

# Políticas públicas e iniciativa privada en la responsabilidad social empresarial

HELENA ANCOS FRANCO\*

---

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa el desafío de organizar las relaciones económico-sociales y medioambientales en un contexto globalizado, yendo más allá de lo social para convertirse en sostenible. Si bien la RSE representa una opción altamente positiva, han de superarse las convergencias de fachada, los meros ejercicios retóricos. Si atendemos a las conclusiones del Foro Europeo Multistakeholder, la RSE corre el riesgo de ser «capturada» por los intereses empresariales, modulando una política de RSE a la medida de sus necesidades estratégicas y de sus inquietudes a corto plazo. «Existe el peligro de que la RSE se convierta en una auténtica burbuja especulativa, en una especulación teórica, ideológica, y no hace falta decirlo, publicitaria»<sup>1</sup>.

Un ambiente propicio para la RSE ha de ser la suma del conjunto de motivaciones, instrumentos y capacidades humanas e institucionales en la que tienen y deben tener cabida tanto actores públicos como privados, teniendo en cuenta tanto los estándares y prácticas internacionales como las prioridades y particularidades nacionales y locales.

El presente trabajo pretende ofrecer una reflexión sobre las razones que fundamentan la necesidad de intervención legal para la integración de la responsabilidad social en las empresas y las políticas públicas, y los principales problemas que afectan al diseño de políticas públicas de RSE, esbozando un marco para la valoración del actual estatus de las prácticas de responsabilidad social empresarial a nivel nacional.

## 1. FUNDAMENTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LA RSE

Cuando se aborda el margen de actuación de las políticas públicas en materia de RSE, resulta insoslayable traer a colación, aunque

---

\* Doctor en Derecho - Instituto Complutense de Estudios Internacionales. Universidad Complutense de Madrid.

<sup>1</sup> LOZANO, J.M., *et al.*, « Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad», 2005.

sólo sea en el marco exclusivamente teórico, el debate sobre su voluntariedad frente a la intervención pública.

Muchas veces de forma interesada, se ha tratado de identificar la obligatoriedad con regulación y con la iniciativa pública, a favor de unas iniciativas privadas que renunciaban a un acercamiento riguroso a la RSE. «La pregunta pertinente no se refiere a la regulación de la RSE, sino a la política que deben adoptar los gobiernos en relación con la RSE. Debemos preguntarnos qué política pública necesitamos para desarrollar la RSE; sólo en este contexto tiene sentido la pregunta sobre la regulación, que no deja de ser más que un instrumento, entre otros, de esa política»<sup>2</sup>.

Hasta ahora, la mayoría de las definiciones de un comportamiento empresarial socialmente responsable hacen referencia al carácter voluntario de su asunción por la empresa. La Comisión Europea se ha posicionado definitivamente a favor de este acercamiento cuando afirma que la responsabilidad social de la empresa implica la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores<sup>3</sup>. En todo caso, los promotores empresariales de la RSE han defendido la voluntariedad de su implantación como una –si no la principal– ventaja de su desarrollo, justificando así su misma existencia.

Para los partidarios de la autorregulación, la intervención pública se considera contra-productiva desde el momento en que se corre el riesgo de que las empresas no asuman como propios los valores que la filosofía de la responsabilidad social corporativa trata de promover. Según Ecodes<sup>4</sup>, la principal nove-

dad aportada por este enfoque radica en que las demandas sociales de nuevas prácticas empresariales no son intermediadas a través del Estado; en buena parte de los casos se articulan a través de los mercados de producto (consumo responsable) o de capitales (inversión socialmente responsable –ISR–). Se invoca la necesidad de la «convicción RSC»<sup>5</sup> como garantía de su legitimidad y de minimización de su impacto en el negocio.

Es cierto que no se puede reivindicar el papel totalizador de la regulación como garante de los derechos humanos, sociales o medioambientales en un mundo no sólo cada vez más globalizado sino cada vez *políticamente más* descentralizado. En este sentido, habrá que reconocer y apoyar iniciativas provenientes de los actores sociales como acciones cooperativas que asumen la realidad de que los seres humanos pertenecen a una compleja red de estructuras sociales cuya concurrencia aumenta la potencialidad y la publicidad de las acciones de protección de los derechos de los distintos grupos de interés. Sin embargo, polarizar el debate sobre la RSE en iniciativa pública versus compromisos voluntarios, lejos de resultar simplista puede ser de utilidad para asociar la RSE a las múltiples dimensiones y niveles en los que opera<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> GOYDER, M., «Redefiniendo la RSC», citado en el informe 2004 Fundación Ecología y Desarrollo sobre políticas públicas.

<sup>6</sup> «Much of the problem lies within our assumption about what business is for. If it is to serve society's needs rather than dictated them, then we might be far less defensive of maintaining the status quo. How rational is it for business to fight regulation by voluntarily developing their own codes and standards, spending inordinate amounts of time trying to define what stakeholders want, producing glossy reports and so on, while at the same time using their public affairs groups to defend any threat of intervention by regulators? Would it not be wiser to support the idea of regulation that would enable business to understand what society's expectations are and plan accordingly? In Africa, Unilever has been distributing condoms through its distribution sources, as an immediate strategy to combat Aids. But there is a troubling, if not irrational dilemma when business assumes

<sup>2</sup> LOZANO, *op. cit.* p. 24.

<sup>3</sup> Comisión Europea, «Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la RSE», COM (2001) 366 final, de 25 de julio de 2001.

<sup>4</sup> Fundación Ecología y Desarrollo, *Informe anual*, 2004.

En efecto, de la definición tradicional de la RSE asociada a la filantropía, se ha pasado a un comportamiento empresarial socialmente responsable que considera distintas dimensiones: así desde los contenidos, la RSE significa atender a la observancia de los derechos humanos, laborales, medioambientales. Desde el punto de vista del proceso de su implantación, la estrategia corporativa, la transparencia, la rendición de cuentas, el ciclo de producto o cadenas de valor, o la que emana de los compromisos comerciales internacionales.

Sin embargo, el verdadero trasfondo de la RSE se halla en un problema de *legitimidad*. El debate sobre la intervención pública frente a la iniciativa privada se corresponde con un estadio incipiente de la protección de los derechos de los *stakeholders* y dejará de tener verdaderamente significado cuando la calidad de la RSE o su éxito dependa exclusivamente de la relación que mantienen con sus respectivos grupos de interés<sup>7</sup>. Es decir, cuando se pase, en palabras de Mark Goyder, del «cumplimiento RSC» a la «convicción RSC». Hasta entonces, no es lo mismo el deber que el ser, las desideratas que los hechos, el alegato que la certeza social: la *convicción RSE* dependerá, en definitiva, de la capacidad de la empresa de interiorizarla en su estrategia empresarial y del establecimiento de una relación recíproca entre la creación de valor para la propia empresa y la sociedad.

Esta concepción de la RSE como un problema de legitimidad tiene dos vertientes: una ideológica, enraizada en el socialismo humanista y democrático, y otra económica.

---

the responsibility for public health away from governments. Would it not be more rational for Unilever to find a way to work with public authorities to enable them to do the job, rather than confusing the space between public and private agendas?» Doane, D., «Beyond Corporate Social Responsibility: minnows, mammoths and markets», *Futures*, 37, (2005), 215-229.

<sup>7</sup> Fundación Ecología y Desarrollo, *Informe Anual*, 2004.

No hay que olvidar que la RSE surge en un contexto de creciente atención y demanda públicas respecto a los impactos negativos de la actividad empresarial. En los años 80 se asistió a una creciente conciencia pública sobre el papel de los negocios en la sociedad tras desastres medioambientales y sociales como los de Bhopal, Chernobyl y Exxon Valdez. Junto a ello, a principios de los años 90, el Informe Brundtland (1987) y la Cumbre de Río (1992)<sup>8</sup> inspiraron un concepto de desarrollo más allá del crecimiento económico y de la continua generación de riqueza definida exclusivamente en términos financieros para abarcar conceptos de equidad intra e intergeneracional y de calidad de vida. Se hablaba de desarrollo sostenible como el desarrollo que satisfacía las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.

En este contexto, desde un punto de vista ideológico, se puede decir que la RSE es una manifestación, una variante del tema de la «función social de la propiedad». Es decir, que la propiedad, privada y pública, tienen que tener una legitimidad de origen y una legitimidad de ejercicio que se justifica por su función social. La RSE no sería más que la forma concreta en que se ejerce esta «función social», en el caso de la propiedad de una empresa, o mejor, de la titularidad de una sociedad que detenta la propiedad de una empresa. Por eso algunos hablan de Responsabilidad Social Empresarial frente a Corporativa, que prescinde del concepto de «sociedad» para ir, más clara y directamente, al núcleo de la actividad económica, a partir de la cual se ejerce la función social de la propiedad<sup>9</sup>.

Desde una perspectiva económica, la RSE va a suponer un nuevo modelo de gestión de

---

<sup>8</sup> WARHURST, A. «Future roles of business in society: the expanding boundaries of corporate responsibility and a compelling case for partnership», *Futures*, 37 (2005), 151-168.

<sup>9</sup> ALONSO SOTO, F., «Estrategia europea de la responsabilidad social de las empresas», REPER, 2005.

las externalidades de la acción empresarial en lo económico, social y medioambiental.

Según la microeconomía y las finanzas neoclásicas, en mercados competitivos, con información perfecta y ausencia de externalidades, el beneficio social se logra cuando todas las empresas consiguen maximizar su valor en el mercado. En el primer teorema de la economía del bienestar de Pareto, la óptima asignación de recursos y por ende, la eficiencia económica y social, se consigue sólo cuando todos los agentes económicos maximizan su función de utilidad y alcanzan un punto en el que ninguno de ellos puede mejorar si no es a costa de que otro empeore.

Según esto, la eficiencia social sólo puede alcanzarse sobre la base de criterios de racionalidad económica, adoptando las decisiones en el ámbito económico sin tener en cuenta el impacto que puedan ejercer las actividades empresariales sobre el medioambiente y la sociedad. De ahí que adoptar voluntariamente criterios sociales o medioambientales adicionales a los mínimos legales, llevaría a una asignación ineficiente de los recursos y a una disminución del bienestar social.

Sin embargo, la lógica que subyace en esta tesis de racionalidad económica, sitúa, como eje de la actividad económica, comportamientos individualistas de los agentes económicos (sin tener en cuenta al consumidor como tal) excluyendo la posibilidad de comportamientos cooperativos en estrategias a largo plazo y de que las prácticas de RSE pueden ser útiles para reducir los fallos de mercado derivados de las asimetrías de información y las externalidades negativas. Además, esta visión implica la renuncia a la constitución de activos intangibles como la reputación o la marca que son valorados por el consumidor.

Cuando las empresas asumen el coste de incorporar alguno de los criterios de RSE, en realidad están internalizando los efectos de las externalidades negativas generadas por sus actividades que repercuten sobre los gru-

pos de interés. Cuando en «El problema del coste social» Coase criticó a Pigou por una visión demasiado estrecha de las externalidades, Coase argumentaba que la tradición pigoviana rechazaba completamente las *dimensiones recíprocas* del problema de las externalidades. Coase afirmaba que el problema no era ya el de perjudicar al otro, sino una situación con incompatible distribución de los recursos, vista desde una perspectiva social.

La RSE, entendida como gestión de las externalidades, ha de tener presente en todo momento estas relaciones recíprocas, que han de entenderse como la *identificación de los grupos de interés por una parte, y los incentivos e instrumentos de gestión*<sup>10</sup>, de otra. Sin estas correlaciones, la RSE estará abocada al fracaso. Así por ejemplo, los incentivos han de entenderse no sólo para los empresarios, sino también para todos los que se relacionan con la compañía: para el cliente, atendiendo a su demanda ofreciendo precios competitivos y bienes y servicios de calidad; para los proveedores, pagando precios justos por sus productos o servicios y sin abusar del poder de mercado, y para los empleados, preservando y creando empleo, pagando salarios justos y dando formación, estabilidad y motivación.

