

**MEMORANDUM DE LA REUNION DEL PLENO DE LA COMISION DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE AECA,
celebrada el 30 de noviembre de 2005**

ASISTEN

Nombre	Empresa
Rivero, Pedro (presidente)	UNESA
Lizcano, José Luis (coordinador)	AECA
Moneva, José Mariano (coordinador)	UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
Aranguren, Raquel	FUNDACIÓN ENTORNO
Areizaga, Marta	GRUPO EROSKI
Baselga, Borja	GRUPO SANTANDER
Castilla , M ^a . Luz	PRICEWATERHOUSECOOPERS
Conde Salazar, Tomás	BBVA
De Jorge, Ricardo	AUDITOR - CONSULTOR
Fernández, José Luis	EBEN ESPAÑA
Larrinaga, Carlos	UNIVERSIDAD DE BURGOS
Martínez, Roberto	FUNDACION + FAMILIA
Pérez Garrido, José M ^a	REPSOL YPF
Puerta, Juan Felipe	IBERDROLA
Rodríguez, Miguel Angel	IESE
Rodríguez, Victor Manuel	DELOITTE
Royo, Juan Miguel	RENTA 4 SOCIEDAD DE VALORES Y BOLSA
Seabra, Fernando Miguel	INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL- PORTUGAL
Torrents, Jordi	GRUPO AGBAR

ASISTEN INVITADOS

Nombre	Empresa
Canales, Miguel	UNESA
Melle, Mónica (ponente-invitado)	MINISTERIO ADMINISTRACIONES PUBLICAS
Nieto, Pablo (ponente-invitado)	AECA
Rodríguez, José Miguel	UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

EXCUSAN ASISTENCIA

Nombre	Empresa
Blasco, José Luis	KPMG
Casani, Fernando	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID
De la Cuesta, Marta	ECONOMISTAS SIN FRONTERA
Granda, Germán	FORÉTICA
Garralda Joaquín	INSTITUTO DE EMPRESA
Llaría, Jesús	FUNDACION ECOLOGIA Y DESARROLLO
Lozano, Joseph María	ESADE
Moreno, José Angel	BBVA
Raleigh, Kathrine	CREATING, SUSTAINABILITY SERVICES
Trujillo, Esther	TELEFONICA

Siendo las 16,30 horas dio comienzo la reunión en la sede social de UNESA con el siguiente Orden del Día:

1. Presentación del Borrador de Documento “Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social”

Los ponentes del Documento, **José Miguel Rodríguez Fernández** y **Mónica Melle Hernández**, presentan los contenidos generales del Borrador recogidos en el esquema distribuido con anterioridad a todos los miembros de la Comisión y que se adjunta como Anexo I. Los objetivos del Documento pasan por redescubrir la visión original del gobierno de la empresa en el contexto de la responsabilidad social, avanzando en las mejores y más recientes prácticas, de forma tal que se favorezca la confianza de los ciudadanos en las empresas y de los diversos grupos de interés entre sí, con el fin de fortalecer la competitividad y facilitar la prosperidad económica, dentro de un contexto de búsqueda de la equidad social y la integridad medioambiental.

El turno de intervenciones abierto tras la exposición de los ponentes vino a destacar la importancia y oportunidad del Documento, así como algunos de los aspectos puestos sobre la mesa para el debate. El carácter innovador del pronunciamiento garantiza un enriquecedor proceso de discusión al que podrán incorporarse todos los miembros de la Comisión que lo deseen y lo manifiesten desde estos momentos. **Los comentarios al esquema general presentado y la inscripción al grupo de trabajo del Documento se pueden realizar a través del correo electrónico de la Comisión: comision.rsc@aeca.es.** Durante los primeros meses de 2006 los ponentes terminarán de redactar el texto del Borrador para su posterior exposición y debate en el seno del grupo de trabajo que se configure, primero, y en el Pleno de la Comisión, después.

2. Debate del borrador de Documento “Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa”

Los ponentes del Documento, **José Luis Lizcano** y **Pablo Nieto**, presentan la segunda versión del borrador que surge a raíz de la Comunicación expuesta en la anterior reunión del Pleno. Los primeros comentarios producidos por el grupo de trabajo constituido para la discusión del Documento han servido para elaborar este nuevo texto que supone una revisión integral de la Comunicación original.

