

# Responsabilidad social corporativa

Dídac Sanchez-Costa i Larraburu

PID\_00162894



Universitat Oberta  
de Catalunya

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)



# Índice

<b>Introducción</b> .....	5
<b>Objetivos</b> .....	6
<b>1. La responsabilidad social empresarial</b> .....	7
1.1. Definición .....	7
1.1.1. Empresas ciudadanas .....	10
1.1.2. <i>Stakeholders</i> o grupos de interés .....	11
1.2. Historia .....	11
1.3. Contexto .....	12
1.3.1. Globalización, deslocalización y terciarización de servicios y producción .....	12
1.3.2. Mayor compromiso de los consumidores .....	13
1.3.3. El creciente poder de las empresas .....	13
1.3.4. Mayor transparencia de las actividades empresariales ...	14
1.3.5. Un mayor interés por parte de los poderes públicos en impulsar políticas que fomenten la responsabilidad social .....	14
1.4. Pactos y convenios internacionales .....	14
1.4.1. El libro verde de la Unión Europea <i>Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social</i> .....	15
1.4.2. <i>Global Compact</i> o Pacto Mundial de las Naciones Unidas .....	15
1.4.3. <i>Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social</i> .....	15
1.4.4. Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos .....	16
1.4.5. Líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales .....	16
1.5. Inversión socialmente responsable .....	16
1.6. Valor estratégico de la responsabilidad social empresarial .....	17
<b>2. Aplicación de la responsabilidad social empresarial</b> .....	19
2.1. Ámbitos de la responsabilidad social empresarial .....	19
2.2. Fases de la responsabilidad social empresarial .....	19
2.2.1. Diagnóstico .....	19
2.2.2. Gestión de los procesos .....	20
2.2.3. Rendición de cuentas .....	20
2.2.4. Verificación .....	21
2.3. Grados de aplicación .....	21

2.4.	Métodos e indicadores .....	23
2.4.1.	Códigos éticos o de conducta .....	23
2.4.2.	El balance o memoria social .....	24
2.4.3.	Etiquetas sociales .....	25
2.4.4.	Normas y estándares oficiales .....	27
<b>3.</b>	<b>La responsabilidad social corporativa en pymes, cooperativas y ONG.....</b>	<b>29</b>
3.1.	La responsabilidad social en las ONG, tercer sector y administraciones públicas .....	29
3.2.	Cooperativas .....	30
3.3.	La responsabilidad social en las pymes .....	30
3.3.1.	Herramientas para la implementación de la responsabilidad social empresarial en las pymes .....	32
<b>4.</b>	<b>Análisis de la responsabilidad social empresarial.....</b>	<b>33</b>
4.1.	Distintos modos de entender la responsabilidad social empresarial .....	33
4.2.	Proximidad a la economía social .....	34
4.3.	Eficiencia sistémica .....	35
4.4.	Debate en torno a la responsabilidad social empresarial .....	36
<b>5.</b>	<b>Casos prácticos de responsabilidad social empresarial.....</b>	<b>38</b>
5.1.	Casos positivos .....	38
5.2.	Casos discutidos: Unión Fenosa .....	39
5.3.	Casos de responsabilidad social en la agricultura ecológica .....	42
5.3.1.	L'Olivera .....	42
5.3.2.	La Tavella. L'horta ecològica del Viver de Bell-lloc .....	42
5.3.3.	La Fageda .....	43
	<b>Resumen.....</b>	<b>44</b>
	<b>Glosario.....</b>	<b>45</b>
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>46</b>

## Introducción

La responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa (RSE o RSC) se ha extendido rápidamente en los últimos años, tanto en la gestión empresarial como en toda clase de organizaciones. Ha impulsado nuevas prácticas en la empresa y ha introducido criterios sociales y ecológicos que amplían los campos que tradicionalmente se tenían en cuenta en su gestión.

Su carácter voluntario y la falta de consenso en los métodos usados, la multiplicidad de iniciativas relacionadas, así como la libre opción de cada empresa sobre los ámbitos y métodos que elige implementar y explicar han generado dudas y debates acerca de su utilidad y fiabilidad.

Existe también una doble mirada sobre la responsabilidad social empresarial: desde un punto de vista liberal o conservador, se entiende que debería ser siempre una cuestión voluntaria. Desde posicionamientos de tipo social o progresista, se entiende que es un primer paso hacia una mayor responsabilidad empresarial, que debería traducirse gradualmente en leyes vinculantes.

En este módulo, veremos las definiciones, los convenios y los métodos de aplicación de la responsabilidad social empresarial, así como su historia y el contexto en el que surge. Finalmente, observaremos el debate y algunas críticas e interrogantes en torno a este concepto así como algunos casos prácticos.

## Objetivos

Los objetivos de este módulo son los siguientes:

- 1.** Comprender el significado de la responsabilidad social empresarial.
- 2.** Conocer los organismos y tratados que han impulsado y que regulan la responsabilidad social empresarial.
- 3.** Conocer los métodos de aplicación de la responsabilidad social empresarial en las empresas.
- 4.** Observar el caso específico en las pymes.
- 5.** Analizar críticamente el concepto y los debates en torno a la responsabilidad social empresarial.
- 6.** Observar la proximidad entre la responsabilidad social empresarial y la economía social
- 7.** Observar algunos casos prácticos en empresas multinacionales, pymes y cooperativas en el campo de la economía social y la agroecología.

## 1. La responsabilidad social empresarial

El concepto de **responsabilidad social empresarial o corporativa**<sup>1</sup> ha entrado en el debate académico y político a partir de la publicación en el 2001 del libro verde de la Unión Europea para el *Fomento de un marco europeo para la responsabilidad social corporativa*. Esta publicación, que siguió al llamamiento a la responsabilidad de las empresas que hizo Jacques Delors como presidente de la Comisión Europea en 1993, ha dado un gran impulso a este concepto –no sólo en Europa– y es un referente central en este campo, junto a otras propuestas de varios organismos internacionales, como la ONU, la OCDE o grandes ONG globales.

<sup>(1)</sup>El término surgió del inglés *corporate social responsibility* (CSR) y comenzó haciendo referencia a las empresas multinacionales para luego pasar a referirse a toda clase de empresas y, más tarde, a todo tipo de organización, pública o privada, donde se utiliza el término *responsabilidad social* o *responsabilidad social corporativa*.

### 1.1. Definición

La responsabilidad social empresarial consiste en un conjunto de recomendaciones de carácter voluntario que las empresas pueden adoptar para ofrecer a sus clientes y a la sociedad un mayor compromiso social y ambiental. Esto se traduce en prácticas, políticas formales, sistemas de gestión empresarial y de transparencia informativa que buscan un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Se usan métodos de gobernanza más abiertos y transparentes que reconcilian los intereses de los diversos agentes con quienes se relaciona directa e indirectamente la empresa, en un enfoque de calidad y viabilidad global y a largo plazo.

Se trata de compromisos voluntariamente adquiridos como formas de autorregulación corporativa, que van más allá de lo que establecen las leyes y regulaciones con el fin de aplicar a las empresas el principio del desarrollo sostenible. Se concreta mediante compromisos éticos, códigos de conducta, sistemas de gestión, etiquetas sociales y estándares de calidad, que generalmente deben ser certificados por organizaciones externas.

No existe un criterio ni una metodología única, sino un conjunto de acuerdos y convenios internacionales que se organizan en:

- principios y códigos de conducta, como los expresados en el libro verde o en el *Global Compact* (pacto mundial);
- sistemas de gestión, como las certificaciones ISO 9000 o los sellos de calidad EFQM o EQUIS;
- iniciativas de valoración de la actividad empresarial, como el Dow Jones Sustainability Index o los Advanced Sustainable Performance Indices;

- iniciativas que se centran en la gestión de los grupos de interés (*stakeholders*) como el AccountAbility o el SustainAbility;
- balances, informes o memorias sociales, como el que ofrece la Global Reporting Initiative (GRI);
- etiquetas o marcas sociales, como las de comercio justo o ecológico.

Esto ofrece una variedad de opciones que dificulta un marco conjunto de actuación o una coherencia en los métodos de aplicación y las variables consideradas. Más que una definición o interpretación unívoca, la responsabilidad social empresarial es un marco de referencia. Cada empresa, de acuerdo con su sector, proyecto o tamaño, concreta la manera específica, el alcance y los métodos de su compromiso genérico con la misma. Aun así, existen unos aspectos comunes claros: promover el desarrollo sostenible y proteger los derechos humanos, fomentar el respeto medioambiental y hacia las comunidades locales y asumir la responsabilidad social y ciudadana que tiene toda empresa, poniendo en común los procesos productivos y comerciales con los fines sociales.

Observamos diferencias a la hora de entender la dimensión de la aplicación del concepto, que varían desde una concepción práctica, sectorial o parcial, hasta un entendimiento amplio de un grado superior de ética y responsabilidad que afecta de un modo transversal a todas las operaciones de la empresa. La definición, las expectativas y las críticas de la responsabilidad social empresarial varían según los contextos legales, culturales y económicos, así como según el tipo de actores: empresas, gobiernos, sindicatos o entidades del tercer sector.

Generalmente, las definiciones que provienen de las empresas, según recoge el libro blanco suelen tener un marcado carácter activo, práctico, más que teórico o político. Se entiende que la responsabilidad social empresarial contribuye a consolidar empresas no sólo en términos sociales sino también en el terreno puramente económico: empresas de más calidad, más eficientes, más competitivas, en las que se genera valor no sólo para los accionistas, sino también para el resto de la sociedad.

Los representantes del tercer sector o de la economía social, por su parte, ofrecen visiones más críticas de la misma. Entienden que muchos aspectos no pueden basarse únicamente en criterios de voluntariedad, como los relacionados con la discriminación social, la igualdad de sexo, el respeto por los derechos fundamentales o por el medio ambiente.

Veamos algunas de las definiciones de este término dadas por diversos grupos u organizaciones.

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) la define como:

#### Referencia bibliográfica

Libro blanco de la *RSE en España*. Informe elaborado por la Subcomisión Parlamentaria de Responsabilidad Social del Congreso de los Diputados.

"La decisión de la empresa de contribuir al desarrollo sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias y la comunidad local, así como con el resto de la sociedad en su conjunto, con el fin de mejorar su calidad de vida".

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que es:

"La respuesta que la empresa debe dar a las expectativas de los sectores con los que tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad, que le permitirá crecer y comunicarse".

La Comisión Europea, en su libro verde, define la responsabilidad social empresarial como:

"La integración, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y las relaciones con sus interlocutores. Implica la gestión diaria de aspectos sociales y medioambientales en todas y cada una de las áreas de una organización, [...] no por razones filantrópicas o de marketing, sino porque contribuyen a la mejora de su competitividad. [...] No debería considerarse un mero ejercicio de relaciones públicas, sino que debería conducir a las empresas a revisar y reorganizar sus actividades esenciales. [...] Es un instrumento para mejorar la gestión de los riesgos sociales y medioambientales de las organizaciones, una herramienta para la gestión de la calidad total que proporciona a las empresas una imagen clara de su impacto social y medioambiental, ayudándolas a gestionarlo correctamente. Parte de un nuevo enfoque más amplio del gobierno corporativo que incorpora más elementos y grupos de interés".

Para la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA):

"La responsabilidad social empresarial se centra en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados son medidos, verificados y comunicados adecuadamente [...]. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas".

Para Fontrodona (IESE), se trata de:

"Una integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores".

Según Lozano (Esade):

"Hablar de responsabilidad social es hablar de un modelo de gestión integral de la empresa que, por lo tanto, afecta a todas las dimensiones de la actividad empresarial, a todas sus prácticas y a todas sus estrategias y políticas".

Las ONG y los sindicatos aportan visiones más amplias de su aplicación, así la ONG de comercio justo Intermón entiende que:

"La responsabilidad social empresarial es global, en el sentido que debe incluir todas las áreas de negocio de la empresa y de sus participadas y cualquier ámbito geográfico en el que lo desarrollen".

Finalmente, el sindicato CCOO ve en la responsabilidad social empresarial:

"Un riesgo de querer llevar o de poder llevar los derechos al terreno incierto de los compromisos voluntarios".

### 1.1.1. Empresas ciudadanas

Con la responsabilidad social empresarial, la empresa pasa a pensarse como un agente integrado en la sociedad, como un sistema abierto en interacción con su entorno, como una **empresa ciudadana**. Se trata de algo que enlaza con las nuevas dinámicas de gestión organizacional en la economía en red, más abiertas y participativas.

