

Responsabilidad social de la empresa

Concepto, medición y desarrollo en España

MARTA DE LA CUESTA GONZÁLEZ*

CARMEN VALOR MARTÍNEZ**

Desde los años 60, académicos y profesionales han ido consolidando el área de investigación denominada responsabilidad social de la empresa (RSE) o responsabilidad social corporativa (RSC). Aunque en nuestro país ha habido contribuciones importantes al desarrollo teórico de la materia, solo recientemente se ha empezado a avanzar en la medición y aplicación a la empresa. Este artículo pretende aportar algo de luz al debate, intentando definir cuáles son las responsabilidades sociales de la empresa y por qué y ante quienes debe ser la empresa socialmente responsable. Además se ofrece información sobre los diferentes sistemas de medición de la RSC que hay actualmente en el mundo y se exponen los avances que en ésta materia están teniendo lugar en España.

Palabras clave: responsabilidad social de la empresa, comportamiento social, gestión empresarial, comportamiento empresarial, política social.

Clasificación JEL: M14.



COLABORACIONES

1. Introducción

En los años ochenta, y como consecuencia de la crisis de los setenta, se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales, también de la empresa, sea lucrativa o no. Se percibe que el bienestar total de la sociedad probablemente será mayor si existen múltiples fuentes, más que un único monopolio de oferta.

Responsabilidad social de la empresa o responsabilidad social corporativa (RSC), se puede

definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. Por tanto la RSC afecta a la propia gestión de las organizaciones, tanto en sus actividades productivas y comerciales, como en sus relaciones con los grupos de interés.

La gestión de dicha Responsabilidad Social supone el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.

Cada vez son más las empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social (prácticas más honestas, transparencia en la ges-

* Profesora titular de Economía Aplicada de la UNED. Coordinadora del área de RSC de Economistas sin Fronteras.

** Investigador del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Miembro Investigador del área de RSC de Economistas Sin Fronteras.

ción, respeto al medio ambiente, ...) puesto que son más conscientes de que en la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización (*stakeholders*).

A nivel internacional, algunas iniciativas como el Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social (2000) promovido por las Naciones Unidas, las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales (2000), la Declaración Tripartita de la OIT sobre empresas internacionales y política social (1977-2000), la norma AA-1000 realizada en noviembre de 1999 por el *Institute of Social Ethical Accountability* o la SA-8000 promovida por la agencia acreditadora del *Council on Economic Priorities*, están dando muestra de la relevancia que está adquiriendo esta preocupación por proporcionar a consumidores e inversores información sobre responsabilidad social y medioambiental de las empresas en el ámbito internacional.

También la Unión Europea ha dado un paso importante con la publicación reciente de su Libro Verde «*Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*», al impulsar la participación de todos los sectores relevantes de la sociedad en un debate estructurado.

Este artículo pretende aportar algo de luz a este debate intentando definir cuáles son las responsabilidades sociales de la empresa y por qué y ante quiénes debe ser la empresa socialmente responsable. Además se ofrece información sobre los diferentes sistemas de medición de la RSC que hay actualmente en el mundo y se exponen los avances que en ésta materia están teniendo lugar en España.

2. Las responsabilidades sociales de la empresa (1)

Las áreas de responsabilidad corporativa son básicamente tres, la económica, la sociocultural

y la medioambiental (2). En cada una de estas áreas, se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa; todas ellas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia. El origen del comportamiento social lo marca la creencia de que la empresa es un ente social y como tal ha de comportarse. Este origen va a influir de manera notable en la intensidad del protagonismo social interno y externo que la empresa desempeña, y en su consistencia y perdurabilidad en el tiempo. Por ejemplo, las acciones filantrópicas de las empresas, ejecutadas de manera aislada, podrían encuadrarse dentro de la categoría de comportamiento social coyuntural, de origen propagandístico. Sin embargo, un comportamiento social de origen estratégico, movido desde dentro de la organización hacia fuera, basado en sólidas creencias humanas y sociales, representa al polo opuesto del anterior ejemplo, definiendo un comportamiento social sustancialista, sólido y legitimado por la sociedad.

Conociendo estas áreas, cada empresa deberá fijar el contenido de su responsabilidad social, como resultado de un análisis sistemático de los puntos de cruce de las áreas de actividad de la empresa y los agentes sociales afectados por la misma. Este análisis debe ser realizado por cada empresa, no en abstracto (Castillo, 1985). La definición de esas responsabilidades debe hacerse teniendo en cuenta dos límites:

El límite inferior o mínimo de responsabilidad: la observancia de las normas jurídicas más restrictivas. En aspectos donde no exista legislación se atenderá a los usos y costumbres.

El límite superior o máximo de responsabilidad: cuando la asunción de responsabilidad pueda suponer la pérdida de competitividad para esa organización, mermando gravemente su rentabilidad y, en última instancia, poniendo en peligro su existencia (Castillo, 1985; Nash, 1983). Tampoco intervendrá en aquellos aspectos

(1) La diferencia entre responsabilidad social de la empresa como concepto abstracto y las responsabilidades sociales como concreción del contenido se debe a CASTILLO (1985).

(2) Las responsabilidades sociales de la empresa se han presentado de diferentes formas en la literatura. Todas ellas tienen el mismo contenido, solo se diferencian en la presentación formal de las mismas. Véase CARROLL (1999); BOATRIGHT (1993); CASTILLO (1985); SERRANO MARTÍNEZ (1981).



COLABORACIONES

tos que sean competencia de otros organismos, específicamente designados para tal fin (Humble, 1973; Drucker, 1988) (3).

