8. Presentación de la memoria.

Todos los métodos ofrecen unos listados de indicadores con sus correspondientes protocolos para evaluar la triple dimensión del desempeño de las empresas²³.

4.3. El IRC como género discursivo

Además de los aspectos ya analizados en los apartados precedentes, nos resta por situar los informes de responsabilidad corporativa dentro de una dimensión discursiva global, esto es, pretendemos verificar si los informes de responsabilidad corporativa pueden ser considerados como un *género* de acuerdo a los parámetros establecidos por J.M. Swales (1997: 33-58) y que nosotros, de acuerdo con lo propuesto por D. Cassany (2003: 42-43), denominaremos con más precisión como *género discursivo*:

Entendemos *el género discursivo* (o *género específico*) como la unidad de comunicación que se ha desarrollado sociohistóricamente en el seno de una actividad laboral específica. El género entendido así incluye tanto características léxico-

²³ Vid. en la *Guía* del GRI 3.0 la relación de estos indicadores (entre paréntesis se expresa el número de indicadores por capítulo) en pp. 29-40, divididos en “Indicadores del desempeño económico” (9), “Indicadores del desempeño ambiental” (30), “Indicadores de Prácticas laborales y ética del trabajo” (14), “Indicadores del desempeño de Derechos Humanos” (9), “Indicadores del desempeño de Sociedad” (8) e “Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos” (9).

gramaticales (fraseología, terminología, morfosintaxis, etc.) y discursivas (estructura, selección de datos, registro, etc.) como pragmáticas (funciones del discurso, roles de autor y lector, formas de cortesía, etc.).

Para ello vamos a desglosar la definición anterior en los rasgos que la componen para verificar si, efectivamente, el IRC constituye un *género discursivo* con vistas a las utilidades que este análisis puede reportar de cara a su utilización en el aula de ELE.

- a) **Unidad de comunicación:** en la actualidad el IRC se concibe como un texto unitario e integrador en donde todas las partes se articulan para formar una unidad completa de comunicación.

- b) **Desarrollo sociohistórico en una actividad laboral específica:** el IRC es un género reciente y todavía en proceso de consolidación que, partiendo de las grandes organizaciones empresariales, se ha ido extendiendo a la práctica habitual de las pequeñas y medianas empresas, pudiendo apreciarse una tendencia a uniformar su formato y modo de elaboración. Como ya se ha señalado, en su génesis está la idea de *sostenibilidad* que comienza a calar en la conciencia social y económica en la última década del siglo XX.

- c) **Características léxico-gramaticales:** la terminología empleada en los informes es, sin duda, la característica más relevante. Esta terminología figura en forma de glosarios al final de las memorias y de las guías de elaboración y, a diferencia de lo que ocurre con su denominación, cuenta con traducciones unívocas de voces inglesas que ya han pasado a formar parte del corpus lexicográfico de los informes.

- d) **Características discursivas:** las memorias de responsabilidad corporativa cuentan con una estructura ya consolidada de corte deductivo, que va de lo más general (gobierno corporativo y declaración de *Visión y valores*) a lo más particular (análisis de la denominada *triple línea básica*).

e) **Características pragmáticas:** el emisor es una entidad corporativa que figura como sujeto de la mayor parte de las enunciaciones, bien como tal (p.e. "Santander cuenta con 68'8 millones de clientes..."), bien en forma de plural mayestático (p.e. "Hemos conseguido..."). Los grupos de interés son dentro de su heterogeneidad los receptores básicos de un mensaje pensado fundamentalmente para cumplir el requisito de transparencia exigido como fuente de legitimación empresarial.

Así pues, y de acuerdo a lo que acabamos de exponer, podemos considerar que los informes de responsabilidad corporativa constituyen un género discursivo, todavía joven y en proceso de constitución, pero que cuenta con todas las marcas discursivas necesarias para su reconocimiento como tal.

4.4. El IRC en los manuales de *Español para los negocios*

En el conjunto de materiales manejado para la realización de la memoria (vid. apartado 7.2, pp. 37-38) no hemos recogido ninguna referencia directa al género que es objeto de nuestra atención.

Bien es cierto que existen tareas inspiradas en los temas que aparecen tratados en los informes de responsabilidad social, pero no existen tareas diseñadas *ad hoc* que se basen en la dinámica específica de este tipo de género discursivo.

A modo de ejemplo, en el curso de *Español para los negocios Equipo.es 3. Nivel avanzado B2 (2007)* se incluye una unidad titulada "Nuestro futuro: la economía sostenible" (Unidad 8, diez epígrafes, pp.180-205) cuyo contenido temático (la globalización, el crecimiento desigual, las necesidades energéticas del desarrollo, las energías renovables, la contaminación industrial) incide directamente en la materia que tratamos. La unidad se cierra con una tarea final denominada "Hacer algo por nuestro mundo" (pp. 202-203) en donde los

alumnos tienen que decidir cómo asignar un fondo para la concesión de microcréditos.

Sin embargo, la mayor parte de la documentación empleada como apoyo de las actividades en los epígrafes proviene de textos periodísticos extraídos de las ediciones digitales de prensa económica y emisoras de radio (50%), textos publicitarios (10%) o informes de organizaciones diversas (CECU, KIVA, Ministerio de Industria, Ciencia y Tecnología; el 40%). En el *Libro de ejercicios* de este mismo manual se incluye el llamado *Apéndice www* (pp. 175-183) en el que se describen los contenidos de cuarenta y dos páginas web relacionadas con el ámbito específico de los negocios. Ninguno de estos cuarenta y dos enlaces entronca con el concepto de la responsabilidad social de la empresa ni con las organizaciones de referencia en el tema.

Las memorias de sostenibilidad tampoco figuran específicamente en los cursos destinados a la obtención del *Certificado Superior de Español para los negocios* (nivel avanzado), ni tampoco en los manuales preparatorios para el mismo²⁴.

Tras este somero análisis de materiales podemos concluir afirmando que los informes de responsabilidad social no forman parte todavía de los contenidos temáticos y programáticos de los manuales y cursos de *Español para los negocios*, ni como género discursivo, ni como fuente documental para la realización de actividades, ni como plataforma para la elaboración de tareas en el aula de ELE, a pesar de que uno de los axiomas de la enseñanza de una lengua con fines específicos señala la necesidad de trabajar con textos reales emanados de la actividad específica de que se trate.

La ausencia de este género discursivo en el análisis de materiales que acabamos de realizar es una de las razones que fundamenta nuestra memoria.

²⁴ En el manual *Temas de empresa* de M.J. Pareja (2005) siguen siendo hegemónicos los textos económicos procedentes de la prensa general y especializada.

**SEGUNDA PARTE:
DE LA TEORÍA
A LA PRÁCTICA**

5. TAREAS A PARTIR DE LOS INFORMES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Una vez expuestos los fundamentos teóricos y conceptuales que justifican nuestra propuesta, nos proponemos mostrar en esta segunda parte de la memoria la potencialidad didáctica que tienen los informes de responsabilidad corporativa en el marco específico de la enseñanza del *Español para los negocios*. Pretendemos, por tanto, dar respuesta a las preguntas formuladas en la introducción: por qué y para qué utilizar los informes de responsabilidad corporativa en la enseñanza del *Español para los negocios*.

Queremos señalar que esta parte práctica se ofrece como un repertorio heterogéneo de propuestas didácticas mostradas a modo de ejemplo y circunscritas lógicamente a las dimensiones de la memoria. En ningún caso, pues, debe entenderse como un inventario cerrado y sin posibilidades de ampliación.

Por el contrario, los informes de responsabilidad social se presentan como un copioso banco de datos para la elaboración de *actividades didácticas* —en el sentido más tradicional del término— para el *Español para los negocios* que todavía no ha sido utilizado. La tipología y los enunciados de estas actividades pueden ser similares a los que se pueden encontrar en las pruebas y ejercicios destinados a la obtención de los *Certificados Básico y Superior de Español para los negocios* y del *Diploma de Español para los negocios* expedidos por la Cámara de Comercio de Madrid, cuyo currículo constituye la referencia principal en el campo específico que nos ocupa²⁵.

²⁵ Ejercicios de comprensión lectora (de elección múltiple, de completar enunciados, de señalar verdadero-falso, de respuesta productiva), ejercicios de conocimiento del idioma (de relacionar conceptos y completar, de contestar a las preguntas propuestas), ejercicios de escritura (redacción de un informe técnico, desarrollo de un tema) y ejercicios de lectura.

No obstante, y en virtud de los parámetros didácticos a los que se adscribe la memoria, consideramos que estas actividades didácticas por sí solas pierden parte de su eficacia en tanto en cuanto no se incardinan en una tarea global.

Para mostrar las posibilidades didácticas de los informes de responsabilidad corporativa hemos dispuesto tres grandes tareas independientes entre sí. Estas tres tareas vienen determinadas, de menor a mayor, por el alcance y la modalidad de la tarea en sí. En primer lugar incluimos una pequeña tarea que tiene como referente los informes de responsabilidad social; la tarea propuesta en segundo lugar se inserta en el marco de una simulación global; ofrecemos, por último, un tema monográfico sobre la responsabilidad social de la empresa en torno al cual giran distintas tareas²⁶.

En los siguientes epígrafes pasamos a desglosar los requisitos básicos de estas tres propuestas didácticas. El desarrollo concreto de estas propuestas se recoge en el ANEXO (pp. 42-65).

Todos los materiales que utilizamos en estos anexos proceden de memorias de responsabilidad social auténticas, anotándose la fuente y señalándose si han sido objeto de alguna adaptación.

