

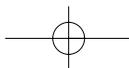
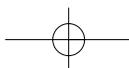
BIBLIOTECA EMPRESARIAL **Cinco Días**



1

Manual de la empresa responsable

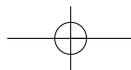
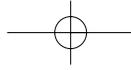
La empresa responsable en un entorno global

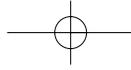


BIBLIOTECA **EMPRESARIAL** **CincoDías**



Manual de la empresa responsable





Prólogo

Querido lector,

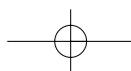
El Club de Excelencia en Sostenibilidad, en su afán por transmitir al empresariado español las últimas tendencias en responsabilidad corporativa, publica por segundo año consecutivo, en colaboración con el diario económico CINCO DÍAS, el *Manual de la empresa responsable*. Desde que decidimos llevar a cabo este proyecto, nuestro objetivo principal ha sido seleccionar a los mejores autores para que escriban de aquellos temas en los que están trabajando y de los cuales son una referencia nacional e internacional.

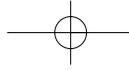
El objetivo principal de la institución que presido es extender al resto del tejido empresarial español las buenas prácticas que en este terreno estamos llevando a cabo las 22 empresas que conformamos el Club, conscientes de las ventajas competitivas que nos están generando estas nuevas herramientas de gestión. Es por ello que hemos enfocado el *Manual de la empresa responsable* con una visión multidisciplinar, utilizando un enfoque transversal que nos permite abordar todos los temas de actualidad en la materia que nos ocupa.

La empresa en un *entorno global* analiza los diferentes factores macroeconómicos ante los que se encuentra la empresa transnacional o multipaís hoy en día, de la mano de mi buen amigo Antonio Garrigues, presidente de Garrigues Abogados y Asesores Tributarios y presidente de Honor de nuestro Club; hemos querido a su vez realizar una aproximación hacia los mercados emergentes de países en vías de desarrollo con la publicación *La base de la pirámide: la nueva frontera de la responsabilidad corporativa*, escrita por uno de los equipos que más está trabajando en el ámbito internacional en esta materia: Miguel Ángel Rodríguez, Joan Enric Ricart y Pablo Sánchez, profesores del IESE Business School.

El valor económico de la marca nos expone la importancia de la gestión de uno de los activos intangibles más importantes para la empresa: la marca, escrito por Eduardo Moreno, de Villafañe & Asociados, una de las consultoras expertas en esta materia en España. La publicación *El comercio justo*, realizada por Víctor Viñuales y Sandra Benbeniste, de la Fundación Ecología y Desarrollo, realiza una aproximación a diversos productos procedentes de países en vías de desarrollo y cada día más introducidos en los mercados occidentales.

Desde el punto de vista ambiental y del desarrollo sostenible hemos querido realizar tres publicaciones, la primera versa sobre *La gestión sostenible de los recursos*, realizada por Manuel Soriano, director de Desarrollo Sostenible de Holcim; la segunda, sobre un tema de máxima actualidad, *El Protocolo de Kioto*, escrita por Jordi Bruno y Jordi Pons, de la empresa





de consultoría Enviro y Larry Phill de CO2 Spain. Por último, hemos querido conocer la visión de los medios de comunicación respecto de todos estos temas, gracias a la publicación *El desarrollo sostenible y los medios de comunicación*, realizada por el periodista de Canal Sur especializado en temas ambientales José María Sandoval.

Para profundizar en el debate abierto sobre la regulación o la autorregulación de la responsabilidad corporativa, hemos querido realizar una aproximación de carácter conceptual con la publicación *La responsabilidad corporativa. Una propuesta para un entorno empresarial más eficiente y socialmente comprometido*, llevada a cabo por Carlos Gascó y Mariano Carvajales, de la Fundación de Estudios Financieros, y, a su vez, hemos querido conocer lo que se está haciendo en los diferentes Estados de la Unión Europea para la promoción de la responsabilidad corporativa en la empresa, mediante la publicación *Políticas públicas para impulsar la responsabilidad social de la empresa*, de Josep María Lozano, Laura Albareda y Tamyko Ysa, de Esade.

Cada día son más las empresas que están poniendo en marcha políticas que fomentan la compatibilización de la vida personal y profesional, y para ello Fernando Antón, Miriam Fililla, Julián Corredera, Natalia Corral, Inmaculada Segura, Rafael Escalonilla, Christian von Schellwitz y Enrique Torres han contado las mejores prácticas en esta materia de ABB, Endesa, Grupo Auna, Iberdrola y Siemens en la publicación *Conciliación vida laboral y vida personal y familiar*. No hemos querido olvidar un tema de gran importancia actual para las empresas por las ventajas competitivas que genera: las prácticas de innovación responsable, sobre las cuales hemos contado con la colaboración de Tomás Pastor de la Fundación Empresa y Sociedad, mediante la publicación *Innovación y acción social*.

Igualmente hemos querido conocer cómo están influyendo, desde el punto de vista bursátil, todas las prácticas responsables que están llevando a cabo las empresas más avanzadas en esta materia con la publicación *La inversión socialmente responsable: evolución, tendencias e implicaciones para la dirección de las empresas*, realizada por Miguel Ángel Rodríguez, Joan Enric Ricart y Pablo Sánchez, de IESE Business School, en colaboración con Stephanie Capdeville de Sustainable Asset Management.

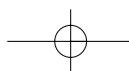
Cierra la colección la publicación *Ante un nuevo paradigma: la empresa responsable*, realizada por Santiago Iñiguez, del Instituto de Empresa, y Juan Alfaro, del Club de Excelencia en Sostenibilidad.