2.1. Responsabilidad económica

Como se ha mencionado anteriormente, esta responsabilidad se ha traducido tradicionalmente en la búsqueda del máximo beneficio y el máximo valor para el accionista. Sin embargo, algunos economistas ponen en entredicho que la maximización del beneficio para el accionista sea el único objetivo de las empresas.

La maximización del valor de las acciones parte de un concepto de racionalidad del sistema económico. Se cree que, actuando así, se alcanzará el óptimo y la eficacia económica será máxima en el sentido de que se conseguirán los mayores volúmenes de *output* con los recursos disponibles y ningún sujeto podrá aumentar su utilidad sin que otro la vea reducida. Esta definición de eficiencia y eficacia como finalidad del sistema no es intrínseca a la ciencia económica; dicho óptimo sólo lo es bajo la óptica utilitarista y deja de serlo para otras concepciones morales. En resumen, esa finalidad viene dada fuera de la ciencia económica.

Además, las grandes empresas son propiedad de muchos accionistas que controlan la empresa a través del consejo de administración, el cual designa a los directivos y se asegura de que dirigen la empresa en interés de los propietarios. Sin embargo, en la práctica, muchas empresas son dirigidas por los directivos con escaso control del consejo de administración. Los salarios de los directivos suelen ser mayores cuanto más grande es la empresa, por lo que éstos aspirarán a que crezca y no tanto a maximizar los beneficios del accionista. Si esto ocurre pueden entrar en conflicto los intereses del principal (accionistas) y el agente (gerente). Por ejemplo, si una empresa no tiene una buena inversión que realizar, lo mejor sería distribuir los beneficios a los accionistas.

(3) La empresa puede y debe asumir responsabilidad únicamente en aquellas áreas donde tenga autoridad. Corresponde a otras instituciones (gobierno, sindicatos, organizaciones no gubernamentales) el resolver problemas sociales que la empresa no ha contribuido a crear (por ejemplo, urbanización, sanidad, etcétera).

Sin embargo, para hacer que la compañía crezca, los directivos pueden utilizar esos beneficios para construir fábricas. Para evitar este riesgo, un buen consejo de administración ofrecerá acciones de la compañía a los antiguos directivos con la esperanza de que al actuar en su propio interés como accionistas también actúen en interés de los demás.

Si bajamos a la realidad y analizamos en qué se traducen hoy estas teorías económicas sobre la empresa, podemos observar que el conflicto entre propiedad y control sigue existiendo a pesar de soluciones como la expuesta anteriormente. Hoy en día prima el tamaño sobre los beneficios, quizás más por miedo a ser absorbido por otra empresa competidora y, por tanto, desplazado de la dirección y gobierno de la propia.

Por otro lado, el incentivo que supone para un directivo ser propietario de la empresa no revierte siempre en el propio interés de la misma, sino que se traduce en una búsqueda exagerada por parte de los directivos por revalorizar el valor de las acciones a corto plazo para garantizarse un patrimonio futuro muy saludable a costa de otros objetivos y agentes que participan en la empresa.

Así pues, la maximización del beneficio se convierte en la maximización del valor para el accionista, valor de la acción que se revalorizará en el mercado en función de las expectativas de beneficios futuros de la empresa. Se trata de preservar e incrementar la riqueza de los propietarios e inversores garantizando un buen uso de sus recursos financieros.

Para que ese valor sea mayor, el objetivo deberá ser lograr unos beneficios satisfactorios a largo plazo. Sin embargo, si la intención del accionista es entrar en el capital de la empresa para revalorizar su inversión, venderla a corto plazo y obtener plusvalías, entonces, el objetivo beneficio a largo plazo no será satisfactorio para él. Por tanto, es preciso distinguir entre accionistas con una visión a largo plazo y accionistas cuyo fin es especular. Cada vez más, los accionistas de las empresas grandes son instituciones de inversión colectiva cuyo propósito es obtener la máxima rentabilidad pero condicionada a una liquidez aceptable, lo que provoca su entrada y salida en el capital de las empresas de forma



COLABORACIONES

rápida y continua. De nuevo, habría que preguntarse si esa obsesión por el cambio constante de las carteras de estas instituciones responde más a los intereses de sus administradores o gestores, cuyo beneficio está en función de las comisiones que cobran, que a los de los inversores particulares a los que sirven.

Otro de los objetivos económicos de la empresa es la mejora de la eficiencia y productividad. Esto significa obtener el máximo de beneficios y de producción con los recursos de los que se disponen, algo básico para sobrevivir en un mundo competitivo. Comparamos el coste de la utilización de unos recursos con la obtención de unos resultados. Entre los costes suele incluirse el coste de materias primas, energía, recursos financieros, laborales, etcétera, y entre los resultados los ingresos. Incluir determinados costes e ingresos y no otros como el deterioro del medio ambiente, el estrés de los directivos o la degradación moral de los empleados, es una decisión metaeconómica como afirman Argandoña y Sarsa (2000). De hecho, eficiencia significa «ser útil para», es decir, conecta medios y fines o efectos e implica, sin duda, un juicio, en tanto que se propone un fin determinado, aunque a veces no se manifieste de forma clara.

Además, muchas veces, la eficiencia se obtiene en parte gracias al poder de mercado de la empresa y a su poder de negociación con proveedores de materias primas y mano de obra, más que al uso inteligente y ético de los recursos. La tendencia hacia grandes oligopolios, por un lado, aumenta el poder de mercado de la empresa para imponer sus precios y conseguir mayores beneficios (al no haber competencia real) y por otro, su gran tamaño les permite obtener mejores precios de compra de sus proveedores y abordar proyectos de inversión en países y mercados donde los factores de producción tienen precios muy bajos, de manera que la eficiencia se consigue por el poder y no por la inteligencia y racionalidad. Conseguir eficiencia de forma socialmente responsable implica hacer un uso responsable de los recursos evitando despilfarros en el uso de energía, reutilizando y reciclando las materias primas.

