

La responsabilidad social corporativa

Ana María Antona, Maurice Ducloux, Ignacio Gómez Estela Izquierdo, David Melgar, Victoriano de Miguel Felipe Moreno y Eduardo Sánchez



Índice

2008 Ingeniería Sin Fronteras • Esta obra está distribuida bajo una licencia Attribution-NonCommercial-No Derivs 2.5 Spain License de Creative Commons, disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/legalcode.es> (resumen licencia), <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/legalcode.es> (texto completo) • La versión electrónica de este documento se puede descargar de: <http://www.isf.es> • DISEÑO Y MAQUETACIÓN: másigráfica • IMPRIME: Artegraf



5	PRESENTACIÓN
6	1. INTRODUCCIÓN
7	1.1. Historia de la RSC
8	1.2. Antecedentes de la RSC
10	1.3. Términos próximos a la RSC
12	2. LA RSC DE LA EMPRESA. ASPECTOS A DEBATE
12	2.1. Obligatoriedad o voluntariedad
13	2.2. Gestión local o gestión global. El doble rasero
13	2.3. RSC y marketing empresarial
14	2.4. RSC y modelos de gestión
16	3. LA SITUACIÓN DE LA RSC EN EL MUNDO
18	4. LA SITUACIÓN DE LA RSC EN ESPAÑA
20	5. LAS EMPRESAS Y LAS ONG FRENTE A LA RSC
22	6. LA RSC POR GRUPOS DE INTERÉS
22	6.1. RSC y accionistas
24	6.2. RSC y proveedores
24	6.3. RSC y trabajadores
30	6.4. RSC, clientes y consumidores
34	6.5. RSC y las comunidades locales
35	6.6. RSC y medio ambiente
38	6.7. RSC y competencia
40	6.8. RSC y administraciones públicas
43	6.9. RSC, alianzas y colaboraciones
44	7. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA IMPULSAR LA RSC
44	7.1. Políticas públicas en España
44	7.2. Políticas públicas en el extranjero
46	8. POLÍTICAS CIUDADANAS Y DE LAS ONG PARA IMPULSAR LA RSC
46	8.1. Consumo responsable
46	8.2. Comercio justo
48	8.3. Fondos éticos de inversión
50	8.4. Activismo accionarial
52	9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
56	ANEXO. Posicionamiento del observatorio de RSC respecto a las políticas públicas
62	BIBLIOGRAFÍA



Presentación

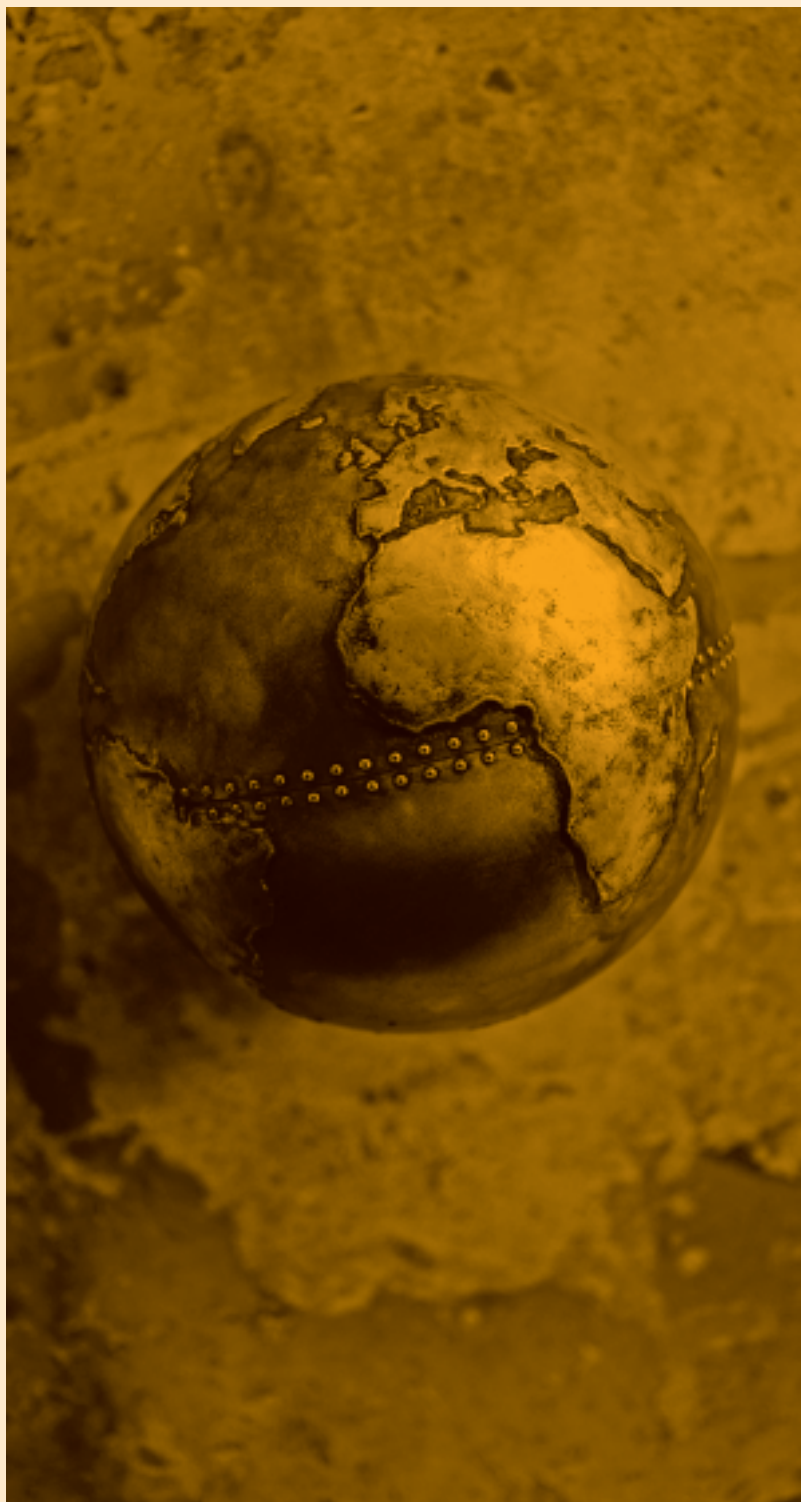
Ingeniería Sin Fronteras – Asociación para el Desarrollo (ISF-AsD) es una ONG de Desarrollo, cuya misión es luchar contra la pobreza en los países del Sur poniendo la Tecnología al servicio del Desarrollo Humano y trabajando por conseguir el Acceso Universal a los Servicios Básicos.

Las empresas son actores fundamentales en la generación de riqueza, empleo y tecnología, y por tanto en el desarrollo económico. Sin embargo, en algunas ocasiones las actividades empresariales pueden tener algunos impactos económicos, sociales o ambientales negativos. Desde la perspectiva del Desarrollo Humano, el reto de los próximos años será conseguir que los efectos positivos de las empresas lleguen a las personas más necesitadas de los países en desarrollo y que los efectos negativos disminuyan progresivamente.

Aunque todavía es pronto para calibrar el impacto que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tendrá en el desarrollo sostenible, creemos que puede ser un instrumento útil, no él único, para acercar a la empresa a los problemas de los países del Sur, ya que permite reconocer a los afectados por la actividad empresarial, y establecer un espacio de encuentro entre empresas y afectados.

Ingeniería Sin Fronteras – Asociación para el Desarrollo inició su trabajo sobre RSC hace cinco años, centrándose principalmente en el análisis de su potencial en el Desarrollo Humano y en la difusión de sus elementos básicos entre estudiantes universitarios y profesionales de la empresa. Ahora, con la publicación de este informe queremos llegar a un público más amplio.

Este informe revisa los elementos básicos de la RSC, haciendo un mayor hincapié en los aspectos relacionados con la actividad de las empresas multinacionales en los países del Sur. El documento ha sido elaborado por el Grupo de RSC de Ingeniería Sin Fronteras – Asociación para el Desarrollo y cuenta con el apoyo económico de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, dentro del proyecto “Encuentro sobre responsabilidad social corporativa: qué esperan las ONG de las empresas responsables en su acción internacional”, y con el apoyo de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM)



1. Introducción

Desde hace unos cinco años el concepto de **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, también llamada a veces Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se escucha cada vez más, ya sea en el ámbito profesional, en el ámbito de las organizaciones sociales o ambientales o, simplemente, en las campañas de marketing y publicidad que las grandes empresas realizan en los medios de comunicación.

Sin embargo, no siempre se tiene claro qué es este concepto. No existe una definición única a nivel mundial. Por ello muchas veces la consideración de lo que es o no RSC varía según lo interprete una empresa, un sindicato o una Organización no Gubernamental (ONG)

Una definición generalmente aceptada es la que da el Libro Verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, de la Comisión Europea:

“La RSC es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”

Otra definición interesante es la propuesta por la Fundación Ecología y Desarrollo:

“La adopción de criterios de RSC en la gestión empresarial entraña la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental; también la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos; y, finalmente, el escrutinio externo de los mismos. Se dice que las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando prestan atención a las expectativas que tienen sobre su comportamiento sus diferentes grupos de interés”

En definitiva, la RSC se puede entender como un concepto a través del cual la empresa integra de forma voluntaria las dimensiones social y medioambiental en sus relaciones con los grupos de interés o *stakeholders*, y que se implanta a través de distintos mecanismos.

Por último cabe decir que sobre la RSC se escuchan opiniones antagónicas, desde que es el instrumento gracias al cual las empresas van a cambiar la suerte de los desfavorecidos, hasta que es una mera operación de marketing, de lavado de cara por parte del capitalismo.

Ingeniería Sin Fronteras – Asociación para el Desarrollo (ISF-ApD) considera que la RSC es una herramienta que, bien utilizada, tiene potencial para transformar la sociedad en otra más justa y solidaria.

1.1. Historia de la RSC

Se puede encontrar el origen de lo que hoy se conoce como RSC en la protesta ecológica o de derechos civiles de los años 80. A lo largo de los años 90, el foco de las preocupaciones sociales se desplazó hacia los efectos de la globalización y la reestructuración económica y social.

La evolución podría esquematizarse de la siguiente manera:

Años 80 y principios de los 90: Culto a la empresa

- La opinión pública es más favorable al mundo de los negocios y a la libre iniciativa privada que en épocas anteriores. La búsqueda de la máxima rentabilidad para el accionista se convierte en el principal objetivo de las empresas.
- El aspecto financiero de los negocios cobra cada vez mayor importancia en detrimento de otros aspectos como el técnico o el organizativo. En los 90 aparece el capitalismo de masas, cuando millones de pequeños inversores de los países desarrollados se lanzan a los mercados de acciones.
- Al disminuir el peso del Estado en la economía, las empresas se convierten en el centro de la actividad económica y en el motor del desarrollo y el cambio. A la vez, hay una progresiva pérdida de prestigio de lo público.
- Se organizan protestas contra diversas empresas por razones ecológicas o de derechos civiles, como por ejemplo por el caso del petrolero Exxon Valdez o el accidente de Bhopal, pero son aisladas y todavía no tienen gran impacto en la sociedad.
- En el plano teórico, se desarrolla la Ética Empresarial (*Business Ethics*), que se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios, como la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado o las decisiones comerciales, y que tiene un menor contenido social que la RSC.

Segunda mitad de los 90 hasta nuestros días: Desarrollo de la RSC

- Las protestas de corte ambientalista y social se van haciendo cada vez más frecuentes. El conflicto *Brent Spar*, que enfrentó en 1995 a la petrolera Shell y a Greenpeace, por el hundimiento de una plataforma petrolífera en el Mar del Norte, es generalmente considerado el primer evento notorio de una nueva oleada de movimientos de RSC.
- Las protestas contra algunas compañías de la industria indumentaria y deportiva, como Niké o Rebook, se intensifican porque las empresas locales a las que subcontratan la producción realizan prácticas que violan los derechos humanos y las convenciones internacionales sobre el trabajo infantil, aprovechando la debilidad de la legislación en los países del Sur.
- Se desarrollan códigos éticos y de conducta voluntarios que las compañías firman ante la presión social en los países desarrollados. Ciertos sectores sociales critican la voluntariedad de estos códigos y su utilización como meras operaciones publicitarias.
- El activismo contra las empresas evoluciona hacia esquemas más sofisticados y empieza a utilizar la incidencia política (*lobbying*), en vez de protesta frontal.
- Aparecen nuevos desarrollos teóricos sobre la RSC y distintas instituciones internacionales, como la Comisión Europea, las Naciones Unidas o la Organización Internacional del Trabajo, hacen aportaciones a este concepto, iniciándose un proceso de institucionalización.

La RSC aporta un nuevo enfoque a la empresa. El enfoque de los participantes (*stakeholder approach*) aparece en contraposición al enfoque de los accionistas (*shareholder approach*). Así, la empresa, además de tener responsabilidad y obligaciones legítimas ante sus accionistas, es también responsable ante todos los individuos y grupos involucrados o afectados por sus decisiones. Además, la responsabilidad va más allá de las obligaciones legales y de las regulaciones gubernamentales, al ser la empresa corresponsable de los problemas y desafíos a los que se enfrenta la sociedad.

1.2. Antecedentes de la RSC

En las últimas décadas se han dado pasos importantes a nivel mundial en materia de derechos humanos, sociales y medioambientales. Algunos de los que pueden ser considerados como precursores de la RSC, son los siguientes:

- Declaración Universal de Derechos Humanos (1948)
- Eliminación del trabajo infantil en Europa (entre 1850 y 1920)
- Aparición de los fondos éticos (años 50)
- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1975)
- Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1979)
- Convención sobre los Derechos del Niño de la ONU (1989)
- Carta de la Tierra (1997)
- Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998)
- Pacto Mundial (2000)
- Objetivos del Milenio (2000)
- Cumbre de Johannesburgo (2002)



Introducción

PACTO MUNDIAL

El Pacto Mundial o Global Compact surge a iniciativa de Kofi Annan el 31 de enero de 1999. Está en fase operativa desde el 26 de julio de 2000.

Intenta promover, a través de la acción colectiva, el civismo empresarial responsable, a fin de que el mundo de los negocios forme parte de la solución de los retos que plantea la mundialización. De este modo, el sector privado, en colaboración con otros agentes sociales, pueden contribuir a hacer realidad una economía mundial más sostenible e incluyente.

El Pacto Mundial pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica en sus ámbitos de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las esferas de los derechos humanos, las condiciones de trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción:

DERECHOS HUMANOS

Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2. Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

RELACIONES LABORALES

Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4. La eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5. La erradicación del trabajo infantil.

Principio 6. La abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

MEDIO AMBIENTE

Principio 7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medio-ambiental.

Principio 8. Adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 8. Favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Principio 10. Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.



OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

En septiembre de 2000, en la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas, los dirigentes mundiales acordaron una serie de metas y objetivos medibles y con plazos para combatir la pobreza, el hambre, las enfermedades, el analfabetismo, la degradación del medio ambiente y la discriminación contra la mujer.

Los ocho Objetivos del Milenio que establecieron son:

Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre. Existen todavía 1.200 millones de personas que viven con menos de un dólar por día.

Objetivo 2. Lograr la enseñanza primaria universal. Hay 113 millones de niños que no asisten a la escuela.

Objetivo 3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer. Las dos terceras partes de los analfabetos del mundo son mujeres, y el 80% de sus refugiados son mujeres y niños.

Objetivo 4. Reducir la mortalidad infantil. Todos los años mueren 11 millones de niños pequeños.

Objetivo 5. Mejorar la salud materna. En el mundo en desarrollo, el riesgo de morir durante el parto es de 1 de cada 48 casos.

Objetivo 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades. Son enfermedades que han echado por tierra una generación de avances en materia de desarrollo.

Objetivo 7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente. Hay más de 1.000 millones de personas que aún carecen de acceso al agua potable.

Objetivo 8. Crear una alianza mundial para el desarrollo.

Introducción

1.3. TÉRMINOS PRÓXIMOS A LA RSC

Existen algunos conceptos que, si bien guardan cierta relación con la RSC, no son propiamente Responsabilidad Social Corporativa, aunque frecuentemente se confunden con ella. Para evitar esta confusión conviene precisar estos términos:

- La **Inversión Socialmente Responsable (ISR)** o inversión sostenible es una inversión que, aparte de la mera rentabilidad financiera, integra consideraciones sociales y medioambientales en su selección de valores.
- La **Inversión Solidaria** es una inversión en la que el gestor del fondo dona un porcentaje de su beneficio a una ONG o proyecto social.
- El **Consumo Responsable** significa que en la elección de los productos, el comprador no sólo considera su precio y calidad, sino también su proceso de elaboración y comercialización, así como la conducta de las empresas que los ofrecen, teniendo en cuenta elementos como el impacto sobre el medio ambiente o las condiciones laborales de los trabajadores.
- La **Acción Social** de la empresa, según la Fundación Sociedad y Empresa, supone para la empresa “la dedicación

de sus recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos de desarrollo de la sociedad, gestionados con sentido empresarial, en las siguientes áreas: asistencia social, salud, educación, y formación profesional y empleo”.

Es positivo que una empresa realice Acción Social para crear un ambiente favorable internamente y en su entorno, lo que a su vez, puede contribuir a mejorar la situación de los más desfavorecidos. Sin embargo, pocas veces la Acción Social coincide con la RSC, donde la opinión y las necesidades de los afectados son primordiales. Además, la Acción Social puede ser meramente un instrumento del marketing social.

- La **Reputación Corporativa** es un instrumento de la empresa para evaluar y reducir los riesgos potenciales para su imagen. Trata de analizar la percepción que los stakeholders tienen de la empresa para mejorarla. Es decir, para satisfacer objetivos desde el punto de vista de la Reputación Corporativa, bastaría con modificar la percepción, sin necesidad de conocer las necesidades reales de los grupos de interés, ni producir cambios de fondo.

El objetivo de los términos citados no es el mismo que el de la RSC, pero tienen en común con ella la evaluación del impacto de las empresas sobre su entorno, y por eso están interrelacionados. ■





2. La RSC de la empresa. Aspectos a debate

Debido al poder e influencia social que las empresas han adquirido, así como a su capacidad para tomar decisiones de largo alcance e impacto social, las empresas han de asumir su propia responsabilidad, definir su lugar en la sociedad y contribuir al desarrollo social conjunto.

Las empresas buscan dar respuesta a las exigencias de la sociedad, entre ellas, la demanda de comportamientos éticos en cuanto a los aspectos sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos.

Las razones son varias: por un lado, las empresas quieren cada vez más ser reconocidas por su respeto y compromiso con los aspectos sociales, laborales y medioambientales tanto a escala nacional, como en sus actuaciones a escala internacional. Por otro lado, los inversores quieren conocer el comportamiento de las empresas en las que invierten respecto a esos aspectos, sino por concienciación, sí para asegurar la sostenibilidad de sus inversiones. Por último, los agentes sociales quieren ver fidedignamente cómo son asumidas y observadas las responsabilidades de las empresas.

Una empresa socialmente responsable tiene en cuenta, por lo tanto, los deseos de sus grupos de interés o stakeholders, es decir, su entorno en un sentido amplio: los empleados por supuesto, pero también los proveedores, los clientes, los accionistas, las comunidades locales, las asociaciones ecologistas, etc., en todos los países donde opera.

Dado que la RSC es un concepto aún nuevo y no claramente definido, existen ciertos aspectos críticos y polémicos que conviene tener en cuenta, como su carácter voluntario, su gestión a nivel global o local, o su posible utilización como mero marketing. ■

2.1. OBLIGATORIEDAD O VOLUNTARIEDAD

Los requisitos que debe contemplar la gestión de la RSC se dividen en obligatorios y voluntarios:

Los requisitos obligatorios son los legales y reglamentarios del país o región donde actúa la organización.

Una organización responsable debe tener, como pauta inicial de comportamiento, el compromiso de cumplir con los requisitos legales que le sean de aplicación en todos y cada uno de los lugares en los que desarrolle su actividad. Como los requisitos legales son diferentes en función del país o región donde se ubique su actividad, las organizaciones en cada país o región deberán tener una gestión particular de estos aspectos para evitar caer en incumplimientos legales.

Los requisitos voluntarios son internos, relativos a la gestión, los códigos éticos y de conducta, y la normativa de carácter voluntario, como por ejemplo, las normas ISO 9001, ISO 14001, SA8000 o SGE21.

Los requisitos internos de gestión serán el conjunto de normas de comportamiento interno aprobadas por la dirección. En el ámbito de la gestión de RSC, estas normas de comportamiento interno serán definidas para satisfacer las expectativas de los grupos de interés.

Existen discrepancias acerca de si la RSC debe tender a hacerse obligatoria, o por el contrario nunca debería perder su carácter voluntario. Generalmente las empresas prefieren que sea voluntaria, mientras que las ONG, organizaciones de consumidores, etc., suelen pedir a los gobiernos leyes que abarquen los principios de la RSC. Cuando existe un marco legal, el cumplimiento de los aspectos de la RSC es más efectivo. Sin embargo, para las empresas resulta de mayor interés que sea de carácter voluntario porque, aparte de no tener ningún compromiso legal, pueden utilizar la RSC como herramienta de diferenciación respecto a sus competidores.

Varias organizaciones de la sociedad civil reclaman la elaboración de normas por parte de instituciones normalizadas como ISO o AENOR. Estas normas, si bien son de aplicación voluntaria, son certificables y gozan del suficiente prestigio como para que las empresas se esfuercen por conseguirlas.