## 2. LA RSE COMO PROCESO DEMOCRÁTICO

La RSE, como gestión de las externalidades, lleva a considerar que el diseño de un sistema sostenible de RSE debe tener en cuenta distintos aspectos que irían desde los puramente democráticos, como la identificación de los *stakeholders* y sus necesidades, hasta otras cuestiones más técnicas como el proceso de implantación de la estrategia de RSE en la empresa o la minimización del impacto del ciclo de vida del producto o servicio.

<sup>10</sup> Donde, como veremos, se encontrará la regulación.

Desde este punto de vista, hay que tener en cuenta que una concepción unilateral (empresarial) de la RSE choca con la paradoja de que en la raíz misma de la necesidad de la RSE, se haya el déficit democrático del proceso de globalización y de la propia estructura del mercado.

Como se establece en la Declaración de Granada sobre la globalización, «el nuevo sistema de relaciones económicas, sociales y culturales demanda un orden internacional frecuentemente por poderes de escasa o nula legitimidad democrática. Hasta ahora los poderes de los Estados nacionales, al menos los Estados desarrollados, habían logrado ciertos niveles de justicia social. El desbordamiento de las fronteras nacionales y la existencia de problemas humanos graves que ya no pueden encontrar solución en el marco estatal exigen una gobernanza y unos poderes más efectivos y, sobre todo, más legítimos. La globalización es un fenómeno nuevo que ha colocado otra vez a la sociedad internacional en una especie de estado de naturaleza que necesita ser sometido a regulación. El paradigma de la democracia estatal se ha hecho insuficiente pese a que los Estados siguen siendo protagonistas del orden internacional y pueden todavía actuar eficazmente para frenar esos efectos perversos del nuevo sistema de relaciones económicas, políticas, sociales y culturales que se hacen realidad más allá de las fronteras estatales. Las pautas de derecho y justicia que son invocadas en las relaciones internacionales aumentan cada día su complejidad y diversidad, pero no aciertan a incrementar su fuerza. Los organismos internacionales que las animan son incapaces de imponerlas, y sus discursos son cada vez más meras exhortaciones mientras la realidad de los intercambios internacionales tiende a hacerse imprevisible y anómica y crecen en ella la injusticia y la desigualdad».

Pero es que además, la existencia de desequilibrios estructurales en los mercados entre el consumidor final y el productor o

empresario, reclama la intervención de los poderes públicos.

Si tenemos en cuenta la función económica del consumidor y su posición estructural en el sistema de mercado de la competencia, la protección del consumidor sería objeto de la división económica del trabajo. El mercado se concebiría como un proceso de circulación y de intercambio de las mercancías organizadas, donde el consumo constituye el último eslabón en un sistema de producción y circulación basado en la división del trabajo, es decir, la utilización de las mercancías no como valores de cambio sino como valores de uso o consumo.

Según esto, y en relación con la posición que ocupan las empresas, el consumidor se encontraría en una posición de subordinación estructural en el mercado, ya que, en contraposición a los operadores del mismo, los valores de uso son adquiridos por el consumidor para no volver a ser usados como valores de cambio, y por tanto, éste como simple adquirente de tales valores, *no está en situación de poder ejercer poder de mercado alguno o, como mínimo, de poder organizar un «contrapoder» que actúe de forma más o menos duradera en el mismo*<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Se apuntan diversas razones para ello: una podría ser la estructura atomizada del consumo en el proceso de circulación. Otra razón estribaría en la relativamente puntual cobertura o satisfacción de las necesidades que afectan al individuo consumidor. Una tercera podría encontrarse en la imposibilidad de organizar de forma duradera los intereses de los consumidores, contrariamente a lo que sucede con los intereses empresariales, de organización relativamente fácil.

Desde una perspectiva de RSE, Forética en su informe «Responsabilidad Social de las Empresas, 2004» aborda el problema de la información asimétrica entre consumidor y empresa. Mientras que las empresas tienen una gran cantidad de medios para obtener información útil a la hora de analizar sus respectivos mercados (tamaño, tendencias de consumo, herramientas de segmentación de clientes, etc), los consumidores por su parte, carecen de medios, herramientas y en general, capacidad para evaluar o comparar las políticas y conductas de las empresas de las que son clientes. Además, la informa-

La constatación de esta evidencia es la que dio lugar al nacimiento del Derecho de protección del consumidor y nos será de utilidad para abordar más adelante la cuestión del poder del consumidor en sus decisiones de compra de productos y servicios éticos.

Esta misma confrontación existente en el mercado entre las esferas individual y colectiva la encontramos en la propia tradición de la protección jurisdiccional de los derechos humanos. El modelo liberal de sociedad de mercado establecía una clara distinción entre las esferas públicas y privadas<sup>12</sup>, déficit que todavía hoy no se ha corregido. Y en este contexto de «doble barrera» (desequilibrio del mercado y jurisdiccional) para el acceso de los particulares a un ejercicio pleno de sus derechos en la esfera internacional, es donde hay que encuadrar las actuales iniciativas voluntarias de RSE.

Junto a la necesidad de situar al individuo –entendido en el sentido amplio de *stakeholders*– como pleno actor en el mercado y en el ámbito jurisdiccional, la reconsideración de las fronteras entre las esferas públicas y privadas y por tanto, de la necesidad de superación de una perspectiva unilateral de la ética empresarial, surge además precisamente del auge de otros actores no gubernamentales, sobre todo, las empresas multinacionales, como nuevos centros de influencia<sup>13</sup>.

ción, aunque cada vez de más fácil acceso, es de difícil interpretación. En ocasiones, se precisa de cierta cualificación técnica para poder diferenciar la calidad en la gestión de las empresas a base de criterios de RSE. (p. 30).

<sup>12</sup> CHINKIN, Ch., «The dualism between public and private spheres of activity has been identified as a key feature of classical, Western liberal thought», *EJIL*, 1999, vol. 10, nº 2, pp. 387-395.

<sup>13</sup> En una dimensión de Derechos Humanos, Andrew Clapham identifica tres tendencias que han forzado a esta reconsideración. «The first of these is the emergence of fragmented centres of power –including MNEs- which extend the individual’s perception of authority- repression and alienation beyond the apparatus of the state. Second, the definition of the private sphere has undergone a transformation, due to the emergence of *inter alia* the kinds of identity politics ....Third, the

Según esto, «el concepto de empresa sostenible –¿o creación de valor sostenible?– se refiere esencialmente a la evidencia de que a largo plazo los resultados empresariales mejoran si se mantienen relaciones no oportunistas con los diferentes grupos de interés que concurren en la actividad empresarial: empleados, clientes, proveedores y comunidades sociales en donde opera»<sup>14</sup>. De ahí que, el enfoque integral de la RSE debe atribuir tanta importancia a los principios y objetivos en sí mismos como a los procesos que conducen a la obtención de estos objetivos, donde sin duda la fuente más importante de valor agregado la constituyen por un lado, la creación de una verdadera ciudadanía responsable, y por otra, la rendición de cuentas de los responsables de políticas y de otros actores cuyas acciones tienen impacto en los derechos de las personas.

### 3. DIMENSIONES DE LA RSE

En definitiva, estas consideraciones obligan a plantear diversos planos en la respon-

supranational dimension has created new institutional centres of power which allow MNEs, among others, to bypass the state machinery and to exercise direct influence of these institutions which, in turn, directly exercise power over the individual. Thus bodies such as the EU or the WTO are perceived as being involved in a direct relationship with transnational capital, without a clear system of democratic accountability being in place to represent other, equally valid, interests. These changes, in turn, create the perception of MNEs as entities capable of exerting power over public policy and individuals without being held accountable. This coincides with the fear that such powerful entities may disregard human rights and, thereby, violate human dignity. It follows that MNEs must be subjected to human rights responsibilities, notwithstanding their status as creatures of private law, because human dignity must be protected in every circumstance.» Muchlinski, P., «Human rights and multinationals: is there a problem?», *International Affairs*, 77, 1 (2001) pp. 31-48.

<sup>14</sup> LAFUENTE, A, «La crisis de la creación de valor», p. 8, en *Responsabilidad Social Corporativa. Recopilación de artículos 2001-2004*, Fundación Ecología y Desarrollo.

sabilidad social empresarial. En primer lugar, una dimensión externa e interna, ambas con una interacción mutua en el diseño de políticas de RSE.

1. Desde un punto de vista externo, el debate sobre la RSE ha de inscribirse en el análisis de los vínculos entre desarrollo, comercio y competencia. Las implicaciones de la RSE desde el punto de vista del desarrollo son relevantes y estriban en el hecho de que como han apuntado diversos autores (Simms, Doane, Ward) los intereses corporativos y las prácticas empresariales son los que controlan la agenda de la responsabilidad social corporativa.

«The dominant CSR agenda largely reflects the concerns of stakeholders based in high-income countries. It has not yet been fully connected to the range of «indigenous» CSR agendas around the world. Yet voluntary approaches to setting CSR standards are now transferring the dominant agenda to businesses in low- and middle-income countries through supply-chain relations and other kinds of private business interactions. This in turn is prompting concerns to address the impacts of action by businesses to reflect the demands of the new «fourth party» interests— those of consumers, workers, and citizens in developed countries»<sup>15</sup>.

Desde este punto de vista, habrá que estar muy atento al impacto de los acuerdos de libre comercio que incorporan el concepto de RSE como un marco en la forma de hacer negocios y en las buenas prácticas de las empresas que se beneficien de este tipo de acuerdos. En el Acuerdo de Libre Comercio entre Estados Unidos y Chile, firmado el 6 de junio de 2003, por primera vez se incluye una cláusula sobre RSE en el capítulo ambiental (art. 19.10), que aunque no tiene un carácter obligatorio en cuanto no obliga a las partes al cumplimiento de estándares, sí marca un

precedente al tipo de comportamiento que se busca en los negocios entre empresas de ambos países.

Del mismo modo, un nuevo acuerdo EEUU-Vietnam en materia de textiles, suscrito el 25 de abril de 2005, incorpora una obligación para las autoridades vietnamitas de promover la implementación de códigos RSE a cambio de acceso al mercado norteamericano. Con arreglo a las condiciones del acuerdo, los ministros de trabajo de los dos países convinieron en «reunirse para revisar los avances obtenidos en la consecución del objetivo de mejorar las condiciones de trabajo en el sector textil en Vietnam». Este pacto difiere de un acuerdo similar con Camboya, en el que se vincula el incremento de las cuotas de exportación de textil a las mejoras de los derechos de los trabajadores.

Estas cláusulas, –independientemente de la formalidad que adopten (esquemas de certificación, etiquetas ecológicas, códigos voluntarios o guías para aplicación en distintos sectores)– si bien pueden elevar recíprocamente los estándares de responsabilidad social, pueden provocar impactos negativos para los negocios en los países en desarrollo, en la medida en que tienen el potencial de imponer nuevos costes a los empresarios que estén peor capacitados para responder<sup>16</sup>. Además, el impacto del acceso a los mercados por los instrumentos privados de RSE no puede controlarse a través de los mecanismos establecidos de la OMC, que están previstos para iniciativas gubernamentales<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Del mismo modo, estas preocupaciones de acceso al mercado pueden integrarse en la cadena de valor como exigencias de entrada al mercado por parte de los competidores, ya a través de mecanismos de inversión directa, exigencias de cadena de suministro, o de comercialización.