Procesos que históricamente la empresa socializaba, como la contaminación del entorno o las malas condiciones laborales, dejan de ser externalidades del proceso económico y se integran como ejes de trabajo de la organización. Hasta la fecha –y aún hoy, desafortunadamente–, las empresas se sentían desvinculadas del impacto social y ambiental de sus procesos productivos, tanto interna como externamente. Esta desvinculación se encuentra fielmente ilustrada en las palabras de uno de los mayores defensores del liberalismo radical y a la vez uno de los mayores detractores de la responsabilidad social empresarial, Milton Friedman, quien en 1970, en un artículo<sup>2</sup> publicado en el *New York Times*, señalaba que "*business of business is business*" ("la única finalidad de las empresas es hacer negocios) o, ya en 1956 y como cita Armando Lisboa, "la única responsabilidad social del capital es aumentar sus lucros".

Con la responsabilidad social empresarial, las empresas amplían su responsabilidad con el entorno en el que actúan, sin que esto esté reñido, como históricamente se ha presentado, con la maximización de los beneficios. Al contrario, existe una clara correlación con mejores resultados corporativos y estabilidad a largo plazo. Las empresas logran, por ejemplo, mano de obra más adecuada, clientes potenciales con mayor poder adquisitivo y un medio ambiente saludable que les permite seguir produciendo. Lo que distingue el concepto actual de la responsabilidad social empresarial de otras iniciativas anteriores (como la filantropía) es el hecho de intentar gestionarla estratégicamente y desarrollar instrumentos para ello.

El hecho de ir más allá de las regulaciones vigentes por un compromiso ético voluntario implica por un lado un deseable progreso laboral y ambiental, pero por el otro deja esas cuestiones, que podrían ser entendidas como normativas de obligado cumplimiento, en el terreno de la libre opción de cada empresa. En este punto, se encuentra el núcleo del debate en torno a la responsabilidad social empresarial.

#### Diferencias entre la filantropía y la responsabilidad social

En ocasiones, se confunden o se usan indistintamente los términos *filantropía* y *responsabilidad social*. Sin embargo, son conceptos diferentes. Tal como distingue el Instituto Ethos, "La filantropía es una acción social externa de la empresa, que tiene como beneficiaria principal a la comunidad en sus diversas formas (consejos comunitarios, ONG, asociaciones comunitarias, etc.). La responsabilidad social está enfocada en la estrategia de negocios de la empresa y engloba preocupaciones sobre un público más amplio (accionistas, empleados, subcontratistas, proveedores, consumidores, comunidades, gobierno y medio ambiente) cuyas demandas la empresa debe tratar de satisfacer a través de sus operaciones. Por tanto trata directamente de los negocios de la empresa y de cómo los conduce. A diferencia de la filantropía, pretende contribuir al bienestar social y a la

<sup>(2)</sup>Podéis encontrar el artículo íntegro en [www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html](http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html).

#### Referencia bibliográfica

Armando Lisboa (2003). "Empresa ciudadana". En: A. D. Cattani (coord.). *A outra economia*. Porto Alegre: Ed. Veraz.

obtención de ventajas competitivas mediante prácticas vinculadas a la estrategia de negocios, en contraposición a las prácticas filantrópicas que se desarrollan al margen del mismo". (Instituto Ethos, 2008).

### 1.1.2. *Stakeholders* o grupos de interés

Un concepto clave en la responsabilidad social empresarial es la idea de los *stakeholders* o grupos de interés, en oposición a los *shareholders* (accionistas). Se trata de todos los agentes realmente involucrados en el circuito productivo de un bien o servicio ofrecido: los propietarios del capital, los trabajadores, directivos, clientes, proveedores, consumidores, competidores, acreedores, gobierno, poderes locales, sindicatos, la comunidad local, la sostenibilidad global, las ONG y muchos otros. Es decir, todos los individuos, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa y que pueden verse afectados, positiva o negativamente, por sus decisiones y acciones.

Este grupo heterogéneo de actores introduce distintos criterios, aportaciones e intereses a la gestión empresarial, unos valores e inquietudes que hasta la fecha formaban parte únicamente de sectores ecologistas y de la economía social. Los *stakeholders* pueden influir y ejercer poder sobre la empresa en distintas áreas y dimensiones, a la vez que pueden participar en algunos de los procesos de decisión. Esto genera lazos más estrechos con las comunidades, lo que crea un valor añadido y una mayor seguridad de la continuidad a largo plazo de la organización.

Para respetar los derechos de estos grupos de interés en la toma de decisiones y en las operaciones, la empresa debe identificarlos, conocer sus expectativas o preocupaciones mediante un proceso de diálogo y responder a ellas a través de las operaciones empresariales.

## 1.2. Historia

Encontramos varios posibles antecedentes de la responsabilidad social empresarial, algunos de ellos en sectores económicos y políticos opuestos.

Por un lado, vemos antecedentes claros desde el siglo XIX en la economía social, el cooperativismo, el asociacionismo y las distintas corrientes socialistas que buscaban introducir criterios de democracia industrial en la empresa. Al entender que el trabajo constituye buena parte de las vidas de los ciudadanos, una sociedad democrática debía integrar la llamada democracia industrial o empresarial: la democracia en el interior de la empresa. Esto se concreta en una mayor participación de los trabajadores en las decisiones, lo que implica socializar internamente la información, así como la repartición más equitativa de los beneficios. El cooperativismo constituiría un ejemplo pleno de empresa democrática.

### Documentales recomendados

*The Corporation*, Canadá (2006), de Mark Achbar y Jennifer Abbott.  
[www.thecorporation.com](http://www.thecorporation.com)

*The Big One*, Estados Unidos (1998), de Michael Moore.  
<http://dogeatdog.michaelmoore.com/tbo.html>

Por otro lado, encontramos en un sector opuesto al de la economía social, el de las grandes fundaciones ligadas a grandes corporaciones capitalistas de principios del siglo XX, la filantropía típicamente liberal, como la practicada por las fundaciones Carnegie, Rockefeller, Community Trusts en los Estados Unidos o la Nobel en Suecia y, tras la Segunda Guerra Mundial, grandes fundaciones en Europa, como Volkswagen, Agnelli o Juan March.

Otro claro antecedente es la Ley Sherman Antitrust, creada en 1890 en los Estados Unidos para impedir la formación de monopolios y oligopolios. Las grandes corporaciones eran vistas con desconfianza y como una amenaza a la democracia. Esto condujo a la creación de esta legislación, que generó un marco de mayor legitimación y tolerancia hacia ellas, por lo que dejaron de ser percibidas como amenazas sociales hasta mediados del siglo XX.

En la década de 1970, la responsabilidad social empresarial recobra importancia pero, hasta el año 2000, este concepto no cobra mayor relevancia en el mundo empresarial y en las administraciones públicas, en buena medida a raíz de los escándalos empresariales de los años 2001 a 2003 que afectaron a Enron en los Estados Unidos y a Parmalat en Italia. Tras el llamamiento de Delors de 1993, el Consejo Europeo de Lisboa apeló específicamente, en marzo del 2000, a la responsabilidad social de las empresas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible. Finalmente, el libro verde sentó en el año 2001 las bases de un impulso y consolidación del concepto. Desde entonces, han surgido muchas iniciativas desde diversos ámbitos e instituciones, entre las que destaca el papel de la OIT y el de la OCDE.

### **1.3. Contexto**

La responsabilidad social empresarial surge como resultado de una serie de transformaciones sociales y de una creciente presión de la sociedad al mundo empresarial. Veamos algunos de los más destacados.

#### **1.3.1. Globalización, deslocalización y terciarización de servicios y producción**

Permite la deslocalización de industrias que operaban en los países del norte geopolítico a países del sur, con menores regulaciones sociales y ambientales. Algunas empresas llegan a ser tan sólo centros de diseño y financieros, que tienen subcontratado todo o gran parte del proceso de producción. La distancia geográfica entre el lugar en el que la empresa toma las decisiones y donde está repercutiendo, así como la existencia de muchos intermediarios y proveedores a lo largo de la cadena, diluye las responsabilidades de la empresa.

En este contexto, favorecido por la desregulación económica global impulsada por las grandes instituciones de comercio internacional, la responsabilidad social se ha mostrado como una herramienta eficaz e inmediata para introducir parte de esa responsabilidad social y ambiental, ya que alcanza toda la cadena de suministros y, por lo tanto, puede ejercer un cierto control en este sentido.

En este campo internacional, la responsabilidad social enlaza con un campo destacado de la economía social: el comercio justo, pero aún de forma mucho más parcial. Se tiende lentamente hacia lo que en el comercio justo ya es una práctica y un compromiso plenamente asumido de partida. En el caso del Estado español, la reciente internacionalización de las empresas en las últimas dos décadas explica por estas mismas razones la creciente implantación del concepto de la responsabilidad social empresarial.

### **1.3.2. Mayor compromiso de los consumidores**

Muchos estudios y nuevas dinámicas sociales revelan que en la mayoría de los países industrializados existe una sensibilización progresiva por parte de los consumidores, que incorporan en sus criterios de compra valores cívicos y sociales. Surgen nuevas inquietudes y expectativas tanto entre ciudadanos y consumidores como entre las administraciones públicas y los inversores. Crece el número de colectivos de consumo responsable, tanto en el campo social como en el ecológico.

### **1.3.3. El creciente poder de las empresas**

En la actualidad, se calcula que en torno al 52% de las mayores economías del mundo son multinacionales, que superan incluso a países como Austria o Sudáfrica. Los Estados disponen de un escaso control para regularlas con eficacia, lo que favorece la aparición de vacíos legales. La sociedad civil tampoco tiene capacidad para prevenirse de abusos y situaciones oligopólicas.

Por otro lado, el sector privado está cada vez más involucrado en las prestaciones de servicios fundamentales como el suministro del agua, la energía, la salud o la educación, servicios que tradicionalmente eran proporcionados por el sector público y que tienen un gran efecto sobre la vida de las personas. Encontramos ejemplos de ello en el hecho de que entre el 60 y el 80% de nuestra alimentación la proveen entre cinco y diez grandes compañías de distribución agroalimentaria en cada país; Microsoft o Apple determinan, con sus sistemas operativos hegemónicos, buena parte de nuestros métodos de trabajo y comunicación virtual; Google, lo que conocemos del ciberespacio, y las semillas transgénicas de Monsanto (con el 95% de este mercado global) determinan la salud y los métodos de cultivo de millones de hectáreas y campesinos en el mundo.

#### **Referencia bibliográfica**

Podéis encontrar estas cifras en:  
**X. Montagut; E. Vivas** (coord.) (2007). *Supermercados, no gracias*. Barcelona: Icaria.

Ante esto, la responsabilidad social sirve como herramienta para reducir la falta de control ciudadano y democrático sobre las empresas en general y sobre las multinacionales en particular. Así pues, influyen directamente en materias de derechos sociales, laborales, medio ambiente o hasta sobre la aplicación de los derechos humanos.

#### **1.3.4. Mayor transparencia de las actividades empresariales**

Los medios de comunicación alternativos, observatorios de universidades o grandes ONG, así como las nuevas tecnologías de la información y la comunicación propician una mayor transparencia y escrutinio de las actuaciones de las empresas por parte de ciudadanos y movimientos sociales.

#### **1.3.5. Un mayor interés por parte de los poderes públicos en impulsar políticas que fomenten la responsabilidad social**

Estas políticas claramente implican una visión más sistémica y a largo plazo del impacto de las empresas en las comunidades y en la sociedad. Accidentes como el de Cargill en la India o el trágico suceso de Chernóbil resultan impagables social y humanamente. Otros accidentes y contaminaciones menos graves también resultan claramente costosos para las administraciones públicas y la sociedad, encargadas de la limpieza de ríos, mares o tierras, así como de las fracturas sociales generadas por las malas condiciones laborales.

Todo ello ha llevado a la percepción de que es imperativo añadir criterios éticos y sociales más estrictos en la empresa, con mayores grados de transparencia, ética y prácticas socialmente responsables. Tal como observa Comín, los mecanismos clásicos del Estado del bienestar resultan ineficaces para regular el sistema capitalista, redistribuir la riqueza, proteger los derechos sociales y laborales y garantizar el equilibrio macroeconómico. Esto favorece el surgimiento de la responsabilidad social empresarial como mecanismo de autorregulación ante una economía global fuertemente liberal, en el que las empresas pueden tener graves efectos sobre su entorno.