Me gustaría, para finalizar, agradecer al diario CINCO DÍAS su colaboración; a todas las empresas socias del Club de Excelencia en Sostenibilidad, que gracias a su apoyo han convertido este proyecto en una realidad; a los autores e instituciones que han volcado en cada artículo su conocimiento, y a Manuel Soriano y a todas las personas que han colaborado de una u otra forma en este proyecto, por su esfuerzo y dedicación.

Desde mi convicción personal, espero que la lectura de este Manual de la empresa responsable sea del interés de todos y sirva como ayuda en el quehacer diario de las empresas contribuyendo a formar a ciudadanos responsables y comprometidos con un futuro que es de todos.

EDUARDO MONTES
Presidente del Club de Excelencia en Sostenibilidad

"El Club de Excelencia en Sostenibilidad no se hace responsable ni se identifica necesariamente con las opiniones expresadas por sus autores en los trabajos incluidos en la presente publicación."





[CAPÍTULO]

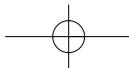
1

Manual de la empresa responsable

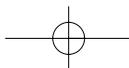
La empresa responsable en un entorno global

- 1 La globalización y la competitividad
- 2 Caminando hacia la empresa responsable
- 3 El gobierno corporativo en la empresa responsable
- 4 Herramientas de gestión para la transparencia informativa
- 5 La valoración de las empresas responsables por los mercados financieros
- 6 Conclusión

Índice



Índice





1 La globalización y la competitividad

El proceso de globalización de las actuales economías de mercado se caracteriza por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales y la difusión acelerada de tecnología; lo que ha generado en el mercado la atracción de un volumen creciente de inversiones hacia los más variados destinos, destinos que hace tan sólo unos años ni siquiera se consideraban en el análisis previo de inversión.

Nos encontramos en un mundo globalizado en el que regiones desarrolladas económicamente, como la europea, corren el riesgo de perder competitividad y sufrir procesos de deslocalización de parte o la totalidad de su producción hacia países con costes productivos menores.

De hecho, en los últimos años, las principales economías de la Unión Europea han asistido a una desaceleración en su crecimiento económico, como indica el FMI, acompañada de una pérdida de competitividad. Según datos del **Foro Económico Mundial**¹, España ha perdido puestos en el *ranking* de competitividad, retrocediendo hasta seis puestos respecto al año anterior y situándose en el puesto 29 del *ranking*, debido a factores como las regulaciones restrictivas en materia laboral, la excesiva burocracia para hacer negocios, el acceso a la financiación y los tipos impositivos. Alemania, Francia, Reino Unido e Italia se suman a la pérdida de escalones en el *ranking*, que es liderado por Finlandia y Estados Unidos.

Por otro lado, economías de mercado como la asiática o los países de Europa del Este ganan posiciones y hacen que inversiones que antes se dirigían a países como España se deriven a las mismas. Se debe tener en cuenta que crecer un punto es particularmente difícil en economías avanzadas como las de Estados Unidos y Europa, en las que la población apenas crece. Este factor demográfico es uno de los motivos por el que las empresas globales están buscando nuevas oportunidades en terceros países, como China, India y Vietnam, donde el ritmo de crecimiento es elevado y aumenta sin parar el número de consumidores.

¹ World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2005-2006. Septiembre 2005.

Cinco Días

Sin embargo, no cabe duda de que la principal desventaja de los países occidentales frente a los orientales es, en este caso, el coste de la mano de obra. Por ejemplo, en China la oferta laboral es inmensa y el coste es sólo de uno o dos dólares la hora. A todo ello hay que añadir que la fuerza de trabajo china presenta características atractivas al ser altamente móvil, muy productiva, poco sindicalizada y con una cultura de trabajo disciplinada. La reducción de costes productivos juega un papel clave en este fenómeno que cada vez se refleja con mayor insistencia en los mercados. Por otro lado, las favorables políticas de atracción de la inversión extranjera practicadas por las economías en transición constituyen otro factor de decisión importante. Volviendo de nuevo al ejemplo chino, en este país el Gobierno es bastante flexible, la estructura tributaria es avanzada, hay beneficios fiscales para los productos exportados, cuenta con índices de ahorro altos, las tasas de intereses son bajas y los préstamos subsidiados.

En consecuencia, muchas multinacionales comenzaron hace unos años a desviar parte de su producción a países como China e India, lo cual está comenzando a desplazar el motor económico mundial al eje del Pacífico. En 2002 General Electric trasladaba desde Japón a China uno de sus principales laboratorios de I+D de la división de sistemas sanitarios. Algunos de los motivos que propiciaron dicho traslado eran los ya comentados: menores costes debidos a los bajos salarios de los trabajadores chinos y menores barreras para hacer negocios en el país con mayor población del mundo.

Del mismo modo, en la actualidad se está empezando a dar el fenómeno del traslado de algunas empresas de China hacia países como Vietnam, donde los costes productivos son aún menores que en el gigante asiático.

No hay duda de que en un mundo globalizado el capital, escaso de por sí, se dirige hacia donde mejor se le trata. Los países desarrollados, con altos costes de producción, deben tratar de cuidar otras variables para mantener la inversión. Todos tenemos la responsabilidad de crear las condiciones necesarias para la atracción del capital. Es una tarea colectiva y la experiencia nos dice que quienes lo hacen bien acaban triunfando. En este sentido, hay países desarrollados que son un ejemplo a imitar. Por ejemplo, Irlanda es un país que ha sido capaz de aumentar de forma considerable los niveles de inversión extranjera en los últimos años gracias a la creación de un ambiente propicio para ello, como por ejemplo mediante la “ventanilla única” para la tramitación de inversiones extranjeras en el país. Del mismo modo, los países nórdicos vienen manteniendo tradicionalmente posiciones privilegiadas en los *rankings* de competitividad gracias principalmente a la transparencia y eficiencia de las administraciones públicas, que han sabido cuidar y promocionar a los sectores productivos punteros del país.