5.1. Tarea 1

En la primera tarea que proponemos los informes de responsabilidad corporativa no son el elemento central, sino que sirven como elemento posibilitador e instrumental para resolver la tarea final: elegir con quién asociarse.

²⁶ No contemplamos la posibilidad de ofrecer la modalidad de *proyecto* del tipo “Elaborar una memoria de sostenibilidad”. A las dudas que esta modalidad de tarea nos plantea por la suma de las variables necesarias para su desarrollo, tendríamos que sumar un requisito adicional: el contar con un alumnado suficientemente familiarizado con el método de elaboración de este tipo de memorias.

La descripción de la Tarea 1, desarrollada en el ANEXO (vid. pp. 43-46), es la siguiente:

- Denominación de la tarea: "Cómo elegir un socio comercial".
- Descripción de la tarea: analizar cuál de las tres empresas seleccionadas es la mejor para establecer con ella una alianza comercial.
- Nivel: B1.
- Contexto educativo: esta tarea se engloba al final de una unidad didáctica que contaría con los siguientes descriptores:

Funciones comunicativas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formular hipótesis sobre el futuro. ▪ Matizar y justificar ideas. ▪ Tomar decisiones y sacar conclusiones. ▪ Expresar oralmente y por escrito una valoración tras el análisis de datos.
Contenidos gramaticales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repaso del futuro y del condicional. ▪ Los marcadores adversativos y de oposición. ▪ Ordenadores del discurso y marcadores conclusivos.
Contenidos léxicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sostenibilidad, medio ambiente y aspectos sociales.
Contenidos temáticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las fusiones y alianzas entre empresas. ▪ Las normas internacionales de homologación. ▪ Los estándares de calidad.

5.2. Tarea 2

La práctica totalidad de los manuales y cursos de *Español para los negocios* plantean como tarea nuclear la de "crear una empresa". En muchos de ellos esta tarea viene precedida o prolongada por otras tareas subsidiarias

de esta tarea central, configurando una simulación global²⁷. Si tuviéramos que hacer una secuencia *tipo* de estas tareas en un nivel B1 → B2, las fases serían básicamente las siguientes:

- 1) Elaboración de un plan empresarial.
- 2) Trámites para crear una empresa.
- 3) Establecer el organigrama de una empresa.
- 4) Selección de personal.
- 5) Comunicación comercial.
- 6) Documentación mercantil y comercial.
- 7) Reuniones de negocios.
- 8) Publicidad de la empresa.

Con la Tarea 2 defendemos la necesidad de prolongar esa simulación con una tarea adicional que complete esta secuencia, considerando los aspectos contenidos en los informes de responsabilidad social. De esta manera incorporamos unos contenidos y unas prácticas empresariales que deben figurar de manera inexcusable en toda empresa que se precie, sea cual sea su tamaño.

Los datos fundamentales de la Tarea 2 que proponemos para incorporar a la simulación global de "crear una empresa" y que incluimos en el ANEXO (vid. pp.47-50) son los siguientes:

- Denominación: "Una empresa responsable".
- Descripción de la tarea: configurar las señas de identidad de la empresa y señalar de qué manera contribuye la empresa a la sostenibilidad en los aspectos económicos, sociales y medioambientales.
- Nivel: B1 → B2.
- Contexto educativo: esta tarea estaría integrada dentro de una unidad didáctica que contaría con los siguientes descriptores:

²⁷ Cfr. el manual *Negocios. Manual de español profesional* (Blanco Canales y Vilarrubia Zúñiga, 2005). Véase en el apartado "La simulación global" de la "Presentación" (p.3) la explicación de esta modalidad para conseguir el macro-objetivo final: constituir una empresa. Lo mismo en la "Tarea 1. Creación de una empresa" del manual *Temas de empresa* (Pareja, 2005: 31-52).

Funciones comunicativas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expresar y matizar el acuerdo o el desacuerdo. ▪ Justificar una opinión. ▪ Expresar obligación y deber. ▪ Exponer y reformular una declaración de principios.
Contenidos gramaticales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perífrasis modales de obligación. ▪ Oraciones concesivas, finales y condicionales. ▪ Cuantificadores adverbiales (<i>poco, bastante, mucho, parcialmente, totalmente...</i>). ▪ Marcadores del discurso para matizar.
Contenidos léxicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Misión, visión, valores y estrategia en el mundo de la empresa. ▪ Valores empresariales positivos y negativos.
Contenidos temáticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategia empresarial. ▪ La responsabilidad social de la empresa. ▪ Los indicadores de calidad.

El punto de inserción de esta tarea dentro de la secuencia didáctica es flexible. Sobre la anterior simulación global de "crear una empresa" anotamos las siguientes posibilidades de inserción, desdoblado en dos la tarea:

- Elaboración de un plan empresarial.
- Trámites para crear una empresa.
- Establecer un organigrama de una empresa.
- ➔ **Señalar los valores y la misión de la empresa.**
 - Selección de personal.
 - Correspondencia comercial.
 - Documentación mercantil y comercial.
 - Reuniones de negocios.
- ➔ **Cómo ser una empresa responsable.**
 - Publicidad de la empresa.

5.3. Tarea 3

La tercera tarea que proponemos es la más amplia en la cobertura de los conceptos y procedimientos que figuran en los informes de responsabilidad corporativa y también en la dimensión y desarrollo de las tareas.

A diferencia de las dos anteriores, en donde la explotación de los informes de responsabilidad social era subsidiaria de una tarea final jerárquicamente superior, en esta tarea los informes se constituyen en el elemento nuclear que la articula sobre la base también de prolongar la simulación de “crear una empresa”.

Esta tercera tarea se concibe, pues, no tanto como una unidad didáctica al uso —de hecho, en su desarrollo se prescinde de los cuadros con información gramatical—, sino como un material específico destinado a formar parte de un manual de *Español para los negocios*.

La Tarea 3 está pensada para un nivel B2, adaptable también a un nivel C1, y tiene como eje temático la “Responsabilidad Social de la empresa”. Consta de cuatro apartados advertidos por sendos epígrafes, siendo el último de ellos el estudio de *un caso* y, al mismo tiempo, una actividad de síntesis y recapitulación:

- 3.1. Empresas responsables.
- 3.2. ¿Qué es una empresa responsable?
- 3.3. Los informes de responsabilidad corporativa.
- 3.4. La Responsabilidad Social en las principales entidades financieras españolas.

A lo largo de estos apartados, al alumno se le va introduciendo poco a poco en la dinámica de los informes de responsabilidad social. Todos los apartados comienzan con un ejercicio previo destinado a activar los conocimientos desde los que partir; seguidamente se pasa a trabajar las subtareas que nos llevarán a la tarea final de este apartado: adaptar lo

aprendido a la empresa que los alumnos han constituido en un estadio anterior del curso, es decir, los alumnos se convierten en el grupo de trabajo que elabora poco a poco su propio informe de responsabilidad corporativa de acuerdo a la analogía que trazamos en la introducción (vid. pp. 7-8).

Los descriptores de esta tarea que incluimos en el ANEXO (vid. pp.51-65) son los siguientes:

<p>Funciones comunicativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expresar oralmente y por escrito una valoración. ▪ Expresar finalidad y causa. ▪ Persuadir de algo mostrando sus ventajas y desventajas. ▪ Establecer comparaciones valorativas. ▪ Interpretar gráficos y mapas.
<p>Contenidos gramaticales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expresiones de conveniencia y de opiniones personales (<i>a mi juicio, a mi modo de ver...</i>). ▪ Marcadores de oposición y ordenadores del discurso. ▪ Marcadores conclusivos. ▪ Oraciones causales y de finalidad.
<p>Contenidos léxicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Léxico específico relacionado con los informes: <i>misión, visión, valores, estrategia, indicadores, perfil...</i> ▪ Léxico económico, social y medioambiental. ▪ Frases hechas y coloquialismos. ▪ Siglas de organizaciones empresariales.
<p>Contenidos temáticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Legitimación empresarial y sostenibilidad. ▪ Los informes de responsabilidad corporativa. ▪ Organismos de referencia en la responsabilidad social de la empresa. ▪ Los indicadores de desempeño. ▪ Las comunidades autónomas españolas. ▪ Las principales entidades financieras españolas.

6. CONCLUSIONES

Lo expuesto en los capítulos precedentes nos ha permitido confirmar el objetivo principal que nos habíamos planteado al comienzo de la memoria: mostrar las posibilidades que un género discursivo de reciente acuñación y generalización en el ámbito de la pequeña y mediana empresa posee para la elaboración y diseño de tareas destinadas a la enseñanza del *Español para los negocios*.

Es el momento, por tanto, de presentar de manera sistematizada cuáles son esas ventajas que se desprenden de la utilización de los informes de responsabilidad social en el aprendizaje del *Español para los negocios*. Estas ventajas son básicamente tres:

a) **Carácter holístico**

Como señalábamos en la introducción, uno de los problemas de algunas tareas que se utilizan en el *Español para los negocios* es su falta de integración en un referente global de actuación.

Por el contrario, el informe de responsabilidad social es *per se* un producto integrado en donde los elementos que lo componen forman parte de un todo y son el resultado de una serie de decisiones encadenadas y sostenidas en el tiempo: creada una empresa, es preciso también establecer su misión, su visión y sus valores, y estos, a su vez, determinan los indicadores económicos, medioambientales y sociales necesarios para su evaluación.

Esta integración de los contenidos globales del mundo empresarial correlaciona con la posibilidad de utilizar todas las destrezas comunicativas.

b) Flexibilidad y versatilidad

Las tareas elaboradas a partir de los informes de responsabilidad corporativa admiten una gran flexibilidad y versatilidad en su utilización como fuente didáctica en el aula de ELE.