### **1.4. Pactos y convenios internacionales**

Muchas organizaciones e instituciones promueven la implementación, el estudio y la difusión de la responsabilidad social empresarial. Encontramos empresas que ofrecen servicios de consultoría para adaptar las organizaciones a estos nuevos requisitos; universidades y escuelas de negocio que forman, mediante cursos específicos, acerca de esta materia; administraciones públicas que promueven su implementación, observatorios, institutos y ONG que hacen su seguimiento, y una larga serie de convenios impulsados por organismos de gobierno estatal, regional o global.

#### **Referencia bibliográfica**

Antoni Comín (2005). "De la responsabilitat social de les empreses a l'economia social i cooperativa". *Nexe. Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa* (n.º 16, págs. 13-31).

Estos organismos han elaborado principios e iniciativas para promover la responsabilidad social empresarial y le han dado consistencia y legitimidad. Sus directrices sirven como orientación. Veamos los más destacados.

#### **1.4.1. El libro verde de la Unión Europea *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social***

El libro verde de la Unión Europea *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social* es uno de los documentos principales en el impulso de la responsabilidad social empresarial. Tiene por objeto iniciar un amplio debate y recabar opiniones en un ámbito nacional, europeo e internacional para crear un nuevo marco para el fomento de la responsabilidad social empresarial. Propone un enfoque integrado entre los diversos agentes sociales: empresas, gobierno y organizaciones sociales, en el que todos desempeñen un papel más activo.

#### **Referencia bibliográfica**

Podéis consultar el libro verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* en línea.

#### **1.4.2. *Global Compact* o Pacto Mundial de las Naciones Unidas**

El Global Compact o Pacto Mundial de las Naciones Unidas surge en el Foro Económico Mundial de Davos de 1999 y a raíz de una iniciativa presentada por Kofi Annan desde la ONU. Consiste en un código de diez principios voluntarios acerca de la protección de los derechos fundamentales, la libertad de afiliación, el derecho a la negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzoso e infantil, la discriminación, un enfoque respetuoso y preventivo con el medio ambiente y el combate de la corrupción, extorsiones y sobornos.

#### **1.4.3. *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social***

La *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social*, firmada por la OIT en el 2006, es el único instrumento en el área de la responsabilidad social empresarial que se basa en principios y normas universales y que cuenta con el apoyo de empresarios, trabajadores y gobiernos. Les ofrece orientaciones en materia de empleo y formación. Promueve la implementación de leyes, políticas y medidas por parte de los gobiernos y la cooperación entre empresarios, multinacionales y trabajadores de todos los países.

#### **1.4.4. Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos**

Auspiciadas por el Consejo Económico y Social de la ONU en el 2003, protegen y promueven los derechos humanos en las empresas.

#### **1.4.5. Líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales**

Las *OECD guidelines for multinational enterprises* (2000) son recomendaciones de gobiernos a las empresas multinacionales en relaciones laborales, competencia, fiscalidad, corrupción, publicación de informes, medio ambiente, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología. Quieren fortalecer la confianza mutua entre las empresas y las sociedades donde actúan, mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las multinacionales al desarrollo sostenible.

### **1.5. Inversión socialmente responsable**

La inversión socialmente responsable incorpora criterios sociales y medioambientales a los criterios financieros convencionales. Los fondos están vinculados a ámbitos de justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente y se invierten en proyectos y microempresas que cumplen con estos criterios y que no podrían obtener crédito fácilmente al no ofrecer las garantías que exigen las entidades financieras convencionales. Algunos de estos criterios son de tipo excluyente (como empresas tabacaleras, de bebidas alcohólicas o armas o malas condiciones laborales) y otros incluyentes, entre los que actúan en el ámbito social y medioambiental.

Con este tipo de inversión, que ha tenido un crecimiento progresivo en las últimas décadas y ha dado pie al movimiento de la banca ética, los ahorradores obtienen garantías de que su dinero se destina a la inversión en empresas socialmente responsables. Así, pueden presionar hacia cambios en la orientación de determinadas políticas empresariales.

Esto implica la observación, la demanda de información y la valoración de las empresas con parámetros no exclusivamente económicos. Conlleva conocer la naturaleza de los procesos internos y externos de las empresas.

En algunos casos, una comisión ética de la entidad financiera selecciona las organizaciones destinatarias en función de la información suministrada por agencias de calificación independiente o mediante índices sociales que garanticen los criterios contemplados como requisitos del fondo ético de inversión.

#### **Referencia bibliográfica**

Podéis consultar las *Normas de derechos humanos de la ONU para empresas*. Hacia la responsabilidad legal en línea.

Esto ha impulsado la necesidad de disponer de un balance o memoria social de las empresas para poder determinar cuáles pueden ser apoyadas por las finanzas éticas. Crece la necesidad de escrutinio y transparencia empresarial, así como la creación de sellos y etiquetas sociales que determinen la calidad ética, social y ambiental de las empresas.

### **Ejemplos de inversión socialmente responsable**

Algunos ejemplos recogidos en el libro verde de la Unión Europea son los siguientes:

- UK Social Investment Forum: red británica de organizaciones que trabajan por una inversión socialmente responsable.
- Dow Jones Sustainability Group Index (DJSGI): índice de empresas que apoyan el desarrollo sostenible facilitada por el Dow Jones y Sustainable Asset Management.
- FTSE4 Good: índices de empresas responsables del FTSE, el Ethical Investment Research Service (EIRIS) y el UNICEF.
- Sustainable Investment Research International Group (SIRI): asociación de diez organizaciones de investigación que proporcionan productos y servicios de calidad derivados de la investigación social.

## **1.6. Valor estratégico de la responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social corporativa es una actividad estratégica para las empresas. Desde muchos sectores, se contempla como una herramienta relevante de diferenciación y generación de buena imagen corporativa, lo que hace que la ética converja con estrategias comerciales. De un modo semejante a la inversión en publicidad o en I+D, se invierte en el futuro y se espera que el compromiso que se ha adoptado voluntariamente contribuya a incrementar la rentabilidad futura.

El libro verde señala que la experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales sostenibles demuestra que ir más allá del cumplimiento de la legislación vigente permite aumentar la competitividad. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos legales en el ámbito social, por ejemplo en materia de formación o condiciones laborales, puede generar un impacto positivo directo en la productividad. Esto enlaza con el crecimiento del consumo y de la inversión responsable.

El Instituto Ethos entiende que:

"Un programa de responsabilidad social sólo trae resultados positivos para la sociedad y para la empresa, si se hace con autenticidad. Desarrollar programas sociales sólo para promocionar la empresa o como una forma de compensación no trae resultados positivos sostenidos en el tiempo. Las empresas que incorporan los principios y los aplican correctamente obtienen resultados tangibles en muchos campos".

Destacan aspectos como la mejora de la imagen y la marca, una mayor fidelidad de los clientes, un aumento de la capacidad de contratar y retener el talento, flexibilidad, adaptabilidad y longevidad de la empresa, mejoras en la productividad, en la gestión del riesgo, en la legitimidad y la innovación o en la comprensión de nuevos mercados.

Genera también una diferenciación y reconocimiento ante la opinión pública, el mercado y los consumidores, mayor confianza y transparencia con los proveedores, mayor respaldo de las instancias gubernamentales, mejora de la cultura organizacional, incremento general del valor de la empresa, mejora de la comunicación interna y externa, confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas y prevención de riesgos sociales que se pueden traducir en demandas o sanciones.

Puede convertirse en un elemento clave y vertebrador en el desarrollo de los valores de la empresa y reforzar la visión de un proyecto compartido, favorece relaciones estables y de confianza mutua con los grupos de interés y consolida los vínculos y el arraigo de la empresa con la comunidad donde opera. También favorece el aumento de la motivación y el compromiso entre los trabajadores y una mayor identificación de éstos con la empresa, lo que enlaza con los cambios de paradigmas del paso de la era taylorista a la sociedad del conocimiento, en el que la disciplina y el trabajo simple se sustituyen por la iniciativa y la creatividad de los empleados.

Estas mejoras afectan a la cuenta de resultados y al balance a través de unos menores costes y unos mayores ingresos, junto con un mayor valor de activos intangibles. Se traduce en un aumento de la productividad y la rentabilidad, en un *business case*: su aplicación es recomendable estratégicamente desde el punto de vista empresarial. Se trata de una *win-win situation* en la que todas las partes involucradas ganan. Bien aplicada, la responsabilidad social empresarial se puede convertir en un instrumento relevante de aumento de la competitividad.

Todo ello favorece su aplicación, pues no se trata únicamente de una reacción ante presiones y demandas sociales o de un mayor compromiso social de las empresas, sino también de una oportunidad para el desarrollo empresarial. Esto lleva a autores de la economía social como Lisboa a afirmar lo siguiente:

"Si bien desde el punto de vista kantiano, una solidaridad interesada no tiene ningún valor moral, ésta es la forma de solidaridad posible en el mundo de la empresa: una solidaridad fragmentaria e instrumental. [...] Sin embargo, señala cambios significativos en el núcleo de la racionalidad capitalista [...] e introduce las empresas en el campo de la economía social".

Armando Lisboa (2003). "Empresa ciudadana". En: A. D. Cattani (coord.). *A outra economia*. Porto Alegre: Ed. Veraz.

## **2. Aplicación de la responsabilidad social empresarial**

Tal como hemos visto, no existen métodos unívocos y de consenso en los parámetros, indicadores y agentes de regulación a la hora de implementar la responsabilidad social en las organizaciones. Se trata de una serie de definiciones genéricas que marcan unas pautas de comportamiento y que pueden aplicarse en varias áreas.

### **2.1. Ámbitos de la responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social empresarial no hace referencia sólo a las acciones de tipo social que lleva a cabo la empresa, sino que consiste en una forma de gestión. Implica diversas áreas de actuación desde una visión transversal y un entendimiento global del gobierno corporativo.

Actúa en el ámbito económico mediante el plan estratégico general, los sistemas de gestión de calidad, el marketing responsable, la gestión del capital o la lucha contra la corrupción y los sobornos. En el ámbito laboral, lo hace mediante la igualdad de oportunidades, de género, la no discriminación, la conciliación de la vida personal y laboral, la prevención de riesgos, el fomento del empleo estable y de calidad, la contratación de personal con discapacidades, los planes de formación interna o nuevos canales de comunicación y participación o la extensión de los criterios de la responsabilidad social empresarial a los proveedores. En el campo social, vemos la integración con la comunidad y varias formas de acción social: cursos de formación, de apoyo a la cultura local, vínculos o patrocinio de entidades locales, del patrimonio y de la cultura local. En el campo ambiental, encontramos políticas medioambientales, como la gestión del agua y de los residuos, la política energética o la integración sostenible con el entorno natural. Además, presupone el respeto a la legislación vigente y a los derechos humanos, así como a la soberanía nacional.

### **2.2. Fases de la responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social empresarial se concreta en cuatro grandes fases: el diagnóstico y la definición de los valores o identidad de la empresa, la gestión de los procesos, la comunicación de los resultados y la verificación externa.

#### **2.2.1. Diagnóstico**

Este proceso se inicia con el diagnóstico de la situación de la empresa mediante una consultoría externa que indica qué ámbitos y procesos cabría analizar, cambiar o implementar para adaptarse a las normativas de los sellos ISO, etiquetas sociales, elaboración de informes o memorias sociales o adaptación a directrices de responsabilidad social empresarial recogidas en pactos globales

o regionales. Estas consultorías especializadas ofrecen recomendaciones según el tipo, el tamaño y la rama productiva, que la empresa debe comprometerse a llevar a cabo.

En la elaboración de los valores, se recurre a herramientas como los códigos éticos, el comité de ética o la formulación de una estrategia global integrada. Son recomendaciones de carácter global o transversal que afectan a todas las áreas del negocio y su cadena productiva y comercial, así como a todas las áreas geográficas en las que desarrolla su actividad. Conllevan compromisos éticos y objetivos, que se convierten en obligación para quien los contrae y que se concretan de varios modos.

### **2.2.2. Gestión de los procesos**

Es la columna vertebral de la responsabilidad social corporativa, su hoja de ruta. Este paso conlleva definir y llevar a cabo los procesos designados, que generalmente se concretan en un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas en la operación del negocio, relacionadas con su tipo y escala. Deben ajustarse a la actividad básica de la empresa, tener una vocación de permanencia e implicar un compromiso de la dirección, en un proceso que evoluciona con el tiempo.

En este proceso, se aplican las normas establecidas en estándares, como el EFQM o la SGE 21, y se elaboran indicadores de medio ambiente, de calidad o sobre las relaciones laborales o acciones sociales. Esto ofrece a las empresas unos sellos y certificados que son importantes estratégicamente, especialmente para las que tienen tratos con grandes corporaciones o con las administraciones públicas, para quienes supone un valor añadido tener proveedores que cumplan las normas ISO.