Otra de las variables que los países desarrollados deben tener en cuenta si quieren mantener su competitividad es la ética. En los negocios no todo vale. Siempre se ha dicho que sin ética no hay rentabilidad y un sistema económico con un alto grado de corrupción no funciona. En este sentido, numerosos estudios nos demuestran que la inversión extranjera es inferior en los países percibidos como más corruptos, lo que reduce aún más las posibilidades de prosperar. Cuando los países mejoran su gobernabilidad y reducen la corrupción consiguen un “dividendo de desarrollo”.

Según el Índice de Percepción de la Corrupción, elaborado por la organización **Transparency International**², más de dos tercios de las 159 naciones sondeadas en el año 2005 presentan altos niveles de

² <http://www.transparency.org>

corrupción. Entre los países incluidos en el Índice, la corrupción se percibe como más grave en Chad, Bangladesh, Turkmenistán, Myanmar y Haití, también considerados entre los países más pobres del mundo. Es importante destacar que la corrupción es una de las mayores causas de la pobreza, a la vez que representa una barrera para combatirla.

Aunque España ha mejorado mucho en esta materia en los últimos años gracias al desarrollo de una estructura impositiva adecuada y al mayor grado de cumplimiento fiscal que progresivamente se ha ido alcanzando, todavía se encuentra situada en el puesto 23 de la clasificación establecida en el citado estudio. La clasificación está encabezada por Islandia, Finlandia, Nueva Zelanda, Dinamarca y Singapur.

La corrupción no es únicamente un problema moral, sino también económico. Así, la ética aplicada a los negocios supone, entre otros, un mejor gobierno de la empresa, más controles internos y, en un estadio más avanzado, políticas orientadas hacia la acción social. Hoy en día, cualquier empresa con vocación de liderazgo debe ser consciente de que tiene una deuda con la sociedad y que debe ser capaz de devolver a la misma una parte de los beneficios que obtiene.

2 Caminando hacia la empresa responsable

Sin duda, hemos entrado en una etapa histórica en la que se empiezan a manifestar contradicciones internas en los sistemas de producción. Hasta hace relativamente poco, los negocios se han visto guiados por un exceso feroz de competencia y la desmesurada ambición de algunas empresas por aumentar su capitalización bursátil, lo que ha conducido, en algunos casos, a prácticas contables, ambientales y sociales poco recomendables. No es fácil desterrar totalmente este tipo de planteamientos pero es necesario, al menos, denunciarlos y proponer alternativas válidas.

El nuevo entorno en el que operan las empresas se caracteriza por dos hechos interdependientes: la globalización y el aumento de los requerimientos sociales respecto al papel que las empresas han de jugar en un mundo globalizado. La empresa es el motor principal de desarrollo económico y de progreso, pero necesita ejercer su poder de forma ética, sin priorizar el beneficio económico sobre aspectos reprobables desde un punto de vista social o medioambiental.

Las crecientes demandas sociales sobre el papel de la empresa y el impacto que las mismas están teniendo sobre la sociedad y el medio ambiente han llevado a que desde hace unos años se repita con insistencia que estamos pasando de una economía de los accionistas a una economía de las partes interesadas (*shareholder economy versus stakeholder economy*). La empresa no debe rendir cuentas única y exclusivamente a sus accionistas, sino que debe, además, tomar decisiones teniendo en consideración otros actores sociales o *stakeholders*: empleados, Gobiernos, consumidores, organizaciones sociales, clientes, etcétera.

Como consecuencia de todo esto, se ha comenzado a extender el empleo del término “empresa responsable” en la sociedad actual. Dicho término centra su atención en la satisfacción de las necesidades reales de los grupos de interés mediante la integración de forma voluntaria, entre otros, de las

Cinco Días

preocupaciones sociales y medioambientales de los mismos en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los diferentes interlocutores. La empresa responsable sabe que debe velar por el cuidado de su mercado y que tan importante para su permanencia a largo plazo es la generación de capital económico como la creación de valor social y medioambiental, ya que su marca o prestigio supone uno de los principales activos y la pérdida de éste crearía consumidores o clientes que no quieren adquirir sus productos o servicios, empleados que no quieren trabajar en sus instalaciones o inversores que no desean invertir capital en su empresa.

Además, en los últimos años, ha habido una serie de escándalos y crisis financieras que han generado un sobresalto en los mercados de valores y una desconfianza entre inversores particulares e institucionales. En la actual sociedad de la información, cualquier actuación irresponsable de una empresa multinacional puede conocerse en todo el mundo en poco tiempo, con el impacto negativo que ello conlleva para su actividad y marca.

La atención a los efectos negativos de las empresas sobre el medio ambiente adquiere un carácter global en la segunda mitad de los años ochenta, como consecuencia de casos como los de Bophal – Union Carbide en la India o Exxon Valdez en Alaska.

Más recientemente, hacia el final de la década de los noventa, la atención se extiende a impactos de carácter social. Conviene recordar algunos casos tales como la explotación de mano de obra infantil que involucró a algunas multinacionales en Asia y que forzaron cambios de comportamiento de las empresas afectadas. En este sentido, destacan las estremecedoras cifras arrojadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que indica que el trabajo infantil involucra a unos 246 millones de niños en todo el mundo. De ese total, unos 179 millones de niños están expuestos a las peores formas de trabajo infantil, lo cual pone en peligro su **integridad física, mental y moral**³.