Las normas tienen el problema de que su certificación tiene un coste económico que las pequeñas empresas a veces no pueden pagar.

La RSC es, por definición, voluntaria, lo cual no impide que en muchos países las legislaciones obliguen cada vez más a cumplir varios de sus ámbitos.

Hay pues una tendencia a que crezcan, cada vez más, los aspectos voluntarios de la RSC, si bien también es deseable que las legislaciones débiles de los países del Sur vayan incorporando al menos los aspectos más elementales de la RSC, para que no sean exclusivamente requerimientos voluntarios.

Otra cuestión importante es la regulación legal, no tanto de los contenidos de la RSC, sino de los aspectos relacionados con la elaboración de memorias de RSC, su autenticidad, verificación y auditoría, su comunicación pública, o el uso de la etiqueta de “socialmente responsable”. El avance legislativo, en este sentido, ayudaría a la clarificación y consolidación del concepto de RSC.

2.2. GESTIÓN LOCAL O GESTIÓN GLOBAL. EL DOBLE RASERO

Uno de los aspectos que genera mayores críticas y discusiones en la gestión de RSC de las empresas multinacionales es la utilización de un doble rasero de actuación y de cumplimiento de requisitos sociales y ambientales, en función del país o región en la que se localice la organización. Existen bastantes ejemplos de empresas muy responsables socialmente en los países del Norte que, sin embargo, incumplen gravemente los principios básicos de la RSC en el Sur.

Distintas ONG creen que los grupos de interés no son homogéneos a nivel mundial, por lo que las decisiones que se tomen mediante la fijación de requisitos de actuación deben ser diferentes y adaptadas al país o región en la que actúe la organización. Por ejemplo, los salarios en China, en España en Suiza pueden ser distintos porque el coste de la vida es distinto. En todo caso, los salarios deben ser suficientes para permitir al trabajador y a su familia vivir dignamente allí donde habita. En este sentido, ha de crearse un sistema propio de requisitos concretos de gestión de RSC para cada país o región, pero para el establecimiento de éstos, es necesario que existan unas pautas de actuación a nivel global definidas por la alta dirección (políticas y códigos éticos)

La problemática que plantea el caso de una empresa multinacional es que el cumplimiento de una expectativa de un grupo de interés a nivel local, por ejemplo, que los consumidores de un país encuentren un producto a precios más bajos, puede resultar en un comportamiento irresponsable para otros grupos de interés en otra ubicación geográfica, por ejemplo,

condiciones laborales deficientes para los trabajadores que fabrican ese producto. Para evitar estos conflictos de intereses, el sistema de gestión de RSC a nivel local también debería contemplar unas directrices generales que satisfagan a grupos de interés de otros países o regiones.

Esas directrices generales deben marcar a nivel global unas pautas de comportamiento que sí sean iguales en todos los países. Por ejemplo, puede ser aceptable que el salario no sea el mismo en China que en Suiza, pero la contaminación de un río chino es tan importante como la contaminación de uno suizo, y las empresas multinacionales deberían evitar contaminar ambos lugares con el mismo esfuerzo. Un ejemplo de requisitos voluntarios generales que marquen las directrices de actuación en cualquier región donde actúe la empresa serían los diez principios del Pacto Mundial.

En resumen, habría que admitir que las pautas de actuación de una organización en el campo de la gestión de RSC pueden ser variables en función de la ubicación geográfica, pero siempre se deben cumplir, aparte de todos los requisitos legales aplicables en cada centro, las políticas o códigos éticos definidos a nivel general para toda la organización. Estos códigos éticos podrían establecerse en base a lo marcado por el Pacto Mundial, y deberían tender a igualarse a los criterios legales, o socialmente admitidos, utilizado en los países más exigentes.

2.3. RSC Y MARKETING EMPRESARIAL

La importancia económica de las grandes multinacionales cada vez es mayor. Así, las 200 mayores empresas transnacionales de la lista *Fortune* producen cerca del 30% del PIB Mundial; y de las 100 mayores economías del mundo, 51 son empresas privadas. Ante tales datos no puede negarse que el sector privado es uno de los actores fundamentales en el desarrollo de nuestras sociedades. Las grandes empresas son por lo tanto responsables, en su justa medida, del bienestar social y medioambiental de las sociedades en las que operan.

Algunas grandes empresas multinacionales han comenzado a asumir este papel y cada vez conceden más importancia a la RSC. Estas empresas publicitan sus facetas socialmente responsables, utilizándolo como una herramienta para diferenciarse de sus competidores y aportar valor a la empresa.

Existen, sin embargo, opiniones que dicen que la Responsabilidad Social Corporativa es sólo una moda y no va más allá de operaciones de imagen. Según estas opiniones,

2. La RCS de la empresa. Aspectos a debate

dentro de las grandes empresas, la gestión de la RSC es simplemente un maquillaje social/ambiental que dichas organizaciones necesitan para ocultar su perfil más siniestro y mejorar su imagen.

Muchas ONG creen que, en realidad, el punto conflictivo en este asunto se encuentra en la veracidad de los mensajes que transmiten las empresas acerca de su RSC y en las informaciones ocultas, no en la comunicación en sí misma. Es decir, lo que no sería de ningún modo ético, incluso podría ser ilegal, es que la empresa publicite un comportamiento socialmente responsable que en realidad no tiene. Por eso son importantes las evaluaciones externas que analicen objetivamente el comportamiento que publicita la empresa, y la posible existencia de comportamientos irresponsables que oculte.

Si realmente la organización incorpora preocupaciones sociales y medioambientales en su gestión y en sus objetivos, sí que se puede considerar correcto que las organizaciones publiciten sus logros en el campo social y ambiental, y no hay ningún inconveniente en que las empresas compitan por ser reconocidas en este ámbito. Esta competición podría estimularlas para incrementar su RSC respecto a sus competidoras.

2.4. RSC Y MODELOS DE GESTIÓN

Ante la necesidad de las empresas de relacionarse con sus grupos de interés y atender a sus expectativas, han surgido numerosas herramientas de gestión. Algunas de las más importantes son las siguientes:

Herramientas de gestión relacionadas con clientes, usuarios y consumidores.

- Modelos de Sistemas de Gestión de la Calidad. La norma *ISO 9001:2000 Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos* es la norma con mayor aceptación dentro del mundo empresarial. *ISO 9001:2000* establece los requisitos que deben cumplir las empresas para disponer de un sistema de gestión de la calidad que sirva para aumentar la satisfacción de los clientes, así como obtener la certificación por parte de un tercero del cumplimiento de estos requisitos.
- Modelos de Sistemas de Gestión de la Seguridad Alimentaria. Estos modelos han sido promovidos por las grandes cadenas de alimentación y pretenden evitar problemas de salud en la cadena alimentaria. Los modelos



más conocidos en estos aspectos son: *ISO 22000: 2005 Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria*, *British Retail Consortium (BRC)* e *International Food Standard (IFS)*.

- Modelos de Sistemas de Gestión de la Información: *ISO 27000:2005 Sistemas de Gestión de la Información*.
- Modelos de certificación de productos: Marca AENOR, productos agroalimentarios, Mercado CE, etc.
- Modelos de ecoetiquetas de productos: Ecoetiqueta Europea, Marca AENOR Medio Ambiente, etc.

Herramientas de gestión relacionadas con empleados.

- *OHSAS 18001:1999 Salud y seguridad en el trabajo*.

Herramientas de gestión relacionadas con el medio ambiente.

- Modelos de Sistemas de Gestión Ambiental: *ISO 14001:2004 Sistemas de Gestión Ambiental* y *Reglamento Europeo de Gestión y Auditorías Ambientales (Reglamento EMAS)*, *Sistemas de Gestión Forestal Sostenible*, etc.

Herramientas de gestión y comunicación propias de RSC.

- *Global Reporting Initiative (GRI)*: Tiene el enfoque de comunicación, incluyendo la triple cuenta de resultados: económicos, ambientales y sociales.
- AA 1000: Tiene como objetivo la rendición de cuentas y el establecimiento de relaciones con los grupos de interés.
- SA 8000: Norma que establece pautas para gestionar la RSC, poniendo especial énfasis en los aspectos relacionados con las condiciones de trabajo; incorpora requisitos de la OIT y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- SGE 21: Norma de gestión ética y de responsabilidad social.
- Guía de Responsabilidad Social AENOR (*Ética. Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social de la Empresa*), determina pautas y requisitos para la implantación de un Sistema de Gestión de RSC.
- ISO 26000, será en un futuro la norma de referencia internacional en el ámbito de la Responsabilidad Social.



3. La situación de la RSC en el mundo

A nivel internacional destacan dos tipos de iniciativas: las que realizan las instituciones que agrupan a varios países, y las que realizan las instituciones de cada país.

A nivel internacional, no hay un mecanismo de RSC formal reconocido en todas partes, pero sí existe la voluntad de distintas organizaciones internacionales de impulsar y unificar criterios sobre RSC.

Las organizaciones más activas en este ámbito pertenecen a las Naciones Unidas, destacando la Organización Internacional del Trabajo, El Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas, el Pacto Mundial y la *Global Reporting Initiative*. También existen iniciativas interesantes dentro de la Unión Europea, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la Organización Internacional de Estandarización.

OIT: La Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera la *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social*, de 1977, como el “único instrumento orientado al desarrollo en el área de la RSC que está basado en principios y estándares universales y que tiene el apoyo de empresarios, trabajadores y gobiernos”.

Cabe destacar la relevancia otorgada por la OIT a las empresas en materia de cooperación al desarrollo. En este sentido, son reseñables las investigaciones realizadas sobre las políticas y prácticas de las multinacionales y la inversión directa extranjera en subregiones de África, Asia y América Latina, el programa *Sustainable Development through the Global Compact* y el programa *Piloting Corporate Social Responsibility through globally-agreed guidelines*.

GRI: La *Global Reporting Initiative* (GRI) es una iniciativa internacional de enfoque multidisciplinar, en la que participan empresas, instituciones académicas y organizaciones de la sociedad civil, y cuyo trabajo se ha orientado al diseño de una metodología de reporte y de una *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*, que se publicó por primera vez en 2002.

La metodología de reporte del GRI se basa en la triple cuenta de resultados, que deber recoger los aspectos eco-

nómicos, los aspectos sociales y los aspectos medioambientales, basándose en un diálogo continuo con los *stakeholders*.

El número de empresas y organizaciones que usan esta guía se duplica cada año, aplicándola en la actualidad más de 300 empresas de todos los sectores y de todo el mundo.

ISO: La Organización Internacional de Estandarización (*International Organization for Standardization*, ISO) está elaborando una guía sobre RSC, la ISO 26000, cuya publicación se prevé para finales de 2009.

La guía no será un sistema de gestión estandarizado, sino una serie de orientaciones que no contendrán requisitos certificables. Sin embargo, dado el prestigio y uso generalizado de los productos de ISO, la guía será una importante señal a las empresas de todo el mundo sobre la importancia de la RSC.

OCDE: La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha elaborado unas Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, que han sido recogidas en un Código de Conducta suscrito por varios países, y han establecido una red de Puntos Nacionales de Contacto (PNC) en cada país miembro para coordinar la implantación de las directrices.

Las Directrices son recomendaciones dirigidas a las empresas multinacionales con el fin de promover su comportamiento responsable. Son consistentes con las leyes nacionales e internacionales y han sido suscritas por los 30 países pertenecientes a la OCDE, así como por otros, como Argentina, Brasil, Chile, Eslovenia, Israel, Estonia, Letonia, Lituania y Rumanía.

Las recomendaciones son muy variadas y afectan a varios aspectos, como:

- El respeto a los derechos humanos y los derechos fundamentales.
- La difusión por parte de las empresas de sus actividades.
- La aplicación de sistemas de gestión medioambiental.
- La lucha contra la corrupción.
- La protección de los consumidores.
- El respeto a las reglas de la competencia.

Las Directrices no son obligatorias, pero quienes las subscriben deben respetarlas en todos los países en los que operan, estando siempre subordinadas a las leyes locales.

El proceso de evaluación, información y verificación de las directrices es fundamentalmente voluntario, lo que no impide que algunos países establezcan algunas recomendaciones al respecto.

La OCDE interactúa a través de los Puntos Nacionales de Contacto, que en el caso de España está adscrito a la Secretaría General de Comercio Exterior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La Comisión Europea, con el apoyo del Parlamento Europeo, es un líder a nivel mundial en la elaboración del discurso de la RSC. En 2001, su Libro Verde, *Fomentar un marco europeo para la RSC de las empresas*, marcó un hito. En 2002, con la creación del Foro Europeo *multi-stakeholder* para la RSC, que publicó sus primeras conclusiones en 2004, marcó el camino a seguir.

La Comisión no es favorable a imponer Directrices o normas sobre RSC, sin embargo, algunos países han empezado ya a integrar en sus leyes parte del mecanismo de la RSC, en particular Inglaterra, Francia, Bélgica y varios países nórdicos. ■

LEGISLACIONES E INICIATIVAS NACIONALES

A nivel nacional se están llevando a cabo iniciativas en distintos países. A continuación se señalan algunos ejemplos.

- En Holanda, Reino Unido, Francia, Dinamarca o Bélgica, el acceso a determinadas ayudas públicas está condicionada a compromisos formales de las empresas en materia de responsabilidad social corporativa. También se ha establecido o van a establecer la obligatoriedad de elaborar memorias de sostenibilidad.
- En Francia, desde enero de 2002, la ley de regulación económica (LOI 116) obliga a las empresas francesas cotizadas a publicar informes de sostenibilidad.
- El Reino Unido, que es uno de los países pioneros en la promoción de la RSC, dispone del equivalente a una Secretaría de Estado de RSC para promover las mejores prácticas en este campo. Este *Minister for CSR* tiene como objetivo apoyar y desarrollar el ámbito de la RSC en el Reino Unido, siendo éste uno de los elementos clave de

la agenda gubernamental en los próximos años. El Ministerio debe dar apoyo para fomentar este nuevo marco de interrelaciones entre la sociedad civil, la empresa y el Estado. Se pretende construir una relación estable entre el sector empresarial y la fuerte sociedad civil que existe en este país, tanto en el sector de la economía social como en las organizaciones sociales.

- En Bélgica, el Parlamento aprobó en 2001 una ley orientada a la creación de una etiqueta social basada en la adopción voluntaria por parte de las empresas de estándares internacionalmente aceptados.

- En Argentina, en 2006, se presentó en el Senado Argentino un proyecto de ley sobre RSC. Este proyecto tiene como objetivo contribuir al fortalecimiento de la responsabilidad social de las empresas y busca fijar un marco jurídico para la actividad. Esta iniciativa contempla que las empresas presenten balances sociales anuales, la creación de un certificado para las firmas responsables y un premio anual que reconocerá a las más destacadas en el tema. Se pretende además dar respuesta a las exigencias éticas en los negocios y pone un énfasis particular en temas medioambientales.

- En 2003 se elaboró un proyecto de ley en Brasil que establece normas dirigidas a la responsabilidad social en la gestión pública.

La situación en España se aborda con detalle en el siguiente apartado.



4. La situación de la RSC en España

En comparación con los países líderes en RSC en Europa, España, hasta ahora, ha sido poco activa. Se han constituido varios grupos de reflexión, pero sus recomendaciones no se han transformado en iniciativas concretas y significativas. Los hechos más destacados de los últimos años se reflejan a continuación.

En 2002 se presentó en el Parlamento una propuesta de ley sobre RSC que no prosperó. Posteriormente, se presentó una nueva propuesta, en este caso no de ley, que sí que fue aprobada.

En 2003 se elaboró la Ley Aldama (Ley 26/2003) que obliga a ciertas empresas a presentar un informe corporativo donde se especifique, como mínimo, la estructura del capital, las operaciones vinculadas, los sistemas de control de riesgo, el funcionamiento de la junta general y el grado de cumplimiento de las recomendaciones de buen gobierno.

En el periodo legislativo 2004-2008 se creó dentro de la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales del Congreso de los Diputados, una subcomisión para potenciar la RSC. Fruto del trabajo de la subcomisión se presentó el Libro Blanco de la RSC, que recoge las recomendaciones que el Congreso de los Diputados hace al Gobierno de la nación para orientar una política pública que potencie y promueva la RSC.

En 2005, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales constituyó el Foro de Expertos de RSC para proponer medidas de fomento de la responsabilidad social y medioambiental dentro del Marco del Desarrollo Sostenible definido por las instituciones de la UE. Además, la RSC se ha introducido en la agenda de la Mesa de Diálogo Social.

De acuerdo con las recomendaciones de distintas comisiones de trabajo, en particular de la subcomisión parlamentaria y del Foro de Expertos, a finales del 2007 se creó el Consejo Estatal de RSC, órgano colegiado, de carácter consultivo, que tiene como misión asesorar sobre las políticas de RSC. La utilidad del Consejo dependerá de que la sociedad civil tenga una representación del mismo nivel que la Administración, las empresas y los sindicatos, y de que no haya derecho de veto a la hora de proponer cualquier iniciativa.

El Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación estableció en el Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008 que las empresas que accedan a los Fondos de Ayuda al

Desarrollo deben estar sujetas al cumplimiento de las prácticas y regulaciones nacionales e internacionales relativas a la RSC.

Otros dos Ministerios, el de Fomento y el de Medio Ambiente, dieron también pasos durante el 2005 para introducir criterios de RSC en las contrataciones públicas.

Además de las administraciones públicas, existen múltiples iniciativas que promueven la RSC en España desde planteamientos diferentes.

Desde hace años existen distintos foros empresariales y académicos donde se discute sobre *Ética y Empresa*. Sin embargo, estos foros tienen una limitada influencia en el mundo empresarial.

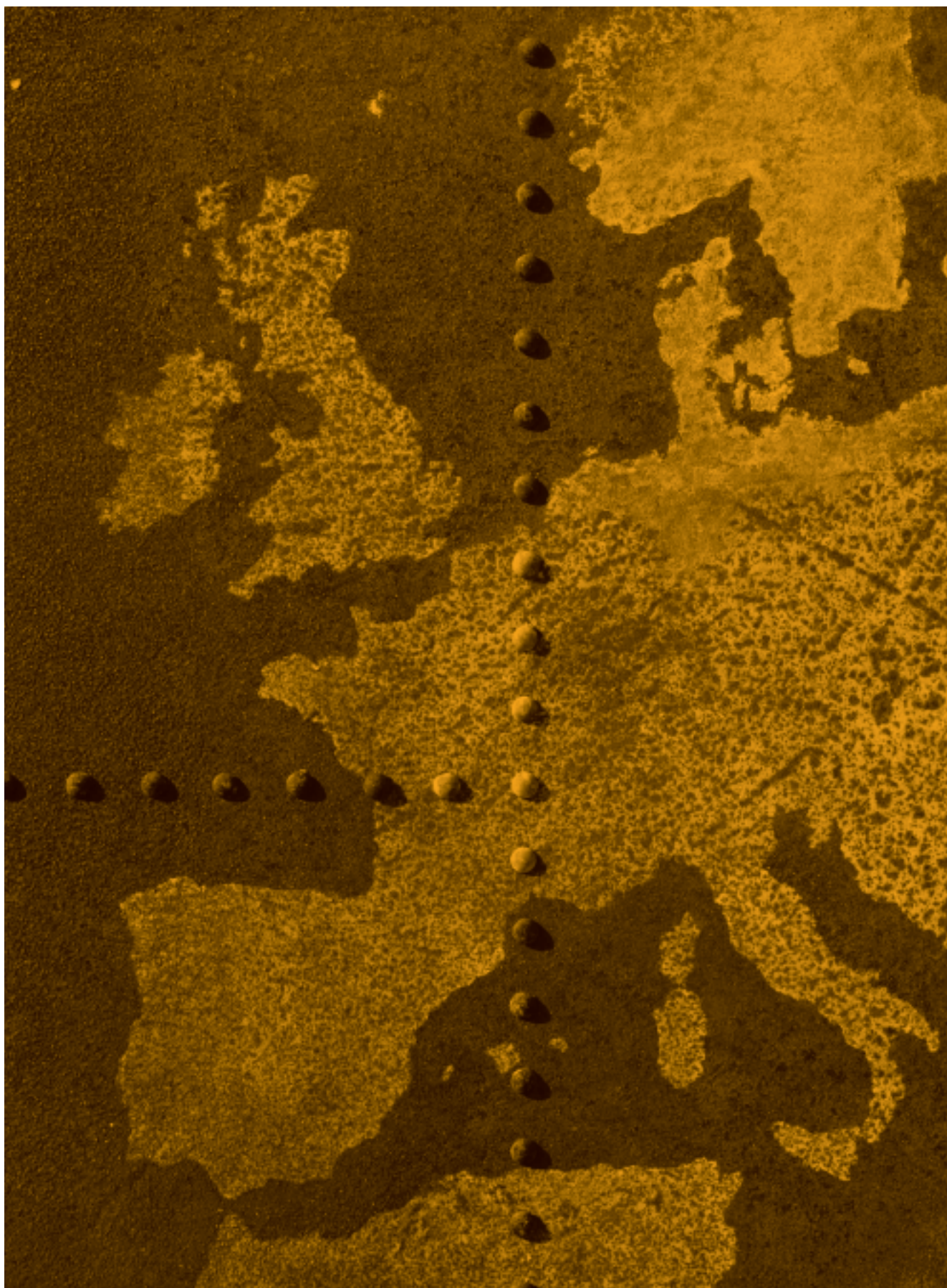
Los sindicatos han incorporado la RSC en su ámbito de actuación, incorporándola como un punto dentro de la agenda del *Diálogo Social* entre trabajadores y empresarios.