Como hemos mostrado en la parte práctica, los informes pueden servir bien como apoyo de una subtarea o tarea posibilitadora, o bien como referente de una tarea final más o menos extensa en el marco de una simulación global.

Aunque en esta memoria se ha descartado expresamente, los informes de responsabilidad social no cierran la puerta a la elaboración de un proyecto si se dieran las condiciones necesarias para ello.

c) Universalidad y estandarización

La utilización de los informes de responsabilidad corporativa permite cubrir ciertos aspectos de la nueva realidad económica y financiera internacional que todavía no están suficientemente atendidos en los manuales de *Español para los negocios*, pero que cuentan con una práctica cada vez más extendida y cuyo nivel de estandarización es muy alto, lo que permite un fácil reconocimiento por cualquier alumno mínimamente familiarizado con la cultura económica actual sea cual sea su nacionalidad y lengua materna.

En definitiva, con las tareas basadas en las memorias de sostenibilidad introducimos nociones temáticas y léxicas imprescindibles en el mundo empresarial actual sin descuidar ni relegar a un segundo plano las funciones comunicativas y gramaticales que tradicionalmente aparecen en los manuales y cursos de la especialidad.

La utilización del IRC como plataforma para el diseño y la elaboración de tareas no carece de inconvenientes. Estos inconvenientes proceden principalmente de los dos elementos que conforman la propuesta.

Están, por un lado, los inconvenientes que se derivan del propio enfoque por tareas y que fueron tempranamente señalados por J. Zanón (1990: 25): la necesidad de contar con un profesorado perfectamente formado y cualificado; el choque de este enfoque con respecto a las expectativas de unos alumnos posiblemente más acostumbrados a un currículo de signo gramatical o funcional, y también a asumir un papel más pasivo y menos autónomo en el proceso de enseñanza-aprendizaje; por último, las resistencias de las instituciones educativas en aras de la supuesta eficacia de otros métodos. Aunque mucho se ha avanzado desde entonces en la superación de estas dificultades, no conviene desatenderlas.

A estas dificultades hay que sumar, en segundo lugar, los posibles inconvenientes propios del desconocimiento o la falta de familiaridad del género discursivo sobre el que se diseñan las tareas. No obstante, esta dificultad se nos antoja menor habida cuenta de la generalización de esta práctica tanto en los planes de formación de las pequeñas y medianas empresas como en los planes de estudio de facultades —con cátedras *ad hoc*— y escuelas de negocios y de la arriba citada estandarización de este tipo de procesos.

En todo caso, creemos necesario e imprescindible que los manuales y cursos de *Español para los negocios* incorporen a sus contenidos los informes de responsabilidad corporativa y que este concepto forme parte también de los currículos de esta especialidad. Con ello no solo se responde desde el Español para Fines Específicos a una nueva manera de entender la cultura empresarial, sino que también se posibilita el diseño y la elaboración de tareas para la enseñanza de ELE de una manera eficaz y naturalizada.

Queda pendiente, por último, una tarea apenas esbozada en esta memoria, pero que se debe acometer en el futuro en el marco del *Español como lengua de especialidad*: el estudio de los informes de responsabilidad corporativa como género discursivo propio, estudio que tendrá que ir en consonancia con la evolución que está experimentando el propio género.

7. MATERIALES Y BIBLIOGRAFÍA

7.1. FUENTES PRIMARIAS DE REFERENCIA

BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA (BBVA): *Informe Anual 2007. Responsabilidad corporativa.*

ENAGÁS, S.A.: *Memoria de responsabilidad corporativa 2007.*

GRUPO BANCO POPULAR: *Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007.*

GRUPO SANTANDER: *Memoria de sostenibilidad 07. La responsabilidad social corporativa en Banco Santander.*

HARINERAS VILLAMAYOR, S.A.: *Informe de sostenibilidad 2006.*

JAVIERRE S.L.: *Memoria de sostenibilidad 07.*

REPSOL YPF S.A.: *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007.*

TELEFÓNICA, S.A.: *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007.*

7.2. MANUALES Y CURSOS DE *ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS*

BLANCO CANALES, A. y VILLARRUBIA ZÚÑIGA, M.S. (2005): *Negocios. Manual de español Profesional*, Madrid, Universidad de Alcalá.

CORPAS, J.; MARTÍNEZ, L. y SABATER, M.L. (2001): *Socios 2. Curso de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona, Difusión.

GONZÁLEZ, M; MARTÍN, F. (1999): *Socios 1. Curso básico de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona, Difusión.

JUAN LÁZARO, O.; DE PRADA SEGOVIA, M. y ZARAGOZA ANDREU, A. (2002): *En equipo. Nivel elemental*, Madrid, Edinumen.

JUAN LÁZARO, O.; DE PRADA SEGOVIA, M. y ZARAGOZA ANDREU, A (2003): *En equipo 2. Nivel intermedio*, Madrid, Edinumen.

JUAN LÁZARO, O.; AINCIBURU, C. y ZARAGOZA ANDREU, A. (2007): *En equipo 3. Nivel avanzado: B2*, Madrid, Edinumen.

NORIEGA, A. y PROST, G. (2003): *Al Dí@ (Relaciones profesionales y del mundo de la empresa: Nivel avanzado)*, Madrid, SGEL.

— (2007): *Al Dí@ (Relaciones profesionales y del mundo de la empresa: Nivel inicial)*. Madrid: SGEL.

PAREJA, M.J. (2005): *Temas de empresa. Manual para la preparación del Certificado Superior del Español para los negocios. Cámara de Comercio de Madrid*, Madrid, Edinumen.

7.3. BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE BELTRÁN, B. (1990): "Consideraciones previas al diseño de un curso de español con fines profesionales", *Cable*, 6, 24-26.

— (1998a): "Enfoque, metodología y orientaciones didácticas de la enseñanza del español con fines específicos", *Carabela*, 44, 5-29.

— (1998b): "Comunicación y cultura en situaciones profesionales: saber ser, saber estar y saber hacer", *Frecuencia L*, 7, Madrid, Edinumen.

— (2000): *Servicios financieros: banca y bolsa*, Madrid, Colección "El español por profesiones", Madrid, SGEL, 2ª edición.

— (2004): "La enseñanza del español con fines profesionales", en SÁNCHEZ LOBATO, J. y SANTOS GARGALLO, I. (coord.) (2004): *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*, Madrid, SGEL, 1109-1128.

BORDOY, M.; VAN HOOF, A. y SEQUEROS, A. (coords.) (2000): *Español para Fines Específicos. Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2000)*, Ministerio de Educación Cultura y Deporte-Instituto Cervantes.

BOVET, Montserrat y DE PRADA, Marisa (2000): "Cómo enseñar español de los negocios y disfrutar haciéndolo", en BORDOY, M.; VAN HOOF, A. y SEQUEROS, A. (coords.) (2000): *Español para Fines Específicos. Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2000)*, Ministerio de Educación Cultura y Deporte-Instituto Cervantes, 208-210.

CASSANY, D. (2003): "La lectura y la escritura de géneros profesionales en EpFE", en DE ANTONIO, V. et al. (coords.) (2003): *Español para Fines Específicos. Actas del II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2003)*, 40-64.

CERCADILLO, L.; GALLEGRO, E. Y GARCÍA, M.A. (2008): *La lectura en PISA 2000, 2003 y 2006. Marco y pruebas de evaluación*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, Instituto de Evaluación.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2000): *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.*

— (2007): *Responsabilidad empresarial. Recopilación de casos de buenas prácticas entre pequeñas y medianas empresas de Europa*, Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas

— (2008): *Empresas responsables. Cuestionario de concienciación* (a partir de http://ec.europa.eu/enterprise/sme/competitive_es.htm).

CONSEJO DE EUROPA (2002): *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, Madrid, Secretaría General Técnica del MECD, Subdirección General de Información y Publicaciones / Anaya.

DE ANTONIO, V. et al. (coords.) (2003): *Español para Fines Específicos. Actas del II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2003)*, Ministerio de Educación y Ciencia-Instituto Cervantes.

DE TOMÁS PUCH, J. M^a. (2004): "La enseñanza del español comercial", en SÁNCHEZ LOBATO, J. y SANTOS GARGALLO, I. (coords.) (2004): *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*, Madrid, SGEL, 1149-1165.

FAJARDO DOMÍNGUEZ, M. (2000): "¡Dios mío! ¿Yo español de los negocios? ¡Pero si soy de letras!", en BORDOY, M.; VAN HOOFF, A. y SEQUEROS, A. (coords.) (2000): *Español para Fines Específicos. Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2000)*, Ministerio de Educación Cultura y Deporte-Instituto Cervantes, 194-200.

FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Ángeles (2007): *La responsabilidad social de las empresas en la prensa española. Análisis de su tratamiento y sus efectos en los casos de El Mundo y El País*, tesis doctoral dirigida por T. García Perdiguero y R. Pérez-Amat García, Universidad Rey Juan Carlos I.

GARCÍA PERDIGUERO, T. (2003): *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Barcelona. Anagrama.

— (2007): "Sobre la metodología del Observatorio RSE", *Claridad*, Primavera, cuarta etapa, 44-55.

GARCÍA SANTA-CECILIA, Á. (2000): *Cómo se diseña un curso de lengua extranjera*, Madrid, SGEL, Cuadernos de Didáctica del Español/LE.