A estos casos, que afectan a los trabajadores y al medio ambiente, se suman muchos otros relacionados con fraudes contables y fiscales que han llevado al borde de la quiebra a varias empresas y, en consecuencia, puesto en compromiso el dinero invertido por los accionistas. Entre éstos, destaca la ocultación de costes por valor de 3.800 millones de dólares de la empresa de telecomunicaciones WorldCom, que generó que las acciones de la misma se situaran en mínimos y que las agencias de *rating* crediticio rebajaran sustancialmente la calificación de la compañía. Por otro lado, el gigante energético Enron se vio afectado por la destrucción de documentos contables cruciales para la investigación de su quiebra, lo que arrastró en su caída a una de las cinco grandes empresas de auditoría en el mundo, Arthur Andersen.

En casi todos estos casos, los problemas de estas empresas surgieron de la idea de que una empresa no podía tener peores resultados que el ejercicio anterior, con el fin de disparar sus niveles de cotización en Bolsa y mantener su cuota de mercado. A partir de ahora, habrá que empezar a hablar en otro idioma. No es necesario ganar más un año que el anterior, siendo preferible perdurar en el futuro aunque sea manteniendo unas tasas de crecimiento más reducidas.

Y, precisamente, de estos escándalos protagonizados por las empresas hace aproximadamente cuatro años es de donde nacen los esfuerzos en defensa del buen gobierno. La mayor parte de los países de todo el mundo se han esforzado en regular las buenas prácticas empresariales.

³ International Labour Organization (ILO). A Future without Child Labour. 2002.

En las próximas páginas se va a proceder a analizar el concepto de buen gobierno y su utilidad como factor de desarrollo económico sostenible en la empresa responsable. Posteriormente se analizará cuáles son los mecanismos e instrumentos con los que cuenta la empresa para establecer una política de responsabilidad social corporativa transparente que responda a la demanda de información de los *stakeholders* y se realizará un análisis de cómo los mercados bursátiles y los inversores institucionales están valorando la actuación desarrollada por las empresas responsables.

3 El gobierno corporativo en la empresa responsable

El movimiento del buen gobierno surge como consecuencia de las distorsiones producidas por la disociación entre la propiedad y la gestión de las grandes sociedades anónimas y una respuesta a la necesidad de asegurar o procurar una correcta gestión de los activos sociales en interés de todos los agentes que intervienen en la vida social.

La implantación y seguimiento de prácticas de buen gobierno corporativo inciden básicamente en la confianza de los *stakeholders*. De hecho, la finalidad de los sistemas de buen gobierno corporativo es equilibrar la competitividad y productividad de la empresa con la gestión responsable y transparente de la misma, de manera que se garantice un crecimiento sostenible de las empresas a largo plazo.

En los últimos años, España ha realizado un importante esfuerzo en la materia, habiendo implantado las reglas de buen gobierno en dos niveles diferentes: el institucional, a través del desarrollo del marco legal que deben seguir todas las sociedades anónimas junto con otras exigibles únicamente a sociedades cotizadas, y un segundo nivel, el propio de cada empresa, basado en la aplicación de las recomendaciones de buen gobierno a sociedades cotizadas. Así, en 1998 se publicó el Informe de la Comisión Olivencia que tenía como objetivo incorporar a nuestro sistema económico los valores de buen gobierno ya aceptados de forma general en los países anglosajones, a través del Informe Cardbury en el Reino Unido y de los Principios de la ALI-ABA en Estados Unidos, haciendo hincapié en la responsabilidad de la dirección y de los consejos de administración ante los accionistas y formulando una serie de recomendaciones de carácter voluntario que aún siguen vigentes. Posteriormente, en 2002, se constituyó la Comisión Aldama con el objeto de hacer una revisión de la aplicación de las recomendaciones anteriores, concluyendo que resulta necesario enfrentarse a una reforma legal para regular los deberes básicos de información y transparencia en materia de gobierno corporativo, la definición de los deberes de lealtad y de diligencia de los administradores y la obligación de dotarse de instrumentos, como los Reglamentos del Consejo de Administración de la Junta General, para complementar los Estatutos Sociales.

Entre las recomendaciones de la Comisión Aldama, destaca la obligación de las sociedades anónimas cotizadas de hacer público con carácter anual un informe de gobierno corporativo en el que conste la estructura de la propiedad y administración de la sociedad, las operaciones vinculadas y operaciones intragrupo, sistemas de control del riesgo, funcionamiento de la Junta General y grado de seguimiento de las recomendaciones de gobierno corporativo.

Las empresas del Ibex 35 declaran cumplir con la práctica totalidad de las recomendaciones de buen gobierno corporativo. Sin embargo, hay determinadas áreas en las que resulta posible impulsar

Cinco Días

un mayor nivel de autoexigencia, pudiendo señalarse a modo de ejemplo una mayor participación de consejeros independientes en los consejos de administración de las empresas. Asimismo, resulta necesario que las empresas no cotizadas o privadas asuman voluntariamente las recomendaciones de buen gobierno adaptándolas a su situación concreta.

Por otro lado, y siguiendo las recomendaciones del Código de Gobierno de la Empresa Sostenible, elaborado por el Foro **Empresa y Desarrollo Sostenible**⁴, las empresas deberían tender a contar en los consejos de administración con una representación de todas las partes interesadas mediante el nombramiento de algún consejero independiente experto en el campo de la responsabilidad social o la inclusión de una representación adecuada de los grupos de interés. En la misma línea, los miembros del consejo deberían estar concienciados y formados en aspectos medioambientales y sociales de la actividad empresarial. Asimismo, se propone la creación de una comisión delegada, compuesta por consejeros externos o directivos expertos en responsabilidad social corporativa, encargada de promover, supervisar y evaluar la implantación de estrategias sociales por la dirección de la empresa.