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) creó un comité técnico, con la participación de todos los actores, para la elaboración de la norma experimental "Ética. Sistema de gestión de la Responsabilidad Social de las Empresas." (PNE 165010 EX) y para participar en la elaboración de la norma ISO 26000.

Algunas empresas españolas con proyección internacional muestran interés en fomentar la RSC. En una lista publicada en junio de 2006, de las 163 empresas de 33 países que elaboraron sus informes sociales en conformidad (*in accordance*) con el GRI, figuraban 31 empresas españolas.

A finales de 2004 se constituyó la Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (ASEPAM), que actualmente cuenta con más de doscientas empresas españolas adheridas y que suscriben sus diez principios.

Por último, destaca la creación en 2002 del Observatorio de la RSC, que agrupa a ONG, asociaciones de consumidores, y sindicatos, y al que Ingeniería Sin Fronteras también pertenece. El Observatorio, además de "observar" la evolución de la RSC en España, tiene un papel destacado en la sensibilización de la sociedad española y en la representación de la sociedad civil frente a la administración y los actores políticos. ■



5. Las empresas y las ONG frente a la RSC

La empresa es una institución cuyo objetivo principal es producir riqueza y beneficios. La empresa no es buena ni mala per se, pero su actividad puede generar impactos positivos o negativos en función de cómo se gestione.

Las ONG son instituciones cuyo objetivo principal es contribuir a la transformación de la sociedad para conseguir un mundo más justo y solidario. Para lograr dicha transformación pueden interaccionar con las empresas, que en muchos campos tienen más capacidad y recursos que las ONG.

Teniendo en cuenta la distinta naturaleza de las empresas y de las ONG, deberían evitarse planteamientos maniqueos que culpen a las empresas, o a las ONG, de todos los males, y atribuyan a las ONG, o a las empresas, todo el progreso social. La realidad es más compleja.

La empresa tiene que producir riqueza a corto plazo para satisfacer a sus propietarios, pero también tiene que perdurar en el tiempo, por lo que debe preocuparse del futuro. En este sentido, algunas empresas están apoyando el mecanismo de la RSC, para que su entorno sea lo menos conflictivo posible y de esta forma tener una rentabilidad asegurada, atraer a la inversión socialmente, fortalecer su imagen ante la opinión pública, o animar a los consumidores a comprar sus productos.

Las ONG de Desarrollo han ido evolucionando en todo el mundo, también en España, desde posicionamientos asistencialistas centrados en aliviar la pobreza a través de proyectos, hacia posicionamientos más amplios que analizan las causas de la pobreza desde la complejidad de las relaciones internacionales y donde no se renuncia a incidir sobre los actores que, directa o indirectamente, tienen implicaciones en el desarrollo del Sur.

Cuando una ONG analiza su relación con las empresas desde la perspectiva de la ONG debe tener en cuenta algunos elementos importantes.

- La RSC es ya una realidad en muchos países y se seguirá desarrollando, aunque las ONG no participen en el proceso.

- Las ONG tienen una capacidad limitada para influir en las empresas. Sin embargo, algunas empresas necesitan el apoyo de las ONG para que su entorno sea apacible, sostenible y que su imagen sea favorable.

- Las empresas promueven la RSC por motivos que esencialmente no son altruistas, lo que no es contradictorio con que la aplicación de los principios de RSC tenga impactos positivos y pueda reducir las injusticias en el Norte y aún más en el Sur.

Teniendo en cuenta estos elementos, las ONG pueden enfrentarse a la RSC desde una posición realista, no rechazándola de entrada por no solucionar todos los problemas, pero tampoco apoyando cualquier iniciativa de RSC y dejándose instrumentalizar por las empresas.

Las ONG pueden apoyar iniciativas de RSC de las empresas, siempre que se enmarquen en políticas serias, y se cumplan unas condiciones mínimas de transparencia y no instrumentalización.

También hay que señalar que las ONG se perfilan como un interlocutor clave entre la sociedad civil y la empresa a la hora de establecer las políticas de RSC. Aunque ONG y empresas desempeñan funciones diferentes y tienen principios de actuación distintos, la cooperación entre ambas puede ser mutuamente provechosa.

Por último, no hay que olvidar que las ONG son “corporaciones” que gestionan recursos humanos y económicos y se relacionan con otros agentes, por lo que deben establecer sus propias políticas y sistemas de gestión de RSC. ■



6. La RSC por grupos de interés

Quizás el principal objetivo de una empresa sea el de crear riqueza, pero esto debe hacerse de una manera eficaz y sostenible. El beneficio en la cuenta de resultados y la rentabilidad son necesarios, pero no deben ser los únicos objetivos.

La RSC debe intentar satisfacer las expectativas y necesidades de todos los *stakeholders* o grupos de interés de la empresa, como los empleados, proveedores, clientes, accionistas, o comunidades locales. Por lo tanto, una empresa socialmente responsable debe:

- Evaluar según un protocolo definido los deseos de sus *stakeholders* y el impacto de su propia existencia sobre ellos.
- Rendir cuentas de manera transparente sobre la evolución de sus relaciones.
- Permitir el escrutinio de la información por organizaciones independientes.

Una empresa que cumpla con criterios de RSC debe elaborar un triple informe, que recoja su situación financiera, su situación social y su situación medioambiental.

Hay empresas transnacionales que realizan actividades vinculadas al Acceso a los Servicios Básicos, como son las relacionadas con el acceso a los medicamentos, el agua, la energía o las comunicaciones. Estas empresas pueden afectar de modo relevante al Desarrollo Humano de los países del Sur en los que actúan.

En este apartado que van a dar una serie de pautas que las empresas socialmente responsables deberán cumplir, desde el punto de vista de Ingeniería Sin Fronteras, una ONG de Desarrollo, que además tiene como misión trabajar por el acceso universal a los Servicios Básicos.

En este informe se seguirá básicamente el mismo esquema de ordenación que sigue la guía de RSC, *Ética. Sistema de gestión de la Responsabilidad Social de la Empresa*, elaborada por AENOR. ■

6.1. RSC Y ACCIONISTAS

Los inversores y accionistas constituyen un grupo de interés de la empresa, y por lo tanto, están incluidos dentro de su política de RSC.

La empresa debe satisfacer las legítimas expectativas de rentabilidad económica, transparencia informativa y buen gobierno en sus relaciones con los accionistas, inversores, socios y donantes.

6.1.1. Derechos de voto y representación

La empresa debe garantizar los derechos de voto y representación de los accionistas. En particular debería asegurar el respeto de los derechos de los pequeños accionistas.

6.1.2. Gobierno de la empresa

Deben establecerse los mecanismos para garantizar que los directivos y consejeros de la empresa llevan a cabo sus funciones con rigor y honestidad, velando por los intereses de todos los grupos de interés.

Si existe algún código o guía de buen gobierno establecido para empresas de sus mismas características, por ejemplo de las que cotizan en bolsa, la empresa debe cumplirlos.

Se realizarán auditorías externas para que certifiquen que se cumple con los códigos de buen gobierno. La información obtenida en esas auditorías debe hacerse llegar a los accionistas.

Debe lucharse contra la corrupción en todos los eslabones del organigrama de la empresa. Se consideran buenas prácticas de RSC la adopción de códigos de conducta, la transparencia en el destino de las donaciones e inversiones sociales de las empresas, y las acciones encaminadas a establecer vínculos con autoridades de gobierno y otras empresas que garanticen prácticas libres de corrupción.

6.1.3. Transparencia informativa

La empresa debería tratar siempre de informar con fiabilidad y rigor, tanto al público como a los mercados financieros. Debe informar periódicamente acerca de su actividad, estructuras, principales accionistas, altos directivos, factores de riesgo, situación financiera y resultados, y desglosar esta información por áreas de trabajo o zonas geográficas.

No debe limitarse la información a la meramente económica: la empresa debe proporcionar también información veraz y completa acerca de los aspectos sociales y medioambientales de sus actividades. Asimismo también debe informar sobre los aspectos que afectan a sus trabajadores o a cualquier otro grupo de interés. También debe publicitar sus códigos de conducta y de buen gobierno. Siempre que sea posible la empresa debe elaborar informes según un formato estándar, como por ejemplo el GRI.

ENRON CORPORATION

Enron Corporation fue una empresa energética con sede en Houston, que en 2001, justo antes de su quiebra, contaba con cerca de 21.000 empleados. Originalmente se dedicaba a la transmisión y distribución de electricidad y gas. Posteriormente creció y se introdujo en nuevos sectores como el de las comunicaciones, los seguros y la gestión de riesgos. La revista Fortune la designó como la empresa más innovadora de los Estados Unidos durante cinco años consecutivos, entre 1996 y 2000.

Una serie de técnicas contables fraudulentas, apoyadas por su empresa auditora, la entonces prestigiosa Arthur Andersen, permitieron que fuera considerada como la séptima empresa de los Estados Unidos, y líder en sus áreas de negocio. Sin embargo, Enron se convirtió en el mayor fracaso empresarial de la historia y en el arquetipo de fraude empresarial planificado.

Tras una serie de escándalos sobre el uso de prácticas irregulares de contabilidad, Enron llegó al borde de la bancarrota en noviembre de 2001. Las acciones de la empresa cayeron en muy poco tiempo cuando se hizo público que la mayoría de las ganancias de Enron eran el resultado de negocios con una de sus subsidiarias, lo que les permitía "maquillar" en los balances financieros las gigantescas pérdidas que había sufrido.

Una vez detectado el fraude se iniciaron acciones judiciales que concluyeron en 2006, con penas de cárcel para algunos directivos.

Además, el caso Enron provocó la caída de la empresa Arthur Andersen, la quinta auditora del mundo, acusada de obstrucción a la justicia y de destruir y alterar documentos en relación con este caso.

CONSECUENCIAS DEL CASO ENRON

El caso Enron fue el principal detonante en la elaboración de la Ley Sarbanes Oxley en EEUU, la cual tiene por objeto el establecer medidas de control interno más rígidas y eficientes para evitar que otras empresas realicen fraudes como los de Enron. Esta Ley obliga a los auditores a analizar mejor las pruebas antes de emitir una opinión que avale la información presentada en los estados financieros.

Este caso también fue un impulsor de la RSC, por las implicaciones que tiene en relación a la gestión y buen gobierno de las empresas y las consecuencias que pueden tener para sus accionistas, clientes y empleados sus prácticas fraudulentas.

TATA

Tata Group es la compañía más grande de la India según su capitalización de mercado, con 17.600 millones dólares en ingresos y 1.900 millones en ganancias en 2006. Tiene unos 245.000 empleados. Se trata de una empresa forjada a partir de la lucha de India por independizarse de Reino Unido.

Tata es una empresa muy competitiva y liberal. Los sueldos medios de India, de 1,20 dólares por hora, le permiten ser más competitivos incluso que China. Uno de los más grandes de sus 32 negocios, Tata Steel, ha recortado su personal a casi la mitad en los últimos 15 años para convertirse en la empresa de menores costos en este competitivo sector. Sin embargo, ha mantenido su promesa de pagar su sueldo completo hasta su jubilación a todos los obreros despedidos.

Aunque India es un país proclive a las protestas sindicales, Tata Steel no ha tenido una sola huelga en 75 años. La planta de automóviles de Tata en Pune ha pasado 16 años sin huelgas, y Sujit Patil, representante sindical, dice que su gente trabaja diariamente con la dirección, lo que constituye un estado de relaciones laborales “muy diferente” del que existe en otras compañías indias.

Los empleados de Tata disfrutan de cobertura médica gratuita, permisos de maternidad, aunque no es legalmente obligatorio en muchos países donde opera.

Los ejecutivos de Tata son conocidos por sus rígidas normas éticas. Muchos de ellos han estudiado en universidades europeas y norteamericanas y conocen bien los modelos de gestión empresarial occidentales, pero en algunos casos, no los aprueban ni aplican por considerar que violan la forma de trabajo de Tata.

Además, Tata tiene una importante acción social. Por ejemplo, el 66% de las ganancias de su rama de inversión, Tata Sons, está destinado a acciones sociales, desarrollando programas de salud y de desarrollo especialmente en zonas rurales.

Fuente: Elaboración propia, a partir de información de Newsweek México del 20 de septiembre del 2007

6.3.2. Aspectos laborales

La empresa no debe aprovecharse de la escasa legislación en materia laboral que existe algunos países para crear empleo precario, aplicar horarios abusivos o pagar salarios excesivamente bajos.

Las empresas deben respetar el derecho de sindicación de los trabajadores y el derecho a la negociación colectiva. No se deben establecer medidas discriminatorias contra los empleados sindicados.

Se debe velar por que no exista ningún tipo de discriminación entre hombres y mujeres, ni a la hora de ser contratados ni a la hora de ser promocionados a puestos superiores.

Es importante respetar la igualdad de oportunidades y de trato, independientemente de la raza, género, creencias, ideología, orientación sexual, nacionalidad, origen social, salud, edad, discapacidad o cualquier otro motivo. Se debe fomentar el respeto a la dignidad del trabajador, y emprender actuaciones ante comportamientos que supongan un atentado directo a esa dignidad, especialmente aquellos que se circunscriben en los conceptos de acoso sexual, violencia en el lugar de trabajo o acoso moral.

En ningún caso se debe utilizar trabajo forzoso ni bajo coacción, que incluye el trabajo en servidumbre y el trabajo carcelario no voluntario o no remunerado.

6. La RSC por grupos de interés

Se debe fomentar la erradicación del trabajo infantil, en la propia empresa y en la cadena de proveedores.

El *Convenio sobre la edad mínima* (nº 138), y el *Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil* (nº 182) desarrollados por la OIT (Organización Internacional de Trabajadores), establecen los límites de los tipos de trabajo que se consideran inaceptables con arreglo a las normas internacionales.

De acuerdo con las definiciones de los organismos internacionales debe diferenciarse el concepto de “trabajo infantil” del de “niños económicamente activos”. Estos últimos serían aquellos niños mayores de 12 años que trabajan sólo unas cuantas horas a la semana y que llevan a cabo trabajos ligeros permitidos; y los mayores de 15 años que llevan a cabo trabajos que no se califican como peligrosos. Se considera “trabajo peligroso” cualquier actividad realizada por niños que tiene o puede producir efectos perjudiciales en la seguridad, la salud y el desarrollo moral de los niños. El carácter peligroso también puede deberse a una carga de trabajo excesiva, a las condiciones físicas del trabajo, y/o a la intensidad del trabajo por su duración. El trabajo peligroso está prohibido para los menores de 18 años.

En 1992 la OIT puso en marcha el Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC). El IPEC se convirtió rápidamente en el programa mundial de mayor envergadura centrado exclusivamente en el problema del trabajo infantil. En la actualidad cuenta con fondos proporcionados por 30 países y desarrolla actividades en 86 países.

Otros aspectos que la empresa debe incentivar son:

La empresa debe incentivar la cooperación con las comunidades locales de las regiones donde trabaja, y también con las empresas locales, tratando de favorecer el desarrollo de la región. Debe tratar siempre de favorecer el empleo local y la inclusión social. La empresa debe esforzarse por contratar en la medida de lo posible a personal local, potenciando así que su actividad tenga un impacto positivo en las comunidades.

Se debe promover la formación de los empleados, con objeto de mejorar su cualificación, especialmente para aquellos trabajadores de menor nivel educativo. La formación debe tener carácter permanente, para asegurar la continuidad en el empleo. Puede llevarse a cabo tanto con actividades educativas dentro de la propia empresa como mediante ayudas económicas y flexibilidad horaria que permitan al trabajador realizar estudios fuera del lugar de trabajo. En algunos casos es posible la colaboración de la empresa con alguna autoridad nacional o local competente en esta materia. Esto cobra

especial interés en aquellas regiones donde el personal, por lo general poco cualificado, no posee estudios primarios porque en su momento no dispuso de los medios necesarios para acceder a la educación.

La empresa debe fomentar la promoción profesional, y favorecer la autonomía y la creatividad en el trabajo. También debe respetarse la iniciativa y la opinión de cada empleado.

Se debe informar al personal de manera transparente sobre la situación de la empresa, así como sobre sus perspectivas de futuro, generando con ello confianza y fiabilidad.

Es importante proporcionar un empleo estable y adecuadamente remunerado. Debe incluirse todo aquello que dé derecho a la protección social (jubilación, seguro de desempleo, seguro de enfermedad y accidentes, etc.), superando si fuera preciso las protecciones sociales a las que obliga la ley si se tratase de un país con una legislación débil, e igualándolas a las del país de origen de la empresa.

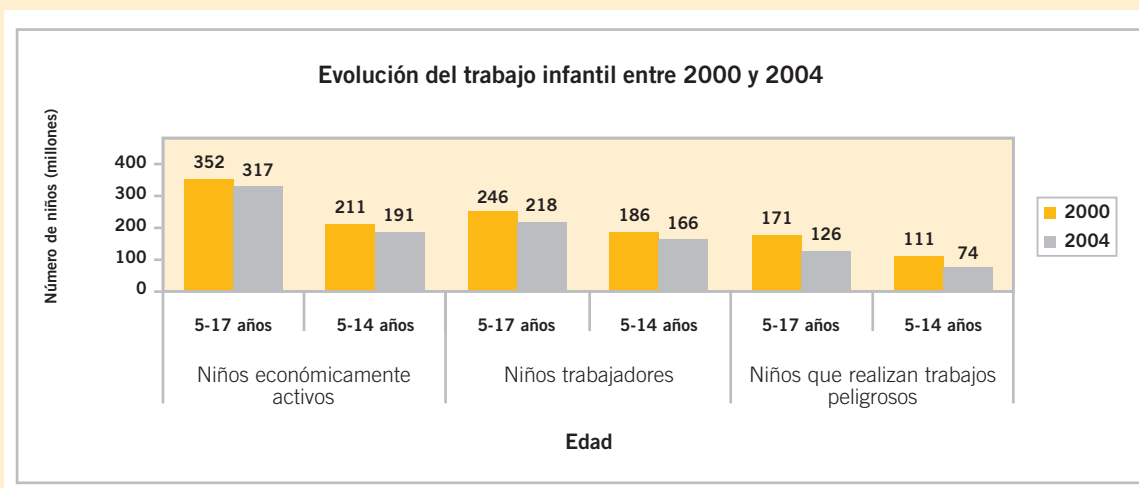
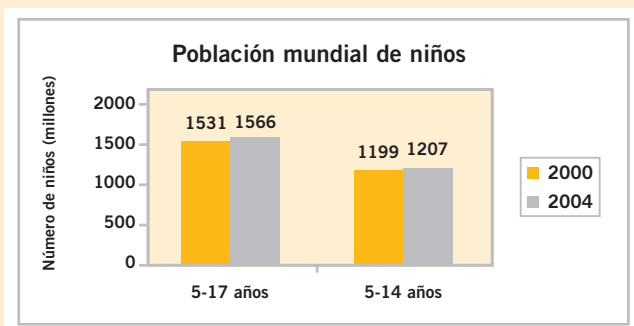
También son importante los programas y ayudas para la contratación a personas discapacitadas.

Cuando la empresa contemple reestructuraciones en sus actividades que puedan afectar a los medios de subsistencia de sus trabajadores, como el cierre de un centro que implique ceses o despidos colectivos, debe notificarlo, con una antelación razonable, a los representantes de sus trabajadores y, en su caso, a las autoridades públicas competentes. La empresa debe colaborar con todos los afectados mediante procesos de información y consulta abiertos, y tener en cuenta sus intereses para atenuar, en la medida posible, los efectos adversos. Además, la reestructuración debe prepararse bien, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas y evaluando todas las opciones que permitan reducir los despidos, por ejemplo, ofreciendo cursos de reciclaje profesional a los empleados. Las empresas deben asumir su cuota de responsabilidad por lo que respecta al mantenimiento de la empleabilidad de su personal.

Según el Libro Verde de la RSC de la Comisión Europea menos del 25% de las operaciones de reestructuración logran sus objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad y mejora de la calidad y del servicio al consumidor, debido a que a menudo se daña la moral, la motivación, la lealtad y la productividad de los trabajadores. El Libro Verde también menciona que la experiencia de las reestructuraciones realizadas en Europa ha demostrado que resulta más fructífera si en ella colaboran las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores.

EVOLUCIÓN DEL TRABAJO INFANTIL DEL 2000 AL 2004

La OIT publicó en 2006 un informe titulado *La eliminación del trabajo infantil, un objetivo a nuestro alcance* en el que se recogen datos estadísticos de la evolución mundial en este campo. Los resultados de dicho informe se muestran en el cuadro:



Fuente: OIT, 2006.

En 2004 había aproximadamente 218 millones de niños trabajadores. De estos últimos, 126 millones realizaban trabajos peligrosos.

Sin embargo, si comparamos los datos del año 2004 con los del año 2000 las cifras son alentadoras. El número de niños trabajadores de 5 a 14 años de edad se redujo un 11% entre 2000 y 2004, pasando de 186,3 a 165,8 millones de niños. Es particularmente importante el hecho de que la disminución es más pronunciada en lo que atañe a los trabajos peligrosos realizados por niños. El número de niños que realizan trabajos peligrosos disminuyó, en general, en un 26%, y en el grupo de edad comprendido entre los 5 y los 14 años en un 33%.

Esta reducción se ha dado en todos los lugares del mundo, aunque ha sido especialmente extraordinaria en los países de América Latina y El Caribe.