<sup>17</sup> WARD, H, *Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: taking stock*, World Bank, January 2004, p. 36.

<sup>15</sup> MUCHLINSKI, *op.cit.* p. 34.

Por otro lado, la necesidad de incorporar políticas de competencia y comerciales socialmente responsables se enfrenta a los requerimientos de un sistema global cada vez más integrado, a la creciente complejidad de las agendas comerciales, la heterogeneidad de los sistemas de competencia existentes, y la necesidad de un marco institucional que apuntale instrumentos y recursos para políticas de competencia más solidarias.

La acción empresarial en la sociedad y en los mercados globales exige alcanzar altos niveles de competitividad, que dentro de un marco de desarrollo sostenible vaya acompañada de una mayor solidaridad y visión ética que permita atender temas emergentes con alto impacto social tales como la protección del medio ambiente, las nuevas tecnologías de la información, la innovación y transferencia tecnológica y los derechos de propiedad intelectual, etc.

2. Este aspecto nos llevaría a la consideración de la RSE en la cadena de valor de las empresas y a la consideración de la RSE en un ámbito interno.

Así, desde un punto de vista intraempresarial, hay varios planos en los que se aplica la responsabilidad. En primer lugar, la acción empresarial socialmente responsable implica conjugar altos niveles de competitividad con el respeto a los derechos humanos, laborales y ambientales.

Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la RSE debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados, como los estándares de la OIT y la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas.

Por su parte, el tema ambiental es un componente intrínseco de la RSE. La administración del impacto ambiental directo de las empresas se ha enfocado, tradicionalmente, a la administración del uso de los recursos

naturales, el control de la contaminación, la gestión de los residuos y el ciclo de vida de los productos. Actualmente se busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales – y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno–.

Todos estos valores y principios no sólo han de ir referidos a los accionistas, ejecutivos y trabajadores de la empresa, sino también a aquellos grupos de la sociedad con algún vínculo con dicha empresa (*stakeholders*).

Junto a los anteriores, el tema de la gobernabilidad corporativa ha adquirido particular relevancia a raíz de los escándalos financieros de Enron y WorldCom o de Gescartera en España, que han reforzado la preocupación pública por el creciente poder de las empresas. La gobernabilidad corporativa se refiere al sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas. La estructura de gobernabilidad define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas –junta directiva, accionistas, administradores, y otros interesados– así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones. Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia y la rendición de cuentas o *accountability* del conjunto de actividades de la empresa, como un requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados.

Otra dimensión tiene relación con el ciclo del producto (o cadenas de valor). La RSE motiva a las empresas a descubrir de qué manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo de producto o cadena de valor, desde el proveedor de materias primas hasta el consumidor final. Ello significa tener que diseñar sistemas de monitoreo del cumplimiento de estándares (ambientales y sociales) por parte de los proveedores.



Este tema ha sido especialmente crítico en el sector textil y particularmente en casos como los de Edén, Nike, y Levi's. Así por ejemplo, tras recibir duras críticas por el empleo de maquiladoras en Asia, Nike estableció una división interna para verificar el cumplimiento de estándares laborales aceptables en toda su cadena de producción, contratando a una firma independiente para verificar el cumplimiento de sus estándares en materia de RSE.

En otro orden de cosas, el de la transparencia y rendición de cuentas, la RSE insta a las compañías a asegurarse de que todos los niveles de la jerarquía de las empresas –desde los empleados hasta la junta directiva– adopten los valores y principios establecidos y se responsabilicen de su cumplimiento. La rendición de cuentas consiste no sólo en los sistemas a través de los cuales se gobierna la empresa, sino en arbitrar mecanismos de seguimiento y control de los objetivos en materia de RSE.

Por último y como elementos instrumentales a los anteriores se incluirían:

- las capacidades humanas e institucionales para implementar una política de RSE en un contexto geográfico o sectorial particular.
- el establecimiento de las motivaciones efectivas de la RSE, que constituye un pilar en la construcción de un medioambiente óptimo para toda práctica de negocio responsable. Los acercamientos a la RSE por parte de las empresas pueden entenderse en gran parte como una respuesta a las acciones internas y externas que genera la práctica empresarial de la RSE. Estas acciones incluyen la consecución de nuevas oportunidades de negocio a través de la innovación social y medioambiental, la gestión del riesgo de la reputación, las campañas de presión de las ONG o los sindicatos, la exposición a los medios

de comunicación de las prácticas de empresas individuales o de determinados sectores, la regulación y la litigación<sup>18</sup>.

- los instrumentos de implementación de la RSE, que incluyen la legislación y regulación, etiquetas y certificados, códigos de conducta, partenariados entre diferentes actores, directrices y guías, sistemas de gestión, y premios.
- una última dimensión de la RSE iría asociada a la eficacia de la asunción de la RSE por las empresas, lo que llevaría aparejada la necesidad de instrumentos de medición.

En definitiva, teniendo en cuenta todas estas perspectivas, como diría Halina Ward, el contenido propio de la RSE sería la gestión de los costes y beneficios de la actividad empresarial frente a los *stakeholders* internos y externos, desde los trabajadores, accionistas, e inversores hasta los clientes, proveedores, sociedad civil, y grupos de la comunidad. «Setting the boundaries for how those costs and benefits are managed is partly a question of business policy and strategy and partly a question of public governance»<sup>19</sup>.

#### 4. LA INTERVENCIÓN PÚBLICA COMO MARCO PARA LAS POLÍTICAS DE RSE

Partiendo de estas premisas, la intervención de los poderes públicos encuentra su razón de ser en distintos argumentos:

- 1) En primer lugar, por la propia lógica de toda evolución normativa, la intervención pública en materia de responsabilidad social corporativa serviría para suplir las carencias del capitalismo liberal. Un precedente que nos ayuda a explicar esta dinámica lo encon-

<sup>18</sup> WARD, H., *op. cit.* p. 6.

<sup>19</sup> WARD, H., *op. cit.* p. 1.

tramos en la expansión horizontal de la normativa comunitaria.

Así, el objetivo inmediato del original Tratado de Roma era estimular la integración económica entre los Estados miembros: la creación de un «mercado común» en el que bienes, personas, servicios y capitales pudieran moverse libremente entre los Estados miembros; y de un marco donde las empresas pudieran operar en iguales condiciones de competencia. En este esquema, los actores sociales eran vistos como los últimos aunque indirectos beneficiarios de los logros económicos de la Comunidad: un mercado libre y el aumento de la competencia estimulaba la prosperidad, que a su vez daba lugar a un aumento de los estándares de los productos y servicios ofrecidos al público, de los salarios pagados a los trabajadores, etc. «But such blind faith in the philanthropic benefits of the liberal capitalist model soon passed as the Community looked beyond the narrow objective of securing market integration to embrace new policy competences in fields such as environmental protection, consumer rights, social policy, education and vocational training, culture and public health»<sup>20</sup>.

Pero por otra parte, el modelo comunitario representa también un buen ejemplo de que una armonización mínima de estándares constituye un instrumento legislativo de empleo ineludible para evitar fricciones en el ámbito internacional entre distintos cuerpos normativos, voluntarios o no. La armonización mínima constituye la expresión legal que permite amortiguar las tensiones fundamentales en la evolución política y económica de la globalización.

En la Comunidad Europea, la armonización mínima constituyó un estándar de calidad de las directivas en asuntos como la pro-

tección medioambiental, de los consumidores y los trabajadores desde comienzos de los años 70, antes incluso de su institucionalización en el Tratado por el Acta Única Europea y el Tratado de la Unión.

2) Conforme a lo apuntado anteriormente, uno de los retos más grandes en la agenda de la RSE hace referencia a la necesidad de localizar la responsabilidad social corporativa de manera que esté arraigada en las preocupaciones de desarrollo local, tanto a escala nacional como en las cadenas de suministro internacionales.

De un lado, prevalecen los acercamientos *top-down* en la implementación de códigos de conducta –p.ej. en los que los compradores exigen cambios en las prácticas de gestión de sus proveedores–, sin referencia a los principios de partenariado que han de guiar las prácticas RSE.

Por otra parte, la práctica está demostrando que la efectividad de las herramientas de RSE existentes –tales como códigos de conducta, etiquetas, o esquemas de certificación– puede mejorarse solamente con la ayuda y el compromiso directo de las agencias del sector público en los países en desarrollo<sup>21</sup>. Son necesarias estrategias *bottom-up* para la construcción de capacidades y para el reforzamiento de las iniciativas públicas.

En definitiva, la necesidad de construir un partenariado entre las políticas públicas de RSE y las circunstancias locales de sectores particulares, así como en la participación de los distintos *stakeholders*, no puede abordarse de forma efectiva sin el compromiso de los organismos públicos, mejor posicionados para canalizar el potencial de la alineación de las prácticas domésticas de RSE con los objetivos de política pública.

3) Para muchos empresarios, la convergencia o armonización de códigos de conducta

<sup>20</sup> DOUGAN, M., «Minimum Harmonization and the internal market», *CMLR*, 37: 853-885, 2000, p. 857.

<sup>21</sup> WARD, H., *op. cit.*

es la respuesta más apropiada a las ineficiencias económicas generadas por los esfuerzos por cumplir con las exigencias de responsabilidad social. De este modo, la armonización de los códigos de conducta constituiría un arma preventiva frente a posibles comportamientos de *free-riders* puesto que el mercado no siempre recompensa equitativamente a las mejores prácticas de RSE.

Sin embargo, las prácticas voluntarias de RSE de las empresas privadas no son y no pueden ser un sustituto efectivo para el buen gobierno corporativo. Deborah Doane<sup>22</sup> recuerda que cuando en 1987 el Informe Brundtland sobre Medioambiente y Desarrollo, se acuñó el término «desarrollo sostenible», se pusieron demasiadas esperanzas en la iniciativa empresarial, que acabó capturando este término para justificar a favor del desarrollo prácticas medioambientales bastante dudosas. Hoy el movimiento a favor de la RSE corre el riesgo de ver repetidos los mismos errores que la Comisión Brundtland. «Our short-term memory is fading fast, as we refuse to acknowledge the caveat to such a statement: that business can do well and do good...up to a point. Business in the end, must be profitable and the aims of social and environmental objectives do not always coincide with the hard-nosed business realities of the competitive marketplace».

En este sentido, son cada vez más numerosos los autores que cuestionan (Zadek, Knox & Maklan, Doane) algunas aseveraciones asociadas a las prácticas empresariales en materia de responsabilidad social pero que según ellos, no dejan de ser meras anécdotas sin verificación empírica alguna.

«Companies are happy to advocate these myths, as they offer no threat to the status quo. Governments, too, are content to accept

<sup>22</sup> DOANE, D., «Beyond Corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets», *Futures*, 37 (2005), 215-229.

the arguments, as confidence to regulate is mired with accusations of «red tape» and limiting competitiveness. Yet by looking at the arguments more closely, one finds some compelling evidence to prove «market failure» and thus the demand for an entirely different approach to looking at where we go from here».

Veamos algunos de estos «mitos»<sup>23</sup>:

a) Los informes voluntarios mejoran el cumplimiento de la RSE.

A pesar de la importancia que se le atribuye a la publicación de informes voluntarios sobre las prácticas de RSE, Knox y Maklan señalan que a finales de 2002, menos de un tercio de las empresas del FTSE350 publicaban estos informes; a mediados de 2003, a pesar de que este número aumentó, la calidad de los informes era bastante deficiente, y no hacían mención a las principales cuestiones de sostenibilidad<sup>24</sup>.