Finalmente, es obvio señalar que el buen gobierno corporativo no es una moda pasajera sino un fenómeno cuya trascendencia va en aumento y que los diversos indicadores de los que disponemos en la actualidad demuestran que va a constituir una variable esencial en la valoración y selección de activos de inversión, tal y como se recoge en apartados posteriores. En este sentido, la tendencia actual es mayor transparencia en todo lo relativo a información interna de la compañía que pueda resultar de interés a las partes interesadas.

4 Herramientas de gestión para la transparencia informativa

Adicionalmente a las exigencias en materia de gobierno corporativo, la empresa responsable se enfrenta a unas exigencias de mercado que le hacen introducir criterios medioambientales y sociales en su estrategia de negocio.

Existen diversos instrumentos que tienen por finalidad guiar a las empresas en la incorporación de dichos criterios en su negocio. En general, la mayoría de las guías están dirigidas a regir las relaciones laborales y el medio ambiente y toman como bases la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de los niños, en especial sobre trabajo infantil, los principios fundamentales del derecho al trabajo dictados por la Organización Internacional del Trabajo y los Principios de Río sobre medio ambiente y desarrollo.

En las organizaciones que desarrollan dichas guías o estándares participan todos los interlocutores de una empresa (ONG dedicadas a tareas sociales y medioambientales, gremios y sindicatos de trabajadores, representantes de la comunidad empresarial y, en algunos casos, organismos gubernamentales), lo que les hace disponer de una visión amplia de la demanda social en las materias descritas.

⁴ <http://www.empresasostenible.info/pdf/versioncodigo.pdf>

Entre las instituciones que dictan principios básicos y generales sobre el correcto comportamiento de las empresas en su relación con la sociedad y el medio ambiente destacan, entre otras:

- **Global Compact⁵**: iniciativa de las Naciones Unidas que comenzó en 1999 y cuyo objetivo es promover la responsabilidad social corporativa desarrollando valores universales. Tiene como misión expandir los beneficios de la globalización y evitar los efectos negativos de la misma, mediante la difusión y convocatoria a los empresarios para cumplir y adoptar nueve principios vinculados a los derechos humanos, los derechos laborales y al medio ambiente. El Global Compact está dirigido por el Programa de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo y la Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos.
- **OCDE Guidelines⁶**: es un código de conducta corporativo que fue creado en 1976 y revisado en 2000. Esta guía busca mejorar la relación entre los negocios y la sociedad, dejando claro los derechos y responsabilidades de las empresas multinacionales. El principal objetivo de la misma es establecer políticas voluntarias que promuevan la transparencia empresarial en materia de relaciones laborales, gestión medioambiental, sobornos, competencia, intereses de los consumidores y difusión de ciencia y tecnología.
- **El Libro Verde de la Comisión Europea *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (2001)⁷**: ha tenido por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo puede fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas en los ámbitos europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación.
- **Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social⁸**: la Declaración es el único texto universal que trata aspectos laborales y sociales de las empresas multinacionales. Los principios que estipula respecto de las esferas de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida y relaciones profesionales van dirigidos a los Gobiernos, a las empresas –en particular, las multinacionales– y a los trabajadores.

Adicionalmente a la incorporación de estos principios en su política y estrategia de la compañía, sería recomendable que la empresa diseñara un plan de comunicación a través del cual responda a la demanda de información realizada por los diferentes *stakeholders*, anticipándose, mediante la publicación de informes o memorias de sostenibilidad, a posibles riesgos futuros que puedan poner en peligro la situación financiera de la organización por falta de transparencia informativa.

Precisamente, las razones que han motivado la publicación de este tipo de informes se han derivado de la globalización, tales como la expansión de los mercados de capitales mundiales y de las tecnologías de información, la búsqueda de nuevas fórmulas de buen gobierno, el nacimiento de un nuevo sistema de contabilidad (Normas Internacionales de Contabilidad) cuya tendencia es la de homogeneizar los informes financieros y, principalmente, el interés que despiertan los asuntos relacionados con la sostenibilidad entre las diferentes partes interesadas (Gobiernos, instituciones financieras, clientes, empleados, etcétera). La sociedad exige que las empresas informen de sus actividades y les

⁵ www.unglobalcompact.org/

⁶ <http://www.oecd.org>

⁷ http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/gpr/2001/com2001_0366es01.pdf

⁸ http://www.ilo.org/public/spanish/standards/norm/whatare/lessfrml/dec_mne.htm

Cinco Días

reclama mayor transparencia y compromiso. Esto lleva a la necesidad de incorporar el concepto de desarrollo sostenible en las prácticas corporativas de transparencia, lo que implica una valoración medioambiental y social junto con la económica de la empresa.

El apoyo a la publicación de memorias de sostenibilidad sigue aumentando entre la sociedad civil, los inversores, los accionistas, los sindicatos y las empresas, entre otros. Esto queda patente en el rápido crecimiento que ha experimentado la edición de esta clase de informes entre los diferentes países, especialmente en países desarrollados tales como Japón, Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido y España. De hecho, según un estudio elaborado por KPMG y la Amsterdam Graduate Business School, realizado sobre las 250 empresas más importantes según el Fortune 500 y las 100 de mayor relevancia en cada uno de los 16 países en los que se ha elaborado la encuesta, la publicación de memorias de sostenibilidad en España aumentó desde 2002 más de un 10%. Esto supone que en la actualidad el 25% de las empresas españolas analizadas elaboran estos informes, mientras que en el año 2002 este porcentaje apenas alcanzaba el 11%. Esto sitúa a España en el undécimo puesto mundial en publicación de estos informes, ocupando Japón el primer puesto del *ranking* con un 80% de empresas sobre el total.