6. La RSC por grupos de interés

6.2. RSC Y PROVEEDORES

Las empresas son en general proveedoras de otras empresas, y a su vez necesitan proveedores para realizar su actividad. La empresa socialmente responsable debe exigir a sus proveedores también un comportamiento responsable, y debe evaluarlo.

Se pueden considerar dos tipos de proveedores: los primarios, que producen, elaboran, y/o suministran materias primas o productos básicos, como la energía; y los secundarios, que producen o distribuyen productos elaborados o servicios.

Algunas veces no es posible seleccionar un proveedor en función de criterios de RSC, por ejemplo, porque no hay alternativas reales, como es el caso de los mercados que funcionan en régimen de monopolio u oligopolio. En este caso, si el proveedor no cumple con unos mínimos de RSC, al menos se debe manifestar el desacuerdo y exigir, como cliente, que los cumpla.

Para exigir a un proveedor un comportamiento socialmente responsable se debe establecer un verdadero diálogo, ya que muchas veces la aplicación de códigos de conducta no son suficientes para abordar aspectos complejos relacionados con los impactos sociales, ambientales, o los relativos a la corrupción.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que una empresa no puede exigir a sus proveedores que cumplan ciertos criterios de RSC si a la vez les impone condiciones excesivamente exigentes que los hagan inviables en la práctica. Por ejemplo, no puede pedir a un proveedor que pague salarios dignos y garantice condiciones laborales adecuadas, a la vez que fija precios de compra muy bajos y plazos de entrega muy cortos, que pueden ser incompatibles con lo anterior. Las empresas deben ser coherentes y asumir el coste que tiene la RSC.

Para iniciar una política de RSC hacia proveedores, se puede exigir que asuman y cumplan los principales acuerdos internacionales, como los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

Las empresas deben intentar integrar a sus proveedores en campañas de sensibilización y fomento de la RSC, creando una cultura de la RSC en cadena, de igual forma a como se hizo, hace algunos años, con la cultura de la calidad.

Los medios de comunicación pueden jugar un papel importante en la difusión del comportamiento de las cadenas de proveedores, similar al que juegan algunas ONG. Existen ejemplos de publicación de casos de empresas socialmente responsa-

bles en los países desarrollados, cuyas subcontratas en países en desarrollo incumplen gravemente los principios básicos de la RSC, que han conseguido que las empresas cambiaran sus prácticas.

6.3. RSC Y TRABAJADORES

La RSC no debe limitarse simplemente al cumplimiento de la normativa laboral, aunque éste es el primer paso, sino que debe ir más allá, con el fin de lograr involucrar a los trabajadores, colaborando en su desarrollo social para conseguir el mayor equilibrio entre la vida laboral y la extralaboral. Es importante en una sociedad productiva y competitiva, que los trabajadores desarrollen plenamente sus conocimientos y sus aptitudes.

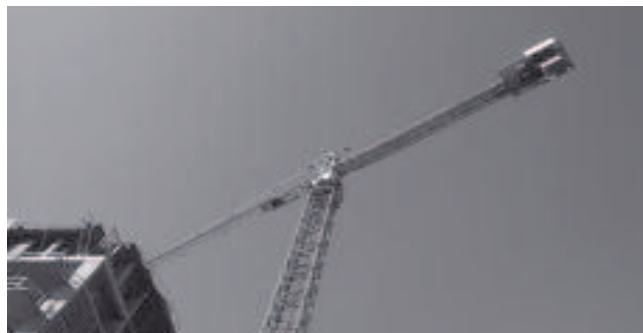
Cuatro de los diez principios del Pacto Mundial, los principios 3, 4, 5 y 6, tratan de las relaciones laborales. Estos principios deben ser de aplicación para todas las empresas, y en todos los países donde opera.

La RSC, en su relación con los trabajadores tiene que tener en cuenta cuatro aspectos: los legales, los laborales, los sociales y los extralaborales.

6.3.1. Aspectos legales

La empresa debe cumplir la normativa legal en materia laboral en todos los países en los que esté establecida o tenga actividad. Debe cumplir y aplicar las normas internas, convenios colectivos, compromisos adquiridos en contratos, conservando los derechos y costumbres adquiridas a lo largo del tiempo.

La empresa, también debe velar por la seguridad y salud laboral de los trabajadores, intentando superar las exigencias legales. Debe llevar a cabo una adecuada política de prevención de riesgos laborales, adoptando las medidas necesarias, por ejemplo, desarrollando acciones y actividades formativas dirigidas a prevenir accidentes, lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo, en todos los países y regiones donde estén ubicadas sus sedes y sus empresas subcontratadas.



6. La RSC por grupos de interés

BALONES DE FÚTBOL EN PAKISTÁN

Pakistán es el mayor exportador de balones de fútbol del mundo, y por ejemplo, provee más del 60% del mercado estadounidense. En 1996 había más de 7.000 niños menores de 14 años que cosían balones, cobrando 0,6 dólares por cada uno. Generalmente ningún niño, ni los más mayores, son capaces de coser más de 4 balones por día.

Con el apoyo de algunos políticos influyentes, la CIOSL (Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres) y ONG para los derechos laborales lanzaron una campaña en junio de 1996 para asegurar que "los niños no jugarán más con balones producidos por niños empobrecidos en la otra parte del mundo". Se pidió a la FIFA que no pusiera el sello en pelotas hechas con trabajo infantil. Gracias a la Copa de Europa la campaña logró una alta publicidad: miles de jugadores pidieron a las instituciones del mundo del fútbol que se eliminara el trabajo infantil de la fabricación de balones. Después de negociar con varias organizaciones sindicales, la FIFA anunció que pediría a todos sus afiliados que se adhirieran a un código laboral como condición para usar el sello de la FIFA. El código prohíbe el uso de mano de obra infantil y otras prácticas laborales injustas.

Rápidamente se vieron los primeros resultados de la campaña: Nike y Reebok cambiaron sus prácticas y quisieron asegurarse de que sus balones de fútbol no se hacían con trabajo infantil. En noviembre de 1996 Reebok anunció que sus balones llevarían la inscripción "Garantizado: hecha sin trabajo infantil" para la primavera de 1997. El mismo mes, Nike y una firma pakistani abrieron una planta para coser balones de fútbol en la que aseguraron que no trabajarían niños.

6.3.3. Aspectos sociales

Las empresas deben asegurar, tanto a los trabajadores como a sus familias, que sus necesidades primarias de vivienda, sanidad y educación queden debidamente atendidas. Además, también deben preocuparse por el desarrollo intelectual y cultural de los trabajadores. Esto se puede conseguir con algunas de las siguientes acciones:

- Promoción de la comunicación interna, incluyendo cauces de reclamaciones, quejas o denuncias, que permitan tanto una mejora en sus relaciones con los empleados como la posibilidad de conocer sus opiniones y su nivel de satisfacción.
- Establecimiento de programas sociales que faciliten una mayor intercomunicación entre los trabajadores y más allá del entorno laboral. Los programas sociales necesarios se pueden dotar, por ejemplo, con una pequeña parte de los beneficios de cada ejercicio.
- Promoción en los países del Norte de programas de ayuda a los países del Sur que faciliten la participación directa o indirecta de los trabajadores en los mismos.

Cualquier iniciativa que permita una situación social estable debe ser promovida, como por ejemplo, ayudas a la formación, anticipos salariales, préstamos monetarios a bajo interés, asistencia sanitaria mas allá del marco legal, flexibilidad de horarios para mejorar la formación, etc.



STATOIL, HYDRO Y DERECHOS HUMANOS

La empresa petrolera noruega Statoil ha firmado un acuerdo global con los sindicatos, donde les aseguran derechos laborales en todas las partes del mundo.

Esta misma empresa realiza una cooperación con el Programa de las Naciones Unidas de Desarrollo (PNUD) en Venezuela para capacitar a jueces en temas de los Derechos Humanos.

En cuanto a derechos humanos, un ejemplo destacable es un acuerdo entre Amnistía Internacional en Noruega, y Statoil e Hydro, las dos empresas noruegas más grandes. Según el acuerdo, Amnistía Internacional recibe un dinero de la empresa y capacita a los empleados en el tema de derechos humanos. Hay cursos que son obligatorios para empleados que van a trabajar en ciertas áreas del mundo. Esta colaboración no quita el derecho de Amnistía Internacional, de criticar a las empresas por su conducta de derechos humanos si fuera necesario.

6.3.4. Aspectos extralaborales

El objetivo de la RSC en los aspectos extralaborales es que el trabajador alcance una calidad de vida similar en el ámbito laboral y extralaboral. Este objetivo incluye la conciliación de la vida laboral, personal y familiar. Si la calidad de vida laboral es buena, pero fuera del entorno del trabajo, el empleado no tiene cubiertas sus necesidades primarias, esto repercutirá negativamente en el trabajo. Por otra parte, si la calidad del entorno del trabajo no es la adecuada, ejercerá alguna influencia negativa en su vida privada. Cada vez más, la vida laboral y la extralaboral están relacionadas.

Se pueden establecer algunas acciones para lograr el equilibrio deseado:

- Finalización real de la jornada laboral en el centro de trabajo, no prolongándola fuera del entorno o ámbito laboral.
- No discriminación, ni en el momento de la incorporación a la empresa ni en el desarrollo profesional, de las personas que tienen responsabilidades maternas o paternas, o de las personas que por su edad o situación personal puedan tenerlas en un futuro.
- Flexibilidad laboral y programas de ayuda, para la atención a los hijos o a personas mayores dependientes, o para atender problemas puntuales, como enfermedades familiares o desgracias inesperadas.

CAMPAÑA ROPA LIMPIA

La Campaña Ropa Limpia está formada por ONG y sindicatos. En España participan en ella las ONG SETEM e Intermón.

Esta campaña denuncia las malas condiciones laborales que sufren los empleados del sector textil y de material deportivo en los países del Sur al confeccionar prendas para algunas multinacionales. Denuncian, entre otros hechos, los bajos salarios de los empleados, la ausencia de sindicatos o el despido de empleadas al quedarse embarazadas.

La Campaña Ropa Limpia trabaja para conseguir que las condiciones de trabajo sean equivalentes a las establecidas por la OIT e intenta minimizar el impacto de la producción textil sobre el medio ambiente. Debido a que un alto porcentaje de los trabajadores de la industria textil son mujeres, la Campaña Ropa Limpia integra un análisis por géneros en su estrategia y su proyecto de campaña.

6. La RSC por grupos de interés

6.4. RSC Y CLIENTES Y CONSUMIDORES

En el comportamiento de la empresa con respecto a sus clientes y usuarios, cabe destacar que hay dos enfoques fundamentales: por un lado el de los consumidores de países desarrollados y por otro el de países en vías de desarrollo.

En el primer caso, se trata de que la empresa tenga un comportamiento no abusivo en lo que a publicidad, firma de contratos, condiciones de entrega del producto, etc. se refiere. Es un tema ampliamente abordado por las Organizaciones de Consumidores y Usuarios.

En el segundo caso, se trata de garantizar el Acceso a Servicios Básicos para las personas, por ejemplo, agua, electricidad o medicinas. Servicios que son indispensables para una vida digna y garantizar las posibilidades de desarrollo de las comunidades.

6.4.1. Aspectos generales

Las empresas deben garantizar que los bienes y servicios que proporcionan cumplan todas las normas en materia de salud y seguridad para los consumidores, incluidas las advertencias sanitarias y la información adicional necesaria. Las empresas deben colaborar con las autoridades públicas en la prevención o eliminación de las amenazas para la salud y la seguridad de los ciudadanos que se deriven del consumo o del uso de sus productos.

Las empresas no deben realizar nunca prácticas engañosas en los contratos con sus clientes.

Además la empresa debe establecer procedimientos transparentes y eficaces para el tratamiento de las quejas y recla-

maciones de los clientes, en todos los países donde opera. También debe respetar la privacidad de datos.

La empresa también debe establecer procedimientos para atender las sugerencias de los consumidores y satisfacerlas en la medida de lo posible, especialmente aquéllas que conciernen a la calidad de los productos y servicios, o la información sobre la elaboración de éstos.

En la comercialización de los productos o servicios no se debe utilizar publicidad engañosa, que incite a conductas ilegales o peligrosas, o atente contra la dignidad humana.

Debe tratarse de no fomentar un consumismo exacerbado con la publicidad, sino incentivar un consumo responsable. Existen buenos ejemplos en este sentido, en algunas campañas publicitarias de empresas eléctricas que promueven el ahorro y la eficiencia energética.

La empresa debe proporcionar información clara, veraz y completa para los clientes, usuarios y consumidores sobre las características de los bienes y servicios, incluyendo, por ejemplo su procedencia, composición o método de elaboración. Los usuarios tienen derecho a saber si la elaboración de un producto es respetuosa con el Medio Ambiente o si los trabajadores que lo han fabricado lo han hecho en unas condiciones laborales dignas. Estos procesos de información no siempre son fáciles de poner en práctica, ni de verificar, pero los sistemas de etiquetados que se están implantando recientemente, como los sellos de comercio justo, o las ecoetiquetas, pueden ayudar al consumidor a elegir mejor sus productos.

También se debe informar sobre precios, presupuestos, plazos, garantías, seguros e impuestos.

RECLAMACIONES DE LOS USUARIOS A LAS EMPRESAS TELEFÓNICAS

Según un informe del Instituto Nacional de Consumo, las reclamaciones de los usuarios en España se concentran de forma muy clara en los sectores telefonía, servicios financieros y vivienda en propiedad. La diferencia es muy significativa con el resto de sectores. En 2006 hubo 158.000 (19,2% del total) reclamaciones sobre telefonía, 155.000 (18,81%) sobre servicios financieros, 139.000 (16,88%) sobre vivienda en propiedad frente a, por ejemplo, 29.000, (3,47%) en reparaciones en el hogar, 14.000 (1,74%) en compañías eléctricas, 2.300 (0,28%) en el sector del agua, o 2.150 (0,26%) en el sector farmacéutico.

Es paradójico que en un sector con una supuesta gran competencia, como es el de la telefonía tanto fija como móvil, el usuario siente sus derechos especialmente vulnerados. También es destacable el alto número de reclamaciones en dos de los sectores empresariales con mayores beneficios, como son el de los servicios financieros y la construcción.

LOGROS DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Como ejemplos positivos de acciones positivas frente a los consumidores se pueden citar la presión ejercida por los consumidores a través de las organizaciones de consumidores, y la actividad reguladora efectuada por la administración.

Las asociaciones de consumidores y usuarios logran cierta influencia sobre los reguladores y las empresas mediante sus campañas de denuncia.

Algunos ejemplos recientes de la actividad reguladora de la administración española para proteger a los usuarios pueden ser la obligatoriedad de los cajeros automáticos de entidades bancarias a mostrar las comisiones que cobran o la tarificación por segundos en telefonía y aparcamientos.

6.4.2. Acceso a servicios básicos

Las empresas que suministran los bienes y servicios denominados básicos, como agua, medicamentos, etc., tienen el deber de proporcionar a los consumidores y usuarios esos bienes y servicios, en calidad y cantidad suficientes.

Para garantizar el suministro de bienes y servicios básicos, en los casos en que económicamente no sea viable, como puede ser el caso del abastecimiento de agua o electricidad en zonas rurales de países en desarrollo, las administraciones deben colaborar para asegurar el acceso.

La privatización de sectores como el energético o el del agua, ha provocado a menudo que haya un menor control por parte de las administraciones, por lo que se hace incluso más necesario que las empresas sigan conductas socialmente responsables.

La exigencia a las empresas que se implantan en países en desarrollo ha de ser igual a la de sus países de origen o de países estrictamente regulados, como por ejemplo los países de la Unión Europea. Especial atención merecen aspectos como:

- La calidad del servicio.
- Las inversiones en mantenimiento y expansión de las redes e infraestructuras.
- El uso de tecnologías modernas, eficientes y adecuadas para cada caso.
- La atención al cliente.
- Las compensaciones en caso de interrupción del servicio.



Mientras que en España, en el 2006, las reclamaciones de usuarios a empresas del sector eléctrico sólo supusieron un 1,74% del total de reclamaciones, y las relativas al sector farmacéutico tan solo el 0,26%; en los países del Sur, hay sin embargo problemas tan graves como los de Unión FENOSA en República Dominicana y Nicaragua. Esto nos da una idea del “doble rasero” empleado por estas empresas, así como de la diferencia de prioridades entre los países del Norte y los del Sur.

La empresa debe ofrecer precios justos a los usuarios en relación al nivel económico del país donde se implanta. Igualmente debe buscar soluciones para facilitar el pago, como precios más bajos para los clientes con menos recursos. En este sentido, por ejemplo, las compañías eléctricas realizan una discriminación económica de los clientes en función de su consumo, con tarifas tanto más bajas cuanto menor es la potencia contratada. En todo caso, siempre debe tratarse de dialogar con el usuario y facilitar el acceso justo a los servicios.

6. La RSC por grupos de interés

NOVARTIS Y EL GOBIERNO INDIO

Cuando el Gobierno indio denegó a Novartis la solicitud de patente para su fármaco Gilvec, un medicamento contra el cáncer, Novartis denunció al Gobierno indio en los tribunales con la finalidad de restringir el derecho de este país a producir medicamentos genéricos.

El Gobierno de India ha diseñado una ley de patentes que tiene como objetivo proteger la salud pública, afirmando que las patentes sólo deben concederse para medicamentos que sean realmente innovadores. El propósito de esta ley es impedir una práctica frecuente de las compañías farmacéuticas, que consiste en obtener patentes por mejoras de medicamentos ya existentes, con el fin de ampliar al máximo su monopolio sobre los medicamentos en cuestión.

Si Novartis hubiera ganado el juicio, a las personas pobres en la India se les negaría el acceso a medicamentos contra el cáncer a precios más baratos (genéricos)

Además India es el mayor productor de medicamentos a bajo precio de todo el mundo. Una victoria de Novartis hubiera sentado un precedente importante y hubiera puesto en peligro la capacidad de la India para proveer una gran variedad de fármacos, incluyendo los medicamentos contra el VIH/SIDA, que ayudan a millones de pacientes pobres de países en desarrollo. A modo de ejemplo, podemos recordar que gracias a la competencia de los fabricantes de genéricos, el precio de los tratamientos con antirretrovirales de primera línea se ha reducido en un 99%, pasando de una media de 10.000 dólares en el año 2000, al precio actual de 132 dólares por paciente al año. Gracias a esta reducción de costos, cerca de la mitad de los medicamentos que se están usando en los países con menos recursos en el mundo para el tratamiento de pacientes con VIH/SIDA proceden de India.

Después de una importante batalla legal y mediática, finalmente el Tribunal Supremo de la India rechazó la petición de la farmacéutica, y Novartis ha decidido no apelar la sentencia. Este éxito, se debe, sin duda, a la gran presión social que han ejercido diversas ONG que se han involucrado en esta campaña, como Médicos Sin Fronteras u Oxfam Internacional.

Se da la paradoja de que Novartis es una empresa muy activa en marketing social. Asegura cumplir con los 10 principios del Pacto Mundial y posee códigos de conducta propios donde se indica que cuidan las expectativas y preocupaciones de sus grupos de interés. Para Novartis, la mejora la salud y el nivel de vida de todas las personas es una responsabilidad compartida entre el sector privado, el sector público y otros grupos de interés.

It is the responsibility of all people to ensure that the health and standard of living of all people is a shared responsibility between the private sector, the public sector and other stakeholders. Novartis actively supports efforts towards the improvement of access to treatment"

Novartis asegura que hace esfuerzos para mejorar el acceso a tratamientos, y que dona gratuitamente muchos medicamentos para personas que los necesitan. Sin embargo, como dicen las ONG que han estudiado el caso, nunca van a llegar esas donaciones a todas las personas necesitadas, mientras que los medicamentos genéricos sí que son una manera práctica y sostenible de procurar medicamentos a bajo coste accesibles para los más pobres.

UNIÓN FENOSA EN REPÚBLICA DOMINICANA Y NICARAGUA

Unión FENOSA ganó las concesiones para distribución de electricidad en República Dominicana y en Nicaragua. En los dos países surgieron graves problemas que han sido denunciados por las asociaciones de consumidores de estos países y algunas ONG del Norte, relacionados con continuos cortes de suministro, que repercuten gravemente sobre los hospitales, bombeo de agua potable, escuelas, empresas locales (hostelería, tiendas de productos frescos que necesitan refrigeración, etc.), escasa inversión en mantenimiento, no ampliación de la red a las zonas rurales y subida de los precios.

En el caso dominicano Unión FENOSA terminó perdiendo la concesión. En Nicaragua, sin embargo, la empresa continúa ejerciendo su actividad y los problemas siguen sin resolverse.

Unión FENOSA alega que los cortes de suministro son debidos a la falta de generación eléctrica en Nicaragua, que el incremento de precios está causado por la subida del petróleo, y se queja del alto número de usuarios que no pagan sus facturas. Sin embargo, las ONG y el Observatorio de RSC han pedido a la empresa que cambie su conducta y que al menos planifique e informe de los cortes de electricidad que va a haber en cada zona, y que garantice el suministro en los servicios básicos como salud, educación, tráfico, o abastecimiento de agua, servicios que, por el contrario, en España están asegurados por la legislación y son garantizados por la eléctrica. El Observatorio de RSC también pidió a Unión FENOSA que lleve a cabo políticas y mecanismos de diálogo con los usuarios y que trate de solucionar los problemas y de resarcir a los consumidores que han sido perjudicados.