Por otra parte, a pesar del esfuerzo por la comprensión de las prácticas de riesgo, subsiste todavía una importante brecha entre la concepción del riesgo para las empresas y para la sociedad. Así se cita el caso de Unilever, una de las compañías reputadas como líderes en RSE: «Consumer goods company Unilever has been awarded the Association of Certified Accountants award for their environmental report, yet Unilever failed to disclose a significant accident in India regarding mercury poisoning that took place during that same reporting year. The information on this incident has been readily available on the internet amongst various environmental groups, yet the issue posed no credible financial risk to Unilever».

<sup>23</sup> Según terminología de DOANE.

<sup>24</sup> KNOX, S., MAKLAN, S., «Corporate Social Responsibility: Moving beyond investment towards measuring outcomes», *European Management Journal*, vol. 22, Nº 5, pp. 508-516, 2004.

En el mismo sentido se manifestaba un estudio realizado por Sustainability, donde se criticaba que a pesar de que el número de empresas que realizaban reportes sociales estaba en aumento, la calidad de sus informes de RSE apenas había mejorado en cinco años<sup>25</sup>. En este mismo estudio, Simon Zadek de AccountAbility, informaba que estos informes sociales no tenían un impacto significativo en la toma de decisiones empresariales.

En el caso de España, la Fundación Empresa y Sociedad ha señalado que las estrategias de comunicación de las empresas españolas en materia de RSC en muchos casos persiguen objetivos cosméticos: en estos informes se difunden exclusivamente buenas prácticas y se ocultan aspectos que no se ajustan a los estándares de RSC e incluso, en algunos casos, se presentan datos que es imposible verificar o que entran en contradicción con la realidad<sup>26</sup>.

Con matices más positivos, el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa aprecia en su estudio «La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35» una evolución favorable para las empresas españolas si se tiene en cuenta que las compañías analizadas han implantado sus sistemas de gestión y actuaciones en RSE hace menos de tres años. No obstante, se afirma que «la documentación analizada suele ofrecer únicamente un enfoque positivo de las actuaciones de la organización informante, centrándose en mostrar los logros alcanzados en el ámbito de la RSC y los impactos más favorables asociados a su actividad. Esto impide una correcta y

efectiva comunicación a los *stakeholders* del desempeño real de la compañía»<sup>27</sup>.

La credibilidad de las memorias de RSC dependerá no sólo de la verificación de la información presentada por un auditor independiente –porcentaje que en nuestro país se reducía a un 22% según la FES- sino de la elaboración de criterios homogéneos y normas estándar para la elaboración de dichas memorias.

b) Los códigos voluntarios y los sistemas de gestión cambian el comportamiento corporativo.

La RSE está plagada de cientos de códigos de conducta, pero los códigos voluntarios no garantizan por sí mismos cambios de desarrollo. Un estudio de la Universidad de Sussex ha mostrado que las empresas con un sistema de gestión medioambiental no mejoran sus prácticas medioambientales respecto a aquellas que no lo tienen<sup>28</sup>. En algunos casos, se ha visto que los códigos han llevado incluso a un empeoramiento de la situación para aquellos que supuestamente tienen que beneficiarse de ella<sup>29</sup>.

Muchas de las razones para no cumplir un código se encuentran en las presiones de competitividad dadas por los mercados. En lugares como Sri Lanka, el conflicto entre el impacto social y los negocios se pone cada vez más de manifiesto. Muchos minoristas que se proveen de Sri Lanka tienen códigos de conducta que cubren estándares laborales, de salud y seguridad. Sin embargo, los fabricantes de ropa de Sri Lanka presionan al gobierno para que aumente las horas legales de tra-

<sup>25</sup> ELKINGTON, J., *Launch of AA1000 Conference*, 2003. [www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk).

<sup>26</sup> Fundación Empresa y Sociedad, *La responsabilidad social corporativa y la acción social en la Memoria 2003 de las grandes empresas españolas*, 2004.

<sup>27</sup> Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, *La responsabilidad social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35*, abril 2005.

<sup>28</sup> BERKHOUT F., HERTIN, J., «Towards Environmental Performance Management», *Science and Technology Policy Research*, University of Sussex, 2001.

<sup>29</sup> JENKINS, R., «Corporate codes of conduct: self-regulation in a global economy», en *Voluntary Approaches to Corporate Responsibility, a Resource Guide*; United Nations Non-Governmental Liaison Service, Geneva, 2002.

bajo frente a la creciente competencia de los fabricantes chinos que han abierto sus mercados, lo que podría comprometer la salud y la seguridad laboral, superando por tanto, cualquier intento de mejora derivado de los códigos de conducta en RSE.

Por otra parte, uno de los principales problemas de los códigos de conducta es la falta de mecanismos efectivos de cumplimiento. Las Directrices de la OCDE sobre empresas multinacionales, suscritas por todos los países de la OCDE y uno de los principales códigos globales, prevé Puntos Nacionales de Contacto, pero no van más allá. La efectividad de los códigos voluntarios recae exclusivamente en las empresas que devienen al mismo tiempo jueces y parte. La autorregulación por la industria, como han demostrado los recientes escándalos de Enron o Worldcom, resulta poco fiable.

Además de las tensiones propias de la regulación internacional, hay que añadir otro tipo de limitaciones. Si bien es cierto que un conjunto consensuado de convenios de la OIT ha tenido impacto en la convergencia de las disposiciones laborales en los códigos de conducta en la industria textil, de calzado deportivo y manufacturas, la extensión en la que estas exigencias han sido incorporadas a los códigos de conducta tiende a reflejar cuestiones específicas de RSE y presiones dentro de sectores individuales. En el sector del turismo, por ejemplo, hay pocos estándares laborales específicos o derechos humanos, pero se abordan en más detalle temas de salud y seguridad. En los sectores del gas y petróleo, la mayoría de las empresas no tiene principios articulados sobre trabajo forzado, infantil o libertad de asociación y negociación colectiva<sup>30</sup>.

Hay que reconocer no obstante, la utilidad de los códigos de conducta en ámbitos como la lucha contra el trabajo infantil, donde los con-

venios internacionales no han sido ratificados y las prácticas de las empresas multinacionales deviene crítica. En su trabajo «The effectiveness of Self-regulation: Corporate Codes of Conduct and Child Labour» Kolk y Van Tulder, estudiaron seis compañías textiles europeas y estadounidenses con alto porcentaje de trabajo infantil (Gap, Levi Strauss, Nike, C&A, Hennes & Mauritz, WE). En los países de producción, junto a los diferentes acercamientos gubernamentales, la prohibición del trabajo infantil se complica por la difícil implementación de los estándares internacionales. La mayoría del trabajo infantil tiene lugar en el sector informal, que normalmente no está cubierto por la legislación nacional; la mayoría de los niños trabaja en la agricultura, servicios y manufacturas de pequeña escala. Mientras la atención se centra en el trabajo infantil en industrias de exportación, éstas emplean solamente a un pequeño porcentaje, probablemente menos del 5%, de la fuerza de trabajo infantil. Esto señala los límites de la intervención gubernamental y de las sanciones internacionales, al mismo tiempo que subraya el papel que las empresas multinacionales pueden potencialmente jugar, directamente en sus propias operaciones en los países en desarrollo, y más indirectamente por las actividades que externalizan a los proveedores locales. Aquí los códigos de conducta se convierten en importantes instrumentos de mejora de las condiciones de trabajo<sup>31</sup>.

c) El consumidor ético promoverá las prácticas de RSE.

Hablábamos al principio de las diferencias estructurales del mercado, donde el consumidor ostenta una posición de desequilibrio frente al productor de bienes o servicios. Pues bien, en este contexto, confiar en la capacidad

<sup>30</sup> WARD, H., op. cit. p. 13.

<sup>31</sup> KOLK, ANS, VAN TULDER, ROB, «The effectiveness of Self-regulation: Corporate Codes of Conduct and Child Labour», *European Management Journal*, vol. 20, nº 3, pp. 260-271, 2002.

o actitud del consumidor para coadyuvar en el tránsito hacia una economía socialmente responsable resulta demasiado optimista. La correspondencia entre actitud y comportamiento carece de soporte empírico y no está debidamente documentada.

Son numerosos los trabajos que han evaluado la disponibilidad de los consumidores al consumo de productos éticos<sup>32</sup>. La mayoría muestra que los consumidores se preocupan por la gestión ética de los negocios, pero ofrecen en cambio datos que dan margen para la discusión.

Por una parte, algunas encuestas muestran que pocos consumidores sitúan a la ética en la cumbre de su lista de decisiones de compra. En un estudio de MORI sólo cerca del 5% de los consumidores son activos compradores de productos éticos<sup>33</sup>; en una encuesta del *Institute of Grocery Distributors* se afirma que el 70% de los compradores de alimentos basan sus decisiones de compra en el precio o en el sabor pero no en la ética. Y para el grueso de nuestras decisiones de compra —desde los muebles, a las bicicletas o los juguetes—, no siempre hay una elección ética evidente<sup>34</sup>.

En nuestro país, un reciente estudio realizado por Fernández y Merino<sup>35</sup> muestra la

<sup>32</sup> BECKER-OLSEN, K., CUDMORE, B.A., HILL, R.P., «The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour», *Journal of Business Research*, (2005); CARTER, C., «Ethical issues in international buyer-supplier relationships: a dyadic examination», *Journal of Operations Management*, 18 (2000), 191-208; KLEIN, J., DAWAR, N., «Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product-harm crisis», *International Journal of Research in Marketing*, 21 (2004), 203-217.

<sup>33</sup> MORI, *The Public's views of Corporate Responsibility*, 2003.

<sup>34</sup> Institute of Grocery Distributors, *Ethical Consumerism*, 2005.

<sup>35</sup> FERNÁNDEZ KRANZ, D., MERINO CASTELLO, A., ¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores, *Universia Business Review*, Tercer trimestre, 2005.

existencia de demanda socialmente responsable así como cierta disponibilidad a pagar por productos éticos, a partir de las valoraciones obtenidas en un trabajo de campo basado en cuatro grupos focales y entrevistas a 54 individuos.

Las preferencias de los consumidores están en proceso de cambio ya que ahora también se incluyen en su función de utilidad atributos sociales relacionados con las políticas de la empresa que compiten con los atributos meramente físicos o funcionales del producto. No obstante, parece que todavía existe poca información cuantitativa sobre cómo y cuánto valoran los consumidores las actuaciones socialmente responsables de las empresas; es decir, hasta qué punto conocen y valoran dichas actuaciones y si estarían dispuestos a pagar una prima por un producto ético. Los estudios que se han realizado hasta el momento muestran un elevado grado de desconocimiento del término RSE que contrasta con una percepción social positiva de las actuaciones socialmente responsables de las empresas y con una disponibilidad a sustituir aquellos productos sin atributos sociales por otros, funcionalmente idénticos, pero éticamente mejores.

Así, ante la pregunta de qué opinión les merecen las actuaciones socialmente responsables de las empresas, un 83% de la muestra contesta que su percepción es positiva mientras que el resto las valora negativamente y opina que únicamente constituyen una estrategia de marketing. Aunque un 93% piensa que la RSC es una estrategia de marketing, la mayoría considera que puede contribuir a mejorar el bienestar de la sociedad.

Cuando se les pregunta por su disponibilidad a pagar, un 89% del total sustituiría un producto ético por otro con las mismas características físicas, siempre y cuando el precio fuera el mismo. Si, por el contrario, el precio del producto ético fuera superior, un 65% aceptaría pagar una prima adicional.

De los que estarían dispuestos a pagar, un 11% únicamente pagaría una prima adicional equivalente al 15% del precio del producto; un 78% pagaría una prima cercana al 5% del precio del producto y el resto pagaría una prima superior al 10%. Estos valores sugieren una elevada disponibilidad a pagar por RSC y se asemejan a los resultados obtenidos en los dos estudios previos sobre el mercado español (así, los estudios de CECU, 2004 y Fundación Forética, 2004).