La finalidad del Documento, como su propio nombre indica, es el estudio semántico de un grupo de términos frecuentemente utilizados para referirse a los distintos aspectos de la responsabilidad social corporativa. No pretende, por tanto, profundizar en los conceptos o ideas conceptuales de cada uno de ellos, los cuales han podido ser tratados anteriormente de forma más extensa en el Marco Conceptual. Su objetivo se centra, consecuentemente, en clarificar y precisar el significado de determinados signos lingüísticos utilizados en algunas ocasiones de manera impropia.

La selección de términos analizados está abierta a incorporaciones futuras de nuevos vocablos como, por ejemplo, materialidad, buen gobierno, etc. Las observaciones realizadas por los asistentes son recogidas por los ponentes de cara a la tercera versión del borrador que será sometida a debate en las próximas semanas.

3. Comentarios al “Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa”

Después de tan solo dos años de su fecha de edición (enero 2004), expuesto al debate público, este primer Documento emitido por la Comisión se ha convertido en una referencia obligada sobre las bases conceptuales de la responsabilidad social corporativa.

Los comentarios recibidos de distintos ámbitos - empresarial, académico-docente, institucional, profesional, medios de comunicación, etc.- , en multitud de foros y tribunas, destacan el valor y la indudable utilidad de un Marco Conceptual sobre una materia en la que confluyen gran cantidad de visiones e intereses.

No obstante, lejos aun de superar esta primera fase de clarificación conceptual, el mundo de la RSC se encuentra en la actualidad sumergido en un recurrente proceso de definición y acotación del fenómeno. Diversas iniciativas de cierto calado tienen en estos momentos documentos y debates abiertos acerca de dichos aspectos conceptuales. Por tal motivo, la ponencia del Marco Conceptual constituida por José Luis Lizcano y José Mariano Moneva proponen a la Comisión mantener abierto el Documento AECA durante al menos dos años más, no acometiendo, por tanto, su edición definitiva como habitualmente se hace con otros trabajos. De esta forma se mantiene abierto el debate y la recepción de observaciones al texto publicado.

La revisión acometida por los ponentes del Documento con fecha noviembre 2005, incorpora correcciones de estilo o forma poco relevantes y tres cuestiones concretas de mayor calado que se presentan a consideración de la Comisión:

- Cambio de denominación del Principio Básico “*Materialidad*” por “*Comprensibilidad*” (punto 6.3, párrafos 87 a 90), después del consenso alcanzado en el Documento número 2 sobre “*Límites de la información de sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad*”, en torno al significado y utilización de dicho término. Comprensibilidad, en una de sus acepciones más generalmente utilizadas recoge perfectamente lo que se quiere decir en el Principio Básico.
- Añadir apartado al párrafo 74 sobre las necesidades y expectativas del grupo de interés “*Comunidad local*” el siguiente: “*En general, se reclama de las empresas multinacionales que trasladen todos los usos y costumbres sociales y medioambientales de sus países de origen a las empresas filiales y regiones en las que operan. Si bien este argumento resulta lógico, pues su fin es implantar unas condiciones suficientes que garanticen la seguridad, higiene y dignidad del ser humano en el puesto de trabajo, puede ocurrir, no obstante, que el intento de transponer automáticamente y de manera acelerada todos y cada uno de los logros alcanzados después de largos procesos históricos a sociedades y entornos en etapas de desarrollo incipiente, resulte forzado y contraproducente en aspectos concretos*”.
- No reproducir el Anexo 1 sobre Marco Institucional de la Responsabilidad Social Corporativa, en tanto en cuanto el propósito inicial de dar a conocer las iniciativas más destacadas en aquellos primeros momentos de andadura de la materia, se han visto ampliamente cubiertos en la actualidad por diversas iniciativas, resultando ahora una aportación de escaso valor añadido a la parte doctrinal del Documento.

La Comisión aprueba la incorporación al texto de las tres correcciones propuestas.