### **2.2.3. Rendición de cuentas**

La empresa debe dar a conocer su compromiso explicando a la sociedad todo lo que aporta y lleva a cabo mediante la responsabilidad social corporativa, a través de memorias e informes de sostenibilidad. La publicación y publicidad de los compromisos y las acciones desarrolladas constituye un aspecto muy relevante desde el punto de vista estratégico y comercial para la empresa.

La rendición de cuentas debe hacerse con las autoridades en relación con el cumplimiento legal; con los accionistas, con relación al cumplimiento de sus objetivos de negocio y creación de valor, y con los restantes grupos de interés, en relación con los impactos que sus actividades tienen sobre el bienestar social. Esto se logra mediante procesos de valoración y verificación de los estándares de la responsabilidad social empresarial y mediante políticas de transparencia, memorias sociales o instrumentos como los estándares definidos por la Global Reporting Initiative (GRI).

#### 2.2.4. Verificación

Finalmente, se llevan a cabo auditorías que, de forma regular, comprueban que se estén cumpliendo efectivamente estos compromisos. La responsabilidad social es voluntaria, pero para ser creíble y eficaz requiere poder ser medida y valorada, lo que ayuda a las empresas a mejorar sus prácticas.

Establecer sistemas de verificación externa es esencial para proporcionar una información creíble y comparable, que permita a todos los *stakeholders* confiar en los informes de responsabilidad social corporativa y obtener una mayor seguridad acerca de su implementación real. Aunque se está avanzando en este sentido, Naharro indica que todavía es muy común que:

"los informes de responsabilidad social corporativa sean meros ejercicios de propaganda por parte de los departamentos de marketing de las grandes empresas, sin una verificación de la certeza de lo que allí se dice".

Manuel Naharro Arteché (2005). "Soluziona, consultoría y tecnología". En: Amparo Merino de Diego (coord.). *Responsabilidad social corporativa y pymes*. Madrid: Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo.

Un estudio de KPMG<sup>3</sup> revela que cada vez son más las empresas que optan por que sus informes de RSC o de sostenibilidad (según la terminología de la GRI) sean verificados y auditados por terceras partes. Las compañías de auditoría están vinculadas en el caso de España a AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). Estos análisis y auditorías suelen tener un coste elevado.

<sup>(3)</sup>KPMG es Klynveld Peat Marwick Goederler, empresa especializada en auditorías y temas impositivos, así como consultora de servicios.

En el caso de que no se estén produciendo los cambios o iniciativas pactadas, el sello o la etiqueta social correspondiente puede ser retirado y ésta es la única exigencia vinculante y la única posible contrapartida de no estar aplicando las normativas voluntarias.

Otro elemento clave en la verificación externa es lo que se conoce como auditabilidad (traducción literal del término inglés *auditability*): la necesidad de que las empresas incluyan en sus memorias sociales información que pueda ser fácilmente verificable por un tercero para permitir que un auditor externo pueda verificar su exactitud y veracidad. Para ello, es necesario contar con un conjunto de indicadores comunes objetivos y comparables (*benchmarks*) que reflejen correctamente los niveles de competitividad, cohesión social y protección del medio ambiente, para poder ponerlos en relación con los de otras empresas.

#### 2.3. Grados de aplicación

Hay muchos grados diferentes de aplicación de la responsabilidad social empresarial, desde el reciclaje del papel de una oficina, pasando por la ejecución de acciones sociales en la comunidad, hasta la fabricación de un producto socialmente responsable. Esto depende de muchas variables, como el sector de

actividad, el tamaño de la organización o las zonas geográficas en las que opera. No puede compararse la responsabilidad social de una gran multinacional a la de una pyme o cooperativa o la de una entidad financiera con la de una empresa del sector energético. En un caso, su principal responsabilidad vendrá determinada por los proyectos que financia; en el otro, por la gestión de los impactos de sus actividades sobre el medio ambiente y la población, lo que evita, por ejemplo, desplazamientos forzados generados por la construcción de grandes represas.

Josep M. Lozano propone una interesante clasificación para agrupar a las empresas según sus políticas de responsabilidad social empresarial. De menor a mayor compromiso social, establece cinco niveles:

- **Legalista.** Es el menor grado de responsabilidad de la empresa con la sociedad. No lleva a cabo ninguna política de responsabilidad social empresarial, sino que se limita a cumplir las leyes. Es el caso de la mayoría de empresas en los países de la Unión Europea, pero no de muchas otras del sur geopolítico, donde esta responsabilidad básica y legal se incumple, en muchas ocasiones por multinacionales del norte o por subcontratistas de éstas.
- **Instrumental.** Asume un incierto compromiso con la responsabilidad social para conseguir una buena imagen y reputación empresarial. Sería el caso de algunas grandes multinacionales, muy discutidas, pero con una amplia participación en responsabilidad social empresarial.
- **Funcional.** Ponen en práctica una responsabilidad social empresarial más activa, en respuesta a la sociedad, y la incorporan a la gestión. Es el caso de empresas innovadoras, que se abren a nuevas dinámicas y demandas sociales.
- **Estratégico.** Se da en los casos en los que la responsabilidad social corporativa se considera un factor clave y central, como ya hemos visto cuando hemos hablado del carácter estratégico.
- **Identitario.** La empresa ve la responsabilidad social empresarial no únicamente como un elemento de la gestión, sino también de su identidad. Así, responsabilidad social empresarial y empresa van unidas y son indivisibles. Sería el caso de las empresas sociales, como las que mostraremos en los últimos casos prácticos.

Esto sitúa a la responsabilidad social empresarial ante dos grandes escenarios: como un fin puramente instrumental y periférico al negocio o, por el contrario, como una parte indistinguible de la planificación y la identidad de la empresa.

## 2.4. Métodos e indicadores

A pesar de la ausencia de un criterio o metodología única y consolidada, encontramos una serie de indicadores y procesos que la empresa puede usar para llevar a cabo e informar acerca de su gestión en responsabilidad social empresarial, como los códigos éticos, el balance social, las etiquetas sociales o las normativas.

### 2.4.1. Códigos éticos o de conducta

Muchas empresas han optado por la fórmula de la autorregulación, a través de los llamados códigos éticos o de conducta. Surgidos en la década de 1990, junto al proceso de globalización, son normas dictadas, en la mayoría de los casos, de forma unilateral por parte de las empresas, cuya aplicación no está sujeta a procesos de verificación externos, y que pueden alcanzar a las empresas proveedoras o subcontratadas.

Las empresas adoptan una declaración de principios, un código de conducta o un manifiesto donde indican sus objetivos, sus valores fundamentales y sus responsabilidades con los *stakeholders*. Estos principios se reflejan, posteriormente, en medidas que añaden una dimensión social o ecológica a los procesos propios de la empresa. Se trata de un primer paso para implementar la responsabilidad social y a la vez el tipo de compromiso más indefinido, libre, abierto, autorregulado e incierto. Permiten objetivar la voluntad del cambio e innovación social para enmarcar la responsabilidad social empresarial dentro de una visión general, pero cada empresa es la que debe concretar de un modo preciso esos compromisos.

Los índices de desempeño definidos por la GRI se dividen en tres grandes grupos, subdivididos a su vez en subgrupos: económicos, ambientales y sociales. Estos indicadores buscan la precisión en aras de la auditabilidad y la credibilidad. De este modo, si una empresa indica en su memoria anual, por ejemplo, que cumple con una política de diversidad de género, debe proporcionar información sobre la "composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo, atendiendo a la proporción entre sexos" (de acuerdo con el indicador de desempeño específico de la GRI, concretamente el LA11).

Se basan en acuerdos marco internacionales y códigos de conducta multilaterales que han firmado las empresas con sindicatos, ONG, organizaciones ambientales y de consumidores, entre otros. Algunos ejemplos de ello son los siguientes:

- *Ethical Trading Initiative* (ETI): código del Reino Unido en torno a las asociaciones de minoristas, empresas productoras de bienes de consumo, ONG, sindicatos y el Gobierno del Reino Unido.

- *Amnesty International's Human Rights Principles for Companies*: código internacional que insta a las empresas a proteger los derechos humanos y a cumplir las normas laborales en los países donde operan.
- *Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices for the Apparel Industry* o Campaña Ropa Limpia, en España: código que incluye normas laborales y un sistema de control del sector de la confección. Ha impulsado cambios en prácticas y condiciones laborales de los productores en los países del Tercer Mundo.
- *ICFTU Basic Code of Labour Practice* / Código de la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales sobre los Derechos de los Trabajadores (1997).

#### Ejemplos de códigos de conducta

Para haceros una idea más precisa sobre cómo se organizan los códigos de conducta de algunas empresas relevantes y poder establecer la comparación entre ellos, os proponemos dos: los de Inditex y los de las ONG de Desarrollo de España.

#### Enlace recomendado

Codes of Conduct ([www.codesofconduct.org](http://www.codesofconduct.org)) es un sitio web que ofrece los textos completos de varios códigos de conducta y sus disposiciones, impulsores y efectos en las prácticas empresariales.

### 2.4.2. El balance o memoria social

El balance, informe o memoria social es una de las herramientas centrales con las que puede evaluarse el desempeño de las empresas en la responsabilidad social empresarial. Es un instrumento que se suma a las etiquetas de garantía ecosocial, las auditorías sociales o los códigos de conducta. El libro verde reconoce la importancia de este instrumento, al que denomina informe social. Existen modelos que cuentan con un alto grado de legitimidad entre las empresas y en el ámbito académico, como el que ofrece la Global Reporting Initiative (GRI).

Consiste en un documento donde se describen y se miden conjuntamente las aportaciones sociales, laborales, profesionales y ecológicas hechas por una organización a lo largo de un ejercicio contable. También se denomina triple balance o triple resultado, ya que evalúa el desempeño general de una empresa teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social. Se concreta en un cuestionario o *checklist* estructurado en diversos apartados.

Desde la economía social, la Xarxa d'Economia Solidària Catalana ha elaborado un modelo de balance social que mide y regula todos los aspectos vinculados a la observación del compromiso social de las organizaciones. Se contemplan aspectos como la democracia interna, la igualdad salarial y de género, la sostenibilidad ambiental, la participación comunitaria, la calidad laboral y profesional (observando la satisfacción de los trabajadores), el grado de implicación en la inversión ecosocial o en las finanzas éticas, así como otros aspectos (como el marketing responsable o el respeto por la lengua local, en este caso el catalán). Se evalúa la participación en la elaboración de las políticas de la organización mediante la observación del porcentaje de personas que

participan en el plan estratégico, en el presupuesto anual, en la elección de los miembros de los órganos de gobierno o en el destino de los beneficios entre las personas de la organización. Se define como un balance sencillo, operativo, abierto, participativo, periódico y universal. Internamente, debe ayudar a conocer el conjunto de las aportaciones sociales a las propias organizaciones, detectar las ausencias y, a partir de ello, establecer objetivos de mejora. Externamente, permite divulgar la responsabilidad social de la economía social catalana en su conjunto mediante un balance social agregado de la red y de cada organización.

#### **Memoria de responsabilidad social corporativa del Banco Santander (2008)**

Esta memoria contiene una descripción de las relaciones que el Grupo mantiene con los colectivos con los que se relaciona: clientes, accionistas, empleados y proveedores. También describe las acciones que viene desarrollando con la sociedad y los colectivos de los países en los que está presente.

### **2.4.3. Etiquetas sociales**

Las etiquetas sociales son sellos que indican y corroboran el cumplimiento de determinados criterios éticos o ambientales. Suelen tener un logo que los hace fácilmente reconocibles para el consumidor y, en ocasiones, vienen acompañados de una descripción del producto y de su elaboración (muy común en el comercio justo) para que se pueda ejercer, con libertad y conciencia, el tipo de consumo que se desea. Se organizan por sectores, como la campaña Ropa Limpia en España, o bien por tipos de organizaciones. Encontramos diversas áreas de etiquetas sociales:

- **Agricultura ecológica.** Es el campo donde existen más iniciativas y etiquetas, tanto de tipo regional como global, como la Global Eco-Labeling Network. En sentido inverso, ONG como Greenpeace elaboran listas de productos transgénicos, que en algunos países están obligados a señalarse también mediante una etiqueta.
- **Comercio justo.** También ha tenido un amplio crecimiento y hay muchas iniciativas en este campo. La Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) es la organización que coordina el trabajo de las iniciativas nacionales de comercio justo y ha introducido una etiqueta única para el mismo, por lo que aplica de un modo más eficaz los programas de seguimiento. La International Federation of Alternative Trade (IFAT) es la etiqueta de la federación de productores y organizaciones de comercio alternativo y también podemos encontrar la European Fair Trade Association (EFTA), la Network of European World Shops (NEWS!) es la red que se ocupa de los aspectos comerciales y educativos del comercio justo y The Fairtrade Mark es una etiqueta de comercio justo, Max Havelaar es la etiqueta de comercio justo holandesa y Transfair International es la iniciativa de etiquetado de comercio justo de Alemania.