Sin embargo, estos autores constatan que desde el punto de vista técnico la elección de la metodología de preferencias debe evitar preguntar directamente a los consumidores sobre su disponibilidad a pagar ya que tienden a sobrevalorar las estimaciones, frente a aquellas encuestas en las que los consumidores se enfrentan a decisiones reales de compra (Auger, Devinney, y Louviere, 2004) y abogan por una metodología más sofisticada que obligue a los encuestados a realizar un *trade off* realista entre productos éticos y no éticos. Esto permitirá estimar, de forma fiable y rigurosa, la disponibilidad a pagar de los consumidores por las distintas conductas que definen la RSE<sup>36</sup>.

d) La inversión proporciona los mayores incentivos a las prácticas de RSE.

La inversión socialmente responsable –ISR– se ha convertido en el paradigma de los elementos de escrutinio de la RSE, en la

<sup>36</sup> «Con esta información en la mano, podemos responder, de forma cuantitativa y fidedigna, a una batería de preguntas así como desarrollar un índice basado en la disponibilidad a pagar por las actuaciones socialmente responsables de las empresas: ¿cómo valoran los consumidores los atributos relacionados con la RSC? ¿cuánto están dispuestos a pagar por un atributo socialmente responsables?, ¿cuánto están dispuestos a pagar más por unas actuaciones socialmente responsables que por otras?, ¿valoran más las actuaciones socialmente responsables en algún sector específico?, ¿modifica el precio del producto la disponibilidad a pagar por atributos socialmente responsables?», Fernández y Merino, *op. cit.*

medida en que se reconoce que los mercados financieros recompensan las prácticas socialmente responsables.

Sin embargo, Zadek reconoce que sólo el 4% del total de los fondos disponibles en los mercados de inversión están regidos por principios de responsabilidad social, por lo que su influencia en las prácticas de negocios es todavía reducida mientras que la mayoría de las empresas que no son socialmente responsables todavía tienen acceso a la financiación<sup>37</sup>.

Para los analistas, la ISR está todavía regida por las mismas normas del mercado que cualesquiera otros. Por otra parte, no hay que olvidar que, por ejemplo, muchas de las empresas que aparecen en el DJSI, como la industria farmacéutica, continúan jugando un papel defensivo en la concesión del acceso adecuado a las medicinas para el SIDA en África.

En nuestro país, el trabajo de Economistas sin Fronteras «Fondos de inversión éticos: Realidad o ficción» ha puesto de manifiesto algunas de las debilidades de la inversión socialmente responsable: falta de transparencia en los criterios establecidos por el fondo, y en los procedimientos seguidos a la hora de aplicarlos; falta de homogeneidad en las consideraciones sobre ética, ecología y responsabilidad social; la definición de los criterios para calificar un fondo como ético no cobra total entidad a la hora del análisis de los valores sino que existe una excesiva libertad para interpretarlos; falta de verdadera concienciación social de las sociedades gestoras y entidades comercializadoras; desconocimiento por parte del propio sector financiero y del público en general; y fuertes carencias y rigor en los procesos de investigación ética.

e) Los estándares contables priman los resultados financieros sobre los sociales o medioambientales.

<sup>37</sup> AccountAbility, *Accountability Primer: Socially Responsible investment*, 2002.

Desde un punto de vista funcional la gestión socialmente responsable consiste en aplicar métodos económicos para tratar los aspectos medioambientales y sociales, integrándolos en el proceso de gestión de toda empresa. Sin embargo, el marco financiero internacional no es apropiado para la gestión del balance entre el crecimiento económico y las necesidades sociales y medioambientales.

Por una parte, la universalización de los estándares de contabilidad es perjudicial para los países en desarrollo. Saravanamuthu ha estudiado las dimensiones sociales y económicas de los estándares internacionales de contabilidad; cita así el trabajo de Rahman<sup>38</sup>, para quien los estándares financieros de Naciones Unidas, en su Código de conducta para las empresas multinacionales, vienen impuestos para adecuarse a las necesidades de los que controlaban los fondos de inversión globales, mientras que los países en desarrollo apenas pudieron exigir cambios en las exigencias de transparencia y de información.

Según este autor, los estándares internacionales dominantes se basan en las prácticas de información británicas y americanas que resultan poco idóneas para contextos con un nivel de desarrollo inferior. A este respecto hay que tener en cuenta que son necesarias modificaciones locales para adaptar la ratio económica de los estándares internacionales y tener en cuenta las tensiones involucradas en el proceso de legitimación de la aplicabilidad universal de los estándares de contabilidad<sup>39</sup>.

Por otro lado, cita un estudio de Larson, de 1993, en 35 países africanos, que mostró que las tasas de crecimiento económico eran estadísticamente mayor en países que adop-

taron o modificaron los estándares de la *International Accounting Standards Committee*, frente a aquellos que no lo hicieron, o que los adoptaron sin modificación alguna. Las modificaciones en estos países africanos eran necesarias para incorporar las variaciones derivadas de las circunstancias culturales, sociales, políticas, económicas y medioambientales locales. O en otro contexto como China, donde los criterios anglosajones de maximización del beneficio resultan poco acordes con el control presupuestario sobre los recursos estatales de las empresas públicas.

Desde otro punto de vista, la contabilidad financiera recoge parte de los impactos internos de los valores económicos sociales y medioambientales, pero no está diseñada para captar todas las consecuencias de las acciones económicas de las empresas. Gómez Sala enumera para ello varias alternativas:

1. Modificar el sistema de información financiera a fin de reconocer explícitamente la contribución del capital social y medioambiental a la generación de valor, desagregando la cuenta de pérdidas y ganancias. Para ello se identificarían primero los grupos de interesados y las áreas afectadas por las actividades de la empresa, para extraer después de la cuenta de pérdidas y ganancias la información sobre los mismos relacionada con las tres dimensiones de la RSE.

Algunos ejemplos de esta metodología incluirían la Triple Cuenta de Resultados (*Triple Bottom Line*), el modelo SAM (*Sustainability Assessment Model*), el estado de valor añadido sugerido por la *Global Reporting Initiative* (GRI, 2002) o el SIGMA Project, propuesto por el *Forum for the Future*.

2. La segunda alternativa consistiría en registrar las implicaciones financieras de las externalidades y no únicamente de los ingresos y gastos asociados a las transacciones económicas. De esta forma se puede realizar una distinción entre los ingresos y gastos internos por un lado, y los externos que afectan a otros grupos de interesados en la triple vertiente de la

<sup>38</sup> RAHMAN, S., «International accounting regulation by the United Nations: a power perspective», *Acc and Accountability Journal*, 1998, 11 (5).

<sup>39</sup> SARAVANAMUTHU, K., «What is measured counts: harmonized corporate reporting and sustainable economic development», *Critical perspectives on Accounting*, 15 (2004), 295-302.



RSC, por otro, registrando también como activos y pasivos en el balance los recursos económicos, sociales y medioambientales de los que dispone la empresa en un momento dado<sup>40</sup>.

3. Finalmente, cuando no sea posible asignar valores monetarios a las externalidades medioambientales y sociales, el sistema de información financiera se puede completar mediante un conjunto de indicadores extrafinancieros que permitan medir y evaluar la efectividad de las actividades sociales y medioambientales: estándares de etiquetado y publicidad, seguridad e higiene, políticas de género, cumplimiento de estándares éticos por proveedores, emisiones contaminantes, etc.

Organismos públicos y privados han desarrollado sistemas de *reporting* extrafinancieros con vocación de armonización, como el *Global Reporting Initiative* (GRI), la *AccountAbility 1000* (AA 1000S), y otros sistemas propuestos por el *New Economics Foundation*, *World Business Council for Sustainable Development*, *Council on Economic Priorities*, o los establecidos por las sociedad de inversión y de *rating* socialmente responsable (KLD, Innovest, Ethibel, BITC, etc.).

#### 4.1. Formalización de políticas públicas

Una teoría de la RSE superadora de todas estas deficiencias ha de ir más allá de conce-

<sup>40</sup> Así, la primera tarea consistiría en identificar los impactos concretos producidos por las actividades de la empresa (ej. teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto, informando de todas las actividades relacionadas con los grupos de interesados). Después se debe realizar una valoración monetaria de los impactos externos de la empresa. Por ejemplo, en la dimensión medioambiental un método de valoración ampliamente aceptado está basado en la estimación de los costes que se podrían haber evitado para prevenir o evitar el efecto colateral considerado. En la dimensión social la valoración es mucho más compleja: además de los costes de evitar o prevenir, se podría añadir la valoración de las compensaciones a las partes afectadas por los impactos de las actividades de la empresa. (GÓMEZ SALA).

bir la RSE como una realidad atinente sólo a las empresas como directas implicadas en la concurrencia del partenariado con la sociedad civil, sino como un nuevo modelo de organización social que implique nuevos ejes sobre los que reorientar las relaciones sociales, económicas y medioambientales de la empresa en la sociedad globalizada. Como dice Lozano «el desarrollo de la RSE no se puede plantear seriamente si no se vincula a una visión de empresa y a una visión de país», esto es, la RSE como voluntad de compaginar competitividad, crecimiento económico, sostenibilidad y cohesión social.

Según esto, las políticas de implementación de la RSE han de responder a la cuestión ¿puede promoverse el crecimiento sostenible al mismo tiempo que se promueve la competitividad? ¿puede lograrse el crecimiento económico sin sacrificar los objetivos de cohesión social?

Lejos de esperar soluciones unívocas, habrá que atender a una contextualización del diseño de la RSE en cada ámbito geográfico particular. Así Lozano cita el trabajo de Habisch y otros (2005), *Corporate Social Responsibility Across Europe*, que presenta una investigación colectiva sobre la RSE en veintitrés países europeos miembros de la UE o en proceso de incorporación. Esta visión de conjunto pone de manifiesto cómo la RSE está arraigada a los marcos nacionales europeos y aparece modulada por las diferentes tradiciones sociales y culturales. Desde este punto de vista, la planificación de la estrategia de la RSE no ha de responder a soluciones mecánicas sino a opciones políticas con voluntad de organizar nuevas relaciones económico-sociales.

Llegados a este punto, para el desarrollo de la RSE, se hace necesario un *marco sistemático* que sirva para asociar la inversión en políticas socialmente responsables a los resultados sociales y empresariales.

La elección de un instrumento de diagnóstico y medición para políticas de RSE depen-

de en gran medida de la definición de las fronteras de la RSE. Como ha apuntado Doane, la pregunta no es ¿cómo puede la empresa minimizar sus impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente?, lo que abocaría a un acercamiento basado en la gestión del riesgo, y en la defensa de prácticas voluntarias, sino que tendríamos que ampliar los límites de la cuestión a ¿qué instituciones, organismos o acciones se necesitan para lograr una sociedad sostenible?. Éste sería precisamente el principal déficit de un acercamiento estrictamente voluntario.

Si se observan las prácticas internacionales en la materia, el papel de las Administraciones públicas puede ir desde la regulación hasta el establecimiento de incentivos a la responsabilidad social corporativa en los mercados financieros y de producto, políticas fiscales, el impulso de instituciones o foros permanentes; la convocatoria de cursos, conferencias... etc.

El estudio de Ward<sup>41</sup>, establece cuatro grandes categorías para los papeles del sector público en materia de RSE: obligatorio (*mandating*), facilitador (*facilitating*), asociativo (*partnering*) y promotor (*endorsing*).