Se informa, también, de que se ha realizado la traducción al inglés del Marco Conceptual con el objetivo fundamental de iniciar su difusión a nivel internacional, de forma tal que puedan producirse desde este ámbito comentarios y observaciones enriquecedoras a su contenido. **Ernst Ligteringen**, del Global Reporting Initiative, recibió dicha versión inglesa durante la celebración del Simposio sobre RSC celebrado en el pasado Congreso AECA (Oviedo, septiembre 2005), en el que participó como conferenciante invitado.

4. Novedades del G3 Process del Global Reporting Initiative

José Mariano Moneva, informa sobre este proceso en el que está participando como miembro del Technical Resource en representación de AECA. Hasta el momento se han presentado y respondido tres cuestionarios sobre aspectos distintos de la Memoria GRI, los cuales se encuentran reproducidos en la web de la Comisión www.aeca.es. Las personas incorporadas bajo esta condición son consultadas durante el proceso G3 de innovación respecto a diversas cuestiones de carácter técnico, profesional o académico. Las guías persiguen tres objetivos esenciales: la innovación en lo referente a la elaboración de 'Memorias de Sostenibilidad', la creación de soluciones digitales y la implantación de programas de educación y acreditación.

Los comentarios son sintetizados por el secretariado del GRI para desarrollar la versión revisada de las nuevas 'G3 Guidelines'. Esta tercera generación de guías pretende alcanzar su versión final entre enero y abril del 2006, tras la aprobación de los cuerpos de gobierno del Global Reporting Initiative.

Siendo las 19,30 horas se levanta la sesión.

Documentos AECA

Comisión de Responsabilidad Social Corporativa

Esquema de documento

Gobierno de la empresa y responsabilidad social corporativa

*Mónica Melle Hernández
José Miguel Rodríguez Fernández
José Manuel Sastre Centeno*

Madrid, 30 de noviembre de 2005

ÍNDICE GENERAL

1. Introducción
2. El gobierno de la empresa: orígenes y relevancia
3. Fundamentos conceptuales: la naturaleza económica de la empresa
4. El modelo convencional de gobierno corporativo
5. Difusión, limitaciones y consecuencias del modelo convencional
6. Hacia un gobierno *stakeholder*: algunos argumentos
7. Responsabilidad social y buen gobierno corporativo global
8. Sugerencias finales: los poderes públicos y la responsabilidad social de la empresa

1. Introducción

Objetivos:

1. Redescubrir la visión original del gobierno de la empresa en el contexto de su responsabilidad social, avanzando en las mejores y más recientes prácticas, sin limitarse a la perspectiva accionarial con cierta frecuencia adoptada en las dos últimas décadas.
2. Perfilar un marco de responsabilidad social amplio e integral, lo que se ha de traducir en:
 - a) Un modelo de empresa plural (socio-estratégico).
 - b) Un gobierno corporativo articulado en torno a la participación institucionalizada en la dirección y gestión de la empresa.
 - c) Una generación de riqueza neta total a largo plazo, sostenible en el tiempo y evaluada desde la perspectiva de todas las partes interesadas.
 - d) Una rendición de cuentas ante el conjunto de la sociedad, con transparencia y verificación externa.
3. Favorecer la confianza de los ciudadanos en las empresas y de los diversos grupos de interés entre sí, con el fin de fortalecer la competitividad y facilitar la prosperidad económica, dentro de un contexto de búsqueda de la equidad social y la integridad medioambiental.

Ámbito de aplicación:

Global, abarcando también a las PYMES en lo que les sea aplicable, sin perjuicio de mantener la habitual atención hacia las grandes compañías y, muy en especial, las cotizadas en Bolsa.

Por ello, tal vez debería modificarse el título del documento para pasar a denominarse simplemente "Gobierno de la empresa y responsabilidad social", eludiendo el término "corporativa".

Esto nos sugiere, de paso, que habrá de realizarse en algún momento una armonización de términos para ser coherentes con el resto de los documentos de esta Comisión.