Se da la paradoja de que igual que en el caso de Novartis, Unión FENOSA es una empresa muy activa en tareas de marketing social.

En la Memoria de Sostenibilidad Corporativa 2002, y en su Compromiso con la Sociedad del año 2003, la empresa establece que *“el objetivo principal de todas las actividades que se realizan es satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de los clientes actuales”*. Sin embargo en la práctica, la compañía parece establecer un doble rasero entre los clientes españoles y los dominicanos o nicaragüenses.

La Memoria de Sostenibilidad Corporativa 2002 de Unión FENOSA, también dice que *“con la vista puesta en la consecución de este objetivo, se diseñan, desarrollan, producen, sirven y mantienen productos y servicios, y se gestionan adecuadamente las relaciones con los clientes (...)”*, y que los puntos clave para alcanzar la satisfacción de los clientes son la *“Identificación de las necesidades y expectativas de los clientes respecto a productos y servicios”*. Sin embargo, tener acceso a la energía eléctrica es una necesidad no satisfecha de muchos de los nicaragüenses más empobrecidos.

La imposibilidad de llevar a cabo las tareas domésticas o de higiene personal, los negocios, de acudir a la escuela o de recibir el tratamiento médico adecuado por la falta de electricidad, es sin duda la principal queja del ciudadano nicaragüense, que ve como los cortes continuos e imprevistos de la corriente eléctrica siguen ocurriendo, en algunas épocas, a diario.

6. La RSC por grupos de interés

6.5. RSC Y LAS COMUNIDADES LOCALES

La principal obligación de la empresa con la comunidad donde se ubica es contribuir al desarrollo sostenible de la misma. Para conseguir esto la empresa deben producir o suministrar servicios útiles y en condiciones justas, y excluir todas las actividades que vayan contra el Desarrollo Humano.

La empresa debe tratar de respetar las leyes y costumbres locales de las comunidades en donde trabaja, siempre que éstas no entren en conflicto con las normas internacionales de RSC.

Algunos de los aspectos a implementar por las empresas para tener una relación socialmente responsable con la Comunidad son:

- La producción o suministro de servicios que contribuyan al Desarrollo Sostenible de la Comunidad.
- La contratación de personal que pertenezca a la Comunidad.
- El respeto a los derechos humanos en el área que afecta a la actividad de la empresa.
- La participación en proyectos de desarrollo local y regional.
- La participación en actividades de carácter social a nivel local y regional en los que la empresa tenga alguna relación.

Destacan especialmente los efectos de la actividad de algunas empresas en países del Sur sobre las comunidades indígenas. Es necesario, entre otros, que se respeten los emplazamientos donde habitan las comunidades indígenas, se garanticen los recursos naturales gracias a los que subsisten, los derechos laborales y se respeten sus costumbres y tradiciones. Asimismo las empresas de biotecnología no deben apropiarse indebidamente de los conocimientos sobre plantas medicinales o remedios curativos que las comunidades han mantenido y desarrollado a lo largo de muchas generaciones. Deben ser considerados sus derechos de propiedad intelectual.



REPSOL EN PERÚ

En Perú varias organizaciones están denunciando la concesión de explotaciones de hidrocarburos en zonas naturales de la Amazonía, donde hay presencia de Comunidades indígenas, sin llevar a cabo estudios previos sobre el impacto de su actividad extractiva. El trabajo de empresas petroquímicas ha generado un grave conflicto ya que los procesos de información y consulta, compensación de daños y control del impacto ambiental no se han realizado teniendo en cuenta la realidad de las comunidades indígenas.

Destaca el caso de la multinacional española Repsol YPF, que aunque declara en su política de RSC “su compromiso y respeto a los derechos humanos”, es denunciada de forma creciente por su actuación en las comunidades indígenas de Perú. En el informe de Intermón Oxfam “*Pueblos sin derechos. La responsabilidad de Repsol YPF en la Amazonía peruana*”, de julio de 2007, se refleja con detalle esta problemática.

ENDESA EN CHILE

Otro importante caso ampliamente documentado es el de la empresa española Endesa en Chile. En 1997 comenzó a construir una presa en el Alto Biobío, el río más largo de Chile, para la central hidroeléctrica de Ralco, lo que provocó que la comunidad indígena mapuche que era propietaria del territorio fuese reubicada en otra zona. Las denuncias contra Endesa en este proyecto se centran en los métodos empleados por la empresa para conseguir la propiedad de los territorios ocupados por los mapuches y el trato a que fueron sometidos aquellos indígenas que mostraron su oposición al proyecto.

6.6. RSC Y MEDIO AMBIENTE

Existe un reconocimiento de la existencia de problemas ambientales causados por las actividades humanas. En estas actividades humanas la participación de las empresas es fundamental, ya que son los principales actores económicos de nuestras sociedades.

Hay unos referentes fundamentales al tratar la problemática ambiental, como son las Cumbres de la Tierra de Naciones Unidas, la de Río de 1992 y la Johannesburgo de 2002. En esta última se estableció la necesidad de un Pacto Mundial en el que se aumentase la responsabilidad y la rendición de cuentas en las cuestiones ambientales por parte de las empresas. El Pacto Mundial tiene tres principios (el 7, 8 y 9) dedicados al Medio Ambiente.

La protección ambiental también aparece en las versiones consolidadas del Tratado de la Unión Europea y del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea como un pilar básico (artículo 174). En la Constitución Española los derechos y responsabilidades ambientales se encuentran recogidos en el artículo 45.

Cada vez hay una mayor preocupación ambiental de la sociedad y de los poderes públicos, que presionan al mundo empresarial para que tenga en cuenta la cuestión ambiental.

6.6.1. Desarrollo sostenible y Medio Ambiente

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente celebrada en Estocolmo en 1972 definió el medio ambiente como el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas.

De acuerdo a la Directiva 97/11 CE, el Medio Ambiente se puede entender como el sistema constituido por los siguientes elementos:

- El ser humano, la fauna y la flora,
- El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje,
- Los bienes materiales y el patrimonio cultural,
- La interacción entre los factores mencionados en los guiones anteriores.

El origen del término Desarrollo Sostenible se encuentra en el *Informe Brundtland* (1987) promovido por Naciones Unidas, que se define como, *“Aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades”*

La declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992), recoge este concepto, y en su Principio tercero, establece que *“El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras”*.

El desarrollo sostenible no se basa únicamente en cuestiones ambientales, podemos entender como desarrollo el aumento de la calidad de vida, dependiendo ésta de, entre otros, el factor económico, social y ambiental.

Dentro del factor económico, el desarrollo supone mejoras en el acceso a la alimentación, vivienda, etc. Como factor social estamos hablando de mejoras en sistemas de educación, salud, seguridad, participación democrática, etc. Finalmente, para el factor ambiental, la calidad de vida o el desarrollo deben

6. La RSC por grupos de interés

permitir una vida saludable en armonía con la naturaleza, conservando los ecosistemas, la biodiversidad, el paisaje, la pureza del aire, la cantidad y calidad de las aguas, el estado y limpieza del suelo y a las condiciones de la escena urbana.

6.6.2. Desarrollo sostenible en términos ambientales para la empresa

En términos ambientales el comportamiento de las empresas puede analizarse según:

Los insumos que utiliza: agua, energía, materias primas.

Los elementos físicos que la forman: edificios, infraestructuras, instalaciones y equipos que transforman y ocupan el espacio.

Los efluentes que emite: emisiones, vertidos y residuos.

Para contribuir al desarrollo sostenible, en términos ambientales, una empresa debe cumplir con las siguientes condiciones:

- Respecto al consumo de insumos, cuando se trate de recursos naturales renovables, como el agua, recursos biológicos vegetales y animales, o los recursos edáficos, debe respetar las tasas de renovación. Cuando se trate de recursos no renovables que se consumen con el uso, como los recursos minerales o los combustibles fósiles, debe limitar su tasa de utilización, hacer un uso eficiente y favorecer su reutilización.
- Respecto a la transformación y ocupación del espacio, debe respetar la capacidad de acogida y tener en cuenta los riesgos ambientales del terreno.
- Respecto a la emisión de efluentes y residuos, debe respetar la capacidad autodepuradora de las aguas, la capacidad dispersante de la atmósfera, y la capacidad de procesado de los suelos.

Para las empresas también se convierte en un factor fundamental el comportamiento ambiental de los productos o ser-

vicios que ponen en el mercado: los consumos, emisiones, residuos y vertidos que genera el producto tanto en su uso como en su desecho.

6.6.3. Herramientas empresariales para mejorar el comportamiento ambiental

Las empresas que pretendan colaborar en el desarrollo sostenible en el campo ambiental, disponen de distintas herramientas de gestión:

- Herramientas preventivas, como la realización de estudios de impacto ambiental previos a la implantación de la actividad, adoptando las mejores técnicas disponibles con mejor comportamiento ambiental, o el diseño ambiental de los productos y servicios ofertados. En el momento de la concepción de los productos es necesario tener en cuenta los posteriores efectos ambientales que generarán en el medio.
- Herramientas correctivas, como la implantación de sistemas de gestión ambiental, por ejemplo basados en ISO 14001 o Reglamento EMAS, la realización de Análisis de Ciclo de Vida del Producto, o el marketing ecológico y etiquetado ecológico.

6.6.4. Buenos y malos ejemplos de prácticas medioambientales

Desgraciadamente, tanto en las últimas décadas como en la actualidad, se ven múltiples ejemplos de malas prácticas medioambientales:

Campañas de información ambiental no rigurosas

El intento de diferenciarse en el mercado que realizan las empresas, publicitando el buen comportamiento ambiental de sus productos, debe estar basado en datos fiables y no deberían atribuirse a los productos características ambientales no contrastadas.



CAMPAÑAS AMBIENTALES POCO RIGUROSAS

Como ejemplo de este problema podemos citar la condena de la justicia francesa a la multinacional Monsanto por hacer publicidad de un herbicida tratándolo como totalmente biodegradable o asimilable por el ecosistema.

En España, la eléctrica Iberdrola fue denunciada en 2004 por la Organización de Consumidores y Usuarios por publicidad engañosa de su campaña *Energía Verde*. También fue denunciada por la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc), que se basaron para efectuar la demanda en un informe sobre la campaña elaborado por la Comisión Nacional de la Energía (CNE). La demanda fue desestimada, pero la compañía ha mejorado notablemente su publicidad medioambiental desde entonces.

Accidentes ambientales graves

A lo largo de las últimas décadas se han vivido graves accidentes, tales como los ocurridos en Seveso, Bophal, o Aznalcóllar, que han tenido consecuencias desastrosas para el medio ambiente.

En algunos casos no es posible eliminar totalmente el riesgo de accidente, pero siempre es indispensable que las empresas, y en particular las que realizan actividades que conllevan un mayor riesgo, tengan un plan de prevención y mitigación, como indica la Directiva Seveso.

GRAVES ACCIDENTES AMBIENTALES

Seveso (1976): El 11 de julio de 1976, en las instalaciones de la multinacional Roche en Seveso (Italia), se produjo la emisión de dioxinas muy tóxicas. A consecuencia del mismo, más de 200.000 personas tuvieron que ser evacuadas.

Bophal (1984): La explosión de una fábrica de fertilizantes en Bophal (India) originó una nube tóxica que causó la muerte a miles de personas y generó más de decenas de miles de enfermos crónicos.

Exxon Valdez (1989): El 24 de marzo de 1989 el petrolero Exxon Valdez derramó en la bahía de Prince William Sound, Alaska, 37.000 toneladas de hidrocarburo contaminando más de 2.000 kilómetros de costa.

Aznalcóllar (1998): El 25 de abril de 1998, en las instalaciones de la multinacional Boliden en Aznalcóllar (Sevilla), se produjo la rotura de una balsa de residuos vertiendo alrededor de 3.000.000 m³ de fangos y 4.000.000 de m³ de aguas ácidas, obteniendo como resultado 4.500 hectáreas de tierra contaminadas.

Baia Mare (2000): El 30 de enero de 2000 se rompió un dique de contención de la fundición Aurul de Sasar (Rumania), donde se trataban los residuos de la mina de oro de Baia Mare. El resultado fue que unos 100.000 m³ de barro y aguas residuales (conteniendo altas concentraciones de cianuro) se vertieron al río Lapus y finalmente llegaron al Danubio afectando gravemente a la biodiversidad y los ecosistemas.

6. La RSC por grupos de interés

Dumping ambiental

Se considera dumping ambiental o ecológico al establecimiento de precios artificialmente bajos que se consiguen con métodos productivos muy contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente. Estos precios de venta no incorporan el agotamiento de los recursos ni las externalidades que se originan. El dumping ambiental supone una competencia desleal, por no integrar los requisitos legales y costes ambientales seguidos por los competidores.

Sin embargo, también cabe destacar buenos ejemplos. Debido a que la preocupación medioambiental se ha incrementado notablemente en los últimos años, muchas empresas están llevando a cabo prácticas que constituyen ejemplos a seguir:

- **Sensibilización y educación ambiental**

Una de las actividades que muchas de las empresas responsables están realizando es la sensibilización a nivel ambiental de sus empleados y de la sociedad en general, por ejemplo la Obra Social de Caja Madrid incluye dentro de sus ejes de actuación la realización de campañas de sensibilización ambiental como *Campaña de prevención de incendios* y *Autobús Planeta sano*. Otro caso sería el de la Fundación Eroski que pone en funcionamiento la campaña *Tragamóvil* para el reciclado de los teléfonos móviles o campaña de Voluntariado Corporativo Ambiental.

- **Diseño de productos menos contaminantes**

Con el objetivo de minimizar la contaminación es fundamental considerar criterios ambientales en la concepción o diseño de los bienes de consumo que se presenten al mercado.

- **Reducción en el empleo de materias primas en envases y embalajes**

En nuestras sociedades de consumo los envases son un problema ambiental, tanto por el consumo de materias primas no renovables para su fabricación como, por las cantidades de residuo que generan después de su uso. Algunas empresas trabajan para reducir los pesos de sus envases y embalajes y favorecer el reciclaje y la reutilización de los residuos generados.

- **7000 empresas españolas con Sistemas de Gestión Ambiental certificados.**

La implantación de un sistema de gestión ambiental en las empresas persigue la integración de la componente ambiental en las decisiones empresariales. Los sistemas de gestión ambiental basados en ISO 14001:2004 o Reglamento EMAS parten de un análisis de la problemática ambiental de las empresas para la planificación de actividades tendentes a la mejora continua y la prevención de la contaminación.

VEHÍCULOS HÍBRIDOS DE TOYOTA

Como ejemplo de diseño de productos menos contaminantes, destaca el esfuerzo realizado por el sector de la industria del automóvil en la reducción de las emisiones atmosféricas.

La marca japonesa Toyota, ha introducido en los mercados los nuevos vehículos híbridos que combinan el consumo de combustibles fósiles tradicionales con el consumo de energía eléctrica.

6.7. RSC Y COMPETENCIA

Aunque a primera vista no parezca muy obvio, las empresas competidoras son también unos *stakeholders*, pues el comportamiento de una empresa afecta a las otras empresas que producen productos o servicios similares.

No se trata aquí de evaluar, ni la validez de los sistemas económicos vigentes, ni los efectos positivos y negativos de la globalización creciente, sino de destacar que cualesquiera que sean los modelos económicos, es indispensable disponer de reglas para el buen funcionamiento de los mercados nacionales e internacionales.

La OCDE en sus Directrices para empresas multinacionales indica que *“La finalidad de la política de la competencia es contribuir al bienestar social y al crecimiento económico, estableciendo y preservando condiciones de mercado en las que la naturaleza, la calidad y el precio de los bienes y servicios estén determinados por los mecanismos del mercado, a menos que las autoridades estimen necesario el cumplimiento de otros objetivos”*

Por una parte, la buena competencia es de interés general para la sociedad, por lo que se han establecido reglas internacionales para protegerla. Estas reglas están siendo integradas en las legislaciones de cada país. Además, la competencia en el mercado, no deben desarrollarse de manera descontrolada. Las autoridades deben regular el mercado para conseguir sus objetivos económicos, ambientales o sociales.

El tema de la regulación de la competencia es extremadamente complejo, pero la filosofía de la RSC puede ser utilizada para evitar los abusos de poder y proteger a los más débiles.

Se puede distinguir entre dos tipos de comportamientos contrarios a la libre competencia por parte de las empresas: los acuerdos ilegales entre competidores, y las actuaciones ilegales contra competidores.

6.7.1. Asociaciones entre competidores o cárteles

Tal como dice la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea, los cárteles protegen a sus participantes de la competencia, lo que permite a estos subir los precios y eliminar la presión para mejorar los productos o encontrar caminos más eficientes para producirlos. Sus clientes (empresas y consumidores) en consecuencia pagarán más por una calidad inferior y una elección menor.

Según las Directrices de la OCDE, *“Las empresas deberán abstenerse de celebrar o cerrar acuerdos entre competidores contrarios a la competencia para fijar los precios, realizar ofertas concertadas, establecer límites a la producción o contingentes, o repartirse o subdividir los mercados mediante el reparto de clientes, proveedores, zonas geográficas o ramas de actividades”*

La Dirección General de Competencia de la Comisión Europea, no sólo ha elaborado una reglamentación para prohibir estas prácticas que distorsionan la competencia (artículo 81 del Tratado de la Comunidad Europea), sino que ha puesto en marcha un mecanismo para combatirlos.

Si una empresa, parte de un cártel, denuncia la existencia de este cártel aportando pruebas, se puede beneficiar de una impunidad total o parcial mediante el mecanismo de clemencia (*leniency application*) que ha demostrado ser muy eficaz en los EEUU y ha sido desarrollado también por la Comisión.

6.7.2. Actuaciones contra competidores

Según la Guía de RSC elaborada por AENOR *“Ética. Sistema de gestión de la Responsabilidad Social de la empresa”*, las políticas y estrategias comerciales deberían garantizar la no realización de prácticas de competencia desleal. Las empresas deben respetar los derechos de propiedad (tangibles e intangibles) de los competidores, sin recurrir a prácticas como el espionaje industrial, y no deben difundir información falseada o tendenciosa sobre los competidores.

Apreciar si una información es falsa o tendenciosa no es sencillo, depende de la ley que varía de un país a otro, de la apreciación de los expertos y de la decisión de los jueces. Por ejemplo, la misma publicidad puede ser legal en un país e ilegal en otro.

De la misma manera, hoy, con el desarrollo de los medios de observación de las comunicaciones a nivel mundial, es cada vez más difícil poner la frontera entre la investigación inteligente de las comunicaciones y el espionaje industrial.

En realidad, como no hay reglas universales claras, sería necesario que las empresas, por lo menos las más grandes, tuvieran un Código de Conducta que precisase cuáles son las pautas de comportamiento a seguir frente a sus competidores.

Pero una actuación socialmente responsable debe ir más allá del mero respeto de la ley para evitar el abuso de poder.

Hemos visto que una empresa con más medios financieros que el propio Estado tiene la posibilidad de abusar de su poder frente a los pequeños productores de materias primarias, por ejemplo agrícolas.

El mismo fenómeno aparece con el tema del derecho de las patentes:

la protección de los derechos de los autores de una invención es algo deseable, pero no es aceptable que un laboratorio que tiene el monopolio de un medicamento pueda imponer precios injustificados y totalmente fuera del alcance de los enfermos en países pobres.

6. La RSC por grupos de interés

La declaración de Doha (2002) de la Organización Mundial del Comercio sobre los ADPIC (Acuerdos sobre Derechos de la Propiedad Intelectual y Comercial) ha intentado corregir esta situación recomendando una actitud flexible. Así, un gobierno, bajo ciertas condiciones, tiene la posibilidad de emitir “licencias obligatorias” según las cuales unas empresas o personas pueden fabricar, usar, vender o importar un producto fabricado por un procedimiento patentado, sin el permiso del titular de la patente.

Un caso muy llamativo es el del laboratorio Merck titular de las patentes del Efavirenz, un producto recomendado en el actual tratamiento del VIH/SIDA. Tailandia considera que el precio que impone Merck es demasiado alto y que el suministro no es fiable por lo que va a emitir una “licencia obligatoria” para importar genéricos de la India y favorecer una producción local. Más recientemente, Brasil ha emitido una “licencia obligatoria” del mismo medicamento.

En resumen, es positivo que haya competencia entre empresas porque revierte en beneficio del consumidor, y a largo plazo, de la empresa. Sin embargo, las administraciones tienen que regular el mercado cuando este puede poner en peligro los Derechos Humanos, y en especial el derecho a la vida, o el acceso a los servicios básicos.

6.8. RSC Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

En este apartado se tratan los aspectos a tener en cuenta por una empresa para tener una relación responsable con las administraciones. Más adelante se abordará el papel de las administraciones como promotoras de la RSC.

Una empresa, en su relación con las Administraciones Públicas, debe respetar la legislación vigente del país en que opera y respetar las obligaciones que emanan de las convenciones internacionales.



Las empresas no deben abusar de su poder frente a administraciones débiles, ni deben beneficiarse de administraciones corruptas o de la ausencia de regulación o control.

Este aspecto es importante en la medida en que las empresas son cada vez más poderosas. Según Naciones Unidas, entre 1990 y 2000, la potencia económica de las 100 empresas más grandes ha pasado del 3,5% al 4,3% de la riqueza mundial.