Significa también usar mano de obra en condiciones justas y pagar un precio justo a los proveedores por sus productos, servicios o materias primas.

Precisamente la calidad en los factores de producción, en los procesos y en los productos y servicios, es algo demandado por la sociedad y que se convierte también en un objetivo económico de la empresa. La calidad significa maximizar el valor para el consumidor. Esto se traduce en motivación, formación y satisfacción del personal que interviene en el proceso de producción y venta de los bienes y servicio; en innovación y mejora de los procesos productivos para obtener bienes de calidad. Todo ello implica inversión y gastos para el futuro.

Resumiendo, un comportamiento responsable de la empresa implicaría desde el punto de vista económico crear valor:

- Para el accionista o propietario garantizando un uso adecuado de su capital y garantizando el cumplimiento de sus intereses de todo tipo.
- Para el cliente, atendiendo a sus demandas ofreciendo precios competitivos y bienes y servicios de calidad (atención de quejas, consultas, sugerencias...).
- Para los proveedores, pagando precios justos por sus productos o servicios y sin abusar del poder de mercado.
- Para los empleados, ya sean directivos o no, preservando y creando empleo, pagando salarios justos, proporcionando beneficios sociales, formación, estabilidad y motivación.

A la vista de estos objetivos, la empresa deberá establecer sus prioridades dentro de los aspectos descritos anteriormente, asumiendo que el sistema político y sociocultural de su entorno tendrá un impacto significativo en ese *ranking*. En función del grado de presión de los distintos agentes que se ven afectados por las decisiones de las empresas primarán unos objetivos sobre otros.

2.2. *Objetivos sociales de la empresa*

Muchas veces se identifica este objetivo con que las empresas hagan donaciones a instituciones caritativas o cualquier otro tipo de prác-



COLABORACIONES

tica que suponga una merma evidente de sus beneficios. Para unos (convencidos) representa una obligación moral de la empresa que actúa como una persona más y que tienen conciencia social.

Algunos (más escépticos) lo interpretan como una forma de obtener beneficios de forma indirecta, ya que si se logra que la sociedad piense bien de la empresa, se le perdonarán determinados daños o incluso se obtendrá mejor trato de las instituciones públicas (por ejemplo, en el caso de licitación o adjudicación de proyectos).

Un tercer grupo (friedmanitas) asegura que el dinero dedicado a actividades de interés general es un robo a los accionistas. El contribuir o no al bien común mediante donaciones, es una decisión individual, que debe tomar cada accionista, no los directivos.

La responsabilidad de la empresa desde el punto de vista político y sociocultural, implica en primer lugar, respeto al espíritu y letra de las leyes; en segundo lugar, respeto a las costumbres sociales y a la herencia cultural; y en tercer lugar, involucración en la vida política y cultural.

Los dos primeros aspectos requieren que la empresa acepte los estándares legales y socioculturales de la sociedad en la que operan, tanto externos como internos, salvo que entren en conflicto o sean cuestionables (por ejemplo, si esos estándares violan los principios éticos básicos o los derechos humanos como ocurrió en el régimen del *Apartheid* en Sudáfrica). El tercer aspecto supone un papel más activo de la empresa pero sólo en determinadas actividades. Incluye su participación activa en solventar problemas de la política pública, con iniciativas que mejoran el bienestar general de la sociedad en la que viven.

2.3. Responsabilidad medioambiental

Cualquier decisión y acción que tome la empresa tiene un impacto sobre el medio ambiente, ya sea a través del consumo de los recursos naturales (*inputs* como materias primas, energía, etcétera) ya sea en los *outputs*,

contaminando. La empresa debe contribuir al desarrollo sostenible (satisfacer las necesidades de hoy sin comprometer las de las generaciones futuras).

Según el código de gobierno de la empresa sostenible desarrollado en España por IESE, Fundación Entorno y PricewaterhouseCoopers, empresa sostenible es aquella que integra los siguientes valores o principios: sostenibilidad (búsqueda permanente del desarrollo económico, la integridad medioambiental y el bienestar social), visión a largo plazo, diversidad (de opiniones, culturas, perspectivas, edades y sexos en su organización y en las relaciones con su entorno), apertura en el diálogo con las partes interesadas (*stakeholders*), integridad y responsabilidad.

Así pues, y a modo de conclusión, los aspectos sociales y medioambientales no se pueden asumir enteramente teniendo en cuenta sólo responsabilidades económicas. Existen intercambios entre los distintos aspectos mencionados anteriormente de modo que un tipo de responsabilidad tiene que equilibrarse en contra de otra. Siguiendo a Amartya Sen, pero desde un punto de vista empresarial o corporativo, reconocer una dimensión ética y socialmente responsable en la vida de la empresa no implica establecer valores éticos ni normas particulares. Se trata sólo de reconocer que esa dimensión ética existe y que hay que tenerla en cuenta.

3. Cómo se puede definir la RSC y qué es una empresa socialmente responsable

Una vez definidas las responsabilidades sociales de la empresa intentamos aproximarnos a una definición integral de responsabilidad social corporativa, saber ante quiénes es responsable la empresa y concretar el alcance y contenidos de la misma.

Por Responsabilidad Social Corporativa se entiende el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.



COLABORACIONES

Como hemos anticipado antes, la empresa es responsable ante todos los que tienen una apuesta (stake) en la empresa: sus *stakeholders*. El término *stakeholder* se utiliza contraponiéndolo a *stockholders* o *shareholders*, los accionistas. En castellano se traduce normalmente por *públicos* o *agentes sociales*.