#### **Lectura recomendada**

A. Comín; L. Gervasoni (2009). *Democràcia econòmica. Vers una alternativa cap al capitalisme*. Barcelona: Fundació Catalunya Segle XXI.

- **Energía.** Permiten identificar productos diseñados para ahorrar energía. Destaca el programa Energy Star, en los Estados Unidos, o el etiquetaje de eficiencia energética de electrodomésticos en Europa.
- **Reciclaje.** Especialmente en productos como el papel (tanto en el reciclado, como en el uso de sustancias como cloro en su producción o la proveniencia de madera certificada). Es el ámbito donde existe un mayor consenso internacional.
- **Derechos humanos.** Tanto organizaciones internacionales, como Amnistía Internacional, como sus correspondientes departamentos desde un ámbito más sectorial, con la campaña Ropa Limpia, ofrecen anualmente memorias e informes sobre muchos ámbitos destacados referentes a los derechos humanos en muchos países.
- **Recursos naturales.** En esta materia, las etiquetas que encontramos valoran los esfuerzos de conservación de recursos naturales o la conservación de bosques. Destacan el Forest Stewardship Council (FSC) e iniciativas privadas y públicas, como Zumer o Piensa en Clima, que clasifican a las empresas y organizaciones según el impacto ambiental de su actividad. Climate counts usa una metodología que valora en una escala de 1 a 100 puntos los compromisos de empresas y organizaciones con el cambio climático. Por otro lado, también está la etiqueta ecológica definida y aceptada por la Unión Europea (que tiene, como símbolo, una flor verde con las estrellas de la bandera de la Unión Europea), la marca Aenor de Medio Ambiente o el distintivo de garantía de calidad ambiental de la Generalitat de Cataluña de productos y servicios que respetan el medio ambiente.

Además de todos estos sectores ya establecidos, hay muchas otras etiquetas que aparecen y desaparecen, como las de la vivienda ecológica o de productos que se adaptan a los criterios de desarrollo acordados en el protocolo de Kyoto. También hay iniciativas que observan el trabajo gradual, es decir, no se fijan en si se cumplen o no determinados criterios, sino en los distintos grados de cumplimiento de esos criterios. Muchas de estas iniciativas nacen de la sociedad civil, como las campañas de comercio justo a través de las ONG que llevan a cabo actividades sectoriales locales en este campo.

La etiqueta social permite a los consumidores introducir aspectos de democracia en el consumo, lo que convierte el acto de consumo en un voto a una u otra empresa. También ha sido relevante el cambio de la presión de la empresa en su conjunto a determinados productos que elabora, dada la creciente tendencia hacia la diferenciación de determinados procesos productivos.

Sin embargo, entre los inconvenientes de la etiqueta social vemos que la mayoría son iniciativas privadas de mercado. Esto hace que muchos criterios de valoración estén más basados en el lado de la producción o la oferta que en el del consumidor. Por otro lado, la diversidad de etiquetas sociales, sellos y certi-

ficaciones, que van desde aspectos puramente ambientales, como los transgénicos o los pesticidas, hasta temas más sociales, como la mano de obra infantil laboral o el comercio justo, hace que sean garantías parciales: puede ser un producto ecológico pero en el que ha habido explotación laboral, por ejemplo.

También el hecho de no contar con una garantía por parte de las instituciones públicas sino por mecanismos de control establecidos por las propias empresas y con criterios de perspectivas de mercado genera dudas. Por último, tampoco están claros los métodos en los que se deberían llevar a cabo mecanismos de control objetivos aceptados ni cuál es el impacto real que tienen a la hora de solucionar problemas sociales y ambientales que justifican su existencia.

#### **2.4.4. Normas y estándares oficiales**

Otra forma de dar garantías del respeto a determinadas pautas es el uso de normativas y estándares internacionales certificados por órganos oficiales, como las normas ISO, vinculadas a la Organización Internacional para la Estandarización o ISO (International Organization for Standardization), el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales (a excepción de la eléctrica y la electrónica).

Su función principal es la de estandarizar normas de productos y seguridad para empresas y organizaciones en el ámbito internacional. Algunas están directamente vinculadas a la observación y verificación de la responsabilidad social empresarial. Actualmente, encontramos las siguientes:

- La SA8000 o Social Accountability Internacional (SAI) es la única norma oficial completa, de aplicación voluntaria, acerca de la responsabilidad social corporativa. Creada en 1997 por la Council on Economic Priorities Accreditation Agency (CEPA), pasó de llamarse SA8000 a Social Accountability Internacional (SAI). Se centra en las prácticas laborales, como el trabajo infantil, la libertad de asociación, el tiempo de trabajo y las remuneraciones. Se basa en la norma ISO 9000 e incluye la acreditación de los auditores y un control independiente. También lleva a cabo un control de los proveedores y la subcontratación. Es certificable.
- ISO 26000. Norma de buenas prácticas en responsabilidad social corporativa que está en proceso de redacción. No será certificable. Según algunos autores, será la normativa que unirá los diversos criterios en torno a la responsabilidad social empresarial, pero el hecho de que no sea certificable arroja dudas acerca de su fiabilidad.
- Norma SGE21. Emitida por la ONG española Fonética. Actualmente es el único estándar en el mundo que certifica globalmente la responsabilidad social corporativa en todos sus ámbitos.

- ISO 14000. Estas normas están referidas a la gestión del medio ambiente.
- EFR1000. De la Fundación + Familia, incide especialmente en lo que se denomina ámbito social interno de una organización; es una nueva norma sobre conciliación laboral que está teniendo un fuerte crecimiento en el ámbito de habla hispana.
- Accountability 1000 (AA1000). Norma que permite medir los resultados sociales y éticos de las empresas con criterios objetivos. Publicada en noviembre de 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability del Reino Unido, mide aspectos como el clima de negocios, las políticas públicas, la participación de la sociedad civil, el mercado laboral, la gestión medioambiental y los asuntos fiscales. Permite medir el índice de desarrollo de un país en la responsabilidad social empresarial. Considera que los más avanzados en la implementación de la responsabilidad social corporativa son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, el Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda.
- Certificaciones EMAS (Esquema de Gestión Ecológica y Auditoría de la Unión Europea). Herramienta de gestión para empresas y otras organizaciones para evaluar informes y mejorar el desempeño medioambiental. Está abierta a todos los sectores económicos, incluyendo los servicios públicos y privados. La participación es voluntaria y se extiende a organizaciones que operan dentro de la Unión Europea y en el Espacio Económico Europeo (EEE). Un creciente número de países candidatos también están implementando el plan para preparar su ingreso a la Unión Europea. Incorpora los requisitos de las normas ISO 14001.

Todos estos indicadores sirven como garantía ante terceros del cumplimiento y adecuación de los sistemas de gestión empresarial a los estándares internacionales relacionados con la responsabilidad social corporativa.

### **3. La responsabilidad social corporativa en pymes, cooperativas y ONG**

Hasta ahora, hemos visto la implementación de la responsabilidad social empresarial en las grandes empresas multinacionales, ya que es allí donde surgió el concepto y donde más necesario ha resultado y resulta, dada la gran repercusión de estas corporaciones y su extensión global. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (pymes) conforman una gran proporción de la economía productiva y en ellas la responsabilidad social también desempeña un papel importante, aunque con diferencias de aplicación respecto a las multinacionales.

De igual modo, también es importante el concepto de responsabilidad organizacional para las ONG y entidades del tercer sector, cooperativas y administraciones públicas. En todas ellas, el significado global del término es el mismo, pero los métodos de aplicación y el tipo de inquietudes y preguntas que se deben resolver varían de unas a otras.

#### **3.1. La responsabilidad social en las ONG, tercer sector y administraciones públicas**

Al tratarse de organizaciones que tienen, por su naturaleza, un fin social, en las ONG y entidades del tercer sector, los interrogantes se refieren especialmente al tipo de estructura interna. Así, se plantean cuestiones como el respeto al medio ambiente, mediante el reciclaje o la reducción de energía, las condiciones de trabajo y de formación de los trabajadores, la diversidad de género y étnica o la democracia interna.

También es distinta la aplicación de la responsabilidad social en el caso de una Administración pública –o empresa subcontratada por ésta–, donde también ya están implícitas, en la naturaleza de su cometido, muchas de las consideraciones sociales y ambientales que son ajenas a las empresas. Toda Administración o empresa pública tiene un cometido social intrínseco, pues son las herramientas con las que el Estado resuelve las necesidades sociales. Por lo tanto, el análisis de su responsabilidad social se centra en aspectos como la ausencia de corrupción, la eficacia en el suministro de servicios públicos y las mismas cuestiones de género, diversidad étnica o democracia interna entre los trabajadores de cada sección de la Administración pública que encontramos en la responsabilidad social de las ONG.

### 3.2. Cooperativas

Entre las cooperativas o las empresas de la economía social, al igual que en las ONG y las administraciones públicas, muchos de los criterios de la responsabilidad social ya forman parte indisociable de su naturaleza. Esto explica que en este campo no se haya extendido tanto el esfuerzo por implementar la responsabilidad social empresarial. La esencia de la misma es inherente a la naturaleza social o solidaria de las cooperativas, que tiene entre sus valores fundacionales aspectos como la democracia interna, la igualdad, la equidad y la solidaridad. Aun así, en los últimos años se han desarrollado iniciativas como la RSE Coop, que apuestan por ampliar y reforzar estas dinámicas de democracia industrial a las cooperativas.

Este programa, impulsado por la Confederación de Cooperativas de Cataluña, junto con otras entidades de la economía social catalana, pretende favorecer el desarrollo sostenible de esta fórmula empresarial y mejorar su competitividad en los mercados. Ha implantado una herramienta de responsabilidad social en un grupo piloto de cuarenta empresas de la economía cooperativa catalana. Ofrece, además, ejemplos de memorias de unas cincuenta cooperativas catalanas, entre otras, Abacus.

### 3.3. La responsabilidad social en las pymes

Las pequeñas y medianas empresas representan el 99% de las empresas de la Unión Europea (20 millones) y más del 50% de los empleados (80 millones). Aunque los estudios y experiencias sobre responsabilidad social empresarial han tendido a centrarse en las grandes compañías, muchos autores y organismos enfatizan que su consolidación sólo se logrará si se implementa también en las pymes, dada su relevancia en la economía.

Sin embargo, la implementación es muy diferente, ya que las pequeñas empresas tienen características muy distintas a las multinacionales. Su tamaño es mucho menor, sus recursos son más limitados y suelen ser intensivas en mano de obra y de carácter familiar. Son, también, claves en el desarrollo local como generadoras de empleo y riqueza en su entorno más inmediato. Tienen una acción local y una menor actividad internacional.

Todo ello debe tenerse en cuenta a la hora de analizar la responsabilidad social en las pymes y cambiar el foco de aspectos como la acción internacional o las cadenas de proveedores por otros relacionados con su acción local en la comunidad o la democracia organizacional interna.

Desde el punto de vista estratégico de ganancia de competitividad en relación con la responsabilidad social empresarial, el enfoque se dirige más hacia aspectos relacionados con los recursos humanos que con otros, como la mejora de la reputación de la marca, en especial para las empresas intensivas en mano de obra o que producen bienes intermedios en los que el reconocimiento de

#### Referencia bibliográfica

Podéis encontrar estos datos en el siguiente libro:  
**Amparo Merino de Diego** (coord.) (2005). *Responsabilidad social corporativa y pymes*. Madrid: Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo.

marca no es tan importante. No obstante, la buena imagen en comunidades, gobiernos locales y sociedad civil es importante para cualquier empresa, independientemente de su tamaño.

Una ventaja de las pymes en este campo es que, al desarrollar sus actividades en un ámbito geográfico más reducido y estar más volcadas a los mercados locales, pueden conocer mejor las comunidades, sus problemas y su contexto social. Esto permite saber mejor qué tipo de acciones son más eficaces para apoyar a la comunidad. La proximidad y los contactos personales entre los distintos agentes que intervienen en la actividad empresarial facilitan la construcción de relaciones de confianza y transparencia, mucho más difíciles de crear en grandes corporaciones. Los *stakeholders*, en el caso de muchas pymes, pueden ser vecinos y conocidos del barrio o la región o usuarios de centros sociales próximos.