6.8.1. Colaboración y transparencia

Aunque tengan un papel muy particular, siendo juez y parte, las administraciones públicas son unos de los *stakeholders* y la empresa tiene que colaborar de manera transparente con ellas. Concretamente, la empresa:

- Debe rendir cuentas en cualquier lugar y a todos los niveles de la Administración, desde la local a la nacional.
- Debe publicar un informe de RSC según los formatos predefinidos, cuando estos existan, y si no utilizar un formato internacionalmente reconocido, como por ejemplo, el GRI.
- Debe aceptar plenamente la evaluación de esta información según las reglas impuestas o aconsejadas por las Administraciones. Esta evaluación tiene que ser realizada por entidades independientes, en particular por represen-

tantes de la sociedad civil, como, por ejemplo, el Observatorio de la RSC en España.

- No debe aplicar en el Sur criterios menos exigentes que en el norte (*doble rasero*). Sin embargo, cuando sea necesario debe adaptar los instrumentos de medida o de información a la situación local para facilitar la comprensión de datos complejos a Administraciones menos desarrolladas.

6.8.2. Lucha contra la corrupción

Se puede decir que la corrupción es una lacra que permite a unos pocos enriquecerse en detrimento del conjunto de la sociedad. Por desgracia, en muchos países pobres, con Estados débiles, la corrupción es grande, lo que hace más difícil su desarrollo económico, social y medioambiental.

África tiene desde hace mucho tiempo la reputación de tener más estados corruptos: de acuerdo al informe de 2007 de Transparencia Internacional sobre la gobernabilidad limpia, en la lista de los 50 países menos corruptos, sólo aparecen dos africanos, Botsuana y Mauritania.

En este mismo informe se señala que dentro de los países latinoamericanos, el menos corrupto es Chile ocupando el puesto 21. España se encuentra en la posición 23, y la corrupción se concentra en algunos sectores como el inmobiliario.

LA CORRUPCIÓN EN ÁFRICA

Según una encuesta realizada por el Banco Mundial, la corrupción le cuesta a África unos 148.000 millones de dólares al año, e incrementa el coste de todos los bienes al menos en un 20 %.

"La corrupción está por todas partes, en los pueblos... en todas partes", reconocía la Ministra del Territorio de Zambia, Gladis Nyirango, en una conferencia panafricana sobre corrupción en África, que se mantuvo durante el 23 y 24 de febrero de 2007 en Johannesburgo. Horas después, fue despedida de su cargo"

Fuente: Mail and Guardian del 4/03/2007, citado por la Plataforma O,7

6. La RSC por grupos de interés

Un factor positivo en la lucha contra la corrupción es que cada vez más multinacionales se dan cuenta que a largo plazo la corrupción, aparte de dar una mala imagen a las empresas, no es rentable ni para la sociedad ni para ellas. Por eso, varias multinacionales han empezado a actuar para erradicarla, transformando el círculo vicioso de la corrupción en un círculo virtuoso del desarrollo y la rentabilidad.

Aunque la corrupción es difícil de detectar y evaluar, esto no impide que se puedan tomar medidas para reducirla.

Buenas prácticas empresariales contra la corrupción

El principio 10 del Pacto Mundial fue añadido después de muchas discusiones en 2004, y trata sobre la corrupción. Para la implementación de este principio, el Pacto Mundial aconseja utilizar los *Principios empresariales para contrarrestar el soborno*, los *Pactos de integridad* y el *Índice de Percepción de la Corrupción* definidos por Transparencia Internacional.

La Cámara de Comercio Internacional ha definido también unas Reglas de Conducta, actualizadas en 2005, para combatir la extorsión y el soborno.

Existen otras iniciativas recientes en el mismo sentido, como la Iniciativa de *Transparencia en las Industria Extractivas* (EITI), o la campaña *Hagan público lo que pagan* (PWPY).

Todas las iniciativas aconsejan a las empresas:

- La prohibición de ofrecer o aceptar sobornos.
- La publicación de sus aportaciones a organizaciones políticas, caritativas o de otra índole.
- La prohibición, o por lo menos control, de los regalos.

Es indispensable tener en cualquier empresa un organismo de alto nivel encargado de implementar la política anticorrupción, formar a los empleados en cuanto a su actuación y a su derecho a denunciar de forma anónima las prácticas incorrectas sin riesgo de represalias.

Tener un Código de Conducta y establecer informes de seguimiento de la lucha contra la corrupción es altamente recomendable.

6.8.3. No injerencia

La corrupción y la injerencia van estrechamente ligadas, dado que se corrompe para obtener una ventaja ilegítima o bordeando la legalidad.

Que una empresa intente convencer a las Administraciones Públicas para favorecer sus intereses puede ser aceptable a condición de que, como indica la Guía de AENOR, se establezcan “clara y de manera transparente las condiciones en que la empresa, a través de sus directivos y empleados, podrá participar en este tipo de actividad”

La injerencia por soborno existe en el mundo entero, pero por desgracia más en los países empobrecidos. Se puede notar que comprar una empresa estatal a un precio muy por debajo de su valor real puede no ser ilegal, pero es claramente muy poco ético.

Existen algunos casos de injerencia, que van más allá de la corrupción. Algunas empresas para aprovecharse de las riquezas naturales de Estados frágiles, a menudo apoyadas por su propio gobierno, están creando milicias privadas o fomentando conflictos armados.

El primer paso para luchar contra la corrupción y prohibir la injerencia es tener unas reglas escritas apoyadas por la alta dirección. Estas reglas tienen que ser validadas a nivel mundial y deben insistir sobre la actuación de sus representantes y empleados en países donde el nivel de corrupción es más alto.

Es difícil impedir la injerencia por parte de las empresas en países donde las autoridades locales y estatales son corruptas. Por eso, una actuación decidida de las Autoridades Públicas de los países donde están las sedes de dichas empresas es indispensable.

En este sentido, es destacable que el Presidente Director General de la petrolera francesa TOTAL, la cuarta petrolera del mundo, haya sido detenido y procesado por la justicia francesa por sobornos a funcionarios extranjeros en Irak, en relación con el programa *Petróleo por Alimentos*, y en Irán, en relación con la adquisición de los derechos de explotación del yacimiento South Pars.

LA EXPLOTACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES EN LOS ESTADOS FRÁGILES

“Hay muchos ejemplos de naciones africanas que aparentemente han sido bendecidas con el don de las riquezas naturales, pero que han visto cómo esto ha sido más una maldición. Las enormes reservas minerales de la República Democrática del Congo, como el cobre o el cobalto, ayudaron a absorber dentro de sus fronteras a cinco ejércitos extranjeros para luchar en la recientemente concluida guerra civil, mientras que las minas de diamantes de Sierra Leona eran una de las principales fuerzas que estaban detrás del conflicto del país del oeste de África, en los 90.”

6.8.4. Obligaciones fiscales

Las empresas deben cumplir con las obligaciones fiscales en los países donde operan. Sin embargo, algunas empresas aprovechan los vacíos legales o utilizan prácticas contables fraudulentas, para evitar pagar los impuestos que les corresponde. Esto es especialmente fácil de hacer para las empresas multinacionales implantadas en numerosos países, que pueden, por ejemplo, transformar ganancias en pérdidas en un país donde la tasa de imposición es alta.

Aunque en la actualidad, y debido a la persecución de las redes internacionales criminales y terroristas, hay más cooperación entre Estados para el control de las operaciones de movimientos de capital, es extremadamente difícil perseguir el fraude fiscal internacional, por lo que la responsabilidad social de las empresas es fundamental en este ámbito.

Otro asunto interesante lo constituyen los paraísos fiscales, en particular en las islas del Caribe, y en Asia, pero también en Europa, como Gibraltar, Mónaco, o la Isla de Man. En la lucha contra la evasión fiscal a través de los paraísos fiscales desataca el trabajo de ATTAC (Asociación por la Tasación de las Transacciones financieras especulativas y la Acción Ciudadana).

ATTAC quiere “establecer mecanismos democráticos de regulación y control de los mercados y del sistema financiero internacional”, y plantea medidas de control democrático, como gravar con un impuesto, conocido como Tasa Tobin, las transacciones especulativas en los mercados de divisas y suprimir los paraísos fiscales.

Otro ejemplo de irresponsabilidad empresarial se encuentra en el transporte marítimo, con la utilización de banderas de conveniencia.

Liberia y Panamá tienen las flotas comerciales más grandes del mundo porque permiten transportar mercancías pagando pocos impuestos y sin tomar las medidas de protección ambiental adecuadas, y muchas empresas se aprovechan de esta situación.

La legislación internacional en los aspectos fiscales se está desarrollando de manera demasiado lenta. Sin embargo una empresa responsable tiene la obligación de no aprovecharse de los vacíos legales internacionales.

6.9. RSC Y ALIANZAS Y COLABORACIONES

En el mundo empresarial es común la realización de alianzas estratégicas entre compañías, que pueden tener la forma de contratos de colaboración, unión temporal de empresas, o la creación de sociedades participadas. Los motivos para estas alianzas y colaboraciones pueden ser muy variados, desde facilitar el acceso a un mercado o emprender negocios que requieran grandes inversiones, la investigación y el desarrollo de nuevos productos.

Las empresas que participen en alianzas, deberían promover en sus posibles socios una política y estrategias de RSC que se encuentren de acuerdo a sus propios principios en esta materia.

7. Políticas públicas para impulsar la RSC

Las administraciones públicas pueden desempeñar un papel importante en el impulso de la RSC desde tres ámbitos de trabajo: como regulador, como propietario de empresas y como comprador.

Las administraciones públicas, como garantes de los derechos básicos y del interés público, no pueden quedarse ajenas a la implementación de la RSC, y deben impulsar unas reglas mínimas para que dentro del marco de la RSC se establezca un diálogo fructífero entre las empresas y sus grupos de interés.

Como propietarios de las empresas públicas, la administración debe dar ejemplo en la aplicación de los principios de RSC, y exigirlos en su cadena de proveedores.

Como comprador de bienes o servicios, y financiador de proyectos, la administración debe exigir el respeto de los principios de la RSC a cualquier empresa que quiera contratar con ella, o a cualquier organización que desee recibir una ayuda o subvención.

7.1. POLÍTICAS PÚBLICAS EN ESPAÑA

Las Administraciones Públicas, desde las locales a las nacionales, tienen la posibilidad y la obligación de promover políticas favorables al desarrollo de la RSC. Esto lo pueden hacer a través de distintos mecanismos, como:

- La información de la sociedad sobre la RSC.
- La sensibilización de los agentes socioeconómicos.
- La formación y educación de los profesionales, especialmente a través de la Universidad.
- La regulación directa a través de leyes, de recomendaciones y favoreciendo la creación de normas y guías.
- El control de la información sobre los productos y servicios ofrecidos a los consumidores (etiquetaje)

La OCDE prevé que haya un Punto Nacional de Contacto (PNC) encargado de informar sobre las Directrices para

empresas multinacionales, y servir de mediador entre las empresas y la sociedad, si es necesario. Una resolución de la Comisión Europea, de febrero 2007, apoya esta iniciativa. Sería necesario que el PNC español tenga el apoyo político indispensable por parte del gobierno para cumplir con su labor.

Existen otros temas de promoción de la RSC desde las políticas públicas, como la Contratación Pública, la Ayuda Oficial al Desarrollo, la Inversión Socialmente Responsable, la Rendición de Cuentas y el Consejo de RSC. El Observatorio de la RSC tiene un posicionamiento sobre estos temas, que se recoge en el Anexo, y que marca la pauta a seguir.

7.2. POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL EXTRANJERO

La Administración tiene que vigilar el comportamiento de las empresas españolas, incluyendo a las empresas públicas, para que respeten los principios de la RSC no solo en España sino también fuera.

La administración tiene que asegurarse que España cuenta con una representación adecuada en los foros internacionales donde se elaboran las bases de la RSC, en Europa y a nivel mundial, como en las Naciones Unidas o la OCDE.

Un tema de especial importancia es que el Estado adopte los instrumentos jurídicos internacionales para luchar contra la corrupción, tomando las medidas necesarias para introducir en la legislación española, entre otras disposiciones el Convenio de la OCDE contra el Soborno Transnacional (1999) y la Convención de Naciones Unidas contra la Corrupción (2005). La importancia de estos textos radica en que dan el poder a las autoridades de un país para controlar el comportamiento de sus empresas, incluso fuera de su territorio.

Ingeniería Sin Fronteras, como ONG de Desarrollo está interesada en las actuaciones del Estado español que afectan a los países del Sur, y en particular en la atribución de la Ayuda Oficial al Desarrollo española (AOD). ISF cree que cuando esta ayuda se gestione a través de empresas, estas deben cumplir unos requisitos mínimos de RSC, como señala el posicionamiento del Observatorio de la RSC (ver Anexo). ■



8. Políticas ciudadanas y de las ONG para impulsar la RSC

La RSC concierne a toda la sociedad, no sólo a las empresas. Por eso la sociedad civil también puede incentivar a las empresas a que cumplan con los criterios de RSC a través de distintas iniciativas, como las que se indican a continuación.

8.1. CONSUMO RESPONSABLE

El consumo responsable se basa en aplicar unos criterios éticos a la hora de comprar un producto. Intenta que lo que potenciamos con nuestro consumo no sea contradictorio con lo que queremos potenciar a nivel social. En la actualidad está adquiriendo mucha importancia dado el gran poder que tiene el consumidor en nuestra sociedad. Existen fundamentalmente dos formas de actuación:

El boicot, que se utiliza desde hace años en diversos países occidentales como instrumento de presión a disposición de los consumidores para inducir al sistema, a los productores y comerciantes, a abandonar comportamientos incorrectos.

El consumo crítico y responsable, que sirve para demostrar cómo se organizaría el cambio hacia un comercio más justo y reforzar el sistema productivo y comercial correcto. Se traduce básicamente en escoger lo que compramos en base a dos criterios: la historia del producto y la conducta de la empresa productora. Para hacer del consumo un acto responsable, el consumidor debe:

- Informarse del origen, la producción y distribución de los productos consumidos.
- Averiguar las condiciones laborales bajo las que se han producido.
- Enterarse de si su producción supone una degradación ambiental.
- Indagar sobre la conducta de las empresas productoras y distribuidoras.

- Manifestar con su compra qué métodos aprueba y cuáles condena.
- Participar en un comercio alternativo y justo que garantice unas relaciones comerciales entre el Norte y el Sur directas, respetuosas y transparentes.

Puesto que no es fácil para el consumidor conocer toda la información anterior, para facilitar esta labor hay iniciativas que pretenden indicar a través de una etiqueta cuáles son los productos elaborados de forma “ética”. Esta opción tiene los problemas de a quién confiar la responsabilidad de establecer si un producto merece la etiqueta o no y en base a qué criterios hacer la selección. Actualmente existen varias ecoetiquetas para la agricultura ecológica, el sello FSC que garantiza que las maderas no proceden de la destrucción de los bosques, o el sello FLO para productos de comercio justo.

Otra orientación posible en el consumo responsable consiste en tener en cuenta la limitación de recursos y reducir el consumo, con el fin de respetar el concepto de desarrollo sostenible. Se trata de consumir sólo aquello que se necesita, renunciando al consumismo desmedido. También se trata de adquirir productos duraderos y evitar la compra de productos de usar y tirar, siguiendo el lema ecologista de “las 3 R”: Reduce, Reutiliza, Recicla.

Cuanto más aumente el consumo responsable en nuestra sociedad los productos elaborados por las empresas que sigan unos criterios de RSC serán más demandados, y esto motivará a las empresas para que incentiven su RSC. ■

8.2. COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo es una forma de intercambio comercial que favorece a los países del Sur. Las relaciones comerciales son a largo plazo y la mercancía es pagada por adelantado, invirtiendo los beneficios en el desarrollo de la comunidad. Dependiendo de los productos el trabajador suele cobrar entre un 30 y un 40 % más de lo que les pagaría el comercio tradicional.

El objetivo es reducir la pobreza del Sur gracias a un sistema comercial que dé a los productores marginados acceso a los mercados del Norte. Se quieren lograr condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias, que ayuden a las poblaciones a cambiar sus condiciones de dependencia.

La primera vez que se habla de este concepto es en 1964, en la conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo, en la que los países del Sur pedían, con la reivindicación “Comercio, no ayuda”, unas relaciones comerciales más justas en el ámbito internacional.

La primera tienda de comercio justo se abrió en 1969 en Holanda. A partir de ahí, el movimiento se extendió rápidamente por otros países europeos. En España, la primera tienda abrió sus puertas en 1986.

Las tiendas de comercio justo, además de vender sus productos, realizan otras funciones como la sensibilización (denuncia de las situaciones injustas que sufren millones de productores), la difusión del comercio justo, o las campañas de presión, con el fin de promover los cambios necesarios en los ámbitos político y empresarial para acabar con las condiciones de explotación.

LAS 10 REGLAS EN LAS QUE SE BASA EL COMERCIO JUSTO SON:

- Reducción de la cadena de intermediarios.
- Pago de un precio justo.
- Condiciones laborales dignas.
- Sin discriminación por sexo, raza, religión...
- Condena de cualquier forma de explotación infantil.
- Relaciones comerciales a largo plazo.
- Pago por adelantado de la mercancía (hasta un 60 %)
- Inversión de los beneficios en el desarrollo de la comunidad.
- Respeto al medio ambiente.
- Productos de calidad.

El comercio justo es un ejemplo de que es posible aunar los criterios empresariales con los laborales, sociales y ambientales.



8. Políticas ciudadanas y de las ONG para impulsar la RSC

8.3. FONDOS ÉTICOS DE INVERSIÓN

Los fondos éticos son fondos que, además de los criterios de rentabilidad y seguridad, buscan criterios de responsabilidad social en las inversiones.

Consisten en invertir en organizaciones que con su actuación realizan una contribución positiva al desarrollo equilibrado y justo, excluyendo a empresas que dañan a la gente o a la naturaleza. Estos fondos poseen una rentabilidad a largo plazo muy similar a la que obtienen el resto de los fondos de inversión, por ejemplo, en 1998, cuatro de los cinco fondos más rentables de los EEUU eran fondos éticos.

La finanza ética moderna tiene su origen en Estados Unidos en los años veinte, cuando la Iglesia metodista decidió comenzar a invertir, pero quiso asegurarse de no hacerlo en empresas de bebidas alcohólicas o implicadas en juego ilegal. Sin embargo, el auge de la inversión socialmente responsable no llegó hasta los años setenta.

Los países pioneros son los anglosajones, con Gran Bretaña a la cabeza. Desde enero de 1999 a enero de 2000 la cantidad total invertida en fondos éticos en el Reino Unido pasó de 3.300 a 4.100 millones de dólares. En España los fondos éticos llegaron tarde, a finales de los 90. El primero fue el promovido en 1999 por la Fundación Ecología y Desarrollo y la Gestora Renta 4.

Las inversiones éticas permiten que el ciudadano sea congruente con su modo de pensar y pueda cumplir con sus expectativas éticas como ahorrador. Mediante estas inversiones es posible la financiación de pequeños proyectos y microempresas que no interesan a las entidades financieras convencionales, y que el Tercer Sector (ONG y entidades sin ánimo de lucro en general) acceda a fuentes de financiación privadas más baratas. Además, la inversión ética permite que se presione desde el sector privado para que los agentes económicos cambien sus decisiones o, al menos, tengan en cuenta aspectos sociales y éticos antes de tomarlas.

Dentro de los Fondos de Inversión Éticos, hay que diferenciar dos grupos:

- **Los Fondos de Inversión Éticos** propiamente dichos, donde se seleccionan a través de una serie de criterios aquellas empresas que por su comportamiento puedan formar parte de ese Fondo de inversión. El inversor obtie-

ne la rentabilidad a que den origen esas empresas. Garantizan el uso justo y moral del dinero del inversor.

- **Los Fondos de Inversión Solidarios**, dedicados a la financiación de proyectos sociales o de desarrollo. Dedicar parte de sus rendimientos a proyectos de inversión previamente seleccionados por la ONG que patrocina el Fondo. Se utilizan para la concesión de microcréditos en los países en vías de desarrollo, o bien para financiar proyectos nacionales de pequeñas y medianas empresas de especial interés para la comunidad.

Cabe la posibilidad de combinar ambos Fondos en un único proyecto.

Existen dos criterios de valoración para determinar si una empresa cumple esos principios éticos y puede ser incluida en un Fondo de este tipo:

- **Por criterios de exclusión** (modelo británico), como inversión en países que no respetan los derechos humanos, utilización de técnicas productivas contaminantes, nocivas y peligrosas, fabricación de material nuclear, explotación de los menores, destrucción del medio ambiente, experimentación con embriones humanos, falta de reconocimiento de los derechos fundamentales de los trabajadores, industria del armamento, del alcohol y el tabaco, de los juegos de azar, de la pornografía, etc.

- **Por criterios positivos de inclusión** (modelo americano), como promoción del desarrollo local o comunitario de los países del sur, provisión de productos de alta calidad y servicios que son beneficiosos a largo plazo para la comunidad, protección del medio ambiente, conservación de la energía y los recursos naturales, colaboración con los países del sur, respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores, proyectos que no experimenten con animales, empresas en las que se facilite la igualdad de oportunidades, que generen empleo estable, especialmente en zonas deprimidas y que sirvan para fijar la población, empresas abiertas al examen de sus actividades, etc.

La tendencia lógica es ir a la combinación de ambos criterios.