- GELABERT NAVARRO, M^a José (coord.) (2007): *Plan curricular de ENFOREX. Dossier académico*, ENFOREX. Centro de estudios internacionales, (revisión: enero de 2007).
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE [GRI] (2006): *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*, versión 3.0, (a partir de <http://www.globalreporting.org>).
- (2007): *Caminos: Ciclo preparatorio para la elaboración de memorias de sostenibilidad GRI: Manual para organizaciones pequeñas y medianas*.
- GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. y MORENO, J. (1997): "Español de los negocios para extranjeros", *Cuadernos Cervantes de la lengua española*, 13, 47-51.
- GÓMEZ MOLINA, J. R. (2003): "La competencia léxica en el currículo de español para fines específicos (EpFC)", en DE ANTONIO, V. et al. (coords.) (2003): *Español para Fines Específicos. Actas del II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2003)*, 82-102.
- HUTCHINSON, T. Y WATERS, A. (1987): *English for Specific Purposes: a Learning-Centred Approach*, Cambridge, Cambridge University Press.
- INSTITUTO CERVANTES (2006): *Plan curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español*, tres vols., Madrid, Biblioteca nueva.
- JUAN LÁZARO, O. (2003): "El enfoque por tareas y el español de los negocios: integración de destrezas", en DE ANTONIO, V. et al. (coords.) (2003): *Español para Fines Específicos. Actas del II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2003)*, 207-219.
- LONG, M. H. (2003): "Español para fines específicos: ¿textos o tareas?", en DE ANTONIO, V. et al. (coords.) (2003): *Español para Fines Específicos. Actas del II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2003)*, 15-39.
- MELERO ABADÍA, Pilar (2004): "De los programas nocio-funcionales a la enseñanza comunicativa", en SÁNCHEZ LOBATO, J. y SANTOS GARGALLO, I. (coords.) (2004): *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*, Madrid, SGEL, 689-714.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. (2000): *Qué español enseñar*, Madrid, SGEL, Cuadernos de Didáctica del Español/LE.
- (2002): *Producción, expresión e interacción oral*, Madrid, SGEL, Cuadernos de Didáctica del Español/LE.

- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE) (2006): *Las competencias clave para el bienestar personal, económico y social* (a partir de www.OECD.org/edu/statistics/deseeco).
- PÉREZ GUTIÉRREZ, Manuel (2000): "La simulación como técnica heurística en la clase de español con fines profesionales", en BORDOY, M.; VAN HOOF, A. y SEQUEROS, A. (coords.) (2000): *Español para Fines Específicos. Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2000)*, Ministerio de Educación Cultura y Deporte-Instituto Cervantes, 169-183.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus de referencia del español actual*, <<http://www.rae.es>>.
- ROSER FERNÁNDEZ, I. (2005): *Guía de la Responsabilidad Social Corporativa para las Pymes*. Madrid, Fundación El Monte y Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.
- ROSER MARTÍNEZ, J. A. et al. (2003): "Español de negocios para los niveles B2 y C1 del nuevo Marco Común de Referencia Europeo. Consideraciones en torno al diseño de un currículo de español para fines específicos", en DE ANTONIO, V. et al. (coords.) (2003): *Español para Fines Específicos. Actas del II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (Ámsterdam, noviembre de 2003)*, 141-156.
- SABATER, M. LL. (1993): "El español en el mundo de la empresa. Algunas consideraciones didácticas", *Didáctica del español como lengua extranjera*, I, Madrid, colección Expolingua, 201-217.
- SÁNCHEZ LOBATO, J. y SANTOS GARGALLO, I. (coords.) (2004): *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*, Madrid, SGEL.
- SWALES, J. M. (1990): *Genre Analysis. English in academic and research settings*, Cambridge, Cambridge University Press.
- y FEAKE, C.B. (2000): *English in Today's Research World*, Michigan, University of Michigan, Michigan series in English for Academic & Professional Purposes.
- ZANÓN GÓMEZ, J. (1990): "Los enfoques por tareas para la enseñanza de las lenguas extranjeras", *Cable*, 4, 19-27.
- (coord.) (1999a): *La enseñanza del español mediante tareas*, Madrid, Edinumen, Serie Estudios.
- y ESTAIRE, S. (1999b): "El diseño de unidades didácticas en L2 mediante tareas: principios y desarrollo", en *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 7-8, 55-90.

ANEXOS A LA MEMORIA

TAREA 1

"CÓMO ELEGIR UN SOCIO COMERCIAL"

1.1. [Grupo clase] [Hablar] Una de las costumbres más extendidas en el mundo empresarial es la fusión entre empresas y también la asociación de varias empresas con determinados fines.

- 1.1.1. ¿Qué tipos de alianzas entre empresas conoces?
- 1.1.2. ¿Qué aspectos de una empresa crees que deben tenerse en cuenta para tomar la decisión de asociarse con otra?
- 1.1.3. ¿En qué documentos públicos de la empresa podremos encontrar una información general sobre su funcionamiento?



1.2. [Individual] [Leer] La empresa para la que trabajas pertenece al sector de fabricación de mobiliario urbano y ha decidido establecer una alianza estratégica con otra empresa del sector para ampliar su cuota de mercado en el exterior.



Para establecer esta alianza la empresa ha seleccionado como candidatas a tres empresas de similares características:

- Empresa A: TALLERES ANDRÉS
- Empresa B: DIVERTIPARK
- Empresa C: MOBITEC

Para elegir cuál es la mejor empresa para esta alianza vais a formar un pequeño grupo de asesores que tendrá que proponer la mejor opción.

1.2.1. [Individual] [Leer] Lee la siguiente información extraída de los informes de responsabilidad social de estas empresas correspondientes al pasado año*.

* Nota del autor: los datos son reales, aunque las denominaciones de las empresas son ficticias.

Denominación	TALLERES ANDRÉS		
Año de fundación	1976		
Sede social	Alicante		
Número de trabajadores		Hombres	Mujeres
	Fijos	10	4
	Eventuales	9	0
Principales grupos de interés	Ayuntamientos, diputaciones y consejerías, empresas constructoras y comunidades de vecinos.		
Dimensión económica	Valor económico generado (Ventas): 1.072.566€ Total recursos económicos distribuidos: 1.057.196€ Total fondo económico social: 15.370€		
Dimensión medioambiental	Tiene implantado un sistema integrado de gestión de la Calidad y el Medio Ambiente según las normas certificadas internacionales.		
Dimensión social	Contempla un plan de formación específica y desarrolla un plan de prevención de riesgos laborales.		

Denominación	DIVERTIPARK		
Año de fundación	1984		
Sede social	Cornellá (Barcelona)		
Número de trabajadores		Hombres	Mujeres
	Fijos	8	2
	Eventuales	15	0
Principales grupos de interés	Empresas particulares		
Dimensión económica	Valor económico generado (Ventas): 1.684.654€ Total recursos económicos distribuidos: 1.598.122€ Total fondo económico social: 86.532€		
Dimensión medioambiental	Carece de normas homologadas internacionalmente. Plan interno de reciclado de materiales.		
Dimensión social	Carece de un plan de formación y de prevención de riesgos laborales.		

Denominación	MOBITEC		
Año de fundación	1987		
Sede social	Huesca		
Número de trabajadores		Hombres	Mujeres
	Fijos	9	5
	Eventuales	4	3
Principales grupos de interés	Empresas particulares		
Dimensión económica	Valor económico generado (Ventas): 1.577.012€ Total recursos económicos distribuidos: 1.498.359€ Total fondo económico social: 78.653€		
Dimensión medioambiental	Norma ISO14001 certificada por AENOR en el 2007. No utiliza maderas tropicales ni tampoco una serie de productos para proteger la madera.		
Dimensión social	Plan anual de prevención de riesgos laborales. Horarios flexibles para compatibilizar trabajo y vida familiar.		

1.2.2. [Pequeño grupo] [Hablar] A continuación tenéis que analizar los aspectos positivos y los aspectos negativos de estas tres empresas en cada uno de sus apartados y dimensiones.

- Nombre comercial.
- Grupos de interés.
- Dimensión económica.
- Dimensión medioambiental.
- Dimensión social.

Al final del proceso deberéis elegir una de las tres.

	Aspectos positivos	Aspectos negativos
TALLERES ANDRÉS		
DIVERTIPARK		
MOBITEC		

1.3. [Pequeño grupo] [Escribir] Una vez analizados los datos, elaborad un pequeño informe con la opción que consideréis más recomendable.

Para redactar este informe de manera ordenada y coherente deberéis utilizar los **marcadores discursivos** con distintas finalidades.

- ✓ Para ordenar el discurso:
 - ☒ *En primer lugar, en segundo lugar, etc.*
 - ☒ *Por un lado, por otra parte, en cuanto a, en lo que respecta a, etc.*
- ✓ Para oponer ideas o conceptos: *sin embargo, pero, por el contrario, no obstante, etc.*
- ✓ Para cerrar el discurso: *en definitiva, en conclusión, así pues, etc.*

1.3.1. [Grupo clase] [Hablar] Poned en común las propuestas de los distintos grupos, justificando las razones de la elección.

1.4. [Individual] [Escribir] Escribe en nombre de vuestra empresa una carta de presentación a la empresa elegida para mostrar vuestro interés en iniciar conversaciones para colaborar en el futuro.

Recuerda

El **condicional**, además de ser un tiempo verbal que expresa un tiempo futuro dentro del pasado (*Me dijiste que vendrías*) y que aparece en las oraciones condicionales (*Si tuviera dinero, me compraría esa casa*), sirve también para expresar dos valores:

- ✓ Expresar una **hipótesis** sobre un hecho pasado:

*Serían las seis cuando ocurrió el accidente.
En esa foto tendría diez años.*

- ✓ Expresar un deseo o posibilidad con **cortesía**:

*Nos gustaría poder contar con ustedes...
Desearíamos iniciar contactos para...*

TAREA 2

“UNA EMPRESA RESPONSABLE”

2.1. [Grupo clase] [Hablar] A lo largo de las unidades anteriores hemos aprendido a constituir una empresa, a diseñar su organigrama, a seleccionar personal, a elaborar una serie de documentos e incluso le habéis puesto un nombre.