Según datos de la Red Europea de Pymes, más del 50% de las pymes europeas están involucradas, de alguna manera, en su comunidad, generalmente de modo puntual y no sistemático, mediante donaciones en efectivo de productos y servicios, la mayoría de las veces en respuesta a solicitudes y sin un enfoque empresarial estratégico. Un 25% de las empresas encuestadas dicen no tener actividad en el ámbito de la responsabilidad social por falta de información, por temor a un aumento de los costes y trámites.

Algunos ejemplos son la donación de ordenadores o material de oficina excedente a ONG o escuelas locales, la participación en el comité directivo de una organización voluntaria local, la cesión de parte de la jornada laboral de los empleados para apoyar el trabajo de una ONG local o el asesoramiento a jóvenes emprendedores sobre cómo comenzar una actividad empresarial, entre otros.

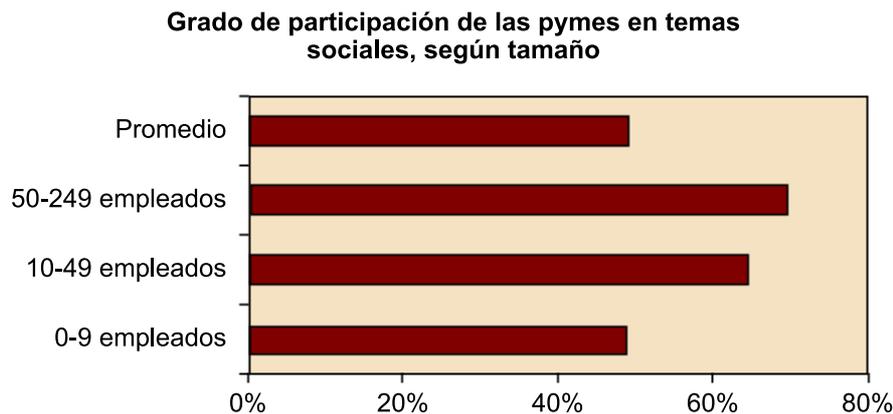
Un estudio elaborado en mercados emergentes por SustainAbility, el Instituto Ethos y la Corporación Financiera Internacional (IFC) del Banco Mundial indica que el 40% de las pymes que incorporan la responsabilidad social dentro de su estrategia empresarial tienen mayores ingresos, frente a un 22% de las multinacionales que lo hacen. El 45% de las pymes declaran menores costes con relación al incremento de la productividad, frente a un 57% de las empresas grandes. En cuanto a la mejora de la imagen, el 15% de las pymes, frente al 20% de las grandes, declaran mejoras. Esto indica que no hay tanta diferencia entre grandes y pequeñas empresas en la aplicación de la responsabilidad social empresarial.

#### Referencia bibliográfica

Para profundizar sobre esta cuestión, ved la siguiente obra:

**Fundación Empresa y Sociedad; CSR Europe (2003).**  
*Fomentar la responsabilidad y la acción social de las pymes en España.* Madrid.

Grado de participación de las pymes en temas sociales, según el tamaño



Fuente: *European SMEs and social and environmental responsibility*.  
Vemos que las empresas más activas son las de mayor tamaño.

### 3.3.1. Herramientas para la implementación de la responsabilidad social empresarial en las pymes

El proyecto "Fomento de la RS en las pequeñas y medianas empresas a través de Europa" de la organización británica Business in the Community permite generar un intercambio de información sobre buenas prácticas, así como una guía para las pymes sobre responsabilidad social empresarial.

En cuanto a los indicadores de implicación y compromiso de las pymes con las comunidades locales, Business in the Community ha creado un estándar de calidad denominado *Community Mark*. Evalúa el enfoque que las pymes adoptan en su actividad comunitaria y los resultados en doce áreas distintas. A partir de esos resultados y del análisis del modo en el que están siendo obtenidos, se identifica cómo pueden mejorar su actuación.

CSR Europe ha creado un portal sobre responsabilidad social para pymes, con una herramienta que permite realizar un análisis diagnóstico, elaborar la memoria anual y fijar objetivos futuros. Se basa en tres conceptos clave:

- triple cuenta de resultados (económico-financieros, sociales y medioambientales),
- relaciones con grupos del entorno o de interés (diseño de un marco de comunicación),
- consolidación de buenas prácticas.

Ofrece también una base de datos informatizada con estudios de caso, informes de autoevaluación llevados a cabo por pymes y vínculos a direcciones de interés.

#### Enlaces recomendados

Fundación Empresa y Sociedad  
 CSR Europe  
 Agence des PME  
 Business Link  
 CommonSense Sustainable Business Development

## 4. Análisis de la responsabilidad social empresarial

Hasta ahora, hemos visto que la responsabilidad social empresarial no es aún un concepto plenamente consolidado. Y esta indefinición genera debates e interrogantes acerca de su veracidad y utilidad. Por eso, aquí vamos a llevar a cabo un acercamiento desde un enfoque sociológico que nos permitirá entender mejor la realidad y los límites de este concepto.

### 4.1. Distintos modos de entender la responsabilidad social empresarial

Como hemos visto, la responsabilidad social empresarial encuentra fuentes tanto en los valores que determinan el marco ideológico de la izquierda (socialismos, economía social y cooperativa) como en otros inspirados en los valores característicos de la derecha o el liberalismo. Comín visualiza cinco modos distintos de entenderla, que se situarían en este abanico político de izquierda a derecha.

Desde la óptica más liberal o conservadora, la responsabilidad social sería una forma de acción de tipo filantrópico o de marketing. También sería una alternativa a un cambio profundo en las empresas. Consolidaría el hecho de mantener como una externalidad del proceso productivo las consideraciones éticas, sociales, ambientales o hasta laborales en muchos países del sur, al introducir las de un modo fragmentario, parcial y voluntario en la empresa. En muchos casos, puede llegar a ser vista tan sólo como un complemento del marketing empresarial.

En el extremo opuesto, desde ópticas progresistas, la responsabilidad social se entiende como un nuevo modo de concebir y repensar el modelo de empresa; una expresión de cómo ésta reelabora las nuevas demandas sociales para ofrecer un compromiso más amplio y completo de su contribución a la sociedad. Desde este punto de vista, se trataría del inicio de una integración de estas consideraciones, que algún día deberían ser por ley. Se advierte que la responsabilidad social empresarial no puede sustituir demandas (como el respeto a los derechos humanos y laborales o a la sostenibilidad) que debieran estar contempladas bajo legislaciones vinculantes. Y se observa como la responsabilidad social empuja a la empresa convencional hacia los modelos más responsables y humanos, expresados en la economía social en todas sus formas en los últimos dos siglos.

#### Referencia bibliográfica

Antoni Comín (2005). "De la responsabilitat social de les empreses a l'economia social i cooperativa". *Nexe. Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa* (n.º 16, págs. 13-31).

## 4.2. Proximidad a la economía social

La responsabilidad social empresarial tiene un claro paralelismo con los valores y principios identitarios de la economía social y el cooperativismo. Valores como la responsabilidad, la transparencia, la gestión democrática en la empresa o el interés por la comunidad forman parte consustancial de la economía social en todas sus formas, desde el cooperativismo hasta el comercio justo o la banca ética.

Como hemos visto, esto hace que la responsabilidad social empresarial no esté tan extendida en el tercer sector, la economía social o el cooperativismo: estas formas alternativas de organización empresarial nacen precisamente con esta responsabilidad, que impregna todos sus métodos y estructuras. El cooperativismo, por ejemplo, alcanza grados de democracia industrial a través del concepto central de "un trabajador, un voto" a los que tardarán en llegar las empresas a través de la responsabilidad social empresarial. Sin embargo, otras iniciativas presentes hasta la fecha únicamente en el campo de la economía social o de los movimientos ecologistas sí han entrado de uno u otro modo en la responsabilidad social empresarial.

Comín entiende que la economía social y cooperativa es la pionera en la responsabilidad social y que sería su ejemplo por antonomasia, ya que introduce una concepción más fuerte de la justicia en la empresa. La democracia interna dentro de la empresa, que se enfatiza en los acuerdos y principios de la responsabilidad social empresarial, sería, según Comín, el método para conseguir una responsabilidad social y una democracia hacia fuera. Aun así, la responsabilidad social empresarial sigue de lejos la economía social y cooperativa. Este mismo autor señala, como elementos en común entre la responsabilidad social empresarial y la economía social y cooperativa, los siguientes aspectos:

- la democracia de los trabajadores y en la gestión,
- el acceso a los medios de toma de decisiones,
- la igualdad o el compromiso con la comunidad.

Por todo ello, entiende que la economía social debería ser uno de los líderes naturales en todo debate sobre la responsabilidad social.

Lisboa se plantea una pregunta que, tras lo visto, parece inevitable: no está claro si nos hallamos ante "una nueva lógica empresarial que configuraría una empresa de nuevo tipo, una empresa ciudadana, o si todo este discurso no pasaría de marketing cosmético y sería apenas una prueba más de la versatilidad del capitalismo para adaptarse a los nuevos tiempos y seguir siempre igual".

### Referencia bibliográfica

Armando Lisboa (2003). "Empresa ciudadana". En: A. D. Cattani (coord.). *A outra economia*. Porto Alegre: Ed. Veraz.

Desde este punto de vista, se trataría de introducir reformas para no llegar a la ruptura del modelo de empresa que hoy conocemos. Sería, por lo tanto, un paso hacia una visión más ciudadana de la empresa, pero sólo parcial y voluntaria, y que tal vez amaga una falta de voluntad real de llegar a una verdadera democratización de la empresa.

#### **Lecturas complementarias**

OCDE Watch (2005). *Cinco años después: una revisión de las directrices de la OCDE*.

OCDE Watch es una red internacional de más de 47 ONG creada para facilitar las actividades de la responsabilidad social empresarial en torno a las directrices de la OCDE. Este informe evaluó el desempeño en 22 de los 39 países que adoptaron las directrices. Cinco años después, no existía evidencia concluyente de que hubieran tenido un gran impacto positivo en las multinacionales.

### **4.3. Eficiencia sistémica**

Otro concepto relevante que explica la responsabilidad social empresarial es el paso de una eficiencia puramente económica, mercantil y sectorial hacia una eficiencia sistémica. Esto implica una visión más amplia del conjunto de las estructuras que conforman la vida en el planeta, donde toda acción tiene una repercusión, al estar la vida y la sociedad intrínsecamente entrelazadas en múltiples niveles.

Este análisis observa las repercusiones e implicaciones de cada acto. No se es eficiente sistémicamente, por ejemplo, cuando se usa un método productivo que reduce costes a la empresa, pero resulta caro a la sociedad, como por ejemplo el ahorro en la seguridad de una empresa agroquímica o una mala gestión de los residuos.

Estos casos suponen costes sociales, humanos y ambientales, que hasta ahora debían ser socializados... y lo son aún hoy en la mayoría de las ocasiones. Buena parte de las asombrosas ganancias de grandes corporaciones que hoy gobiernan el mundo han basado sus estrategias en una sistematización de este proceso de apropiación de recursos colectivos no monetarizados y una socialización de los costes, igualmente no monetarizada, a través de la irresponsabilidad social y ambiental corporativa.

Esto se traduce de muchas formas, desde agresiones laborales, sociales o ambientales hasta la apropiación indebida de recursos y bienes que pertenecerían a toda la sociedad o hasta a futuras generaciones. Es el caso del gas y el petróleo, que de un modo amplio han sido apropiados por nuestras generaciones, sin tener en cuenta que en realidad pertenecían también a las futuras generaciones, que no conocerán esos recursos. Esa apropiación ilegítima y el comercio de un recurso intergeneracional, los hidrocarburos no renovables, es directamente proporcional a los beneficios de las compañías petroleras.

Una actividad productiva socialmente responsable internaliza todos los costes y se autolimita en sus formas de actuar y relacionarse con la Tierra y los recursos comunes. Ese uso más racional de los recursos no renovables implica una eficiencia sistémica, en oposición a una eficiencia puramente empresarial o económica. La responsabilidad social empresarial comienza a introducir estos criterios, hasta hace poco completamente ajenos a la cultura empresarial, pero aún falta, claramente, mucho camino por recorrer para lograr completar ese esfuerzo.