Enfoque:

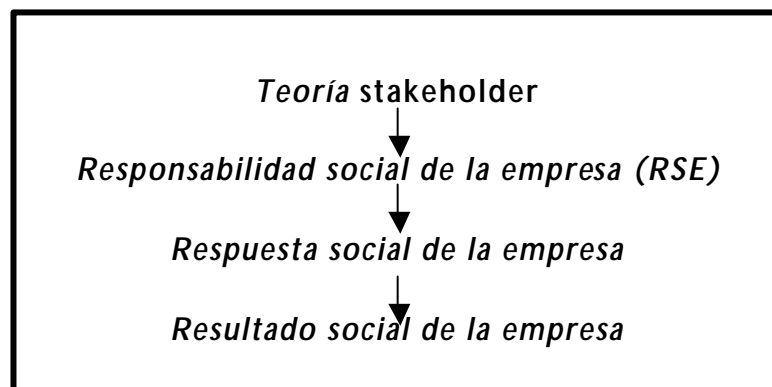
En la medida de lo posible, desde el análisis económico, sobre la base de:

- a) Los contratos relacionales e implícitos (confianza, reputación, "capital social").
- b) La nueva teoría de los derechos de propiedad (contratos incompletos e inversiones específicas).
- c) Las aproximaciones cognitivas en sentido amplio (recursos, capacidades, competencias, evolución).
- d) La existencia de riesgos residuales y efectos externos (positivos y negativos).

Estos cuatro fundamentos económicos nos permiten enfrentarnos con las diferencias que pueden existir entre los costes o beneficios privados y los costes o beneficios sociales (conflictos empresa-sociedad). Pero a ello hay que añadir las diferencias que también pueden darse entre las diversas opiniones acerca de lo que es justo (conflictos de percepción sobre la distribución del producto social).

En consecuencia, una visión amplia de la responsabilidad social suele exigir finalmente la utilización de algunos fundamentos éticos, por ejemplo, la perspectiva kantiana o la teoría del contrato social implícito. Esto a su vez puede enlazarse con los contratos relacionales y la confianza a que anteriormente se ha hecho referencia, de modo que el círculo se cierra.

Lógica:



Orientación del documento:

Una combinación de informe del "estado de la cuestión" dentro del campo de estudio y algunas recomendaciones o sugerencias concretas en torno a la puesta en práctica de un buen gobierno corporativo global, es decir, socialmente responsable.

2. El gobierno de la empresa: orígenes y relevancia

Gobierno de la empresa: inicialmente, la estructura y funcionamiento del sistema político corporativo, en un marco de responsabilidad social (Eells, 1960).

Definición actual y amplia de gobierno de la empresa:

Conjunto de mecanismos que articulan la asignación formal del poder de decisión y delimitan la discrecionalidad del comportamiento de los administradores y gerentes de las compañías. Determinan los incentivos, la realización de inversiones, la distribución de riesgos y la generación y el reparto del excedente logrado entre las diversas partes interesadas.

Diversidad de modelos de gobierno de la empresa:

- **Modelo financiero o anglosajón.** Objetivo: creación de valor para los accionistas.
- Variantes del modelo financiero:
 - Modelo político.
 - Modelo de la actuación leal.
 - Modelo del mercado miope.
 - Modelo "ilustrado" o "matizado".
- **Modelo stakeholder o pluralista.** Objetivo: creación de riqueza neta para todos los partícipes y su crecimiento sostenible en el tiempo.
- Variante del modelo pluralista: el modelo de abuso del poder ejecutivo.

Nuevo entorno social, económico, político e ideológico:

El gobierno de la empresa ha pasado a ser uno de los "núcleos duros" del debate (André Orleáns).

Características de dicho entorno:

- **Liberalización y desregulación de las actividades económicas:**
 - Reducción del tamaño del sector público.
 - Multiplicación del peso social e influencia de las empresas privadas.
 - Elevación de la competencia en los mercados de bienes y servicios.
 - Necesidad de mayor cohesión social.
- **Potenciación e integración de los mercados de capitales:**
 - Innovaciones en la tecnología de la información y de las comunicaciones.
 - Expansión de los inversores institucionales.
 - Fusiones y adquisiciones.
- **Activos físicos menos específicos:**
 - No son ya la principal fuente de rentas económicas.