### PAPELES DEL SECTOR PÚBLICO EN RSE

Obligar	Regulación Inspección Sanciones e incentivos legales y fiscales
Facilitar	Legislación facilitadora de actuaciones (guías, directrices no obligatorias, transparencia e información) Creación de incentivos a través de leyes, etiquetas o códigos Capacitación, concienciación, investigación Facilitación de diálogo entre <i>stakeholders</i>
Colaborar	Combinación de recursos públicos y privados Diálogo de <i>stakeholders</i>
Promocionar	Apoyo político a prácticas de RSE en el mercado Promoción de premios, reconocimiento, guías, estándares e indicadores Prácticas de contratación pública

Fuente: Ward (2004).

El reto será conseguir un balance apropiado entre los papeles de los diferentes actores y explorar la mejor manera de combinarlos para maximizar la contribución de las empresas al desarrollo sostenible. En algunas áreas, el sector público tiene competencias exclusivas desde el momento en que es el único que puede establecer los marcos regulatorios y de

política globales en los que operan las empresas, y es el único dotado de legitimidad y autoridad para diseñar las tendencias globales que favorezcan la contribución de cada uno de los actores a la RSE. (Ward, 2004).

<sup>41</sup> WARD, H., *op. cit.* p. 35.

## TEMAS E INSTRUMENTOS APLICADOS POR LOS GOBIERNOS EUROPEOS EN EL ÁMBITO DE LA RSE

### Temas

- Política empresarial
- Política medioambiental y estrategias nacionales de desarrollo sostenible (planificación sostenible)
- Política de protección a los consumidores
- Política comercial
- Políticas de formación y educación continua de los trabajadores
- Política de cooperación internacional
- Política social y cohesión/exclusión social
- Política de empleo, prácticas y derechos laborales, vida laboral y vida familiar
- Diálogo social, mercado laboral inclusivo, inserción sociolaboral y paro
- Cláusulas sociales
- Renovación de zonas social y económicamente desfavorecidas
- Economía social, emprendedores y pequeñas organizaciones
- Inversión y consumo socialmente responsable, comercio justo
- Casos empresariales de buenas prácticas en RSE
- Acción e implicación empresarial en la comunidad (inversión, partenariado)
- Pymes y responsabilidad social
- Acción social de la empresa
- Acción internacional de la empresa: deslocalización (derechos humanos, corrupción, etc.)
- Reconversión de la empresa
- Derechos humanos
- Contratación pública
- Responsabilidad social de la Administración pública

### Instrumentos

- Desarrollar un marco legislativo favorable (ISR, fondos de pensiones, etiqueta social, etc.)
- Desarrollar un marco fiscal favorable e instrumentos de financiación para empresas
- Desarrollar medidas de transparencia (etiquetas e índices sociales) y *reporting* (memorias de sostenibilidad)
- Desarrollar medidas y herramientas de gestión para incentivar la acción de las empresas (premios)
- Aplicar la legislación de la UE sobre RSE y sostenibilidad
- Aplicar y promover los instrumentos y acuerdos internacionales de RSE (OCDE, OIT, Pacto Mundial)
- Participar en cumbres internacionales sobre RSE y en las conferencias europeas sobre RSE
- Promover la transparencia y las buenas prácticas
- Promover, crear y supervisar mecanismos de evaluación y *accountability*
- Promover mecanismos de verificación y certificación
- Dar apoyo económico y participar en iniciativas de partenariado público-privado-sociedad civil
- Generar mecanismos de crédito e inversión de las empresas en la comunidad o ventajas fiscales para empresas socialmente responsables
- Desarrollar campañas públicas para promover la RSE
- Crear o facilitar la creación y financiación de organizaciones independientes y redes empresariales
- Crear departamentos o cargos públicos responsables de la RSE y programas interministeriales
- Crear foros *multistakeholder*
- Favorecer el desarrollo del mercado y las competitividad sostenible
- Liderazgo por ejemplo (políticas internas RSE)

Fuente: Albareda e Ysa, ESADE.

A partir de aquí es necesario un instrumento de diagnóstico para la RSE, cuyo objetivo sea establecer un marco con el que las autoridades públicas puedan guiarse en la identificación de las opciones que mejor acometan sus estrategias de RSE.

«A diagnostic tool needs to support smart thinking about public sector roles to strengthen CSR, achieve alignment between public and private goals to the greatest extent possible, capitalize on core competencies, and take full account of the risks and unintended consequences of CSR practices. For example, new labor standards can sometimes prohibit poor families from earning an income; higher environmental quality standards for suppliers may act as a barrier to market entry for local firms; and requirements for community investment and greater transparency can reduce profit margins and disincentivize investors (Warner 2003). The balance is between accessibility, practicality, and relevance, recognising that different appraisal tools may appeal to different users, depending in part on their disciplinary backgrounds and on resourcing considerations»<sup>42</sup>.

A este respecto, el Banco Mundial<sup>43</sup> ha elaborado una herramienta bastante precisa. El diagnóstico asignará papeles distintos al sector público según el contexto. En países donde el desenvolvimiento de los mercados se alinee espontáneamente con los objetivos públicos, los organismos públicos pueden optar por adoptar una política de *laissez-faire*, apoyar las iniciativas privadas o facilitar la emergencia de los acercamientos voluntarios más acordes con los objetivos gubernamentales. Por el contrario, cuando los mercados no sean receptivos a la señal de los consumidores o actores privados serán necesarias políticas

más intervencionistas, por ejemplo, a través del establecimiento de incentivos legales o fiscales o de la facilitación del diálogo con los *stakeholders*.

## 5. LA EFICACIA DE LA INICIATIVA PRIVADA

Concebida la intervención pública como un marco de mínimos, una vez establecidas las políticas específicas que se pueden desarrollar en cada área, es necesario establecer los procedimientos adecuados y escoger *indicadores* para medir los logros en esas áreas específicas. Y este análisis se concretará a nivel empresarial y por sectores, estableciendo una distinción entre empresas multinacionales y pymes.

Precisamente uno de los principales problemas al que se enfrentan las empresas al incorporar políticas de RSE a su estrategia es cómo medirlas y monitorearlas adecuadamente. Los indicadores se relacionan con aspectos puntuales del concepto de RSE: el cumplimiento de la ley, el adecuado comportamiento ambiental, la entrega de información financiera fidedigna, la información veraz para los consumidores respecto a la gestión y calidad de los procesos y productos, el respeto a los derechos humanos y las condiciones laborales de los trabajadores, etc. En el cuadro siguiente se muestran algunos de los principales indicadores propuestos en distintas iniciativas internacionales que permite medir de manera sistemática los avances o retrocesos de las políticas de responsabilidad social de la empresa.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que el establecimiento de indicadores que midan el comportamiento social de una empresa no resulta fácil. Al comienzo de estas páginas aludíamos a algunos de los falsos mitos que acechaban a las políticas de RSE: muchos se basan en el empleo de indicadores que prestan demasiada atención a lo económico, frente a otros tipos de aspectos como los sociales o

<sup>42</sup> WARD, H., op. cit., 2004.

<sup>43</sup> WARNER, M., «Draft Diagnostic and Appraisal tool to Strengthen public sector roles in corporate social responsibility», Version 1.2, Overseas Development Institute.

medioambientales, más intangibles y difíciles de medir; otros atañen a fundamentos estrictamente democráticos, como las carencias de legitimidad de unos *stakeholders* frente a otros. Pues bien, la superación de estas carencias, pasa por una mejora técnica de la cuantificación del impacto de la RSE.

Un primer paso para ello, que puede resultar obvio pero que ha sido indebidamente postergado, es que la percepción de la verdadera dimensión del impacto de las actividades de las empresas pasa por un análisis de las motivaciones o principales motores de la RSE.

## FASES PARA UNA GESTIÓN EFECTIVA DE LA RSE. MEDICIÓN DE IMPACTO.

1. Establecimiento de un marco claro de políticas públicas en materia de RSE (diagnóstico)

### EMPRESA:

2. Identificación de motivaciones de la RSE
3. Identificación de grupos de interés
4. Diseño de indicadores específicos para ligar la inversión en RSE a los resultados empresariales y sociales
5. Evaluación e identificación de coherencias/incoherencias entre políticas de RSE y su implementación

El Fondo Monetario Internacional en su documento «*Possible role of the Multilateral Investment Fund in the area of Corporate Social Responsibility (CSR)*» establece dos grandes grupos de motivaciones: internas y externas.

Las motivaciones internas para que las empresas se comprometan en actividades de RSE están representadas por los beneficios de eficiencia (*efficiency gains*) que se asocian generalmente a la productividad:

- reducción de los costes operativos a través de actividades de ecoeficiencia (reducción de residuos e ineficiencias, y mejora de la productividad);
- reducción de los costes operativos a través de recursos humanos y gestión organizativa de salud y seguridad, especialmente en industrias intensivas en trabajo. Determinados beneficios empresariales derivan de la mejora de las condiciones del lugar de trabajo como el aumento de la capacidad para atraer y retener a los empleados, menores costes en contratación de personal y formación, menos absentismo y riesgo

de pleitos laborales, menos pérdidas operativas y costes legales por daños e incumplimiento de las normas de seguridad, y aumento de la productividad a través de la satisfacción de los empleados y la motivación;

- aumento de la calidad del producto o servicio y control de la gestión del riesgo. Los esfuerzos por mejorar las condiciones de trabajo, mejores prácticas de gobernabilidad, reducción del impacto medioambiental, y mayor involucración de los empleados en la toma de decisiones lleva a menudo a oportunidades para identificar y mitigar los potenciales riesgos operativos así como a la mejora de la calidad de los productos y procesos operativos.

Por su parte, los incentivos externos de la RSE son también aspectos cruciales a considerar en el proceso de toma de decisiones empresariales en iniciativas de RSE. Estos incentivos externos vienen representados por: el acceso a los mercados, el acceso al capital, el marco regulatorio y la presión de los *stakeholders*.

a) Acceso a los mercados. Como hemos señalado antes, las estrategias de RSE pueden constituir una oportunidad o un condicionante para que las empresas exportadoras participen en el comercio internacional. Las tendencias globales hacia la integración de los mercados y los acuerdos de libre comercio apoyan la ratio de iniciativas a favor de la RSE. Estas iniciativas pueden potencialmente ayudar a las empresas a obtener la «licencia para operar» conforme a las altas exigencias de los mercados en el mundo desarrollado, colocando a las empresas domésticas en la región en una posición competitiva a nivel internacional.

Nuevamente, el análisis de las políticas de RSE aparece ligado a cuestiones de política nacional y políticas comerciales. Con la completa eliminación de las cuotas de importación sobre textiles y ropa desde enero de 2005, los productores mundiales tendrán que buscar nuevas estrategias competitivas frente a la competencia del sector textil chino, miembro de pleno derecho de la OMC, ¿podría el sector público dar una respuesta a través de la RSE?

Por otra parte, las prácticas de RSE están comenzando a ser iniciativas empresariales estratégicas para las pequeñas y medianas empresas domésticas que comercian con las empresas multinacionales, cada vez más responsables de las prácticas empresariales que tienen lugar en sus cadenas de suministro.

b) Acceso al capital. La ISR puede y debe convertirse en un instrumento que mejore el acceso al capital de las empresas con buenas prácticas. Por ejemplo, el Reino Unido realizó una enmienda en 1995 a la *Pensions Act* que exige que los fondos de pensiones muestren si tienen en cuenta criterios éticos, sociales y medioambientales, regulación que ha promovido positivamente los fondos de pensiones en este país.

c) Marco regulatorio. Las estrategias de cumplimiento de estándares mínimos de RSE

benefician a las empresas evitando los riesgos de sanciones por incumplimiento y reduciendo las potenciales pérdidas financieras asociadas a daños en su reputación corporativa.