Los *stakeholders* son los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendente al logro de los objetivos de la compañía (Freeman, 1984). Lozano (1999:115) añade que también debe tenerse en cuenta los intereses, las demandas y las expectativas que están en juego en cada caso, y el poder real que tiene cada uno en esa red de relaciones.

Los *stakeholders* se suelen clasificar en:

- Primarios: aquellos con derechos directos y legalmente establecidos —accionistas, empleados, consumidores, proveedores, gobierno, competidores.
- Secundarios: sus derechos sobre los recursos de la empresa están peor establecidos en la ley o se basan en criterios como la lealtad a la comunidad o las obligaciones éticas —medios de comunicación, grupos de interés.

La empresa en sus actuaciones debe tener en cuenta tanto a los agentes que influyen como a los que son influidos por ella, a la sociedad en general: local, nacional, universal y futura.

Así pues, la RSC debe basarse en que el desarrollo de una actividad empresarial como negocio es inseparable de la seguridad, la salud y el desarrollo de los empleados, de la prestación de servicios de calidad a sus clientes, del trato adecuado a los proveedores, así como de la protección del medio ambiente y el desarrollo de las comunidades en que las compañías operan.

La RSC debe vincularse a principios comúnmente aceptados, basarse en la legislación internacional relevante y responder en su alcance, contenidos y procedimientos de implantación a las demandas de la sociedad.

Estas obligaciones y responsabilidades de las empresas deben incluir expresamente los derechos laborales básicos (derecho a la no-discriminación, prohibición del trabajo forzoso, libertad de asociación, derecho a un salario digno, derecho a descansos y vacaciones y no

contratación de mano de obra infantil), el derecho a la libertad y a la vida, la prohibición de la tortura y los malos tratos, el derecho de los empleados a la privacidad y a la propiedad, la libertad religiosa y de opinión y la prohibición de sobornos.

Así mismo la RSC debe incluir el respeto a la soberanía de los países en que las empresas operan, a sus leyes, sus valores, sus objetivos y políticas de desarrollo económico, social y cultural; así como la obligación de respetar las comunidades locales, proteger el medio ambiente y cumplir con los acuerdos internacionales relevantes de modo que las empresas contribuyan de manera positiva a un desarrollo sostenible.

Por último, la RSC debe ser aplicable a todas las organizaciones empresariales, independientemente de su propiedad o naturaleza societaria y debe ser extendida desde las empresas a sus subcontratistas, proveedores, clientes y socios de cualquier tipo.

4. La medición de la responsabilidad social de la empresa

Para poder asegurar que la empresa es socialmente responsable es preciso traducir los principios de responsabilidad corporativa en variables medibles a través de la construcción de estándares e indicadores a partir de los cuales, y después de un proceso de auditoría social, se pueda concluir que la empresa es socialmente responsable.

El proceso que permite determinar si una empresa es socialmente responsable (la auditoría social) pasa por dos fases, fases que, haciendo un paralelismo con las auditorías de calidad, podríamos denominar normalización y certificación.

- La normalización consiste en la elaboración, difusión y aplicación de unas normas por las que se establecen unos principios que aseguren la RSC. Estas normas pueden ser generales (si abarcan todas las dimensiones de la RSC) o sectoriales (si se concentran en una dimensión y/o en una industria y la regulan profusamente).
- La certificación es el proceso, y resultado, por el que una agencia independiente garantiza



COLABORACIONES

que la empresa está sujeta a la norma o estándar. En el caso de la RSC, la certificación se denomina *social screening* o *social rating*.

El ámbito de la normalización es el más desarrollado hasta la fecha. Se cree que existen 225 normas o principios de RSE. Sin embargo, no todas ellas tienen el mismo grado de difusión y notoriedad. En el debate siguiente al lanzamiento en julio del 2001 por parte de la Unión Europea del *Libro Verde: Promover un marco europeo para el desarrollo de la responsabilidad social de la empresa*, se insistía en la necesidad de homogeneizar y reducir el número de propuestas, sintetizándolas en una ISO de carácter universal. Aunque este organismo ha creado ya el Comité que desarrollará la norma global de RSC, se prevé que muchas de las iniciativas seguirán siendo aplicadas por las agencias de *rating* social.

Las normas de RSC se pueden dividir en dos grupos: generales y sectoriales. El Cuadro 1 recoge las principales normas disponibles en estos momentos. El Cuadro 2 resume el contenido de los estándares más conocidos y utilizados.

En el ámbito de la certificación también encontramos varias propuestas. Por un lado, algunas de las organizaciones que aparecen recogidas en el cuadro anterior han previsto un proceso de certificación para reconocer el cumplimiento de su respectiva norma de RSC. Es el caso de ISO 14000 y SA8000.

Por otro lado, también existen agencias independientes que contrastan la información proporcionada por la empresa, recurriendo a agentes terceros independientes (ONGs, Asociaciones de

derechos humanos, de defensa del medioambiente, de defensa del Consumidor, Sindicatos etcétera). Estas agencias ofrecen la información en bases de datos o en forma de índices éticos. Las bases de datos son proporcionadas por las denominadas agencias de certificación o calificación ética. La ventaja frente a los índices es que el cliente quien determina los criterios excluyentes y valorativos que estime oportunos a la hora de seleccionar su cartera o inversión. De esta manera se personaliza la búsqueda y la agencia no entra a juzgar si una empresa es ética o socialmente responsable. Las principales bases de datos de RSC están asociadas a SIRI Group (www.siri.org). La cobertura varía en cada caso, aunque normalmente disponen de información contrastada de las empresas que componen los principales índices bursátiles en cada país (Cuadro 3).