#### **4.4. Debate en torno a la responsabilidad social empresarial**

Como hemos visto, la responsabilidad social empresarial no es un concepto consolidado y de consenso. Uno de los aspectos más controvertidos es su carácter voluntario. Si una empresa decide llevar a cabo un informe de responsabilidad social, también puede optar por elegir libremente los aspectos o ámbitos que va a analizar. Esto hace que no exista una coherencia entre la aplicación de la responsabilidad social empresarial de una y otra empresa y que esa rendición de cuentas voluntaria y a la carta sea lo que pone en cuestión el concepto.

Muchos sectores reclaman que debería convertirse en una legislación vinculante si bien, en la economía globalizada, no existe un medio de conseguir ese fin. Otros sectores, en especial los grupos empresariales, apuestan por el escenario opuesto, al argumentar que ese escenario interferiría en la libre opción de las empresas con medidas fuertemente intervencionistas e iría en contra del concepto de "ir más allá de lo que establece la legislación vigente", que es un eje central de la responsabilidad social empresarial. No se quiere, en última instancia, que el sistema económico integre en las empresas un tipo de regulaciones no mercantiles, que social y políticamente son claramente legítimas y necesarias. Un informe del Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo (CEDC) ofrece un argumento que realza el papel progresivo del concepto:

"En el marco actual, no es realista pensar que, de modo inmediato, las empresas farmacéuticas vayan a proporcionar medicinas baratas a todos los pobres renunciando a sus patentes, ni que las empresas petroquímicas puedan eliminar la contaminación que generan, ni que las empresas de calzado empiecen a pagar a todos sus trabajadores en Vietnam o México salarios comparables a los de sus trabajadores en Londres".

Amparo Merino de Diego (coord.) (2005). *Responsabilidad social corporativa y pymes*. Madrid: Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo.

Algunos países caminan en ese sentido: Dinamarca ha introducido una normativa que obliga a las grandes empresas a comunicar su actuación en responsabilidad social. A pesar de las buenas intenciones, esto puede introducir nuevas barreras al comercio de los países del sur hacia la Unión Europea.

Algunas voces también critican que la mera asunción de un código de conducta, que varía en contenido y alcance, no es suficiente para trasladar al inversor, al cliente y al ciudadano la información necesaria para valorar los efectos de la actividad de una corporación. Al tratarse de un concepto amplio y difuso,

cada empresa adapta la responsabilidad social empresarial a sus condiciones particulares y al proceso que menos pueda comprometer la marcha de los negocios. Y muchas de ellas no asumen el proceso como parte integrante de la estrategia de gestión de la empresa.

Por último, otra crítica radica en el hecho de que las empresas utilicen la responsabilidad social empresarial como una fachada de responsabilidad y ética, tras la cual pueden esconder prácticas contrarias a ese espíritu. Para algunas organizaciones de consumidores, la responsabilidad social empresarial es un concepto poco creíble, un apartado más del marketing de las grandes empresas para legitimar su actuación.

Grandes corporaciones como Shell, Nike, Repsol o Inditex, muchas de ellas socialmente discutidas por sus prácticas ambientales y laborales, son las más activas e interesadas en promover y divulgar la responsabilidad social corporativa. Así, parece existir una cierta correlación entre este esfuerzo y el impacto negativo de tales corporaciones sobre las comunidades en las que operan y sobre el medio ambiente y los derechos laborales.

### **Endesa en Chile**

En el año 2000, Endesa anegó, con una gran represa, un valle sagrado indígena en la región de Ralco, en el sur de Chile. Decenas de comunidades indígenas, para las que esa tierra era algo más que un espacio de cultivo y población, debieron desplazarse. Se generó un fuerte debate y protestas en el país, que no modificaron los planes de ejecución. Se observa, en cambio, una amplia presentación de la responsabilidad social corporativa de esta gran corporación en esa zona, con un gran protagonismo de las comunidades mapuches y locales. Si se trata de una forma de compensar el daño y el impacto social y ambiental generado, o bien de un modo de esconderlo tras una imagen de marketing social, es una cuestión de debate y profundo análisis.

## 5. Casos prácticos de responsabilidad social empresarial

Existen, a pesar de todas las dudas, muchos casos en los que la aplicación de la responsabilidad social empresarial ha producido mejoras sustanciales para las comunidades, *stakeholders* y las propias empresas. Vamos a ver algunos de estos casos, así como otros de éxito en pymes y empresas sociales en el sector agroalimentario.

Pero vamos a ver, también, un ejemplo de una gran corporación española, Unión Fenosa, donde se cuestiona ampliamente lo que se asegura en la imagen de responsabilidad social empresarial de sus espacios de difusión. Según algunos observatorios y medios de comunicación independientes, no se trataría de un caso aislado, sino de una tónica general de estas multinacionales españolas.

### 5.1. Casos positivos

Encontramos muchas experiencias de una aplicación positiva de la responsabilidad social empresarial. El informe del CECD, por ejemplo, resalta la que llevó a cabo la empresa Henkel en Chile, cuando sustituyó uno de los componentes de sus adhesivos industriales, el tolueno, tóxico y adictivo al usarlo indebidamente, por otro no dañino. El adhesivo era inhalado por los niños de la calle y se había convertido en un grave problema social y de salud pública. La compañía, voluntariamente y antes de ser requerida por la ley, lo sustituyó por otro componente. El coste del cambio fue ampliamente compensado por el incremento de cuota de mercado y la mejora de su imagen.

El informativo electrónico mexicano Expoknews ofrece un listado de empresas con buenas prácticas durante el 2009. Destaca los casos de Fuji-Xerox, Heineken, Levi's, Master Card o Starbucks, algunas de ellas muy discutidas por prácticas opuestas a la responsabilidad social empresarial. En estos casos, las aplicaciones de responsabilidad social se refieren a acciones como la elaboración de bolsas con el plástico reciclado de los carteles publicitarios (Heineken), envases hechos en un 30% con celulosa vegetal (Coca-Cola) o a mejoras relevantes de sostenibilidad en el producto principal, como fotocopiadoras con menor coste energético (Xerox).

RSCat, en el apartado "Buenas prácticas", recoge experiencias centradas en la pequeña y mediana empresa. En el campo de la economía social, el programa RSE Coop recoge experiencias entre cooperativas catalanas. En el ámbito mundial, la Global Reporting Initiative o el Global Compact permiten realizar búsquedas de organizaciones con buenas prácticas de responsabilidad social empresarial. El Observatorio de la Responsabilidad Social del CTESC ofrece un

listado de más de sesenta organizaciones que llevan a cabo prácticas en responsabilidad social empresarial, clasificadas por tamaño, sector, tipo de organización y de experiencia.

## **5.2. Casos discutidos: Unión Fenosa**

Unión Fenosa es el caso de una gran empresa que dedica considerables esfuerzos en su responsabilidad social empresarial pero que, a la vez, recibe denuncias de graves infracciones en sus criterios. No se trata de un caso aislado, otras compañías como Telefónica, Coca-Cola, Endesa, Repsol o Monsanto reportan (según observatorios como el ODG, medios de comunicación independientes y movimientos sociales) casos semejantes en Latinoamérica, que contrastan con lo expresado en los compromisos recogidos de responsabilidad social empresarial.

### **Enlace recomendado**

La organización catalana Observatorio de la Deuda en la Globalización (ODG) "es un centro de investigación de las relaciones norte-sur y de la generación de deudas contraídas entre comunidades durante el actual proceso de globalización". Con rigor académico y compromiso activista permite contrarrestar las informaciones que llegan a España sobre las actividades de las corporaciones españolas. La web [www.odg.cat/es/inicio/enprofunditat/plantilla\\_1.php?identif=7](http://www.odg.cat/es/inicio/enprofunditat/plantilla_1.php?identif=7) ofrece una relación de las principales multinacionales españolas en el mundo; destacan Repsol YPF, Unión Fenosa, ENCE, AGBAR, BBVA, ABENGOA, ACS, SCH o La Caixa. Ofrecen, en muchos casos, informaciones muy distintas a las que estas mismas compañías dan de sí mismas en los espacios de responsabilidad social de sus webs.

Observemos, en paralelo, los compromisos expresados por Unión Fenosa en sus espacios dedicados a la responsabilidad social empresarial en la región y las graves denuncias publicadas por un medio de comunicación independiente y el ODG.

### **Extracto de la "Misión de responsabilidad social de Unión Fenosa"**

En Unión Fenosa sabemos que la energía es un factor decisivo para el progreso, por eso apostamos por un desarrollo sostenible, a través del respeto al medioambiente, fomentando un uso racional de la misma, de acuerdo con las inquietudes de la sociedad.

Nuestra Misión en Responsabilidad Social es contribuir a un mayor equilibrio en las relaciones económicas y empresariales, promoviendo un marco de estabilidad que garantice el progreso del país.

Nuestro Compromiso se basa en el Diálogo, la Transparencia y la Relación con la sociedad.

Nuestra Política de RSC: Se articula a través de la acción social y la promoción cultural, mediante patrocinios y mecenazgos.

Nuestro Modelo de Responsabilidad Social: Se sustenta en nuestros Valores Corporativos y se estructura mediante tres grandes compromisos: con las personas, con las ideas y con el entorno.

Acuerdos de Unión Fenosa con organizaciones sociales, en materia de RS: Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact); Club de la Excelencia en Sostenibilidad; Forética; Fundación Empresa y Sociedad.

Podéis encontrar esta información en:

Unión Fenosa Panamá

Unión Fenosa Guatemala

Esta información contrasta con las acusaciones recogidas en el semanario catalán *Diagonal*<sup>4</sup> (15 de abril del 2010) en el que se acusa a esta misma compañía de estar involucrada en presiones, cortes de luz y hasta con tener supuestos vínculos con el asesinato de ocho activistas opuestos a las prácticas de esta compañía española en Guatemala. Un informe del ODG señala, también, graves acusaciones en este mismo sentido en Colombia y otros países de la región y apunta que no es un caso aislado, sino que se repite en otras multinacionales españolas en América Latina, a pesar de que al mismo tiempo presentan una extensa actividad en responsabilidad social.

<sup>(4)</sup>Podéis encontrar el artículo completo en la web del periódico *Diagonal*.

### **Extracto del artículo aparecido en *Diagonal***

Ocho activistas opuestos a Unión Fenosa asesinados en seis meses en Guatemala

Desde octubre de 2009, ocho líderes sociales destacados en la lucha por la expulsión de la multinacional han sido asesinados, cuatro de ellos en marzo de 2010. Señalan vínculos de la compañía con el narcotráfico.

El 24 de octubre de 2009, Víctor Gálvez recibió 32 impactos de bala cuando salía de la oficina donde atendía a los vecinos damnificados por DEOCSA, una de las dos filiales de Unión Fenosa en el país. El asesinato de este destacado opositor local a la eléctrica española conmovió Malacatán, un municipio situado [...] cerca de la frontera con México.

El conflicto había comenzado mucho antes. La oposición a la gestión de Unión Fenosa y la lucha por la nacionalización del sector eléctrico, iniciada con su privatización en 1999, había alcanzado a finales de 2009 la dimensión de un conflicto abierto. Ya en noviembre de 2004, la Corte de Constitucionalidad guatemalteca había determinado que Unión Fenosa, a través de su filial DEOCSA, estaba realizando cobros indebidos mediante un impuesto ilegal, y que debía devolver cerca de 200 millones de euros a los usuarios. Algo que nunca hizo.

El 8 de julio de 2009, una carta de 30 organizaciones, movimientos sociales, sindicatos y partidos políticos del Estado español, con motivo de la adquisición de Unión Fenosa por parte de Gas Natural, denunciaba las prácticas habituales de la multinacional en Guatemala. Entre las irregularidades recogidas, además de la violación del dictamen de la Corte, el texto documentaba "cobros indebidos en las facturas [...], represalias de Unión Fenosa

contra la población dejando sin suministro eléctrico a las comunidades que protestan por las altas tarifas y la mala calidad del servicio".

En los primeros cinco meses de 2009, la Comisión Nacional de Energía guatemalteca recibió 90.358 denuncias contra la compañía. "Las tarifas eléctricas para el consumidor final comenzaron a incrementarse de forma exponencial y el servicio no ha dejado de empeorar. [...] Después de una consulta popular para exigir la salida de la filial de Unión Fenosa, numerosas comunidades del departamento de San Marcos se organizaron para no pagar las facturas de la eléctrica española. Las demandas: la expulsión de la multinacional del país, la nacionalización del sector, la creación de empresas municipales de energía y la reforma de la Ley General de Electricidad.