Esta tendencia resultará no sólo en normas más estrictas sino también en iniciativas basadas en el mercado (impuestos por contaminación, licencias medioambientales, o incentivos en compras públicas, etc.). En este contexto, las empresas que estén involucradas en actividades de RSE tienden a mejorar su capacidad para anticipar y ajustar los modelos de negocios a los posibles cambios en los marcos regulatorios, beneficiándose de una mejor capacidad para competir en el mercado.

d) Finalmente, a medida que se generalicen las prácticas responsables en las empresas, y su conocimiento por los grupos de interés, aumentará la presión de los *stakeholders*: la sociedad civil (medios, ONG, académicos, y asociaciones laborales y de consumidores), inversores responsables, gobiernos (a través de la regulación, impuestos y multas), organizaciones internacionales (normas comerciales, códigos de conducta, ayuda condicionada), grandes empresas (cadena de suministro), y mercados financieros.

Concretando un poco más, habría que focalizar este análisis por grupos de interés. Murray y Vogel<sup>44</sup> proponen un sistema de valoración del impacto de la RSE que utilizando un acercamiento basado en el mercado, se dirige a los grupos de *stakeholders* relevantes, y los programas sociales de la empresa.

Su modelo, aunque orientado a la empresa, es perfectamente trasladable al ámbito de

<sup>44</sup> MURRAY, K. VOGEL, Ch., «Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial versus Nonfinancial Impacts», *Journal of Business Research*, 38, 141-159 (1997).

la Administración, y se basa en el establecimiento de una jerarquía de efectos.

En primer lugar, se trataría de identificar los grupos relevantes de *stakeholders*. Si se tiene en cuenta la interacción entre los distintos elementos concéntricos que constituyen el medio de la empresa –competitivo, político, regulatorio, sociocultural–, se obtendrá un cuadro de los distintos *stakeholders* que intervienen de forma individual, colectiva, formal o informal y que pueden afectar las prácticas empresariales.

En este sentido, mientras que el contexto externo de la empresa es en cierto sentido fijo, la identificación de los grupos de interés requiere un cuidadoso conocimiento del medio cultural y social de la empresa, y un buen conocimiento del papel estratégico y la importancia relativa de los distintos grupos tanto internos como externos a la empresa. La identificación de diversos grupos de interés con distintas expectativas sociales, hace que un acercamiento genérico o universal no resulte particularmente efectivo ni eficiente en el diseño de programas de RSE. Además, tal orientación es poco probable que otorgue una ventaja estratégica a la empresa.

Desde este punto de vista resulta evidente que el interés estratégico de la empresa estará mejor atendido cuanto más segmentos societarios se identifiquen de manera que se atiendan cuantas más interacciones posibles. El propósito del análisis de los grupos de interés es doble: por una parte, identificar las necesidades y expectativas sociales no identificadas y cubrir las oportunidades y amenazas que existen en un determinado medio social de la empresa y que pueden beneficiar o perjudicar a la empresa.

Y en segundo lugar, hay que centrarse en la evaluación de los programas sociales implementados por la empresa. Esta valoración se revelará crítica para el futuro diseño y desarrollo de nuevas estrategias sociales.

En definitiva, los autores basan su método en tres cuestiones clave:

1. Las medidas de los efectos a corto plazo y largo plazo, no financieras e individuales del impacto de la RSE, ¿son observables y susceptibles de verificación empírica?

2. La información sobre los programas de RSE, ¿tienen un efecto positivo mensurable en las actitudes de los *stakeholders* y en sus intenciones de comportamiento hacia la empresa?

Como ya hemos comentado, la difusión de las prácticas de RSE puede justificarse en términos económicos en la medida que contribuyen a corregir ciertos fallos de mercado. Los problemas generados por las asimetrías de información y las externalidades negativas, –cuando son percibidos y valorados por los grupos de interés– incrementan los costes de oportunidad de realizar ciertas actividades económicas<sup>45</sup>. El problema fundamental aquí sería la dificultad de medir cuantitativamente los aspectos de RSE y expresarlos en términos monetarios.

3. ¿Tienen los programas de RSE un efecto diferenciado en los distintos tipos de *stakeholders*?

Esta perspectiva de análisis ofrece dos ventajas. Por un lado, permite ahondar en las repercusiones sociales de los programas y estrategias de RSE y vendrá a reforzar a largo plazo la influencia –financiera o no– de los *stakeholders* en las políticas de RSE, superando por tanto una de las principales debilidades de las actuales políticas de RSE<sup>46</sup>. Y

<sup>45</sup> El gasto en RSE deberá coincidir con el sobreprecio que los clientes estén dispuestos a pagar por disfrutar los bienes y servicios producidos bajo criterios socialmente responsables. La eficiencia se conseguiría cuando los costes marginales de producción (o internos) más los costes marginales de las prácticas de RSE (o externos) coincidan con el precio de los bienes y servicios. (Nieto).

<sup>46</sup> Para estos autores, una perspectiva de mercado ofrece dos beneficios. En primer lugar, maximiza la

por otro, permite abrir vías de medición de bienes no cuantificables en términos financieros. Así por ejemplo, este proceso permitirá evidenciar el proceso lógico de la evolución de las actitudes de los *stakeholders* desde el desconocimiento de los programas sociales de la empresa hasta el conocimiento o actitudes más activas como por ejemplo el consumo ético o el boicot.

## 5. CONSIDERACIONES FINALES

El impulso decidido por los gobiernos en el diseño de políticas eficaces de RSE pasa por el convencimiento de su potencial como una poderosa palanca de cambio social.

El criterio de voluntariedad dominante para la definición de políticas de RSE, no limita la capacidad de los gobiernos para aprobar medidas regulatorias sobre determinados aspectos en relaciones laborales, sociales o medioambientales, si éstas son consideradas necesarias, o son resultado del diálogo entre las distintas partes, empresas, trabajadores y organizaciones sociales.

En este contexto, abogar únicamente por la voluntariedad es sinónimo de progreso lento. Es preciso una política que defina una estrategia y una estructura administrativa de impulso, fomento y contenidos mínimos de la RSE que no asuma a pie juntillas el marco establecido desde la Comisión Europea y los códigos internacionales, con todas sus carencias. La evolución, desde la reticencia a la responsabilidad social a la fase de convicción, pasa no por su imposición sino por la confianza en los beneficios que la RSE com-

---

oportunidad de intercambios positivos entre la empresa y su medio ambiente sociopolítico. En consecuencia, cuando se emplea una orientación basada en el mercado, los gestores pueden emplear un marco técnico que les ayude en sus decisiones corporativas y en el despliegue de recursos organizativos: técnicas de investigación de mercados, análisis costes-beneficios y acercamientos de gestión de productos.

porta. Y ello, desde la crítica de muchos de los postulados de la RSE que comienzan a convertirse en dogmas. Para ello resulta crucial un refinamiento en el cálculo de los beneficios de la RSE como un activo intangible para la empresa y como instrumento de política social y medioambiental para los Estados.

Esta perspectiva se refrendó en la Conferencia de Venecia de 2003 del Consejo de la UE, bajo el título «Papel de las políticas de promoción de la RSE». En las conclusiones relativas a las políticas públicas se declaró que la RSE es una oportunidad para el modelo social europeo y para los modelos sociales nacionales reconociendo que cada país tiene fórmulas diferentes y especialidades distintas que inciden en distintos temas de la RSE (trabajo, política social, medio ambiente, formación...).

Por otra parte, aunque la Unión Europea ha sancionado en diversos documentos el planteamiento voluntario de la RSE, en la Comunicación de 2002 «Una contribución empresarial al desarrollo sostenible», la Comisión proponía centrar su estrategia en varios puntos: dar a conocer mejor la RSE y facilitar el intercambio de experiencias y buenas prácticas; promover la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de RSE; creación de un Foro Multilateral Europeo sobre RSE y la integración de la RSE en todas las políticas de la UE. Esta última era, sin duda, la propuesta más ambiciosa: el reconocimiento del «*mainstreaming* RSE» que implicaría convertir a la RSE en la piedra de ángulo no sólo de la política social sino de todas las políticas comunitarias: junto al *mainstreaming* de empleo (art. 127.2 del Tratado), el de género (art. 3.2), medio ambiente (Cumbre de Gotemburgo) así como los de juventud, discapacidad, política exterior, protección de los consumidores, contratación pública, etc.<sup>47</sup>.

---

<sup>47</sup> ALONSO, F., *op. cit.*



Se constata además que las autoridades públicas, a todos los niveles, tienen un papel de fomento y promoción de la RSE, en el ejercicio de sus responsabilidades y que la UE puede ofrecer el valor añadido de un marco europeo para el intercambio de experiencias y prácticas; la aproximación de conceptos; la creación de indicadores y una metodología para la evaluación de acciones.

Por otra parte, los modelos de RSE que aparecen en las guías, recomendaciones, directrices o convenios internacionales están diseñados fundamentalmente para su implementación por las grandes empresas. Estas disponen de más medios, tienen mayor visibilidad, están más presionadas y poseen una cultura de empresa internacional. Por ejemplo, en Europa y España, el 80 y el 90% de las empresas respectivamente, son pymes que carecen de los medios y recursos necesarios para implantar en su estrategia empresarial una política de RSE; razón por la cual hay que diseñar estrategias enfocadas específicamente a estas empresas.

En este contexto comunitario no hay que desdeñar el papel de los Estados miembros. Ante una Europa a 25 Estados miembros, o a 30 no va a ser fácil continuar armonizando legislaciones nacionales por vía de la Directiva, como ha sido tradicional hasta el presente, aunque los textos se aprueben por mayoría y no por unanimidad<sup>48</sup>. Tampoco hay que olvidar el necesario procedimiento de codecisión, con el «macro» Parlamento Europeo, después de la ampliación<sup>49</sup>.

<sup>48</sup> ALONSO, F, *op. cit.*

<sup>49</sup> Frente al método normativo clásico (Reglamentos, Directivas, Decisiones), ha surgido un método «no normativo», el «método abierto de coordinación», cuyo origen está en el Tratado de Ámsterdam, que, en su artículo 128, establece la «estrategia europea del empleo» y que fue definido, elevado a categoría y extendido a otras áreas por la Cumbre de Lisboa de 2000. La aplicación del método abierto de coordinación se perfila como instrumento clave para la definición de una estrategia europea de RSE.

De ahí que, para avanzar en la armonización y progreso social, una alternativa a la RSE como planteamiento voluntario de las empresas, y a un «marco europeo» que trata de fijar unas reglas mínimas (directrices, objetivos comunes...) para la armonización o coordinación de sistemas mediante la aplicación del «método abierto de coordinación» como método comunitario, la constituyan los parlamentos nacionales.

Hasta ahora las políticas públicas promotoras de la RSE más exitosas internacionalmente han tenido escaso reflejo en España<sup>50</sup>. Son varias las razones que están detrás del escaso desarrollo de esta cultura empresarial en nuestro país. Por una parte, porque el tema es todavía poco conocido: la pobre tradición de movimientos sociales y del asociacionismo en nuestro país, la trayectoria de confrontación entre los agentes sociales así como la desconfianza que genera el abuso propagandístico por parte de muchas empresas que se autotitulan «empresa responsable».

No obstante, nos encontramos ante un momento esperanzador en la RSE. El 10 de mayo de 2002, el grupo parlamentario socialista presentó una proposición de ley RSC, que sería rechazada por el Parlamento<sup>51</sup>. Pos-

<sup>50</sup> Fundación Ecología y Desarrollo, Informe anual 2004, p. 56.

<sup>51</sup> Proposición de ley sobre responsabilidad social de las empresas (Proposición de ley 122/000210, BOCG, núm. 235-1, 10 de mayo de 2002, VII legislatura). Del mismo modo, el 14 de febrero de 2002, el PSOE presentó una proposición de ley relativa a la modificación de la Ley 8/97 de Regulación de los Planes y Fondos de Pensiones, para la introducción de criterios éticos, sociales y ecológicos y el impulso de la RSE, proposición que también sería rechazada por el Parlamento.