Para la correcta normalización de estos informes nace en 1997 una iniciativa convocada por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y por CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies). Esta iniciativa es llamada **Global Reporting Initiative (GRI)**⁹ y su misión es desarrollar y promocionar un marco general y común para elaborar memorias de sostenibilidad; mantener, mejorar y diseminar la Guía GRI a través de un proceso continuo de consulta entre los *stakeholders*; elevar el informe de sostenibilidad a un nivel equivalente al del informe financiero; y diseñar, difundir y promocionar prácticas de *reporting* estandarizadas consiguiendo los más elevados estándares de consistencia y rigor. De esta manera, los principios de información del GRI son integridad, globalidad, consistencia, precisión, claridad, neutralidad, periodicidad, auditabilidad y transparencia.

La iniciativa GRI fue puesta en marcha por una comisión directiva constituida por miembros de diferentes países y organizaciones y cuenta con la participación activa de, entre otros, corporaciones, organizaciones no gubernamentales (ONG), representantes del Gobierno, consultoras, auditoras, asociaciones empresariales y universidades. Desde su comienzo, GRI ha estado financiada por fundaciones en su totalidad, básicamente, la Fundación de Naciones Unidas por medio del PNUMA. La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad es aplicable a organizaciones de todo tipo, tamaño y situación. Se basa en la utilización de indicadores de sostenibilidad que ayudan a la empresa a evaluar su comportamiento, identificar mejoras y poder contar con datos esenciales para la confección de informes enfocados a la comunicación, tanto externa como interna.

Éste es el estándar o guía escogido por la mayor parte de las empresas españolas que publican informes de sostenibilidad, siendo, según la organización GRI y a fecha octubre de 2005, 54 el número total de empresas españolas que informan **mediante este estándar**¹⁰. Entre éstas, destaca la presencia de entidades como BBVA, BSCH, Telefónica, Iberia, Endesa, Iberdrola, Gas Natural, Red Eléctrica de España, Unión Fenosa, Repsol y Ferrovial.

Existen otras iniciativas que ayudan a la elaboración de memorias de sostenibilidad. Por ejemplo, **AccountAbility 1000 (AA 1000)**¹¹ es un producto lanzado a finales de 1999 por el Institute of Social and

¹⁰ <http://www.globalreporting.org>

¹¹ <http://www.globalreporting.org/guidelines/reports/search.asp>

Ethical Accountability (Reino Unido). Su misión es mejorar e incrementar la contabilidad social y ética, así como también la realización en las empresas de auditorías e informes relacionados con la RSC. El AA 1000 describe un conjunto de procesos que una organización puede seguir para contabilizar, administrar y comunicar su desarrollo social y ético, sin precisar o especificar cuál debiera ser ese desarrollo. El empleo de esta norma de carácter voluntario ha tenido una mayor expansión en los países anglosajones, concretamente en el Reino Unido.

Por otro lado, el Sistema Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría (EMAS) establece un sistema de gestión medioambiental voluntario y exige a aquellas compañías que busquen acreditarse mediante el mismo que emitan informes públicos medioambientales que han de ser verificados de forma independiente. Asimismo, la Norma ISO 14063, creada por el International Organization for Standardization (Suiza) en 2001, desarrolla una guía en relación con los principios básicos para la realización de informes medioambientales.

Otras guías que ayudan a la elaboración de memorias de sostenibilidad, especialmente en lo que a aspectos medioambientales se refiere, son la normativa de responsabilidad internacional (IAS) desarrollada por el comité IASC (International Accounting Standards Committee) con el objetivo de conseguir uniformidad en los principios de información que emplean las empresas y otras organizaciones en sus informes financieros en todo el mundo; la Convención de Aarhus formada por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), la Comisión para la Cooperación Ambiental (CCA), la Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (CEPE) y el Instituto de las Naciones Unidas para la Formación Profesional y la Investigación (UNITAR), que emiten manuales para la elaboración de informes de emisiones y guías técnicas y políticas; las Directrices para el Informe sobre Seguridad, Higiene y Medio Ambiente (HSE) de la CEFIC (European Chemical Industry Council), que proporciona un marco para el informe y el control a la industria química europea que engloba los datos de la HSE en un solo esquema coherente; la iniciativa para el establecimiento de un protocolo sobre los gases causantes del efecto invernadero (GHG Protocol), convocada conjuntamente por WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) y WRI (World Resources Institute); las directrices para compañías que emitan memorias sobre emisiones de gases causantes del efecto invernadero, emitidas por el Departamento de Medio Ambiente y Transporte del Reino Unido (DETR); el Informe de la WBCSD: Medir la ecoeficiencia, una guía para memorias de gestión de las compañías (2000), fomenta el empleo del concepto de ecoeficiencia al proponer un marco de medida común que guíe a las compañías. Cabe destacar que los indicadores medioambientales que se recogen en las directrices del GRI están en la misma línea de los trabajos sobre ecoeficiencia de la WBCSD.

En cualquier caso, y tras este análisis de los mecanismos disponibles para ayudar a procesar la información que se quiera publicar, resulta necesario que las organizaciones realicen un esfuerzo en la identificación y selección de datos históricos precisos sobre los indicadores de sostenibilidad que permita la comparación interanual entre las diferentes empresas. Asimismo, es de destacar que, a pesar de que haya habido una excelente evolución en la elaboración de informes de este tipo, aún se detecta una ausencia de información a inversores y accionistas sobre los riesgos y oportunidades estratégicos derivados de sus políticas sociales y medioambientales. Sólo tres de las cincuenta empresas con mejores memorias de responsabilidad social corporativa informan sobre las implicaciones financieras de los riesgos sociales y medioambientales de sus operaciones, según un estudio llevado a cabo por la consultora SustainAbility, Standard & Poor's y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

CincoDías

A pesar de las carencias todavía latentes, las empresas que presentan informes sobre sostenibilidad siguiendo estándares reconocidos, tales como el GRI, experimentan una menor volatilidad en el mercado bursátil que el resto de las empresas, según se desprende de un estudio elaborado por el instituto de investigación Lonstock y la agencia de comunicación Imagination.