Por su parte, los índices éticos o *sociales* son índices bursátiles a los que se les ha aplicado un filtro ético. Se incluyen en ellos, por tanto, empresas con buenos resultados económicos y sociales. Las características del filtro están determinadas por la agencia que construye el índice y fueron creados para orientar a particulares en sus inversiones. Los principales índices disponibles son: Domini Social Index (KLD) (www.kld.com); Dow Jones Sustainability Index (Dow Jones Group y Sam Group) (www.sustainability-index.com) y FTSE4Good (FTSE y EIRIS) (www.ftse4good.com). También existen otros como el Aspi Eurozone Indexes o el Citizens Index. Recientemente, KLD Research & Analytics Inc. y el Nasdaq Stock Market han lanzado conjuntamente el KLD-Nasdaq Social Index,



COLABORACIONES

| CUADRO 1 PRINCIPALES NORMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA | |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sectoriales | <ul style="list-style-type: none"> - Amnesty International Human Rights Principles for Companies (respeto a los derechos humanos) - Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices (relaciones laborales en el sector textil) - FLA Charter Management (relaciones laborales) - IFCTU Basic Code of Labour Practice (relaciones laborales) - ISO 14000 (medio ambiente) - Investors in People (relaciones laborales) - SA 8000 (relaciones laborales) |
| Generales | <ul style="list-style-type: none"> - Accountability 1000 - Caux Roundtable Principles - CERES Principles - Ethical Trading Initiative Base Code - Fortune's Corporate Reputation Index - Global Reporting Initiative (GRI) - Global Sullivan Principles - Os for Multinational Enterprises - United Nations Global Compact |

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 2
DESCRIPCION DE LAS NORMAS DE RSC

| Nombre | Breve descripción del contenido |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Caux Round Table Principles for Business (red de líderes empresariales de países desarrollados y en vías de desarrollo) www.cauxroundtable.org | <ul style="list-style-type: none"> - Las responsabilidades de la empresa. - El impacto social y económico de la empresa (innovación, justicia y la comunidad global). - El comportamiento de la empresa. - Respeto a las reglas y al medio ambiente. - Apoyo al comercio multilateral. - Evitar actos ilícitos. |
| Global Reporting Initiative (GRI) Desarrollado por CERES, Tellus Institute y el Programa de Medio Ambiente de la Unión Europea www.globalreporting.org | <ul style="list-style-type: none"> - Su principal objetivo es conseguir el mismo grado de transparencia respecto a la política medio ambiental que la transparencia respecto al estado financiero de la empresa. - Para ello, ha desarrollado un marco basado en principios, características e indicadores que deben ser usados en el reporte. |
| Global Sullivan Principles GSP Desarrollado por Reverendo León H. Sullivan www.globalsullivanprinciples.org | <ul style="list-style-type: none"> - Respeto a los derechos humanos. - Respeto a los trabajadores, promover la igualdad de oportunidades, respeto al derecho de asociación, asegurar la formación continua, condiciones seguras de trabajo. - Promover la competencia leal, incluido el respeto por la propiedad intelectual. - Trabajar con gobiernos y comunidades para mejorar la calidad de vida de éstas. - Promover la aplicación de estas normas por todos los agentes con los que se establecen relaciones. - Informar anualmente del cumplimiento de estas normas. |
| OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) Guidelines for Multinational Enterprises www.oecd.org/organización/daf | <ul style="list-style-type: none"> - Las empresas multinacionales deben contribuir al progreso económico, social y medio ambiental, respetar los derechos humanos, fomentar la creación de capital humano en los países donde se trabaja, asegurar la transparencia, abstenerse de acciones discriminatorias o disciplinarias que van en contra de la buena fe, fomentar la aplicación de las mismas normas por sus socios etcétera. |
| ONU Global Compact www.unglobalcompact.org | <ul style="list-style-type: none"> - Respeto y apoyo positivo de los derechos humanos especialmente en lo que respecta a los empleados y al medio ambiente. |
| CERES (Coalición para unas Economías Responsables con el medio ambiente) Principes (medio ambiente) www.ceres.org | <ul style="list-style-type: none"> - Protección de la biosfera. - Uso sostenible de recursos naturales. - Reducción de residuos. - Conservación de la energía. - Productos y servicios seguros. - Recuperación del medio ambiente. |
| FLA (Fair Labour Association) Charter Agreement (FLACA) (socio-laboral) www.fairlabor.org | <ul style="list-style-type: none"> - Evitar trabajo infantil y forzado. - Evitar el acoso, la discriminación o el maltrato. - Promover unas condiciones de trabajo seguras. - Promover la libertad de asociación y de sindicación. - Fijar un salario mínimo, unas horas máximas de jornada y un tiempo máximo de horas extraordinarias. |
| ISO 14000 (medio ambiente) www.iso.ch | <ul style="list-style-type: none"> - Incluye más de 350 estándares para controlar aspectos tales como la calidad del aire, el agua o el suelo, de forma que se cuente con datos científicamente válidos para conocer las consecuencias del comportamiento de la empresa sobre el medio ambiente. |
| SA8000 (socio-laboral) Social Accountability International (SAI, socio de CEPAA) www.cepaa.org | <ul style="list-style-type: none"> - Se evitará la mano de obra infantil y el trabajo forzado. - Se mantendrán unas condiciones laborales seguras, con una jornada máxima y un salario mínimo. - Se asegurará el derecho de asociación y sindicación, y la no discriminación. |

Fuente: elaboración propia.