- **Empresa desmaterializada y muy compleja:**
 - Relevancia del capital humano, el conocimiento, las redes de información y otros activos intangibles.
 - Reconocimiento de la importancia de la ética en los negocios.
- **Organizaciones en interacción con otras:**
 - Gestión de relaciones y confianza.
- **Cambio de las jerarquías en el trabajo:**
 - Importancia decisiva de la motivación y la capacidad para identificar problemas y adoptar decisiones.
- **Mejora de la posición de los consumidores y desarrollo de las organizaciones o movimientos sociales:**
 - Exigencia de transparencia.
 - Impacto social de los fraudes financieros y manipulaciones contables.
 - Preocupación por el desarrollo sostenible y los "bienes comunes mundiales".
 - Importancia de la imagen, la reputación empresarial y la confianza.
 - Necesidad de legitimar la empresa ante la sociedad.
- **Búsqueda de nuevas vías de competitividad:**
 - Responsabilidad social corporativa instrumental.

3. Fundamentos conceptuales: la naturaleza económica de la empresa

- **Perspectiva contractual:**
 - Derechos de propiedad (desde años 60).
 - Relación de agencia (desde años 70).
 - Costes de transacción (desde años 70/80).
- **Avances en la teoría contractual de la empresa:**
 - Consideración de los contratos implícitos.
 - Nueva ("moderna") teoría de los derechos de propiedad (Grossman-Hart-Moore, 1985/1990).
 - Profundización en el análisis de los contratos incompletos (Rajan y Zingales, 1998/2000).
- **Red de conocimientos: enfoque cognitivo y economía de la innovación:**
 - Recursos, capacidades y competencias.
 - Aprendizaje organizacional.
 - Innovación.
 - Eficiencia adaptativa y dinámica.
 - Racionalidad de procedimiento.
 - Del viejo institucionalismo de Veblen a:
 - La escuela del comportamiento administrativo (Simon, March, Cyert,...).

- El enfoque evolucionista y la dirección estratégica basada en recursos y competencias (Schumpeter, Knight, Penrose,...).
- **Espacio de cooperación:**
 - La economía de las convenciones (Favereau, Orléan,...).
 - Mecanismos de compromiso con la organización y participación en las decisiones.
 - Necesidad de compartir algunas reglas y valores comunes.
- **Finalmente, la empresa:**
 - Nexos de inversiones específicas y complementarias.
 - Conjunto "único" de recursos críticos mantenidos en común y en forma de red.
 - Estructura compleja. No es fácil de imitar de inmediato.
 - Partes mutuamente especializadas.
 - Cooperación, cohesión y fomento de la responsabilidad.

4. El modelo convencional de gobierno corporativo

- **Síntesis de los principios y mecanismos institucionales u operacionales del buen gobierno en su versión más tradicional y limitada (modelo financiero).**
 - Concepción reduccionista.
 - Esquemas jurídicos, instrumentos financieros y mecanismos de actuación, en general, mediante los cuales los aportantes de capital financiero pretenden evitar el problema de la "delincuencia gerencial".
 - Objetivo: Garantizar que los directivos trabajen en beneficio de los accionistas (Mayer, 1996).
 - Rasgos característicos:
 - Firma: nexo contractual, con primacía de los accionistas.
 - Separación entre propiedad y control: Modelo "principal-agente".
 - Conflicto de intereses entre accionistas y directivos.
 - Accionistas y directivos firman contratos incompletos: problema de determinar la asignación de los derechos de control residuales.
 - Mecanismos de control: Minimizar los "costes de agencia".

Economías liberales y economías coordinadas:

- **Importancia de las instituciones en el estudio comparado del gobierno de empresas:** Diferentes instituciones de gobierno corporativo implican consecuencias y resultados distintos (Bebchuck y Roe 1999; Hall y Soskice 2001; Roe 2000; Whitley 1999; Zysman 1994).