También cabría destacar la moción presentada por el Grupo Parlamentario de Convergencia i Unió y aprobada con modificaciones el 12 de febrero de 2003. Esta moción instaba al gobierno a tomar las medidas necesarias para que las instituciones de inversión colectiva y los planes y fondos de pensiones, tuvieran la obligación de informar acerca de la utilización de criterios éticos o de responsabilidad social y medioambiental en la selección de sus inversiones.

teriormente, el grupo parlamentario popular instó al gobierno para que, en el seno del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, se creara una comisión técnica de expertos con la finalidad de elaborar un informe sobre la responsabilidad social de la empresa, que permitiera evaluar y garantizar la eficacia y oportunidad de los elementos que la integran y en particular, sobre la conveniencia de elaborar Códigos de Buena Conducta, posibilidad de crear un organismo certificador o evaluador de la calidad social, la implementación de una futura etiqueta social, y la realización de auditorías e informes sociales.

Ya en la legislatura socialista, este Foro de Expertos, con un enfoque *multistakeholder*, integrado por miembros del sector privado, ONG, universidades y otros organismos, tenía el mandato de establecer una serie de recomendaciones sobre políticas públicas de apoyo a la RSE. Fruto de sus cuatro sesiones de trabajo, este Foro ha emitido dos documentos de trabajo: el primero, sirve de marco de referencia para su trabajo futuro, y donde a grandes rasgos, se vienen a ratificar las líneas directrices del Libro Verde de la RSE de julio de 2001 en lo relativo a su integración voluntaria en la empresa y a las pautas marcadas por los referentes de las resoluciones y documentos de instituciones internacionales como la OCDE, la OIT o el Consejo Mundial Empresarial sobre el Desarrollo Sostenible. En el segundo, ofreciendo un marco estandarizado para la presentación de la información sobre RSE por parte de las empresas. Desde la constatación de que el informe de RSE no se ha extendido de manera generalizada entre las empresas españolas, «se hace necesario que desde los poderes públicos se aprueben medidas que favorezcan que las empresas realicen Informes Anuales de Responsabilidad en España». En este sentido, «los poderes públicos pondrán en marcha una política pública de promoción del Informe de RSE que tengan en consideración los siguientes aspectos: apoyo técnico a las empresas; catálogo de herramientas de información;

buenas prácticas de información; perfil de empresas e instituciones incluidas en la política de promoción; temas e indicadores de medida susceptibles de ser incluidos en el Informe de RSE; verificadores y el rol de su labor de verificación; publicidad y transparencia del Informe de RSE. Estos aspectos podrían constituir las líneas básicas de estas políticas. Además los poderes públicos presentarán la RSE a la PYME como un elemento de competitividad.»

Otras iniciativas de corte institucional son:

- La Mesa de diálogo social: constituida por Comisiones Obreras, UGT y CEOE, que orientará al gobierno en sus políticas de RSE desde el punto de vista de sindicatos y empresarios.
- La Subcomisión parlamentaria de RSE, que publicará en breve el futuro Libro Blanco de la Responsabilidad Social Corporativa, que definirá el papel del Gobierno en el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa en España.
- La Comisión de expertos creada en el seno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que está elaborando la actualización de las normas de transparencia y buen gobierno de las empresas españolas.
- La Fundación Carolina, que presentó, en febrero de 2006, su plan de actuación en materia de RSE encuadrándolo en los instrumentos de la cooperación española.

Queda mucho por hacer: desde la delimitación de obligaciones para las empresas cotizadas, más allá de la publicación del informe de buen gobierno corporativo, un marco promotor de las inversiones éticas de los fondos de pensiones, la institución de organismos certificadoros o evaluadores de la calidad social y de etiquetas sociales homologadas, o la incor-

poración de la RSE como criterio de selección de proyectos en la política de cooperación al desarrollo. Todas estas iniciativas necesitan de una planificación, seguimiento y evaluación desde las instancias públicas.

En definitiva, el punto de encuentro entre la RSE y el desarrollo sostenible pasa por concebir la responsabilidad social empresarial como un terreno compartido donde la iniciativa pública asuma el compromiso de establecer un marco coherente para la actuación de los agentes privados y dotar de transversalidad a unas iniciativas que por su propia naturaleza están llamadas a afectar a múltiples interesados.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACCOUNTABILITY (2002), *Accountability Primer: Socially responsible investment*, 2002.
- BANTEKAS, ILIAS, «Corporate Social Responsibility in International Law», 22, B.U. *Int' l. J.*, 309, 2004, pp. 309-347.
- BARNEY, J., 1991. «Firm Resources and Sustained Competitive Advantage», *Journal of Management (JofM)*, 17 (1), 99-120.
- BECKER-OLSEN, K., CUDMORE, B.A., HILL, R.P., «The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour», *Journal of Business Research*, 074, 2005.
- CARTER, C.R., «Ethical issues in international buyer-supplier relationships: a dyadic examination», *Journal of Operations Management*, 18 (2000), 191-208.
- CEPAL, «El aporte de Naciones Unidas a la globalización de la ética. Revisión de algunas oportunidades», *Serie Políticas Sociales*, 54, septiembre 2001.
- , «La incorporación del concepto de derechos económicos, sociales y culturales al trabajo de la CEPAL», *Serie Políticas sociales*, 72, septiembre 2003.
- , «La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible», *Serie Medio ambiente y desarrollo*, 72, noviembre 2003.
- CERIN, P., KARLSON, L., «Business incentives for sustainability: a property rights approach», *Ecological Economics*, 40 (2002) 13-22.
- CHINKIN, CHRISTINE, «A critique of the Public/Private Dimension», *EJIL*, 1999, vol. 10, n° 2, 387-395.
- CHRISTIAN AID, «Behind the Mask. The real face of corporate social responsibility», [www.christianaid.org.uk](http://www.christianaid.org.uk), 2005.
- DOANE, D., «Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets», *Futures*, 37 (2005), 215-229.
- Economist Intelligence Unit, *The Economist*, «Corporate Governance. The new strategic imperative», 2002.
- Economistas sin Fronteras, *Fondos de Inversión Éticos: Realidad o Ficción. ¿Disponen los inversores de la información adecuada?*, 2003.
- ELKINGTON, J., Launch of AA1000 Conference, 2993, [www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk).
- EMBERLAND, M., «Corporations as «Third Parties» in ECHR Law, *European Business Lawyer*, 200.. , pp. 389-409.
- FERNÁNDEZ, KRANZ, D., y MERINO CASTELLO, A., «¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores», *Universia Business Review*, Tercer Trimestre, 2005.
- Fundación Alternativas, «Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas», *Documento de Trabajo* 3/2003.
- Fundación Ecología y Desarrollo, *Informe Anual*, 2004.
- «Responsabilidad social corporativa», *Recopilación de artículos 2001-2004*, 2004.
- Fundación Forética, *Informe Anual*, 2004.
- GASPAR, A.K., «Possible role of the Multilateral Investment Fund (MIF) in the area of Corporate Social Responsibility (CSR)», October 2003.
- GÓMEZ SALA, J.C., «Responsabilidad Corporativa y transparencia informativa y contable», en *Papeles de la Fundación*, n° 16, pp. 55-61, Fundación de Estudios Financieros, 2006.

- GREENFIELD, W.M., «In the name of corporate social responsibility», *Business Horizons*, 47/1 January-February, 2004 (19-28).
- GRIBBEN, CH., PINNINGTON, K, WILSON, A., *Government as partners. The role of Central Government in Developing New Social Partnerships*, The Copenhagen Centre, 2004.
- HEMPHILL, T., «Legislating Corporate Social Responsibility», *Business Horizons*, March-April 1997.
- HENDERSON, DAVID, «*Misguided Virtue*», *False notions of Corporate Social Responsibility*, The Institute of Economic Affairs, 2001.
- KLEIN, J., DAWAR, N., «Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product-harm crisis», *International Journal of Research In Marketing*, 21 (2004) 203-217.
- KNOX, S, MAKLAN, S., «Corporate Social Responsibility: Moving Beyond Investment towards measuring outcomes», *European Management Journal*, vol. 22, n° 5, pp. 508-516, 2004.
- KOLK, ANS y VAN TULDER, ROB, «The effectiveness of Self-regulation: Corporate Codes of Conduct and Child Labour», *European Management Journal*, vol. 20, n° 3, pp.260-271, 2002.
- LAFUENTE, ALBERTO, VIÑUALES, VICTOR, PUEYO, RAMÓN y JESÚS LLARÍA, «Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas», Fundación Alternativas, *Documento de Trabajo* 3/2003.
- LARSON, R., «International Accounting standards and economic growth: *an empirical investigation of their relationship in Africa*», *Research in Third World Accounting*, vol. 2, 1993, p. 27-43.
- LOZANO, J. M., *et al.*, *Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad*, 2005.
- MUCHLINSKI, PETER T., «Human rights and multinationals: is there a problem?», *International Affairs*, 77, 1 (2001) 31-48
- MURRAY, K., VOGEL CH., «Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial versus Nonfinancial Impacts», *Journal of Business Research*, 38, 141-159 (1997).
- SALACUSE, JESWALD W., «Corporate Governance, Culture and Convergence: Corporations American Style or with a European Touch?», *European Business Lawyer*, 2003, pp. 471-496.
- SARAVANAMUTHU, K., «What is measured counts: harmonised corporate reporting and sustainable economic development», *Critical Perspectives on Accounting*, 15 (2004), 295-302.
- SEELOS, CH., MAIR, J., «Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor», *Business Horizons*, (2005), 48, 241-246.
- United Nations, *The Social responsibility of Transnational Corporations*, 1999.
- WAHRHURST, A., «Future roles of business in society: the expanding boundaries of corporate responsibility and a compelling case for partnership», *Futures*, 37, (2005), 151-168.
- WARD, H., «Governing Multinationals: the role of foreign direct liability», *Briefing Paper*, New Series, The Royal Institute of International Affairs, n° 18, february 2001.
- , «Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: taking stock», World Bank, january 2004.
- ZADEK, S, 3rd Generation Corporate Citizenship, 2002.

**RESUMEN** La RSE ha de ser la suma del conjunto de motivaciones, instrumentos y capacidades humanas e institucionales en la que deben tener cabida tanto actores públicos como privados, teniendo en cuenta tanto los estándares y prácticas internacionales como las prioridades y particularidades nacionales y locales. Sin embargo, con las actuales iniciativas privadas, la RSE corre el riesgo de ser capturada por los intereses empresariales, modulando una política de RSE a la medida de sus necesidades estratégicas y de sus inquietudes a corto plazo. Estudios cada vez más numerosos cuestionan la eficacia de la iniciativa privada: la inversión socialmente responsable como incentivo de la RSE; unos estándares contables que no reflejan la realidad de los países en desarrollo y que priman sobre los estándares sociales o medioambientales; la credibilidad de las memorias de RSE y su potencial para cambiar el comportamiento corporativo; los códigos de conducta como elemento cosmético e instrumento para eludir la acción legislativa, o la verdadera disposición y poder de compra del consumidor frente a productos éticos. Sobre la base de sus fundamentos económicos y sociales, el presente trabajo pretende ofrecer una reflexión sobre las razones que fundamentan la necesidad de intervención legal para la integración de la responsabilidad social en las empresas y las políticas públicas, y los principales problemas que afectan al diseño de políticas públicas de RSE, esbozando un marco para la valoración del actual estatus de las prácticas de responsabilidad social empresarial a nivel nacional.