COLABORACIONES

un índice elaborado a partir de la toma en consideración de los impactos sociales y medioambientales de las empresas presentes en el Nasdaq Composite Index, que incluye firmas norteamericanas de los sectores tecnológico, financiero, y de teleco-

municaciones. Los aspectos evaluados y los criterios de selección para la inclusión de las compañías en el nuevo índice han sido, entre otros, la excelencia en la gestión medioambiental, las relaciones laborales, el impacto de las operaciones en terceros

| CUADRO 3 PRINCIPALES AGENCIAS DE RATING SOCIAL | | |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------|
| País | Agencia | Número de empresas |
| Canadá | MJRA | 350 empresas |
| Escandinavia | Caringcompany | 100 empresas |
| Estados Unidos | Kinder, Lydenberg, Domini & Co. (KLD) | 800 empresas (700 grandes, 100 PYMES). |
| Francia | VIGEO | Empresas del French Bourse Index |
| Holanda | Triodos Research | 60 empresas |
| Italia | Avanzi | Empresas incluidas en el MIB |
| Reino Unido | EIRIS (Ethical Investment Research Service) | 1200 británicas, 55 europeas. |
| Suiza | Centre-Info | 60 empresas |

Fuente :elaboración propia.

países, y la implicación en la industria del tabaco.

También se ha anunciado recientemente la elaboración de un índice de bolsa ético para empresas españolas. La iniciativa, tomará como referencia el índice medioambiental y ético Footsie4Good que gestiona FTSE en Europa, y que incluye a 354 compañías, de las cuáles actualmente sólo tres son españolas. En el índice español se integrarán empresas españolas que cumplan diferentes criterios centrado principalmente en el tratamiento que la empresa hace del medio ambiente y la contribución al desarrollo sostenible, además del respeto de los derechos humanos y su preocupación por involucrar a otras compañías en su cumplimiento. El índice Footsie4Good sólo tiene restricción de entrada para negocios de energía nuclear, tabaqueras y fabricantes de armamento.

A primera vista se trata de una buena noticia para el mercado español y constata el enorme y creciente interés que está despertando en nuestro país la RSC. Ahora bien, ¿están nuestras empresas preparadas para afrontar este reto? ¿está analizado el mercado español suficientemente como para ofrecer información sobre la RSC de las empresas españolas a través de un índice ético? Como veremos en el siguiente apartado en los últimos años se están dando importantes pasos en España aunque todavía falta mucho por hacer para alcanzar el nivel de desarrollo que la RSC tiene en otros países donde llevan más de tres décadas preocupados por esta materia.

5. La responsabilidad social corporativa en España

El interés por la responsabilidad social corporativa es relativamente reciente en España. Siguiendo la experiencia internacional y el recla-

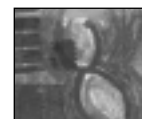
mo de una sociedad con mayor preocupación social, surgen en los últimos quince años experiencias de economía social y solidaria que demuestran que es posible compatibilizar rentabilidad económica con beneficios sociales y que se puede producir y comercializar bienes y servicios de forma sostenible económica, social y ecológicamente.

Pero quizás el mayor interés por la RSC viene ligado en nuestro país al lanzamiento a finales de los noventa de productos financieros éticos (fundamentalmente fondos de inversión (4)) promovidos por organizaciones sociales que tratan de fomentar el ahorro responsable en España siguiendo el ejemplo internacional. La necesidad de evaluar el comportamiento socialmente responsable de la empresa española para poder incluir o no determinadas organizaciones en la cartera de los fondos de inversión u otros productos financieros éticos pone en evidencia la necesidad de conocer el mercado español.

Todo ello coincide con la expansión internacional de la empresa española, que obliga a conocer a fondo el comportamiento fuera de nuestras fronteras, especialmente en lo relativo al respeto a los derechos humanos en países en vías de desarrollo, y que sin duda influye en su cotización en los mercados internacionales, donde tiene que competir con empresas ya preocupadas por su comportamiento sostenible y responsable.

Si a todo ello añadimos determinados escándalos internacionales y nacionales con los que comienza el siglo XXI y que reflejan la falta de escrúpulos a la hora de acometer determinadas

(4) A principios del siglo XXI en España se están comercializando una veintena de fondos de inversión con el calificativo de solidarios, responsables o éticos.



COLABORACIONES

inversiones por parte del sector privado, el resultado es un clima propicio para la RSC.

Dentro de las iniciativas que se están llevando a cabo en España para impulsar el la RSC hay algunas propuestas tanto en el ámbito de la normalización como el de la certificación. En el primer caso, destacan el «Código de gobierno de la empresa sostenible» elaborado por IESE, Fundación Entorno y PricewaterhouseCoopers o normas de gestión ética como la elaborada por la asociación Forética (Foro para la evaluación de la gestión ética) o la norma UNE que acaba de terminar el Comité Técnico de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) y que será sometida al pleno para su discusión y aprobación.

Tal y como se expresa en el texto definitivo del «Código de gobierno de la empresa sostenible», su misión es desarrollar una herramienta que pueda ayudar a los máximos órganos de gobiernos de las empresas españolas a integrar en sus actividades y decisiones los principios del desarrollo sostenible. Su contenido no pretende ser reglamentarista ni taxativo sino promotor e inspirador de dichos principios. Va dirigido a todas las empresas españolas, incluyendo a las filiales de empresas multinacionales.

Por su parte, Foretica (5) ha creado un modelo documental, Sistema de la Gestión Ética (SGE), que, a su vez, se organiza en series de normas, según su aplicación. La serie 20 se refiere a la Certificación de Empresas y la norma SGE 21 está orientada a introducir valores éticos en la empresa. Cada norma se articula en ocho áreas de gestión, aplicando criterios éticos adecuados a cada una. El proceso se inicia con la sensibilización, formación, y continúa con la implantación y evaluación. Por último, si se desea la demostración, Forética extiende un certificado basado en la auditoría de una certificadora acreditada, que confiere el derecho a usar la marca de *gestión ética*.

También AENOR acaba de terminar la que será la primera norma oficial de RSE en España.