2.1.1. Sin embargo, ¿habéis pensado cuál es el papel que debe jugar vuestra empresa en la sociedad actual?

2.1.2. ¿Qué otros factores deben tenerse en cuenta en una organización empresarial?

2.2. [Individual] [Escribir] En la siguiente tabla se ofrecen distintas opiniones sobre las funciones que puede tener una empresa en la sociedad actual. Lee estas opiniones y valóralas según tu opinión.

(1 → En completo desacuerdo / 2 → Parcialmente en desacuerdo / 3 → De acuerdo / 4 → Parcialmente de acuerdo 5 → Totalmente de acuerdo)

Nº	Opiniones sobre la misión de la empresa	1	2	3	4	5
1	La obtención de beneficios es el objetivo principal de la empresa, aunque no el único.					
2	El factor humano es un elemento fundamental para el funcionamiento de una empresa.					
3	La clave para el desarrollo de una empresa está en la selección de un buen equipo directivo.					
4	Es necesario que la empresa reduzca los gastos en energía.					
5	La empresa ha de colaborar en el tratamiento de los residuos que genera.					
6	Es obligación de la empresa preocuparse por la parte familiar de los empleados.					
7	Los empleados de una empresa deben compartir los valores y los compromisos de esa empresa.					
8	La empresa es un organismo social y tiene que ayudar a la sociedad de la que forma parte.					
9	La formación de los empleados de una empresa es una obligación del propio empleado.					
10	La empresa debe comprar a los proveedores que ofrezcan la mejor oferta de un producto.					

2.2.1. [Pequeño grupo] [Hablar] Poned en común los resultados de la encuesta anterior y justificad las razones de vuestras respuestas.

2.2.2. [Pequeño grupo] [Escribir] Redactad una pequeña declaración de diez principios (decálogo) sobre lo que debe ser una empresa en la actualidad. Para ello reescribid los diez enunciados de la encuesta anterior según los acuerdos a los que habéis llegado.

Recuerda

La **obligación** en español se puede expresar de dos formas:

a) Mediante las perífrasis verbales:

TENER QUE + Infinitivo
DEBER + Infinitivo
HABER QUE / DE + Infinitivo

b) Por medio de las expresiones formadas con la 3ª persona del verbo SER + adjetivo (o sustantivo):

Es obligatorio... *Es necesario...*
Es una obligación... *Es una necesidad...*

DECÁLOGO DE LA EMPRESA EN LA SOCIEDAD ACTUAL

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____
- 6) _____
- 7) _____
- 8) _____
- 9) _____
- 10) _____

2.3. [Individual] [Leer] En la actualidad las empresas, tanto las grandes como las pequeñas, rinden cuentas ante la sociedad de su actuación empresarial en un documento elaborado anualmente que se denomina *informe de responsabilidad social*.

Este informe suele comenzar con una declaración en la que se recogen los tres aspectos fundamentales de una empresa: la **misión**, la **visión** y los **valores**.

Lee la declaración que una pequeña empresa española, *Harineras Villamayor*, ofrece en su informe de responsabilidad social:

Misión: “Estamos en el negocio de las harinas, sémolas y otros productos derivados del trigo para satisfacer las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta la sociedad en la que nos encontramos.”

Visión: “Queremos ser líderes en el sector de las harinas de trigo y otros productos derivados de los cereales, en calidad, servicio, seguridad alimentaria e innovación, satisfaciendo las expectativas de los clientes, respetando el entorno que nos rodea y asumiendo nuestra responsabilidad social y ambiental.”

Valores: “Desarrollamos nuestras actividades teniendo en cuenta los siguientes principios:

- Seriedad y credibilidad.
- El trabajador como parte esencial de la empresa.
- Transparencia hacia las partes externas interesadas.
- Profesionalidad y formación.
- El sentido social de la empresa.”

[Fuente: HARINERAS VILLAMAYOR S.A., *Informe de sostenibilidad 2006*, p. 5]

2.3.1. [Individual] [Escribir] Señala cuáles son las palabras clave en cada uno de los conceptos según su categoría gramatical:

	Sustantivos	Verbos
Misión		
Visión		
Valores		

2.3.2. [Individual] [Escribir] Relaciona los conceptos de **misión, visión y valores** con la definición correspondiente.

Nº	Definición	Concepto
1	Principios morales que marcan la línea de actuación de una empresa.	
2	Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización.	
3	Es el enunciado que resume los principales propósitos de la empresa que deberían ser conocidos, comprendidos y compartidos por todos los individuos que conforman una organización.	

2.3.3. [Pequeño grupo] [Hablar → Escribir] Redactad un documento que recoja cuáles son la misión, la visión y los valores elegidos para la empresa que habéis creado.

<p>Misión:</p> <p>Visión:</p> <p>Valores:</p>
--

TAREA 3

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA”

3.1. EMPRESAS RESPONSABLES

1. [Grupo clase] [Hablar] Responde a las siguientes cuestiones:

- 1.1. ¿Conoces el concepto de *sostenibilidad*? ¿Cuáles son las causas que han dado origen a esta idea?
- 1.2. ¿De qué manera pueden las empresas contribuir al *desarrollo sostenible*?
- 1.3. ¿Qué entiendes por *persona responsable*? ¿A qué nos podemos referir cuando hablamos de *responsabilidad de las empresas*?
- 1.4. ¿Conoces a qué entidades representan los siguientes logotipos y cuál es la función de estas instituciones?



2. [Individual] [Escuchar] Escucha atentamente la entrevista a Ignasi Carreras, Director del Instituto de Innovación Social de la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE). Pero antes de escucharla contesta a las siguientes cuestiones:

- 2.1. [Grupo clase] [Hablar] Cuando esta entrevista apareció en la prensa se tituló así: “Las empresas con responsabilidad social serán las más competitivas”. ¿Qué razones crees que se dirán en la entrevista para justificar esta afirmación?
- 2.2. [Grupo clase] [Hablar] En la entrevista vas a escuchar los nombres de tres importantes empresas españolas: *Inditex*, *Repsol* e *Iberdrola*. ¿Qué sabes de estas empresas?
- 2.3. [Grupo clase] [Hablar] Ignasi Carreras menciona algunos términos económicos clave: *deslocalización*, *globalización*, *mercadotecnia*. ¿Puedes explicar brevemente en qué consisten?

Pregunta. ¿Practicar la responsabilidad social y ética en las empresas es rentable?

Respuesta. Actualmente la responsabilidad social de una empresa es una estrategia para hacerla más competitiva a largo plazo.

Pregunta. ¿Nos puede dar algún ejemplo?

Respuesta. *Toyota* está más avanzada que *General Motors* en cuestiones como el consumo energético de sus coches o el desarrollo de nuevos motores más respetuosos con el medioambiente. Como consecuencia de esto *Toyota* tendrá más ventajas competitivas porque el consumidor será más exigente.

Pregunta. ¿Es optimista sobre los efectos de esa presión de los consumidores?

Respuesta. Vamos hacia una sociedad más exigente en todos estos aspectos. Las empresas deben cambiar su modelo de negocio para incorporar la responsabilidad social como un factor central de su estrategia. Se les exigirá cada vez más que sean respetuosas con el medio ambiente y los derechos fundamentales allí donde estén. Ahí está el cambio climático.

Pregunta. ¿Ve a las empresas españolas, en especial las energéticas, concienciadas sobre el cambio climático?

Respuesta. Las empresas energéticas no podrán ignorarlo, de la misma manera que no han podido ignorar la globalización ni podrán ignorar los movimientos migratorios, y tendrán que tenerlo en cuenta cuando diseñen su estrategia. Las empresas energéticas están empezando a cambiar, como demuestra la mentalidad de *Repsol* o *Iberdrola*.

Pregunta. ¿No hay mucho de mercadotecnia y de imagen en las empresas que hacen publicidad de prácticas consideradas sociales?

Respuesta. Es cierto que algunas empresas ven en la responsabilidad social una moda. Otras muchas, por ejemplo las textiles, la han concebido desde una perspectiva defensiva, para competir mejor en el mercado. Un tercer grupo de empresas diseñó desde el principio su modelo de negocio integrando la responsabilidad social. *Inditex*, por ejemplo, ha evolucionado mucho.

Pregunta. ¿El Gobierno puede obligar a las empresas?

Respuesta. Los poderes públicos pueden llevar a cabo algún tipo de actuaciones. Por ejemplo, pueden discriminar en sus concursos públicos a algunas empresas que no se adapten. También pueden obligar a que las compañías rindan cuentas de su información social y ambiental, junto a la económica.



[Fuente: *El País*, 23 de enero de 2007 (adaptado)]

2.4. [Individual] [Escribir] Según lo que has escuchado, señala si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

		V	F
1	Practicar la responsabilidad social en las empresas es rentable a medio plazo.		
2	En el futuro <i>Toyota</i> será más competitiva que <i>General Motors</i> porque el consumidor busca precios más baratos.		
3	Los consumidores son cada día más exigentes en materia de medio ambiente.		
4	Las empresas energéticas españolas han ignorado el cambio climático, pero no la globalización.		
5	Las empresas deben cambiar su modelo de negocio para incorporar la responsabilidad social como un factor central de su estrategia.		
6	Algunas empresas han visto la responsabilidad social como una moda.		
7	La responsabilidad social ha servido a algunas empresas como una estrategia defensiva frente a sus competidores.		
8	Los poderes públicos carecen de posibilidades de actuación en este tema.		
9	El gobierno tiene la obligación de discriminar a aquellas empresas que no sean socialmente responsables.		
10	Algunas empresas han diseñado su negocio pensando en la responsabilidad social desde el principio.		