- **Modelo macroeconómico condiciona el sistema institucional y legal establecido en el país y la estructura del accionariado.**
 - Economías "impersonales": economías de mercado "liberales" (modelo de Estados Unidos y Reino Unido).
 - Escasez de recursos.
 - Definición y atribución de derechos de propiedad.
 - Precios para asignación de los recursos.
 - Contratos formales y expresos.
 - Economías "relacionales": economías "coordinadas" (modelo de Alemania, Japón, Italia, Francia y España).
 - Confianza, reputación e intercambio de informaciones, redes de cooperación.
 - Contratos implícitos e interacciones estratégicas entre agentes económicos.
 - Reducción de costes de transacción y relaciones a largo plazo.
 - Entre ambos modelos, caben diversas combinaciones entre relaciones de mercado y de no mercado.

- **Modelos que afectan a las empresas en:**
 - Gobierno corporativo.
 - Relaciones laborales.
 - Formación y educación.
 - Relaciones entre empresas.

- **El gobierno corporativo en economías de mercado "liberales":**
 - Se concentra la autoridad en la alta dirección (poder discrecional sobre otros agentes).
 - El acceso a los recursos financieros depende de la rentabilidad actual y de otra información pública disponible.
 - Sistemas orientados hacia el mercado: empresas financian sus inversiones con recursos proporcionados por mercados financieros.
 - Relaciones con trabajadores se basan en mecanismos de competitividad de los salarios establecidos y en elevados niveles de productividad laboral (Aoki, 1994).
 - Control del mercado y monitorización de agentes (directivos) por principales (accionistas).
 - Importancia del mercado de control corporativo como mecanismo disciplinario.
 - Los directivos son controlados por el mercado de capitales.
 - Estructura de la propiedad diluida.
 - Elevada transparencia del mercado.
 - Leyes estrictas:
 - Información pública sobre comportamiento de empresas.
 - Prohibición de tráfico de información privilegiada.
 - Refuerzo de reglas antimonopolio.
 - Penalización de concentración de la propiedad.

- Los bancos y otras instituciones no pueden ser propietarios de una parte sustancial de las empresas, ni ser designados como miembros de los Consejos de Administración.
- **El gobierno corporativo en economías "coordinadas":**
 - Gratificación a accionistas con inversiones a largo plazo.
 - Tienen más voz otros grupos de interés en la empresa: trabajadores, proveedores, clientes y los participantes en el proceso productivo.
 - Inversión en activos específicos del sistema de producción, incluidos los empleados y los sistemas de regulación y de relaciones.
 - Accionariado radica en los bancos, fundaciones y otras empresas que forman una red con la empresa ("keiretsu").
 - La propiedad está concentrada: sistemas de control en manos de grandes accionistas.
 - Beneficio de las acciones reducido: los propietarios y la dirección a largo plazo apoyan empleo a largo plazo y sacrifican rentabilidad a corto plazo para construir relaciones estables.
 - Accionistas externos: pocos y con limitada influencia.
 - Mantenimiento de participaciones cruzadas entre empresas.
 - Fuertes instituciones reguladoras, legislaciones y reglas:
 - Permiten concentración de propiedad y mantenimiento de participaciones cruzadas entre empresas.
 - Legislación antimonopolios débil.
 - Regulación de valores mobiliarios no penaliza la información privilegiada.
 - Las participaciones cruzadas y otros mecanismos de coordinación previenen el oportunismo.
 - Los acreedores son miembros de Consejos de Administración: interesados principales a largo plazo, tienen incentivos para pagar costes de información relevante.
 - Los directivos tienen incentivos para compartir toda la información con sus accionistas y demás grupos interesados ("stakeholders").
 - Luchas por control de empresas poco frecuentes y mantenimiento de acciones por periodos muy largos.
 - El acceso a recursos financieros y a tecnología depende de la reputación de la empresa.
 - Modelos orientados hacia la banca: empresas recurren al crédito bancario para financiar sus proyectos de inversión.
 - Relevante papel de los bancos: financiación a largo plazo garantiza seguridad en el empleo a trabajadores e inversiones específicas en capital humano.
 - El gobierno corporativo no presenta carácter de bien colectivo y por tanto proporciona más grados de libertad para el control en el nivel de la empresa.