La respuesta de Unión Fenosa, según denuncian las organizaciones sociales, fue el corte del suministro de electricidad a partir del 15 de diciembre de 2009. "Tras una semana sin energía, los habitantes se quedaron también sin agua, colocados ante el riesgo de enfermedades infecto-contagiosas. En los hospitales y en los centros de salud del área se perdieron alrededor de 40.000 vacunas destinadas para los niños y niñas de los municipios afectados" [...] Se sucedieron tomas de carretera, plantones, marchas y cientos de asambleas informativas. [...] El 22 de diciembre, el presidente guatemalteco decretaba el estado de prevención en San Marcos, una especie de estado de sitio, todavía vigente, con el que quedaron suspendidas la mayoría de las libertades y derechos civiles.

Hasta el momento el estado de prevención, decretado en principio para 15 días, ha sido prorrogado en seis ocasiones. "De los ocho dirigentes populares que han sido asesinados, siete lo han sido en el marco del Estado de sitio. La población no puede reunirse para articularse, porque es delito que se reúnan más de tres personas" [...]

"La Policía y el Ejército han jugado el papel de matones armados al servicio de Unión Fenosa", sostiene Roberto Madriz, del FNL. Sin embargo, admite que hasta ahora no hay pruebas que valgan ante un tribunal: "No existe ninguna evidencia que pruebe la complicidad de Unión Fenosa en la ola de asesinatos de dirigentes que se le oponen. Pero ante la ausencia de evidencia que apunte en cualquier otra dirección, no puede tampoco descartarse como sospechosa. De hecho, no hay nadie, en absoluto, implicado como autor material o intelectual. La más absoluta impunidad rodea cada uno de estos hechos".

Martín Cúneo (redacción)

*Diagonal*. Jueves 15 de abril del 2010, número 124

Vemos como el incumplimiento de la responsabilidad social corporativa alcanza, en este caso, la violación de leyes, la presión social a un país entero y hasta acusaciones de vínculos con homicidios de opositores a la compañía y sus planes de desarrollo de negocios. El ODG señala actuaciones semejantes en Colombia y otros países de la región y ofrece un documento de treinta páginas en su web en el que analiza en detalle las prácticas de Unión Fenosa en Colombia, donde se reportan casos semejantes:

### **Unión Fenosa en Colombia. Una estrategia socialmente irresponsable**

"Tras dos viajes del ODG a Colombia, presentamos un amplio informe sobre la discutida estrategia empresarial empleada por Unión Fenosa en este país con miras a hacer rentable su inversión en unas zonas donde el 70% de las personas a las que presta servicio tienen escasos recursos para pagarlo. Presiones al gobierno, amenazas, aumento de tarifas, cobro millonario de subsidios, cortes de luz disfrazados de mantenimiento o la implementación de un polémico modelo energético (Energía Social) para las comunidades más pobres son algunos de los aspectos más controvertidos de la política colombiana de Unión Fenosa, que abordamos en este trabajo."

Observatorio de la Deuda en la Globalización (mayo del 2006), accesible en su web.

Todo ello debe llevarnos a reflexionar acerca del alcance, la veracidad y la honestidad del concepto y la implementación de la responsabilidad social, especialmente en las multinacionales.

### **5.3. Casos de responsabilidad social en la agricultura ecológica**

Encontramos por otro lado experiencias destacadas en sentido contrario entre pymes y cooperativas en sectores de la agroecología.

#### **5.3.1. L'Olivera**

L'Olivera es una cooperativa de integración social que incorpora a personas con discapacidad psíquica y en situaciones sociales menos favorecidas que participan activamente en todo el proceso. Forman parte de la cooperativa como todos y pueden ser socios de pleno derecho.

Desde sus inicios, el eje social se halla en el núcleo del proyecto. Junto a las actividades productivas y de integración laboral, llevan a cabo actividades sociales con sus trabajadores: un servicio de terapia ocupacional que lleva a cabo actividades orientadas a habilidades personales y sociales y terapia laboral (como huerta y mantenimiento del entorno) o un hogar-residencia en régimen permanente abierto todo el año con capacidad para diecisiete personas.

La asamblea general de socios de la cooperativa decidió crear, junto a la cooperativa, la Fundación L'Olivera como instrumento para garantizar la acción de la entidad en el tiempo y promover nuevas iniciativas para la integración social y laboral de personas con discapacidad o riesgo de exclusión social en el mundo rural. La Fundación se encarga de gestionar el 0,7% de la facturación de la cooperativa que se dedica a proyectos sociales del Tercer y Cuarto Mundo con los que L'Olivera tiene algún contacto directo. Entre el 2008 y el 2010, dedicó este 0,7% a la construcción de una escuela para discapacitados sensoriales en Nouakchott (Mauritania).

Se planteó desde el principio el reto de elaborar productos como el vino y el aceite que fuesen reflejo de su tierra y sus formas, del clima y de las variedades cultivadas tradicionalmente; de un modo artesanal, tanto en la viña como en los olivos o en el etiquetado a mano. Es un trabajo manual y a escala humana que permite a las personas con dificultades que "encuentren un espacio a su ritmo que, sin forzarles, les exija y ayude a superarse". También aplican los criterios de la agricultura ecológica. En este caso, se trata de una iniciativa en la que la responsabilidad social es un elemento identitario.

#### **5.3.2. La Tavella. L'horta ecològica del Viver de Bell-lloc**

La Tavella es una iniciativa del AISD Viver de Bell-lloc, que tiene como finalidad la inserción sociolaboral de personas en riesgo de exclusión mediante la recuperación de la agricultura tradicional. Se encarga de la producción de verdura ecológica desde la siembra hasta la cosecha. El Consejo Catalán de Producción Agraria Ecológica (CCPAE) le otorgó la certificación de productos ecológicos. Desde el 2008, comercializa una cesta ecológica, un lote de verduras que contiene entre ocho y once productos que varían en función de

la estación. Después de un periodo inicial, ahora dispone de una tienda, La Tavella, ubicada en el centro de Cardedeu, en el mercado municipal, donde se pueden comprar las verduras de la finca, así como otros productos ecológicos y de empresas sociales.

### **5.3.3. La Fageda**

La Fageda es una cooperativa catalana de iniciativa social sin ánimo de lucro que tiene como finalidad la integración sociolaboral de las personas de la comarca de la Garrotxa (Gerona) que padecen discapacidad psíquica o trastornos mentales severos. Está formada por 210 personas, incluidos usuarios y profesionales. El Mas Els Casals, la sede social, se encuentra en la Fageda d'en Jordà, una de las principales reservas del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa. En esta finca, de quince hectáreas, se llevan a cabo la mayoría de actividades, tanto asistenciales como productivas. Las actividades productivas de la cooperativa son eminentemente agrícolas y se desarrollan dentro del marco administrativo de un centro especial de empleo: un vivero forestal, una granja de vacas para la producción de leche, la planta de elaboración de productos lácteos y la sección de jardinería. Las actividades asistenciales, un servicio de terapia ocupacional, pisos asistidos para los trabajadores y actividades de ocio persiguen mejorar al máximo la calidad de vida de sus usuarios. Es uno de las principales cooperativas de producción de yogures y, a la vez, una de las mayores experiencias de empresas sociales.

En los tres casos, se trata en realidad de empresas más próximas a la economía social tradicional que empresas convencionales que hayan adoptado prácticas de responsabilidad social. En los tres casos, la responsabilidad social empresarial sería de tipo identitario.

## Resumen

Hemos visto la definición de la responsabilidad social empresarial, las organizaciones, convenios, sellos y etiquetas que promueven su implementación en las empresas, así como su relación con la economía social y el debate en torno a este concepto, que es aún un tema de fuerte controversia. Ésta se centra por un lado en el carácter voluntario y ambiguo de su difusión e implementación y en el hecho de que permite consolidar una desregularización empresarial en la economía global.

Hemos visto, por último, ejemplos de casos prácticos en los que se observa un claro distanciamiento entre la responsabilidad social empresarial y lo que declara un observatorio sobre multinacionales y un diario independiente. También hemos visto casos de una buena implantación de la responsabilidad social empresarial en pymes, cooperativas y en algunas empresas multinacionales.

Todo ello permite pensar que la responsabilidad social empresarial es un avance en los grados de responsabilidad empresarial que introduce nuevas dinámicas positivas en la empresa en lo social y ambiental, que hasta su aparición pasaban desapercibidas y eran entendidas como externalidades del proceso económico. Sin embargo, no está claro si se trata de un mecanismo adecuado y si pueden evitar situaciones como las que hemos observado a fondo en el caso de Unión Fenosa.

## Glosario

**benchmark** *f* Técnica utilizada para medir el rendimiento de un sistema o componente del mismo y obtener indicadores que permitan la comparación, en este caso, de la aplicación de la RSE. La palabra *benchmark* puede traducirse por comparativa. También se refiere al proceso de medir productos, servicios y prácticas entre competidores o como un proceso sistemático para evaluar los productos, servicios y procesos de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de introducir mejoras en las organizaciones.

**comercio justo** *m* Campo de la economía social surgido a mediados de la década de 1960 por el que se promueve un comercio con criterios de justicia y sostenibilidad con los productores del sur. Se opone a colaborar únicamente mediante las ayudas al desarrollo y se argumenta que un comercio justo permitiría resolver muchas de las problemáticas que hoy vemos en el mundo.

**externalidades** *f* Procesos económicos en la empresa que se entienden como desligados de la actividad principal que corresponde a una empresa.

**gobernanza de la empresa** *f* Conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, accionistas y otras partes interesadas. Facilita la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados (Código de la OCDE, 1999).

**informe social** *m* Documento que comunica los resultados de una evaluación del impacto social.

**OCDE** *f* Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Agrupa a las mayores treinta economías estatales globales.

**OIT** *f* Organización Internacional de los Trabajadores, ILO en inglés.

**pyme** *f* Pequeña y mediana empresa.

**shareholders** *m* Accionistas.

**stakeholders** *m* Todos los agentes involucrados en las repercusiones de la empresa.

**triple balance** *m* La idea de que el funcionamiento general de una empresa debería evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social.

## Bibliografía

### Publicaciones

**Chacón, Carme** (2003). "El llibre verd de la responsabilitat de les empreses". *Nexe. Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa* (n.º 11, págs. 71-81).

**Comín, A.; Gervasoni, L.** (2009). *Democràcia econòmica. Vers una alternativa cap al capitalisme*. Barcelona: Fundació Catalunya Segle XXI.

**Comín, Antoni** (2005). "De la responsabilitat social de les empreses a l'economia social i cooperativa". *Nexe. Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa* (n.º 16, págs. 13-31).

**Fundación Empresa y Sociedad; CSR Europe** (2003). *Fomentar la responsabilidad y la acción social de las pymes en España*. Madrid.

**García, Jordi** (2002). "L'empresa ciutadana a l'ordre del dia". *Nexe. Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa* (n.º 10, págs. 55-67).

**Lisboa, Armando** (2003). "Empresa ciudadana". En: A. D. Cattani (coord.). *A outra economia*. Porto Alegre: Ed. Veraz.

**Lozano, Josep M.** (2006). "De la responsabilidad social de la empresa (RSE) a la empresa responsable y sostenible (ERS)". *Papeles de la Economía Española* (págs. 40-62).

**Merino de Diego, Amparo** (coord.) (2005). *Responsabilidad social corporativa y pymes*. Madrid: Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo.

**Montagut, X.; Vivas E.** (coord.) (2007). *Supermercados, no gracias*. Barcelona: Icaria.

### Referencias web

[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm)

[http://gcg.universia.net/pdfs\\_revistas/articulo\\_97\\_1216827417431.pdf](http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_97_1216827417431.pdf)

<http://www.accionempresarial.cl>

<http://www.cooperativescatalunya.coop/rsecoop>

<http://www.csramericas.org>

<http://www.empresa.org>

<http://www.ethos.org.br>

<http://www.hobest.es>

<http://www.ifc.org>

<http://www.observatori-ctesc.cat/>

[http://www.pnoconsultants.com/countries/SP/ES/Subvenciones-por-temas/por-tema/Pages/Responsabilidad-Social-Corporativa-\(RSC\).aspx](http://www.pnoconsultants.com/countries/SP/ES/Subvenciones-por-temas/por-tema/Pages/Responsabilidad-Social-Corporativa-(RSC).aspx)

<http://www.responsabilidadsocialempresarial.es/>

<http://www.responsabilidadsocialempresarial.es/docs/UE-Libro%20Verde%20RSC%202001.pdf>

<http://www.sustainability.com>

<http://www.unglobalcompact.org>

[http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia\\_actualidad.jsp?noticia=129877](http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=129877)