5

La valoración de las empresas responsables por los mercados financieros

Este nuevo componente en la estrategia empresarial se refleja también en los mercados financieros a través de la denominada inversión socialmente responsable. La inversión socialmente responsable se conoce como el proceso de toma de decisiones de inversión que tiene en cuenta, a la hora de invertir, consideraciones sociales y medioambientales que van más allá de las puramente financieras.

Así, prestigiosos índices bursátiles, como el Dow Jones y el FTSE, han empezado a clasificar a las empresas que los constituyen, teniendo en cuenta su comportamiento desde un punto de vista económico, social y medioambiental. De esta forma, las que obtengan mejor puntuación pasan a formar parte de los selectivos Dow Jones for Sustainability Index o del FTSE4Good Index, lo que lógicamente hace aumentar su prestigio y valoración. Las compañías serán seleccionadas o excluidas de los índices en virtud de sus actividades corporativas, inversiones e historial sobre su comportamiento en áreas como la protección del medio ambiente o los derechos humanos.

La evaluación de la sostenibilidad para seleccionar a las empresas que entran a formar parte de este índice se basa en un análisis de varios factores, tanto sociales y medioambientales como económicos. Los criterios de selección son tanto generales para el conjunto de las empresas como específicos de cada tipo de industria. Tras la aplicación de estos criterios, y su valoración ponderada, se le otorga una puntuación a cada una de las empresas y se elabora el *ranking* de sostenibilidad por industrias.

Actualmente existen varias agencias de *rating* social y medioambiental que se dedican a realizar un análisis de las empresas, conducente a la inclusión de las mismas en estos índices bursátiles. Así, se creó SIRI (Sustainable Investment Research International), una organización internacional que engloba a 11 agencias de *rating* social y medioambiental del mundo y cuyo objeto es trabajar sobre la base de una metodología homogénea y comparable. SIRI ofrece servicios de análisis y evaluación de empresas, desde el punto de vista de la sostenibilidad, a diversos inversores institucionales.

Por otro lado, en el caso del Dow Jones Sustainability Index¹², la agencia de *rating* encargada de evaluar a las empresas que pasan a formar parte del índice es el SAM Group (Sustainability Asset Management). El Dow Jones Sustainability World Index está integrado por aproximadamente 300 empresas que representan el 10% de las 2.500 mayores empresas en capitalización bursátil y que cumplen mejor que sus homólogas con criterios económicos, medioambientales y sociales. A finales de agosto de 2005, la capitalización bursátil del DJSI World representaba 7,8 trillones de dólares. Entre ellas se encuentran, actualmente, las empresas españolas Abertis Infraestructuras, BBVA, BSCH, Endesa, Grupo Ferrovial, Iberdrola, Inditex, Telefónica, Gas Natural y Red Eléctrica Española.

¹² <http://www.accountability.org.uk/>

En cuanto al FTSE4Good¹³, la agencia de *rating* que selecciona a las empresas a incluir en el índice es EIRIS (Ethical Investment Research Service). Las empresas españolas que constituyen este índice son: BBVA, BSCH, Bankinter, Gamesa, Ferrovial, Gas Natural, Inditex, Repsol y Telefónica.

Actualmente, parece que este modelo de gestión es positivo porque las empresas que forman parte del Dow Jones Sustainability Index evolucionaron en los últimos años mejor que el resto. No obstante, dichos índices apuestan por resultados a largo plazo, debido a que por definición una empresa responsable y sostenible es capaz de limitar sus potenciales riesgos sociales y medioambientales futuros mejor que el resto de las empresas.

Del mismo modo, ha surgido recientemente la construcción de índices bursátiles de buen gobierno que, en lugar de valorar todos los componentes de la sostenibilidad de la empresa, se centran en el análisis de su evolución financiera y de sus prácticas de buen gobierno. FTSE Group, en cooperación con la compañía de servicios de gobierno corporativo International Shareholder Services (ISS), ha lanzado una nueva familia de índices que valorarán el buen gobierno de las empresas: FTSE ISS Corporate Governance Index (CGI). De esta forma, los inversores podrán tener una evaluación de la rentabilidad de las empresas relacionada con cuestiones como los sistemas de retribución de los directivos ejecutivos y no ejecutivos, la participación accionarial de estos últimos, la independencia del consejo de administración o la integridad de los procesos de auditoría. Por parte española, han sido incluidas en este índice las compañías Abertis Infraestructuras, Acerinox, BBVA, Banco Popular, Grupo Santander, Bankinter, CEPSA, Mapfre, Iberdrola, Inditex, Telefónica, Unión Fenosa y Zardoya Otis.

Por otro lado, muchas instituciones financieras han comenzado a generar productos de inversión éticos que incluyen criterios de sostenibilidad en su diseño. Destacan entre éstos los fondos de inversión éticos, o también llamados socialmente responsables, que además de procurar ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, tratan de invertir en empresas que combinen objetivos financieros con objetivos sociales y medioambientales.

El sector de los fondos éticos y solidarios es relativamente incipiente y desconocido en España. Esta corriente ya ha cobrado popularidad en los países anglosajones y se está abriendo paso en el sector de la inversión colectiva europeo.

El origen de los mismos se remonta al Pax World Fund de Estados Unidos, que surge en 1971, con el objeto de excluir empresas estadounidenses vinculadas económicamente con el apoyo a la guerra de Vietnam. En España, el primer fondo de características similares fue el Iber Fondo 2020 Internacional, cuya finalidad era incluir a las empresas cuyas inversiones eran respetuosas con la religión católica. Pero no es hasta mediados de 1999 cuando comienzan a cobrar algo de interés en nuestros mercados los citados fondos.