3. [Grupo clase] [Hablar] Responde a las siguientes cuestiones y ponlas en común con el resto de tus compañeros:

- 3.1. ¿Estás de acuerdo con las principales opiniones que aparecen en la entrevista?
- 3.2. ¿Cuál es la situación la responsabilidad social de las empresas en tu país?
- 3.3. ¿Qué organismos o instituciones se encargan de informar o asesorar a las empresas en esta materia?
- 3.4. ¿Qué empresas conoces que destaquen positiva o negativamente por su preocupación social?

3.2. ¿QUÉ ES UNA EMPRESA RESPONSABLE?

1. [Individual] [Escribir] Esta actividad te permitirá reflexionar sobre los aspectos más importantes que conlleva la responsabilidad social de la empresa.

Rellena el siguiente cuestionario valorando la importancia que te merecen las cuestiones planteadas para aplicarlas a una empresa.

Cuestiones	Sin importancia	Poco importante	Muy importante
1. Alentar a los trabajadores para que desarrollen habilidades verdaderas y carreras a largo plazo.			
2. Crear un procedimiento para garantizar que se toman las medidas adecuadas contra toda forma de discriminación en el puesto de trabajo y en la contratación.			
3. Consultar con los empleados los temas importantes.			
4. Adoptar las medidas adecuadas para proporcionar suficiente protección a los empleados en materia de seguridad, salud y protección social.			
5. Ofrecer a los empleados un buen equilibrio entre la vida privada y el trabajo como, por ejemplo, ofreciendo un horario flexible de trabajo o permitiendo que los empleados hagan el trabajo en casa.			
6. Reducir el impacto medioambiental de la empresa en términos de ahorro de energía.			
7. Reducir el impacto medioambiental de la empresa en términos de reducción y reciclaje de residuos.			
8. Reducir el impacto medioambiental de la empresa en términos de prevención de la contaminación (emisiones al aire o al agua, vertido de aguas residuales, ruido).			
9. Ahorrar dinero mediante la reducción del impacto medioambiental (reciclaje, reducción del consumo de energía, prevención de la contaminación).			
10. Tener en cuenta los posibles impactos medioambientales cuando se desarrollan nuevos productos y servicios (evaluación del uso de energía, reciclaje o generación de contaminación).			
11. Proporcionar información medioambiental clara y precisa sobre los productos y actividades a los clientes, proveedores, comunidad local...			
12. Utilizar la sostenibilidad de los productos y servicios para aventajar a la competencia (el reciclaje de productos, la eficacia energética...)			
13. Pagar puntualmente las facturas de los proveedores.			
14. Comprar productos en el mercado local y a aquellos proveedores que ofrezcan un precio justo.			

Cuestiones	Sin importancia	Poco importante	Muy importante
15. Aplicar políticas para garantizar la honradez y calidad en todos los contratos, tratos y publicidad.			
16. Proporcionar información clara y precisa en el etiquetado de los productos y servicios.			
17. Disponer de un procedimiento para garantizar la consulta y el diálogo con los clientes, proveedores y otras personas con las que hace negocios.			
18. Admitir y solucionar las reclamaciones de los clientes, proveedores y colaboradores.			
19. Colaborar con otras empresas u organizaciones para abordar las cuestiones planteadas por la responsabilidad empresarial.			
20. Ofrecer oportunidades de formación a la gente de la comunidad (aprendizajes o experiencia laboral para jóvenes o discapacitados).			
21. Mantener un diálogo abierto con la comunidad sobre temas delicados, polémicos o negativos en los que esté involucrada su empresa (la acumulación de residuos fuera de sus instalaciones, los vehículos que obstruyen carreteras o caminos).			
22. Animar a los empleados para que participen en las actividades de la comunidad (poniendo a su disposición el tiempo y la experiencia de sus empleados u otro tipo de ayuda práctica).			
23. Dar apoyo económico estable a proyectos y actividades de la comunidad (obras benéficas o patrocinios).			

[Fuente: CEE. Dirección General de Empresa, *Empresas responsables. Cuestionario de concienciación* (adaptado) a partir de http://ec.europa.eu/enterprise/sme/competitive_es.htm]

1.1. Anota el número de respuestas que has marcado en cada apartado.

Sin importancia	Poco importante	Muy importante

1.2. Vistos los resultados obtenidos, ¿te consideras un empresario con nula, poca o mucha responsabilidad social?

2. [Pequeño grupo] [Hablar] Compara los resultados del cuestionario con los de tus compañeros, especialmente en aquellas cuestiones que consideréis más importantes.

3. [Individual] [Escribir] Redacta un pequeño informe dirigido al director en el que expongas de qué manera puede contribuir al éxito de la empresa que habéis creado una buena política de mercado.

3.3. LOS INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. [Grupo clase] [Hablar] Los informes de responsabilidad social son un documento que de manera voluntaria elaboran las empresas para dar a conocer los resultados de la gestión de su negocio en el ámbito económico, social y ambiental. La mayor parte de las grandes corporaciones y empresas realizan estos informes siguiendo la estructura recomendada por *Global Reporting Initiative* (GRI):

PARTES	CONTENIDOS
Visión y estrategia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descripción de la estrategia de la organización con respecto a la sostenibilidad. ▪ Declaración del primer directivo de la compañía describiendo los elementos principales del informe.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contexto general de la empresa. ▪ Alcance de la memoria.
Estructura de gobierno y sistemas de gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estructura y gobierno. ▪ Compromiso con las partes interesadas. ▪ Políticas globales y sistemas de gestión.
Indicadores de desempeño o actuación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicadores de desempeño económico. ▪ Indicadores de desempeño medioambiental. ▪ Indicadores de desempeño social.

A partir de los contenidos recogidos en la columna de la derecha, define los siguientes conceptos que estructuran los informes:

Visión y estrategia	
Perfil	
Estructura de gobierno y sistemas de gestión	
Indicadores de desempeño o actuación	

2. [Pequeño grupo] [Hablar → Escribir] Los informes de responsabilidad social tienen como destinatarios los denominados *grupos de interés*. Bajo este nombre se incluyen un grupo heterogéneo de personas y organismos: señala cuáles pueden ser los objetivos de estos informes (*¿para qué?*) con respecto a los siguientes grupos de interés.

Grupos de interés	Objetivos de la empresa respecto a los grupos de interés
Accionistas	Para valorar los riesgos ambientales y sociales de la empresa y apoyar la gestión de la empresa.
Socios estratégicos	
Empleados	
Proveedores y subcontratistas	
Clientes	
Entidades financieras	
Comunidad local	
Administración	
ONGs	
Medios de comunicación	

3. [Pequeño grupo] [Hablar] Identifica cuáles son los grupos de interés concretos a los que dirigirías el informe de responsabilidad social de la empresa que habéis creado.

4. [Pareja] [Escribir] Los indicadores son un instrumento para medir la actuación económica, social y medioambiental de una organización. Clasifica los siguientes indicadores según su categoría.

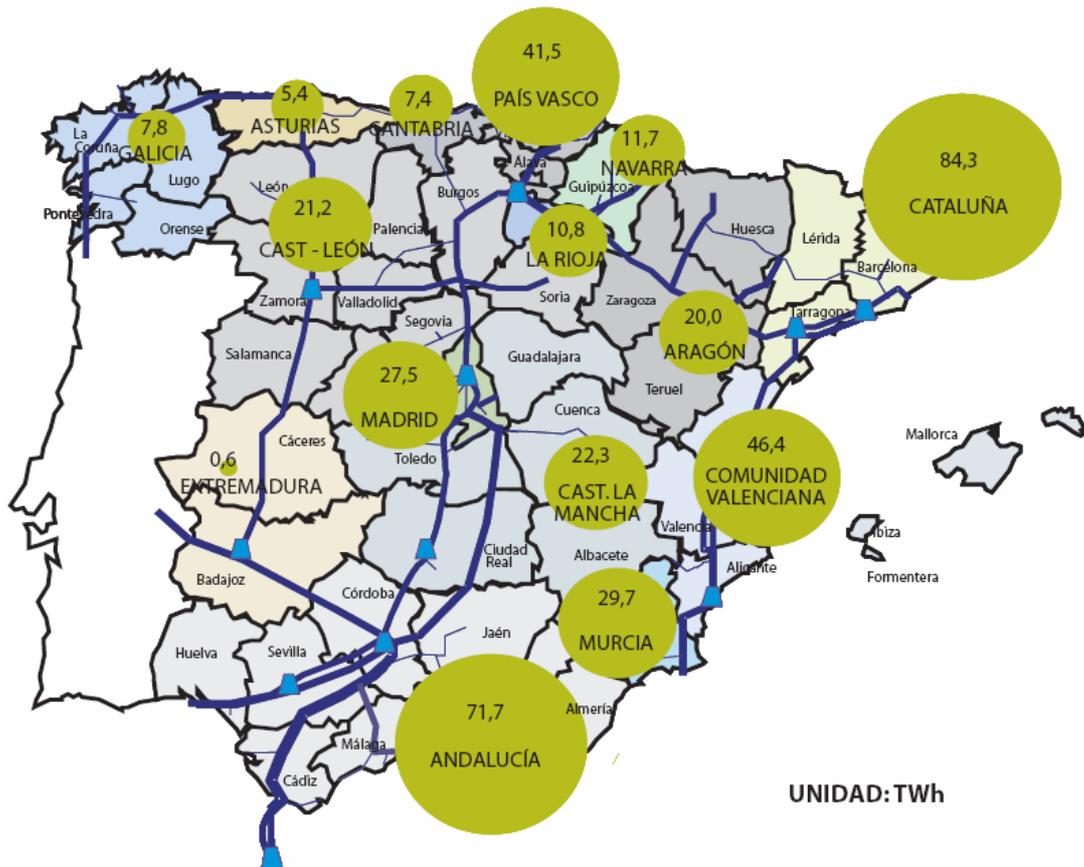
Indicadores de desempeño		Desempeño económico	Desempeño ambiental	Desempeño social
1	Consumos totales de energía en maquinaria e instalaciones.			
2	Tasa de absentismo y enfermedades profesionales.			
3	Vertidos de aguas residuales.			
4	Relación salarios trabajadores con salario mínimo profesional.			
5	Residuos peligrosos gestionados.			
6	Formación de trabajadores.			
7	Inversiones en beneficio público.			
8	Sanciones y multas sobre competencia desleal.			
9	Compras a proveedores locales y plazos de pago.			
10	Porcentaje de agua reciclada.			
11	Rotación de empleados y grupos de edad.			
12	Satisfacción general de clientes.			
13	Cobertura de compromisos económicos y sociales contraídos.			
14	Iniciativas adoptadas para reducción de consumo de energía.			
15	Relaciones salariales hombre-mujer.			
16	Medidas tomadas en contra de la corrupción.			
17	Impacto ambiental por transporte.			
18	Impactos económicos indirectos y su alcance.			
19	Trabajadores en plantilla por tipo de empleo.			
20	Posicionamiento frente a partidos políticos.			
21	Ayudas y subvenciones económicas recibidas.			
22	Iniciativas para reducir el impacto ambiental.			
23	Incumplimientos sobre información y etiquetado de servicios.			
24	Cobertura de seguridad y salud en el trabajo.			
25	Cumplimiento de acciones de comunicación y marketing.			