Esta norma representa el trabajo y esfuerzo compartido durante dos años entre representantes sindicales, de la administración pública, de la empresa, del mundo académico y de diversas organizaciones y fundaciones civiles. El texto propuesto representa un avance en el debate sobre Responsabilidad Social Corporativa y una apuesta hacia un desarrollo sostenible.

Al mismo tiempo, existen entidades independientes que están evaluando el comportamiento socialmente responsable de la empresa y ofreciendo información y servicios sobre su base de datos de empresas españolas analizadas. Tal es el caso de la Fundación Ecología y Desarrollo, socio español del SIRI Group, el Instituto Universitario de Cooperación y Desarrollo de la Universidad Complutense de Madrid y la Fundación Economistas Sin Fronteras.

Concretamente, la Fundación Economistas sin Fronteras acaba de concluir un estudio sobre la RSC de la empresa española. Dicho trabajo ha consistido en la elaboración de una metodología de evaluación que ha sido aplicada a un conjunto de grandes empresas españolas que han participado en él. Su finalidad no ha sido calificar empresas como socialmente responsables o no, sino obtener una base de datos sobre la RSC de algunas empresas españolas, que irá ampliándose en fases sucesivas, y que se ofrecerá a cualquier agente o inversor interesado en conocer dicho comportamiento. Para poder evaluar correctamente a las empresas se han estudiado con detenimiento los criterios de RSC más utilizados a nivel internacional, su concepto, justificación así como legislación y normas que lo avalan, con el fin de hacer una selección de los que preocupan hoy más a la sociedad española y definir los indicadores, cuantitativos y cualitativos más idóneos para medirlos. Los criterios se agrupan en 4 grandes categorías: datos económicos y de gestión, relaciones sociolaborales y con la comunidad, medio ambiente y varios (energía nuclear, transparencia, defensa y armamento, derechos humanos, etcétera). En total se han seleccionado 19 criterios y se han definido más de treinta indicadores, que han servido para evaluar a 13 empresas españolas de diferentes sectores que a finales de enero de 2002 representaban el 69 por 100 del IBEX-35.



COLABORACIONES

(5) Foretica es una asociación sin ánimo de lucro compuesta por empresas, consultoras, profesores universitarios y otras personas físicas y jurídicas comprometidas con la promoción de la cultura ética de la empresa.

Por último conviene señalar que en primer semestre del año 2002, más de 140 empresas españolas se han adherido al Pacto Mundial de la ONU sobre Responsabilidad. Además de las empresas están presentes la patronal CEOE, los sindicatos CCOO y UGT, varias universidades, ONGs y fundaciones sin ánimo de lucro. En total son ya más de 400 empresas a nivel mundial las que se han adherido al este pacto por el que se comprometen a asumir de forma voluntaria nueve principios universales en los ámbitos de los derechos humanos, las normas laborales y el Medio Ambiente.

Concretamente, en el campo de los DDHH, las empresas deben apoyar y respetar su protección y evitar verse involucradas en abusos a los mismos. En cuanto a las reglas laborales, las corporaciones han de respetar la libertad de asociación y reconocer la negociación colectiva; comprometerse a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio; la abolición del trabajo infantil; y erradicar cualquier forma de discriminación respecto al empleo. Por último, en materia de Medio Ambiente, las empresas deben apoyar criterios de precaución sobre los problemas medioambientales; adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el entorno natural. En definitiva, el Pacto sintetiza dos cuestiones: la actuación de las empresas en un marco globalizado y el establecimiento de garantías para que el crecimiento económico vaya parejo con el respeto a los derechos humanos.

Para comprobar el éxito de la adopción de estos principios, las empresas deberán realizar un informe anual sobre los avances obtenidos y podrán intercambiar resultados y experiencias con otras empresas y organismos que formen parte del Pacto. De esta manera si las compañías adheridas lo incumplen, la sociedad les pedirá cuentas y perderán credibilidad.

Para finalizar, y en línea con lo que está sucediendo en otros países, también los grupos políticos están tomando conciencia de la necesidad de ordenar el debate en torno a la RSC y han aprobado en diciembre de 2002 una proposición no de ley presentada por el grupo popular cuya finalidad es instar al Gobierno, para que en el seno del

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, se cree una Comisión Técnica de Expertos, con la finalidad de elaborar un informe sobre la Responsabilidad Social de la Empresa, que permita evaluar y garantizar la eficacia y oportunidad de los elementos que la integran.

En particular el informe debe versar sobre la conveniencia elaborar Códigos de Buena Conducta, posibilidad de crear un organismo certificador o evaluador de la calidad social, implementación de una futura etiqueta social, realización de auditorías e informes sociales, cualesquiera otros aspectos que puedan integrar el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa.

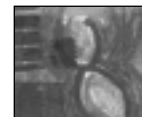
A la vista de lo descrito en este apartado se constata que la RSC está despertando enorme interés en nuestro país. De hecho ya son varias las empresas que cuentan con departamentos dedicados a implantar esta nueva forma de gestión empresarial adoptando políticas y procedimientos dirigidos hacia un modelo de empresa sostenible. En todo caso, falta mucho por hacer y conviene cuidar muy bien los sistemas de normalización y verificación que han de servir para evaluar la responsabilidad de una empresa evitando caer en la tentación de relajar los requerimientos para considerar una empresa como socialmente responsable o ética.

6. Conclusiones

De lo visto en este artículo se deduce que la Responsabilidad Social Corporativa es un reto para las organizaciones del futuro. Cada vez son más las empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social puesto que son más conscientes de que en la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización (*stakeholders*).

Conviene insistir que aunque nos hemos venido refiriendo a lo largo de estas páginas a la RSC de la empresa, la RSC afecta a todo tipo de organizaciones, públicas o privadas, con o sin ánimo de lucro.