El proceso de inclusión de las empresas en un fondo ético normalmente se basa, en primer lugar, en criterios de exclusión, rechazando de forma generalizada la inversión en empresas cuya actuación social es inaceptable, tales como empresas relacionadas con armamento, tabaco, energía nuclear, juego, alcohol y pornografía. Posteriormente se valoran las seleccionadas de acuerdo a otra serie de criterios tales como: protección del medio ambiente y de los animales, protección de los derechos humanos, obras con fines sociales, relaciones laborales, etcétera.

¹³ <http://www.sustainability-indexes.com/>

Cinco Días

Adicionalmente a los productos financieros citados, la inversión socialmente responsable presenta una amplia gama de mecanismos, tales como bonos solidarios, préstamos verdes, microcréditos, cuentas corrientes cuya remuneración se asocia a algún proyecto específico, etcétera. En definitiva, la banca ética suele ofrecer los mismos servicios que la banca tradicional, salvo que adicionalmente a un objetivo financiero existe un objetivo ético y social. Por ejemplo, los microcréditos tratan de facilitar un préstamo a una causa social que probablemente no hubiera concedido un banco tradicional y que suele ser más caro que otro tipo de préstamos debido a que requieren realizar estudios de viabilidad previos. Entre las principales instituciones que forman parte de la banca ética, se pueden citar las siguientes, entre otras: Triodos Bank (Países Bajos), Cooperative Bank (Reino Unido), Banca Ética (Italia) y South Shore Bank (Estados Unidos).

En España, destaca la acción social que tradicionalmente han venido realizando las cajas de ahorros. Algunas de ellas están incluso empezando a introducir mecanismos de decisión dependientes de sus clientes, como por ejemplo Caja Navarra, que permite seleccionar a sus clientes la tipología de los proyectos de acción social a los que desean destinar parte de los beneficios derivados de su inversión en la entidad.

6 Conclusión

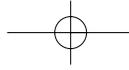
Como ya se ha comentado en el presente artículo, nos encontramos en un mundo globalizado en el que la pérdida de competitividad de las empresas puede desatar graves consecuencias económicas en las sociedades más desarrolladas.

Uno de los factores que innegablemente se debe tener en cuenta si se pretende mantener la competitividad y el nivel de inversión en un país es la gestión ética de las organizaciones, que supone un mejor gobierno de las empresas y mayores controles internos y políticas de gestión orientadas hacia la responsabilidad social.

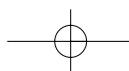
Por este motivo, la mayor parte de las empresas del mundo entero se han esforzado por regular e implantar prácticas de buen gobierno y políticas de transparencia informativa en materia de responsabilidad social corporativa que, consecuentemente, deriva en efectos positivos en los mercados financieros.

Todo ello sin olvidar que el principal objeto de las empresas es generar beneficios. Sin embargo, al mismo tiempo, las empresas tienen la posibilidad de devolver a la sociedad parte de los beneficios obtenidos de ella, contribuyendo al logro de mejoras sociales y medioambientales, integrando dichas variables en su estrategia. Actualmente, las empresas además de ganar dinero tienen que prestar atención a cómo lo hacen y a cómo lo valora la sociedad. La introducción de las variables dimanantes del concepto de sostenibilidad debe realizarse, por tanto, desde un punto de vista estratégico, debido a que el fin de las acciones sociales a acometer por la empresa no debe tener un carácter meramente filantrópico, sino de sinergia entre la generación de valor tanto para la empresa como para la sociedad.

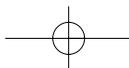
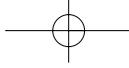
Tradicionalmente, algunas empresas venían acometiendo inversiones en materia medioambiental o acción social con un fin filantrópico, en el que las únicas ventajas que se buscaban eran de carácter

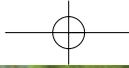


publicitario o promocionales de marca a través de campañas de *marketing* con causa. ¿Aportan realmente valor para la empresa las acciones de beneficencia? Probablemente no. En lugar de tratarse de aportaciones económicas meditadas y vinculadas a objetivos de la empresa, estas donaciones han supuesto en muchos casos un gasto que no ha conllevado necesariamente un beneficio asociado al negocio. Por ello, la acción social y la inversión en medio ambiente debe realizarse de forma estratégica. El “dar” de manera estratégica implica, simultáneamente, la consecución tanto de metas sociales como económicas. No se trata de “regalar” dinero a la sociedad sin obtener ninguna ventaja, sino de invertir en la misma buscando áreas de actuación donde la compañía y la sociedad se vean beneficiadas mutuamente.



	TÍTULO	PATROCINADOR
1	La empresa responsable en un entorno global	IBERDROLA
2	El valor económico de las marcas	BSH
3	La gestión sostenible de los recursos	HOLCIM
4	El protocolo de Kioto	BASF
5	La responsabilidad corporativa. Una propuesta para un entorno empresarial más eficiente y socialmente comprometido	ALSTOM
6	Políticas públicas para impulsar la responsabilidad social de la empresa	REE
7	La base de la pirámide: la nueva frontera de la responsabilidad corporativa	UF
8	Comercio justo: un ejemplo de consumo responsable	CES
9	Conciliación vida laboral y vida personal y familiar	SIEMENS
10	La inversión socialmente responsable: evolución, tendencias e implicaciones para la dirección de las empresas	MCC
11	Innovación y acción social de la empresa	VODAFONE
12	El desarrollo sostenible y los medios de comunicación	CEMEX
13	Ante un nuevo paradigma: la empresa responsable	CES





CUIDANDO DEL ENTORNO
ESTAMOS CUIDANDO DE TI

Ponemos todos nuestros esfuerzos
en acercarte la energía más limpia.



IBERDROLA
Queremos ser tu energía