5. [Pequeño grupo] [Hablar] Identifica cuáles serían los indicadores más importantes en materia medioambiental de la empresa que habéis creado para incluirlos en el informe de responsabilidad social.

6. [Pareja] [Hablar] A continuación figuran dos gráficos extraídos del informe de responsabilidad corporativa de *Enagás S.A.*, empresa líder en transporte y almacenamiento de gas natural en España, que corresponden a dos indicadores: la demanda de gas en el mercado nacional en el último ejercicio (Gráfico A) y las horas de formación de sus empleados según el tipo de materia impartida (Gráfico B).

6.1. Sin que tu compañero lo observe, explícale la información que contiene el gráfico A para que la reproduzca sobre el mapa en blanco. Oriéntale también para situar geográficamente aquellas comunidades autónomas que desconozca.

GRÁFICO A
DEMANDA DE GAS EN EL MERCADO NACIONAL EN 2007



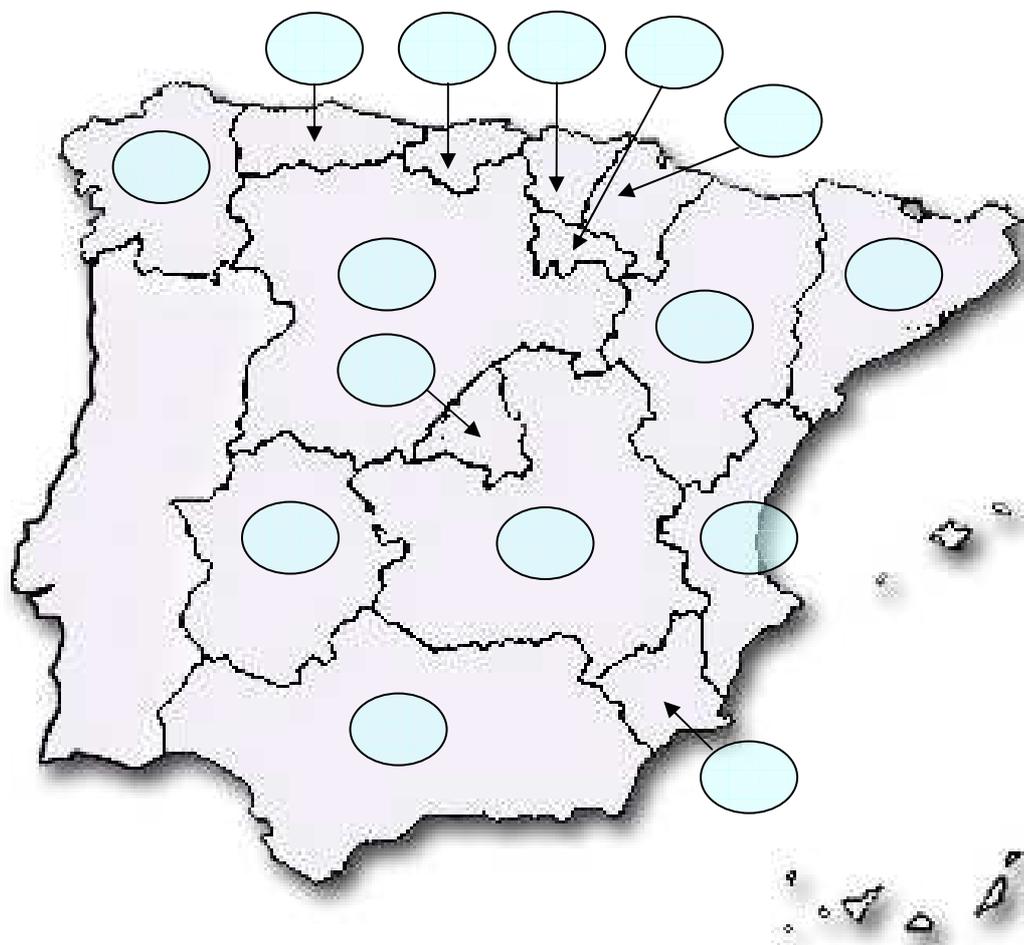
(Fuente: ENAGÁS, S.A., *Memoria de responsabilidad corporativa 2007*)

6.2. Al finalizar, pídele que te haga una valoración global de los datos anotados; por ejemplo, en qué regiones ha aumentado más la demanda y si coinciden con las regiones económicamente más desarrolladas.

6.3. Pregúntale qué comunidades autónomas del Estado español no aparecen reflejadas en el mapa de demanda.

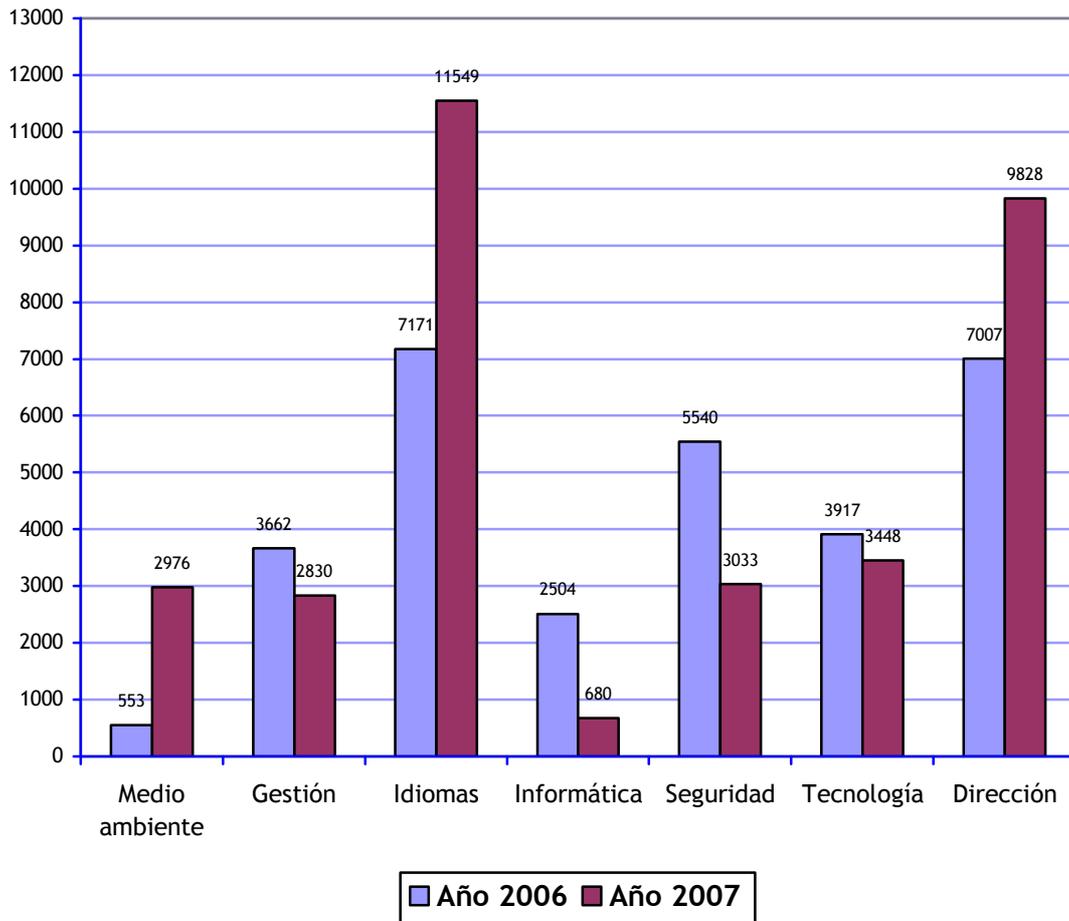
Reproduce la información que te proporcionará tu compañero.