La heterogeneidad de conceptos y criterios provoca una gran diversidad de fondos e índices. El *Environmental Investor Fund* invierte en gigantes como Shell o British Petroleum

porque toman medidas anticontaminantes. El Pax World Fund en Inglaterra lleva su ideario pacifista como criterio de inversión y excluye las empresas que tienen contratos con el Ministerio de Defensa. El Allchurches Amity Fund, por ejemplo, rechaza empresas relacionadas con el alcohol, el tabaco y el juego. El Balanced Ethical Index (BEI) de Reino Unido excluye a las empresas que experimenten con animales, obtengan más del 10% de sus beneficios del juego, fabriquen o comercialicen armas o material nuclear, publiquen revistas pornográficas, fabriquen pesticidas, corten o usen gran cantidad de maderas tropicales o realicen marketing irresponsable en países del Sur. Pero también prima a aquéllas que favorezcan la igualdad de oportunidades, tengan reconocidas organizaciones sindicales o programas específicos para sus empleados y promuevan iniciativas a favor del medio ambiente.

El Triodos Bank, nacido en los Países Bajos en 1980 con filiales hoy en Bélgica y en Reino Unido y una sucursal en España, es un banco que ofrece a sus clientes la posibilidad de dirigir sus inversiones a áreas muy específicas elegidas por ellos, como la agricultura orgánica o el desarrollo de la energía solar en los países del Sur.

El Citizens Bank, propiedad de la Vancouver City Savings Credit Union, la mayor entidad de crédito de Canadá, apuesta por la transparencia. Su programa de donaciones a la comunidad invita a los clientes a nombrar grupos que estiman aptos para recibir una parte del fondo.

En la actualidad en España también encontramos una iniciativa de la denominada Banca Ética. Es el proyecto Fiares, que se apoya en redes activas, con oficinas en Bilbao, San Sebastián, Vitoria, Pamplona y Madrid. Está vinculado con la Banca Popolare Etica de Italia y tiene un doble objetivo, la financiación de proyectos de impactos positivos (proyectos sociales, culturales, medioambientales o humanitarios), y ofrecer al inversor responsable la posibilidad de apoyar estas actividades.

Algunos bancos tradicionales españoles también ofrecen a sus accionistas la posibilidad de invertir en fondos éticos que han desarrollado (Santander Responsabilidad, SCH Dividendo Solidario, BBVA Bolsa Desarrollo Sostenible, BBVA Extra 5 II Garantizado, Caixa Catalunya Europa Valor, Fondcaixa 133 Socialmente Responsable, Fondcaixa Cooperación, Urquijo Inversión Solidaria, plan de pensiones del Banco Sabadell...).

FTSE4GOOD

La serie de índices FTSE4Good ha sido creada para ofrecer a los inversores la oportunidad de conocer a las empresas que cumplen estándares de responsabilidad social mundialmente reconocidos.

FTSE Group presta servicios a clientes en 77 países de todo el mundo. Los índices han sido diseñados para identificar y medir la rentabilidad de empresas que están trabajando para conseguir una sostenibilidad medioambiental, desarrollar relaciones positivas con las partes interesadas y proteger y apoyar los derechos humanos universales.

En la actualidad *FTSE4Good* es uno de los principales índices de referencia para aquellos inversores interesados en identificar a las compañías más comprometidas con la sostenibilidad y las políticas de RSC. De las empresas españolas Telefónica está en la lista de las 20 primeras.

Todos los beneficios de las licencias de *FTSE4Good* se destinan a UNICEF.

8. Políticas ciudadanas y de las ONG para impulsar la RSC

8.4. ACTIVISMO ACCIONARIAL

Son muchos los inversores que se preocupan por los aspectos del gobierno corporativo, pero a la vez hay un porcentaje de ellos cada vez mayor que empieza a tener en cuenta también los aspectos sociales, medioambientales y éticos al gestionar sus carteras.

Los accionistas tienen derecho a ejercer el llamado activismo accionarial, y la empresa debe tener en cuenta sus opiniones y aportaciones. Los accionistas pueden utilizar este arma para pedirle a la empresa que se preocupe por el impacto ambiental que genera su actividad, para que mejore las condiciones de trabajo de sus empleados o, en general, para incrementar la RSC de la empresa en cualquiera de sus ámbitos.



La base del activismo accionarial consiste en comprar el paquete mínimo de acciones que permite asistir a las juntas de accionistas de las empresas y hacer uso del derecho de voz voto para preguntar y reclamar políticas socialmente responsables. Esta práctica la llevan a cabo organizaciones no gubernamentales desde hace algunos años para, desde dentro de las empresas, redireccionar las actividades de las multinacionales y asegurar que respetan los derechos humanos y el medio ambiente.

Según el *Cuaderno sobre Activismo Accionarial en Europa* publicado por Forética en 2006, el concepto de Activismo Accionarial se basa en tres pilares fundamentales:

- La búsqueda de rentabilidad a largo plazo.
- La influencia a largo plazo de otros factores extrafinancieros, como son los aspectos Medioambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo (MSGC)
- El ejercicio de los derechos de los accionistas, como por ejemplo el derecho de voto y el derecho de voz.

De acuerdo también con el Cuaderno de Forética, desde el punto de vista de la empresa, tener una actuación socialmente responsable persigue minimizar los riesgos y mejorar la rentabilidad considerando los siguientes factores:

- Los sonados escándalos muestran la necesidad de contar con unos sistemas adecuados de gobierno y de gestión de los riesgos.
- El creciente cuerpo de normas MSGC, como el intercambio de carbono, constituye una nueva forma de responsabilidad o de riesgo para las empresas.
- El riesgo de dañar la reputación y la conciencia de los consumidores está aumentando para las empresas y los inversores que no cumplen algunos requisitos consensuados (por ejemplo, no hacer uso de trabajos de explotación)
- La innovación en los terrenos social y medioambiental ha demostrado ser un excelente impulsor del crecimiento empresarial, lo que en parte se debe a las nuevas exigencias de los consumidores.

En términos generales podría decirse que, a largo plazo, los accionistas ejercitan sus derechos con el fin de controlar, y a veces influir, en cómo gestionan los aspectos MSGC las empresas en las que han invertido.

GREENPEACE EN SHELL

La primera iniciativa de activismo accionarial fue llevada a cabo por Greenpeace. Esta ONG decidió comprar acciones de la multinacional Shell para llevar su discurso ecologista hasta la misma junta de accionistas de la compañía. En la reunión, los ecologistas explicaron varias opciones para que la empresa limitara el uso de combustibles fósiles y apostara por las energías renovables. Una vez que cientos de accionistas menores apoyaron la propuesta, la ONG vendió sus acciones.

ACTIVISMO ACCIONARIAL EN ESPAÑA

En España la práctica del activismo accionarial es muy poco frecuente.

Hace unos años, la ONG Amigos de la Tierra utilizó este sistema para llegar a la junta de accionistas de Endesa y denunciar las consecuencias negativas de las actividades de esta empresa para el pueblo mapuche en Chile. La ONG leyó un manifiesto exponiendo la situación de estos indígenas para mostrar a los accionistas las contradicciones de la empresa.

Actualmente tenemos el ejemplo de la ONG SETEM, propietaria de más de un centenar de acciones de la empresa textil Inditex. La iniciativa para reclamar a la empresa textil que se respeten los derechos fundamentales de sus trabajadores (iniciativa que se enmarca en la campaña internacional Ropa Limpia), está obteniendo buenos resultados:

Según SETEM desde la compra de las acciones por parte de la organización, Inditex ha empezado a responder a las demandas de las ONG, mejorando su transparencia informativa, adoptando un código de conducta e iniciando procesos de auditoría. Con el tiempo, la ONG ha contado también con el apoyo de accionistas minoritarios de Inditex, que han delegado en ellos sus acciones.



9. Conclusiones y recomendaciones

A modo de conclusión de este informe, podemos decir que hace más de un siglo la sociedad empezó a darse cuenta que era intolerable dejar sin protección a los más débiles. Por eso, bajo el impulso de la sociedad civil, hubo intentos por parte de los estados de remediar las situaciones más injustas. Pero, la sociedad civil no tenía una visión global y las empresas aún menos.

Ahora, en parte gracias a la globalización de los mercados y de la información, las empresas, por lo menos las grandes en el mundo anglosajón, se dan cuenta que unas reglas mínimas son indispensables para su propia supervivencia, y que se necesita el apoyo o al menos la neutralidad de la sociedad para salvaguardar su imagen.

Al mismo tiempo, la sociedad civil y en particular las ONG han evolucionado en cuanto a su actitud hacia las empresas, pasando paulatinamente del enfrentamiento hacia una actitud proactiva para promover sus valores y denunciar injusticias y abusos de poder sólo cuando no hay otra alternativa.

De este deseo de encuentro surgió la RSC a finales del siglo XX. La premisa de la RSC es que cada organización es responsable de su impacto sobre el entorno, considerando los aspectos económicos, sociales y medioambientales, en cualquier país, y no solo dentro de los límites físicos y jurídicos de la empresa. La RSC exige que se considere toda la cadena de producción de los proveedores y de los subcontratistas hasta los clientes finales y la destrucción del producto. Además, la RSC no se debe limitar a un frío análisis técnico de la realidad, sino que tiene que tomar realmente en consideración las aspiraciones de los grupos de interés (stakeholders)

La RSC debe ir más allá del estricto cumplimiento de la ley y ser un “mecanismo” que permita el diálogo entre los grupos de interés y la empresa, y que sea útil para ambos.

La Responsabilidad de una empresa, incluso la Social, no es transmisible, por eso la RSC es un mecanismo voluntario

por parte de la empresa. Pero, es indispensable que las autoridades impongan unas reglas del juego mínimas para que el diálogo sea posible entre entes de tamaño tan desigual como, por ejemplo, una empresa transnacional y una comunidad indígena.

Concretamente, para ser socialmente responsable una empresa debe seguir un proceso de:

- Evaluación según un protocolo definido el impacto y los deseos de los afectados.
- Rendición de cuentas de manera transparente sobre la situación y su evolución.
- Verificación por organismos independientes.

Pero, la RSC concierne no solamente a las autoridades y a las empresas. Para que sea una realidad y no sólo un ente burocrático o un instrumento de marketing empresarial todos los actores de la sociedad civil tienen que implicarse: la Universidad que tiene que educar a los futuros ciudadanos, los sindicatos, las asociaciones de consumidores, los movimientos ecologistas, las asociaciones locales, etc.

Las ONG de Desarrollo tienen en particular la vocación de defender a los más desfavorecidos especialmente cuando el estado de derecho es casi inexistente y las autoridades corruptas. Hacer que las empresas y las autoridades españolas sean tan responsables en el Sur como en su propio país es vital para el desarrollo de los países más pobres.

En resumen, aunque la RSC sea responsabilidad de la empresa, es un asunto que concierne a toda la sociedad presente y futura.

A continuación, Ingeniería Sin Fronteras sugiere una serie de recomendaciones para impulsar la RSC, organizadas por actores. ■



9. Conclusiones y recomendaciones

RECOMENDACIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN

ISF comparte plenamente el posicionamiento del Observatorio de RSC (Ver Anexo):

- En materia de contratación pública, las Administraciones en todos sus niveles (estatal, autonómico, local...) deben exigir ciertos requisitos económicos, sociales y ambientales en materia de RSC a aquellas empresas que aspiren a ser contratadas por ellas. Estos criterios deben ser como mínimo los marcados por las líneas directrices de la OCDE, legislaciones de NNUU, OIT...
- En materia de Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD), muchos recursos de la Cooperación internacional son canalizados a través de empresas. A estas empresas debería exigírseles también el cumplimiento de criterios socialmente responsables.
- Inversión Socialmente Responsable: Las administraciones deberían considerar los criterios de RSC, además de los meramente financieros, en la gestión de los recursos económicos que invierten en mercados financieros. Deberían, además, desarrollar una normativa que obligue a las entidades gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones a indicar si incorporan o no criterios sociales y ambientales en sus análisis para la selección de inversores.
- Rendición de cuentas: Las administraciones deberían establecer un marco regulatorio de la información que las empresas tienen que presentar a sus grupos de interés. Deben también fomentar la verificación independiente de los informes de RSC de las empresas.
- Consejo Estatal de RSC: Este Consejo va a ser creado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. El Estado debe velar porque en él exista una representación equilibrada de los distintos sectores sociales (empresas, sindicatos, sociedad civil y administración)

RECOMENDACIONES PARA LAS EMPRESAS

ISF, desde su punto de vista como ONG de Desarrollo, recomienda a las empresas socialmente responsables que sigan los siguientes criterios:

- Cumplir con los códigos de buen gobierno internos o de su sector, y luchar contra la corrupción en todos los

niveles de la empresa. Debe respetarse siempre la legislación vigente en cada país, las obligaciones que emanan de las convenciones internacionales, así como cumplir con las obligaciones fiscales. Así mismo los bienes y servicios proporcionados deben cumplir todas las normas en materia de salud y seguridad para los consumidores.

- Respetar siempre las reglas de la libre competencia, evitando los acuerdos ilegales entre competidores o contra competidores.
- Realizar auditorías externas y publicar informes de RSC, garantizando la transparencia informativa a todos los grupos de interés de la empresa (en materia económica, social y medioambiental).
- Evitar siempre la publicidad engañosa, y establecer procedimientos para tratar las quejas y reclamaciones de clientes, así como sus sugerencias.
- Intentar integrar a socios y proveedores en su cultura de la RSC en cadena. También deben evitar imponerles condiciones (precios excesivamente bajos, plazos de entrega muy cortos...) que imposibiliten el cumplimiento de los criterios de la RSC.
- Proporcionar siempre a sus trabajadores un empleo estable y adecuadamente remunerado. Deben asimismo evitar los horarios excesivos de trabajo, y velar por que sus empleados logren conciliar su vida laboral con la personal y familiar.
- Incluso en aquellos países donde estos derechos no estén amparados por la legislación, la empresa debe respetar siempre el derecho de sindicación, luchar contra el trabajo forzoso e infantil en su seno y en sus empresas subcontratadas, y evitar cualquier tipo de discriminación por razón de sexo, raza, cultura, discapacidad...

- Las empresas socialmente responsables deben procurar cooperar con las Comunidades locales de las regiones donde operen, y también con las empresas locales, tratando de favorecer el desarrollo de la región, incentivando el empleo local y la inclusión social. Deben siempre buscar un impacto positivo en las comunidades y contribuir al desarrollo sostenible de éstas. Podrían incluso participar en proyectos de desarrollo local y regional, e incentivar a sus trabajadores del Norte para que colaboren en ellos.

- Las empresas deberían proporcionar información veraz y completa acerca de las características de sus bienes y servicios (procedencia, composición, proceso de elaboración...) para que los usuarios puedan conocer, por ejemplo, si la fabricación de un producto determinado es respetuosa con el medio ambiente, si los trabajadores que lo han elaborado han recibido un salario justo... Para ello pueden ayudarse del etiquetaje que está siendo establecido a escala nacional e internacional.

- Bienes y servicios básicos (agua, medicinas...) no deben ser tratados por las empresas suministradoras como un mero negocio. Deben ser proporcionados en calidad y cantidad suficientes. La empresa debe esforzarse por encontrar medios para hacer que los precios sean asequibles para los usuarios de menos recursos (por ejemplo estableciendo precios más bajos para los primeros litros de agua consumidos, o para aquellos clientes que tengan contratada menor potencia eléctrica...) Debe atenderse siempre a los aspectos de la calidad del servicio, mantenimiento, tecnologías eficientes y adecuadas para cada situación... aún en aquellas regiones donde esto fuera menos rentable.

- Es muy importante respetar a las culturas indígenas: sus emplazamientos, sus costumbres, garantizar los recursos naturales gracias a los cuales subsisten...

- Debe respetarse siempre el medio ambiente, y velar por el desarrollo sostenible: respetar las tasas de renovación de los recursos naturales, limitar la utilización de insumos a las mínimas necesarias, controlar y reducir las emisiones de efluentes contaminantes... Debe tratarse siempre de minimizar el impacto ambiental de los productos y de sus procesos de fabricación, y trabajar en la Investigación y Desarrollo de productos y procesos menos contaminantes y más respetuosos con el medio, así como fomentar el reciclaje y la reutilización de sus productos y envases.

- Debe evitarse el abuso de poder en el caso de emisión de patentes de productos básicos como ciertas medicinas, que imponen precios inalcanzables para los usuarios más pobres.

- No deben aplicarse nunca en el sur criterios menos exigentes que en el Norte (doble rasero) ni en materia ambiental, ni social ni laboral. Asimismo las empresas no deben abusar nunca de su poder frente a autoridades débi-

les y corruptas. Deben evitar la injerencia en las Administraciones, y por su puesto la creación de milicias privadas, el fomento de conflictos armados...

RECOMENDACIONES PARA LOS CIUDADANOS

Los ciudadanos, bien sea individualmente, bien de forma conjunta, también pueden y deben colaborar para incentivar la RSC empresarial:

- Deben informarse de la conducta de las empresas más cercanas a ellos: aquéllas que les venden los bienes y servicios que necesitan, aquéllas que tienen sus sedes más cercanas a su entorno, o aquéllas que desarrollan una actividad relacionada con su profesión.

- Tienen el derecho a rechazar la publicidad engañosa, y a efectuar reclamaciones y sugerencias. Los consumidores tienen el derecho a reclamar una mayor información medioambiental, social, laboral... acerca de los productos que consumen y de las empresas que los producen.

- Los ciudadanos deben ejercer un consumo crítico y responsable, así como una Inversión Socialmente Responsable. Tienen un poder nada desdeñable de aprobar o no, mediante el ejercicio de su consumo, la conducta de las empresas. Deben esforzarse por consumir aquellos productos que generen un impacto más positivo desde el punto de vista social y ambiental.

- Los ciudadanos pueden apoyar a ONG y asociaciones que luchen por incentivar la RSC.

- Por último los trabajadores pueden reclamar en las empresas donde ejercen su actividad profesional mayor Responsabilidad Social.



Anexo. Posicionamiento del observatorio de RSC respecto a las políticas públicas

El siguiente documento representa el posicionamiento del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa en relación a la introducción de aspectos concernientes a la responsabilidad social de la empresa desde el ámbito público, a través del desarrollo de un marco regulatorio y la aplicación de otras políticas que favorezcan la adopción de criterios sociales y medioambientales en la gestión empresarial.

En el mismo, se establecen los criterios básicos fundamentales sobre los cinco temas identificados como estratégicos para el Observatorio:

- Contratación Pública.
- Ayuda Oficial al Desarrollo.
- Inversión Socialmente Responsable.
- Rendición de Cuentas.
- Consejo de RSC.

Cada aspecto está tratado de forma independiente y constituye un documento en sí mismo.

Este posicionamiento es un referente para todas las organizaciones que integra el Observatorio, en el ámbito de la RSC y el desarrollo de políticas públicas.

CONTRATACIÓN PÚBLICA

La Administración Pública como agente de consumo, compra suministros, contrata servicios y encarga obras de

acuerdo a sus necesidades. Dicha actividad contribuye en más del 25% del PIB en España; introducir criterios de responsabilidad social en el ejercicio de dicha actividad no sólo mejoraría la eficiencia en la contratación pública, sino que también serviría para aprovechar el potencial que la misma desempeña en la economía, para generar mayores beneficios sociales y medioambientales, tanto a nivel local como global. Es necesario el desarrollo de un papel activo por parte de la Administración, que complemente la autorregulación voluntaria por parte de la empresa sobre determinadas acciones que afectan a bienes públicos globales, bien directamente imponiendo unas reglas mínimas aceptadas por todos agentes, facilitando así el poder de decisión de consumidores e inversores, bien indirectamente a través de sus políticas de compras y contrataciones públicas.

La Contratación Pública ética o responsable implica impulsar dentro del Estado la exigencia de determinados requisitos éticos mínimos en términos de RSC (económicos, sociales y ambientales) a aquellas empresas que aspiren a contratar con la Administración, requisitos que se extiendan a su vez a la cadena de valor.

Los criterios sociales y medioambientales deberían ser introducidos como criterios de valoración, y ser considerados en cualquiera de las fases del proceso de contratación pública: en la elección del objeto, en la determinación de las especificaciones técnicas y parámetros contractuales, en los criterios de selección de las empresas que tienen capacidad para contratar, en la adjudicación del contrato y en las cláusulas de ejecución del mismo. La Subcomisión Parlamentaria de RSC recomienda incluir en los pliegos públicos de compras y contrataciones aspectos que primen la responsabilidad social. ■

Entre los beneficios de incorporar criterios de RSC en la contratación pública podemos citar, entre otros, el obtener ahorros financieros (la utilización de productos de mejor eficiencia energética generan ahorros económicos, por ejemplo), alcanzar metas medioambientales, de salud y sociales, incentivar la innovación local, mejorar la imagen pública y legitimarla, contribuir a la sostenibilidad global, etc.

En el informe aprobado por el Parlamento Europeo, se afirma que los países miembros de la Unión Europea deben apoyar el desarrollo de la RSC a través de la aplicación de cláusulas sociales y ambientales en los contratos de compra pública, descalificando a las empresas vinculadas a casos de corrupción.