La investigación empírica viene a reafirmar los argumentos a favor de la RSC. El que la empresa



COLABORACIONES

asuma una responsabilidad social, más allá de la maximización del beneficio para el accionista, conlleva una mejora de los resultados económicos a largo plazo. Por lo tanto, sólo se puede conseguir esta primera responsabilidad respecto al accionista, asumiendo la responsabilidad frente a los demás agentes sociales implicados en la gestión de la empresa.

En conclusión, para que la empresa crezca a largo plazo es imprescindible que sustente sus procesos y productos en unos estándares éticos, que integre en su gestión y que trate de dar respuesta a las demandas de los agentes sociales a los que afecta o que le afectan.

Ahora bien para estimular y promover este comportamiento de la empresa, es preciso que las propias empresas y las autoridades públicas, nacionales e internacionales, intensifiquen el desarrollo efectivo de la RSC para que los compromisos asumidos al adherirse a las diferentes iniciativas analizadas (Global Compact, declaraciones internacionales, códigos de buen gobierno...) no queden en simples declaración de intenciones y pueda ser exigido su cumplimiento. A modo de reflexión y conclusión enumeramos a continuación, algunas iniciativas que a nuestro juicio sería conveniente que se pusieran en marcha desde dichas instancias (6).

En primer lugar y a fin de dar ejemplo, sería conveniente convertir los requerimientos de la RSC en obligatorios para las empresas que desarrollen las actividades económicas o financieras contratadas o promovidas por las administraciones públicas nacionales e internacionales y sus organismos; y asegurarse de que no se establecen nuevos acuerdos o programas económicos, financieros o comerciales en que no se incluyan estos criterios. También sería preciso promover sistemas de control en las actividades públicas que estimulen y apliquen principios de RSC.

En segundo lugar sería necesario el establecimiento de un mecanismo de seguimiento, de la

implantación y eficacia de la RSC, verdaderamente independiente e imparcial y que sea aceptado internacionalmente.

En tercer lugar, para promover la transparencia de las empresas en todas las actuaciones que lleve a cabo, sería preciso que publicasen sus políticas sobre RSC y que emitieran informes regulares sobre sus perfiles sociales y medioambientales. Este requerimiento podría ser voluntario u obligatorio.

Del mismo modo, sería oportuno que las autoridades públicas exigieran responsabilidades a las organizaciones y empresas denunciadas por comportamientos socialmente no responsables y tomaran en especial consideración a aquellas empresas que destaquen en el campo de la RSC, difundiendo sus actuaciones para que sirvan de ejemplo a otras organizaciones.

En quinto lugar, creemos que es oportuna la existencia una norma internacional de carácter voluntario respecto a la que puedan certificarse y auditarse las empresas, para facilitar el cumplimiento de la regulación sobre RSC que se establezca, estimular las prácticas positivas de las empresas, promover la implantación de sistemas eficientes de gestión y fomentar los procesos de mejora continua. Dicha norma debe estar alineada con el alcance y contenidos de la RSC en las tres áreas: económica, social y medio ambiental.

Bibliografía

1. ARGANDOÑA, A. y SARSA, D. (2000): «Los fondos éticos y la promoción de la ética inversora», *Documento de investigación* número 421, IESE Universidad de Navarra.
2. BOATRIGHT, J. R. (1993): *Ethics and the conduct of business*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
3. BOTIJA, M. y SANMARTIN, S. (2000), «Fondos de inversión éticos: experiencias internacionales y situación en España», *Boletín AECA*, número 51.
4. CARROLL, A. B. (1999): «Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct», *Business & Society*, volumen 38(3).
5. CASTILLO CLAVERO, A. (1985): *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga. Facultad Ciencias Económicas y Empresariales.
6. COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
7. CUESTA, M. De la; SANMARTIN, S. y VALOR, C.



COLABORACIONES

(6) Tomado del documento remitido a principios de 2002 a la Presidencia Española de la Unión Europea desde *Amnistía Internacional, Economistas Sin Fronteras, Intermón Oxfam y Setem*, bajo el título: *Empresas más responsables para una Europa más justa*. Marzo 2002.

- (2002): *Inversiones éticas en empresa socialmente responsable*. Madrid: Economistas Sin Fronteras, UNED.
8. CUESTA M. De la; VALOR, C. ; BOTIJA, M. y SANMARTÍN, S. (2002): *La responsabilidad social corporativa: una aplicación a España*. Madrid: Economistas Sin Fronteras, UNED.
 9. DRUCKER, P. F. (1988): *La gerencia de empresas*, primera reimpresión, Barcelona: Edhasa.
 10. FORETICA (2001): *Sistema de Gestión Ética*. Madrid. Multicopiado.
 11. FREEMAN, R. E. (1984): *Strategic Management. A stakeholder approach*. Mersfield: Pitman Publishing Inc.
 12. HUMBLE, J. (1975): *La responsabilidad social de la empresa*. Madrid: F. Universidad Empresa
 13. IESE, PRICEWATERHOUSECOOPERS Y FUNDACIÓN ENTORNO (2002): *Código de buen gobierno para la empresa sostenible*. Barcelona. Multicopiado.
 14. LOZANO, J. M. (1999): *Ética y empresa*. Madrid: Trotta.
 15. NASH, L. L. (1983): «Una ética para la toma de decisiones». *Harvard Deusto Business Review*, primavera, páginas 57-71.
 16. SERRANO MARTINEZ, J. (1981): *El balance social como medio para la información y gestión de la empresa*. Tesis Doctoral. Editorial de la UCM. Madrid.



COLABORACIONES



INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA en INTERNET



www.revistasICE.com