GRÁFICO A
DEMANDA DE GAS EN EL MERCADO NACIONAL EN 2007



6.4. Intercambiamos los papeles: sin que tu compañero lo observe, explícale la información que contiene el gráfico B para que la reproduzca sobre la gráfica en blanco.

GRÁFICO B
NÚMERO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CONTENIDO
EN LA EMPRESA ENAGÁS



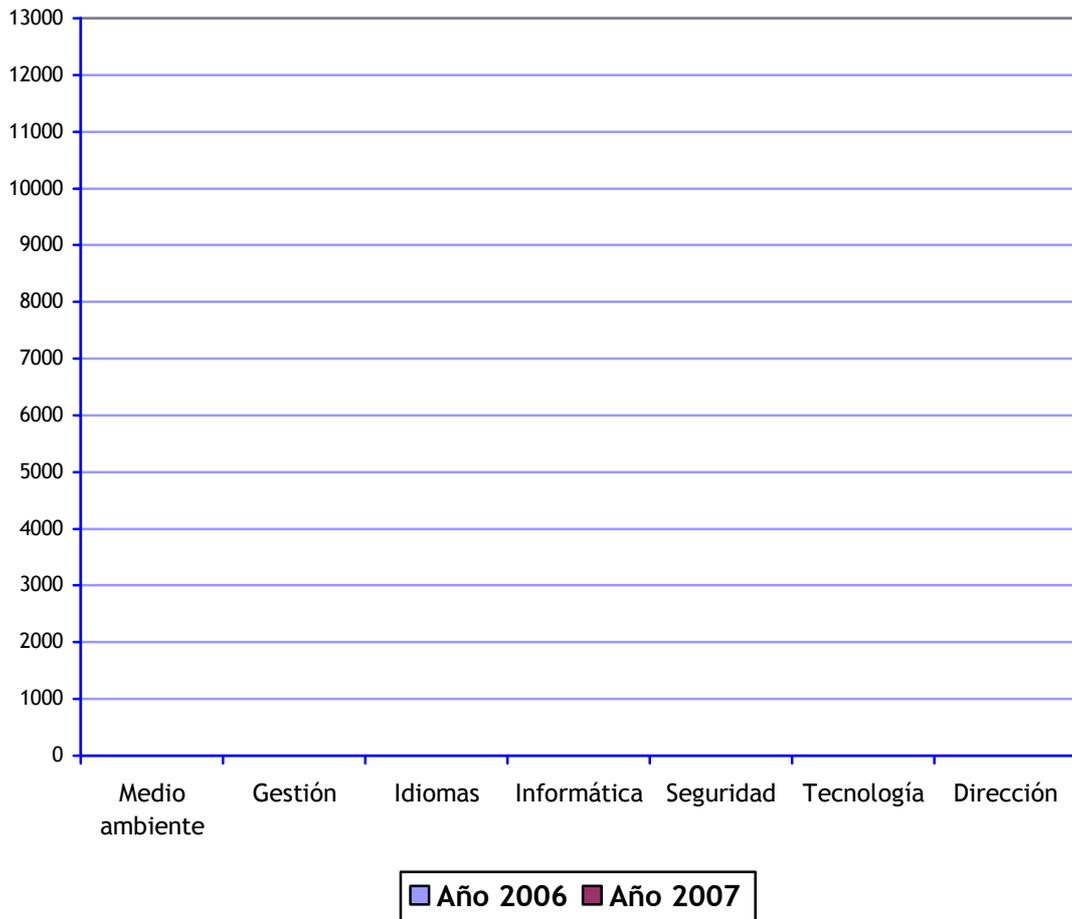
(Fuente: ENAGÁS, S.A., *Memoria de responsabilidad corporativa 2007*)

6.5. Al finalizar, pídele que te haga una valoración comparativa de los datos anotados según el año y el tipo de formación recibida.

6.6. Pregúntale cuáles pueden ser las razones del significativo aumento de formación en materia de idiomas, medio ambiente y dirección.

Reproduce la información que te proporcionará tu compañero.

GRÁFICO B
NÚMERO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CONTENIDO
EN LA EMPRESA ENAGÁS



3.4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PRINCIPALES ENTIDADES FINANCIERAS ESPAÑOLAS

Para terminar, vamos a estudiar cómo se lleva a cabo la responsabilidad social en los principales grupos financieros españoles.

1. [Individual] [Leer] Lee la siguiente noticia sobre la expansión internacional de las grandes entidades financieras españolas.

El panorama bancario español está cambiando su modelo a pasos agigantados. Lo que comenzó en los años 60 del siglo pasado como tímidos pasos de nuestras entidades en el extranjero, en la actualidad ha cobrado una fuerza arrolladora y ha hecho que la banca española sea de las más potentes a nivel mundial. Gran parte de este avance se puede atribuir a los llamados "tres grandes" de nuestro país: Grupo Santander, BBVA y Banco Popular.

Un reciente y claro punto de inflexión respecto a la internacionalización de los bancos españoles puede establecerse cuando en septiembre de 2004 el Santander compró Abbey, operación que situó a la banca española en primera línea del panorama financiero internacional a ojos de la opinión pública. Hoy en día, España cuenta con un buen número de bancos con reconocida y amplia presencia exterior.

Los tres principales grupos bancarios de nuestro país (Santander, BBVA y Banco Popular) cada vez tienen más peso en el panorama internacional y están embarcados en proyectos de futuro crecimiento exterior, a lo que se suma que estos tres mega-bancos cerraron el último ejercicio con resultados espectaculares.

En conjunto, los llamados "tres mosqueteros" de la banca española ganaron en 2006 13.356 millones de euros más que al cierre del ejercicio 2005, un incremento del 20,53%, lo cual mantiene la alta tasa de crecimiento que los tres lograron ya desde 2004.

[Fuente: *Empresa exterior*,
a partir de <http://www.empresaexterior.com> (11-6-2007)]

1.1. [Pareja] [Hablar] Explica el significado de las siguientes expresiones y frases hechas del texto:

- *a pasos agigantados.*
- *a ojos de la opinión pública.*
- *están embarcados.*
- *los "tres mosqueteros" de la banca española.*
- *BBVA.*
- *tienen más peso en el panorama internacional.*

1.2. [Individual] [Escribir] Marca con una cruz la respuesta correcta para completar los siguientes enunciados:

a) El tema central de este texto es...

- El incremento de la tasa de crecimiento de la banca española.
- Los cambios del sistema bancario español.
- La internacionalización de las entidades bancarias españolas.

b) La expansión de la banca española...

- Se desarrolló con fuerza en los años 60.
- Tiene una fecha clave en 2004.
- Es un proceso recién iniciado.

c) La internacionalización de la banca española...

- Ha obligado a cambiar profundamente la estructura de los bancos.
- Ha introducido algunas modificaciones.
- No ha tenido repercusiones de importancia en el modelo.

d) La importancia de la banca española en los mercados financieros internacionales...

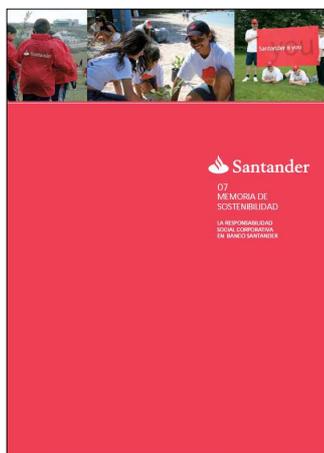
- Es todavía irrelevante.
- Carece de reconocimiento.
- Tiene una notable importancia.

2. [Pareja] [Leer] Busca en la Web corporativa de estos tres bancos los informes de responsabilidad social del último año disponible.

BANCO POPULAR
<http://www.bancopopular.es>



GRUPO SANTANDER
<https://www.bancosantander.es>



BBVA
<http://www.bbva.com>



2.1. [Pareja] [Hablar] ¿Cuál de los tres informes presenta a tu juicio un diseño más atractivo? Justifica tu respuesta.

2.2. [Pareja] [Leer → Escribir] Verifica si en los tres informes de responsabilidad corporativa aparecen recogidos los siguientes aspectos e indicadores:

		Banco Popular	Grupo Santander	BBVA
1	Declaración del máximo responsable de la entidad.			
2	Mapas e indicadores de la expansión internacional.			
3	Organigrama de la empresa.			
4	Explicación de los retos para el próximo año.			
5	Valoración del servicio de atención al cliente.			
6	Análisis de los empleados por grupos de edad y por nivel de estudios.			
7	Índice de rotación de los empleados.			
8	Programa de conciliación de la vida laboral.			
9	Informe sobre proveedores de la entidad.			
10	Evaluación objetiva del clima laboral.			

2.3. [Pareja] [Leer → Escribir] Búsqueda del tesoro. Buscad en los informes la respuesta a las siguientes cuestiones:

- a) ¿Qué calificación obtienen los informes?
- b) ¿Qué empresas o consultoras realizan la verificación externa de los informes?
- c) ¿Cuál de las tres entidades consumió más toneladas de papel? ¿Y la que más recicló?
- d) ¿Cuál es la entidad que tiene más porcentaje de plantilla en formación?
- e) ¿Cuál es la entidad con más número de clientes de banca por Internet?
- f) ¿Qué entidad presenta un mayor porcentaje de bajas laborales de larga duración? ¿Y de absentismo laboral?
- g) ¿Cuál es la entidad que mayor número de mujeres tiene en su plantilla de empleados?
- h) ¿Cuál es la entidad que cuenta con un mayor número de acuerdos de colaboración con la Universidad?