Propuestas del Observatorio de RSC:

Los criterios mínimos imprescindibles en términos de RSC requeridos para contratar con el sector público deben ser el cumplimiento de:

- las Líneas Directrices de la OCDE.
- la Legislación emitida por Naciones Unidas en materia de Derechos Humanos, desde una perspectiva amplia.
- los Principios Fundamentales de la OIT.
- la aplicación del Principio de Prevención y Precaución en materia de medio ambiente.
 - Introducir criterios sociales y medioambientales en la Contratación Pública, en todos los niveles de la administración, tanto centralizada (Estado) como descentralizada (CC.AA., Ayuntamientos), considerando su cumplimiento como criterio positivo de valoración de la oferta. El mecanismo adecuado es introducir la obligatoriedad de contemplar estos aspectos en la Ley de Contratos del Sector Público.
 - Exigir el estricto cumplimiento de la normativa vigente, tanto nacional como los tratados y convenios u otra normativa internacional ratificada por el Estado Español, independientemente de donde desarrolle su actividad cualquier empresa española, considerando su incumplimiento como criterio excluyente para contratar con la Administración Pública.

- Establecer un mecanismo de control posterior a la adjudicación de las ayudas públicas, que verifique el cumplimiento de los requerimientos establecidos.

AYUDA OFICIAL AL DESARROLLO (AOD)

La Ley española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y el Plan Director de la Cooperación española 2005 - 2008 reconocen expresamente a la empresa como un actor clave en la lucha contra la pobreza. De hecho, una parte de los recursos públicos que la Cooperación internacional española destina en forma de ayuda multilateral y bilateral se ejecuta a través de empresas y de las organizaciones empresariales que la representan.

Sin embargo, la actividad empresarial sólo podrá contribuir a alcanzar el objetivo declarado por la Cooperación Española, si su actuación está sometida al cumplimiento de criterios socialmente responsables. Mientras que una parte de la AOD que España destina a otros países está vinculada a la inversión privada, y/o a la compra de bienes y servicios españoles, no se observa que, de manera general, se demande a las empresas beneficiarias (a través de las cuales se ejecuta esta Ayuda) el cumplimiento de unos estándares sociales y medioambientales mínimos (acordes con la normativa internacional) que contribuyan al desarrollo sostenible de los países donde actúan.

Es por lo anterior que resulta imprescindible vincular los instrumentos de desarrollo que utiliza el Estado (y que de alguna manera benefician a la inversión privada), tales como FEV, FAD, Conversión de deuda por inversión o Partenariados Público-Privados entre otros, con el cumplimiento de criterios de RSC (criterios sociales y medioambientales). El Gobierno español canaliza la AOD bien directamente o a través de instituciones Multilaterales, aspecto importante por la labor de incidencia que debe ejercer el Gobierno sobre estos organismos.

Propuestas del Observatorio de RSC:

- Aplicación de criterios de RSC en calidad de criterios excluyentes, en la adjudicación de créditos u otros instrumentos financieros ligados al desarrollo, como la FEV (Financiación de Estudios de Viabilidad de proyectos y programas de modalidad pública), los créditos FAD, la participación de operaciones de conversión de deuda por inversiones, Alianzas Público-Privadas y cualquier otro instrumento ligado con la AOD en el que exista participación del sector privado.

Los criterios mínimos imprescindibles requeridos para el para el otorgamiento de las Ayudas Oficiales al Desarrollo deben ser el cumplimiento de:

- las Líneas Directrices de la OCDE.
- la Legislación emitida por Naciones Unidas en materia de Derechos Humanos, desde una perspectiva amplia.
- los Principios Fundamentales de la OIT.
- la aplicación del Principio de Prevención y Precaución en materia de medio ambiente.
- la legislación en país de origen de la empresa beneficiaria de la AOD, sobre aquellos aspectos ante los cuales no exista legislación internacional.
 - Establecimiento de un mecanismo de control posterior a la adjudicación de las ayudas públicas, que verifique el cumplimiento de los requerimientos establecidos.
 - Reconocimiento de la responsabilidad extendida de los administradores de las empresas beneficiarias de estas ayudas, por las decisiones que puedan afectar el medioambiente y aspectos relacionados con los Derechos Humanos

Estas demandas han sido planteadas tanto por parte del Parlamento Español a través de la Subcomisión Parlamentaria de RSC, del Plan Director de Cooperación Española, como por el Parlamento Europeo, a través del Informe de R. Howitt.

INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE (ISR)

Mediante la Inversión Socialmente Responsable los inversores (personas físicas, organizaciones y la Administración) colocan su dinero de acuerdo con sus convicciones e ideas; a su vez, deciden el tipo de actividades que quieren apoyar. La ISR considera aspectos sociales y medioambientales en las decisiones de inversión, además de las cuestiones financieras.

Los mercados financieros se han constituido como los principales agentes dinamizadores de la RSC; la internacionalización y liberalización de los mercados, está llevando a un proceso cada vez más intenso de flujos de capitales que trascienden fronteras y que tienen una capacidad de influencia directa sobre el desarrollo socioeconómico de la humanidad. Fomentar la inversión como palanca positiva de cambio (ya sea la propia inversión de la Administración, como el fomen-

to de la inversión privada responsable), es un papel que el Estado debe adoptar, a través de una combinación de políticas de intervención y herramientas de promoción.

Propuestas del Observatorio de RSC:

- Consideración de criterios de RSC además de los estrictamente financieros, en la gestión de los recursos que la Administración invierte a través de los mercados financieros. Los criterios de RSC pueden incluirse en la gestión del Fondo de reserva de la seguridad social, el Fondo de pensiones, el Fondo complementario de Funcionarios Públicos, entre otros.
- Desarrollo imprescindible de una normativa que obligue a las entidades gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones, a indicar si incorporan -o no- criterios sociales y ambientales en su análisis para la selección de inversiones, y que éstos sean accesibles a inversores, organismo supervisor y otros actores.
- Establecimiento de criterios que incentiven y premien las conductas de inversión responsable de agentes particulares. La Administración pública debería promover ventajas fiscales para los inversores que inviertan en fondos específicamente destinados a financiar actividades económicas beneficiosas para el medio ambiente y la sociedad, de acuerdo con las recomendaciones de la Subcomisión Parlamentaria de RSC.

RENDICIÓN DE CUENTAS

A través del Informe de Responsabilidad Social Corporativa, la organización debe sistemáticamente divulgar sus prácticas y brindar información que sirva para la generación de opinión y toma de decisiones de las distintas partes interesadas o stakeholders. La importancia de un reporte integrado social, medioambiental y financiero fue puesto de manifiesto en el informe aprobado por el Parlamento Europeo, donde se manifiesta a su vez, que la Responsabilidad Social Corporativa no debe estar separada de los procesos de rendición de cuentas corporativa y la gobernanza.

Respecto de la verificación independiente, la misma asegura que la organización ha reportado de forma objetiva, así como provee una verificación de la calidad de los sistemas de reporte de RSC implantados en la empresa; abarca tanto el contenido del reporte como el proceso del mismo, proporcionando transparencia a la información aportada y por tanto, fiabilidad, objetivo del proceso de comunicación.

Propuestas del Observatorio de RSC:

- Establecimiento de un marco regulatorio que defina unos requisitos mínimos de obligado cumplimiento respecto a la información a ser presentada ante los distintos grupos de interés o *stakeholders*, que permita la estandarización y comparabilidad de la información presentada, permitiendo así una adecuada valoración de la misma.

Dicho marco regulatorio debe establecer de forma precisa la definición de los conceptos que se analizan, tipo de información mínima a revelar, periodicidad de reporte, requerimiento de verificación externa y casos de obligado reporte.

Como marco de referencia para la elaboración de los informes de RSC se deberá tener en cuenta, en última instancia, el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema *Instrumentos de información y evaluación de la responsabilidad social de las empresas en una economía globalizada* (2004/C 286/04) de 15 de septiembre de 2004.

La rendición de cuentas efectuada dentro de tal marco regulatorio debe ser demandada en la órbita privada, a aquellas empresas españolas que cotizan en Bolsa (tanto nacional como internacional), empresas con operaciones en España filiales de aquéllas que coticen en Bolsa (tanto nacional como internacional), empresas cuya cadena de producción se extiende a contextos sensibles, así como a empresas prestadoras de bienes o servicios que aspiran contratar con la Administración Pública. En la órbita pública, debe ser requerida a las empresas públicas, organismos públicos dependientes de la Administración (con algún grupo de interés de dimensión sea significativa), así como a la Administración del Estado, de las Comunidades Autónomas y Administraciones Locales.

- La verificación independiente realizada por auditores externos calificados y debidamente habilitados para emitir opinión sobre la veracidad de los Informes de RSC. En el proceso de verificación es necesario que sean integrados de manera efectiva los grupos de interés, para que el mismo tenga validez.
- Creación de un registro de personas, entidades o grupos de interés, capacitados para efectuar la verificación de los Informes de RSC

Estos requerimientos están en concordancia con el Foro de Expertos de RSC, donde se establece que *“La Administración Pública es partidaria de la máxima información objetiva y verificable sobre políticas y prácticas de RSC y, por ello, quiere promover la estandarización de la información básica de las organizaciones en materia de RSC”*



CONSEJO DE RSC

El Foro de Expertos concluyó en su reunión final, con la propuesta de creación de un Consejo Público de RSC, propuesta que había sido ya planteada por la Subcomisión Parlamentaria de RSC en su informe. La creación del citado consejo ha sido aprobada por el pleno del Senado el 30 de mayo de 2007.

De acuerdo con lo acordado en el Foro de Expertos, el Consejo Estatal de RSC debe ser un órgano colegiado, asesor y consultivo del Gobierno, encargado de impulsar y fomentar las políticas de RSC. Su creación ha sido anunciada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en el mes de mayo de 2007.

Los objetivos del Consejo Estatal de RSC son:

- Constituir el marco de referencia de la RSC en España, para ello será preciso implementar las directrices para el desarrollo de la RSC en España, enmarcadas por las recomendaciones de la Subcomisión Parlamentaria de RSC, los documentos elaborados por el Foro de Expertos de RSC del Ministerio de Trabajo, y otros documentos aprobados por el parlamento europeo.

- Fomentar las iniciativas sobre RSC, proponiendo al Gobierno medidas que vayan en ese sentido.

- Informar en su caso sobre las regulaciones de ámbito empresarial y sectorial, tanto a nivel autonómico como internacional, desde la perspectiva de la RSC.

- Proponer y promocionar los estándares y características de las memorias de sostenibilidad o del reporte, así como las herramientas más adecuadas para su elaboración y posterior verificación.

- Monitorear la adecuación de los requerimientos establecidos por la Administración en los procesos de contratación pública, a la dinámica evolución de aspectos sociales y medioambientales que se intenta considerar.

- Evaluar e informar sobre el desarrollo de la RSC en España, y sobre las actuaciones en materia de RSC de las empresas españolas tanto en el ámbito nacional como internacional.

- Participar en los foros nacional e internacional constituidos para tratar temas de RSC.

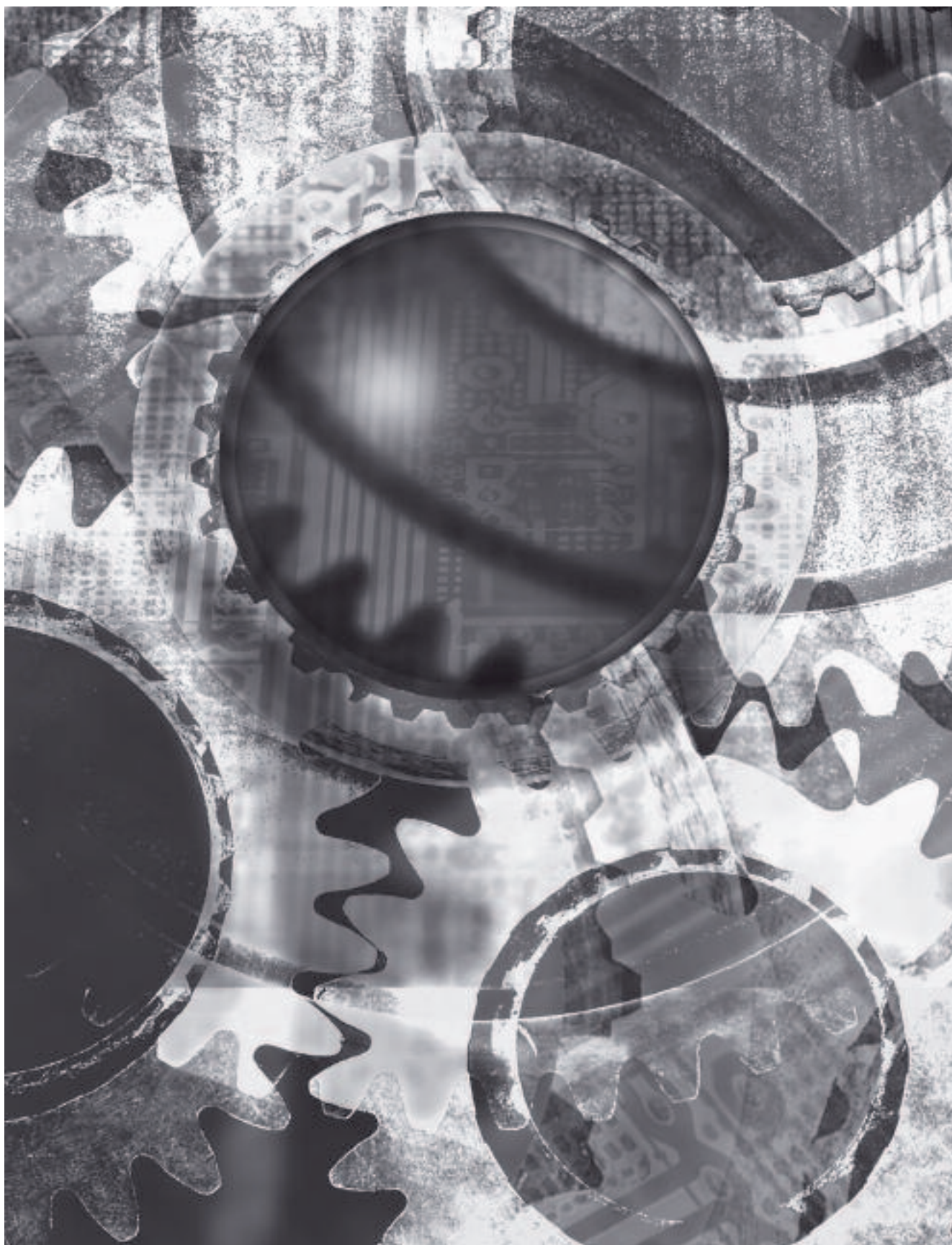
Propuestas del Observatorio de RSC:

- Representación equilibrada en el Consejo por parte de los distintos sectores sociales (empresarial, sindical, sociedad civil y administración), y que el mismo posea la legitimidad necesaria para que sea considerado de manera activa.

- Su funcionamiento deberá estar claramente definido, garantizando que el mismo sea operativo y pueda cumplir los objetivos por los que se crea. Para ello, el funcionamiento del Consejo deberá llevarse a cabo a través de sus órganos que serán el Pleno, la Comisión Permanente y los Grupos de trabajo. Se considera oportuno que el Pleno se reúna al menos tres veces al año, la Comisión Permanente una vez al mes, y los grupos de trabajo en función de las necesidades y actividad asignadas en cada momento.

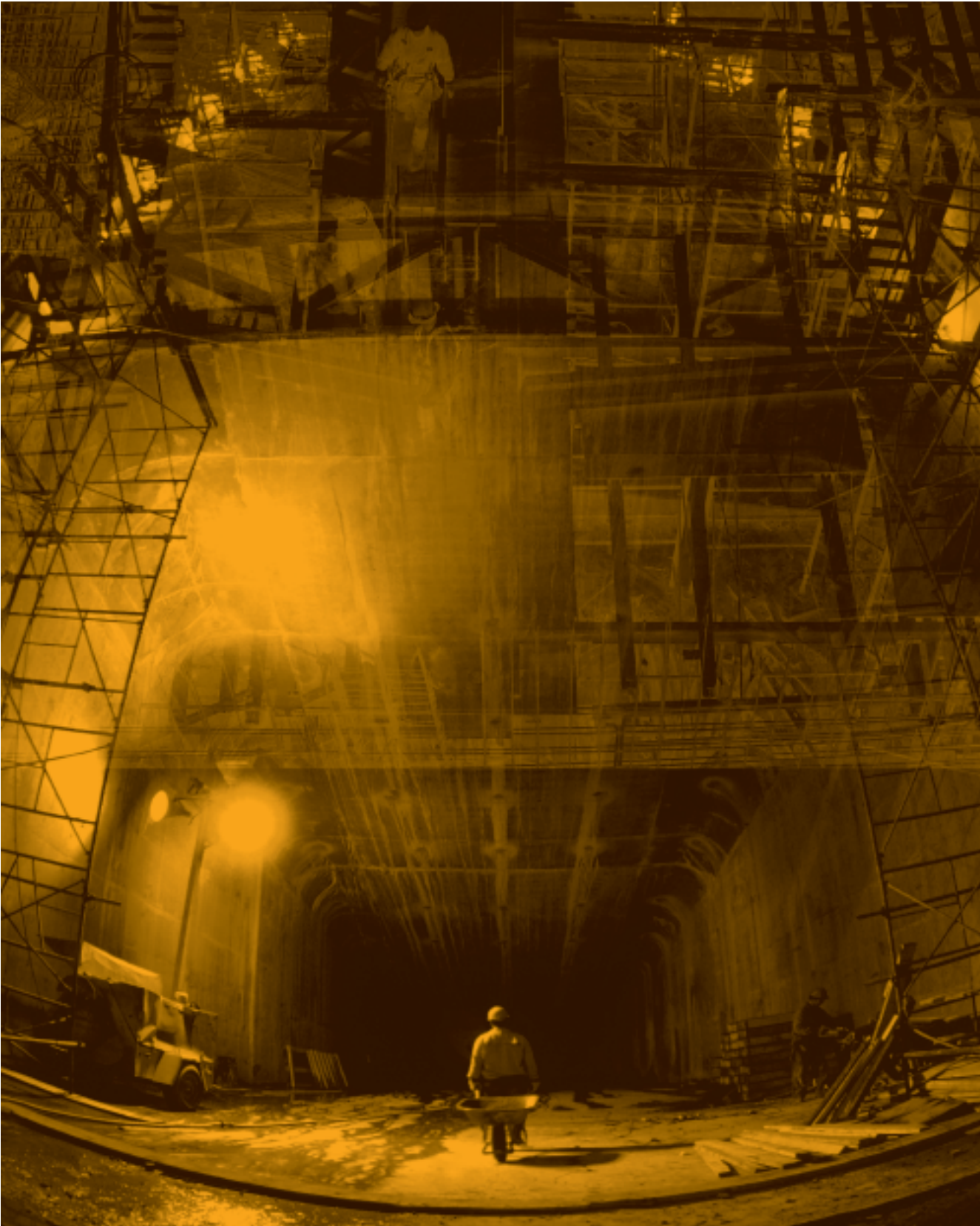
En cumplimiento de los objetivos establecidos, el Consejo Estatal de RSC tendrá las funciones de emitir dictámenes de carácter facultativo, elaborar estudios a solicitud del Gobierno o por propia iniciativa, elaborar y elevar una memoria anual al Gobierno, promover y fomentar iniciativas de Responsabilidad Social de las Empresas, así como colaborar y cooperar con otros Consejos análogos a nivel internacional, autonómico o local.





10. Bibliografía

- (1) Libro Verde, *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Comisión Europea
- (2) *Ética. Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social de la Empresa*, AENOR
- (3) *La eliminación del trabajo infantil: un objetivo a nuestro alcance*, OIT
- (4) *Cuaderno sobre Activismo Accionarial en Europa*, Forética, 2006
- (5) *Moda que aprieta*, Intermón-Oxfam
- (6) *La responsabilidad de Repsol YPF en la Amazonía peruana*, Intermón-Oxfam
- (7) *Corporate Social Responsibility and Globalization: A Reassessment*, Randall Frost
- (9) *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Tomás G. Perdiguero
- (10) *Evaluación de impacto ambiental*, Domingo Gómez Orea. 1999
- (11) *Salvar el planeta*, Lester R. Brown. 2004
- (12) *Negocio y ecología*, Paul Hawken. 1997
- (13) *Guía Práctica para la implantación de un sistema de gestión ambiental*, Generalitat de Catalunya. 2000
- (14) Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo: <http://osha.europa.eu/>
- (15) Líneas directrices OCDE: <http://www.oecd.org/dataoecd/21/20/16975360.pdf>
- (16) Notas técnicas de prevención NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España
- (17) Libro Blanco de 9 de febrero de 2000 sobre responsabilidad ambiental [COM (2000) 66 - no publicado en el Diario Oficial]
- (18) Directiva 2004/35/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, sobre responsabilidad medioambiental en relación con la prevención y reparación de daños medioambientales [Diario Oficial L 143 de 30.4.2004]
- (19) Observatorio de multinacionales de América Latina: www.omal.info
- (20) Red Puentes: www.redpuentes.org
- (21) Campaña Ropa Limpia: www.ropalimpia.org/
- (22) Intermón Oxfam: www.intermonoxfam.org
- (23) Médicos Sin Fronteras: www.msf.es
- (24) Fundación Ecología y Desarrollo: www.ecodes.com
- (25) Forética: www.foretica.es
- (26) Observatorio RSC: www.observatoriorsc.com
- (27) Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales: www.mtas.es
- (28) Pacto Mundial: www.pactomundial.org
- (29) FTSE 4Good: www.ftse.com
- (30) EduAlter: <http://www.edualter.org/> ■





Ingeniería
Sin Fronteras

Con la colaboración de:



c/ Cristóbal Bordiú, 19-21. 4º D. 28003 Madrid
Tfno.: 91 590 01 90 • Fax: 91 561 92 19
info@apd.isf.es • www.isf.es