- Poca transparencia del mercado, mercados de valores poco desarrollados y ausencia de adquisiciones hostiles de empresas.
- **Segunda mitad década 1990: Convergencia entre sistemas de control corporativo “alemán” y “anglo-americano”.**
 - Hoy coexisten ambos en un mismo contexto nacional.
 - Integración mercados europeos.
 - Desarrollo económico, innovación tecnológica, ampliación de los mercados, desregulación y competencia.
 - Bancos universales del modelo de economía coordinada han reducido sus participaciones industriales y su papel en Consejos de Administración de empresas participadas.
 - Globalización de la financiación: incremento propiedad de inversores institucionales extranjeros en grandes empresas, y sustitución de monitorización directa de los bancos por monitorización indirecta vía mercado.
 - Mayor protagonismo de los mercados financieros en la financiación de grandes empresas.
 - Introducción de leyes de gobierno y Códigos de Gobierno Corporativo: mejor definición de funciones de monitorización externa y promoción de mayores funcionalidades de comités en Consejos de Supervisión.

Esquema general de análisis:

- **Enfoque del modelo financiero de empresa:**
 - Creación de valor para los accionistas: eje del gobierno de grandes compañías cotizadas en Bolsa.
 - Concibe los mercados como instituciones naturales y sin efectos externos apreciables.
 - Entiende la empresa como un entramado de contratos entre agentes económicos libres e iguales.
 - Toma como nivel de análisis el individuo, cuya racionalidad responde al tradicional utilitarismo del análisis microeconómico neoclásico.
 - Importancia de la supervisión, la disciplina y el control de los comportamientos oportunistas de los actores económicos.
 - Pone a los directivos (“agentes”) al servicio exclusivo de los accionistas (“principales”) (relación de agencia única, que sólo tiene en cuenta un concepto estático de la eficiencia empresarial).
 - Cuatro tipos de problemas de agencia:
 - Los niveles de esfuerzo de los directivos.
 - Los diferentes horizontes temporales de las decisiones.
 - La diferente valoración del riesgo.
 - El uso de los activos de la empresa por parte de la dirección.

- **Mecanismos de control: Minimizar los “costes de agencia”.**
 - Mecanismos externos a la propia empresa.
 - Mecanismos internos.

- **Códigos de Buen Gobierno:** recogen un conjunto de recomendaciones, a modo de código ético de buena conducta, de aplicación voluntaria en los Consejos de Administración de las empresas españolas.

Principios básicos y mecanismos institucionales u operacionales:

- **El gobierno convencional de la empresa es un proceso de supervisión y control de la dirección de una empresa, por instituciones o mecanismos internos y/o externos.**

- **Mecanismos que disciplinan las decisiones de asignación de recursos y las encauzan hacia la eficiencia, ayudando a solventar los problemas del gobierno corporativo.**
 - Mecanismos externos.
 - Mecanismos internos.

- **Mecanismos de control directo o interno.**
 - Consejos de Administración.
 - Composición del Consejo.
 - Tamaño de los Consejos.
 - Consejeros dominicales.
 - Consejeros independientes.
 - Presidente ejecutivo.
 - Transparencia de la información.
 - Renovación de consejeros y directivos.
 - Comités de selección y retribuciones de directivos.
 - Influencia de la regulación mercantil.
 - Relaciones con auditores.
 - Periodicidad de las reuniones.
 - Funciones.

 - La Junta General de Accionistas.
 - Derecho de voto de los accionistas.
 - Control más factible cuanto menor sea la concentración del capital.

 - Los contratos de incentivos.
 - Contrato que condiciona la retribución del directivo, sometiendo la cuantía de sus rentas presentes o futuras a una cierta aleatoriedad.

- Vinculan, *ex-ante*, los intereses de los directivos a la creación de valor en la empresa.
- Modalidades:
 - Esquema anual de *bonus* o *pluses*: prima o cantidad monetaria nominalmente variable y anual, ligada al desempeño, concedida a discreción a los directivos.
 - Esquema de *bonus* multianuales.
 - Asignar a los directivos la propiedad de acciones.
 - Planes de opciones de compra sobre acciones.
 - Derechos vinculados a la cotización de las acciones.
 - Planes de acciones “fantasmas” (acciones sintéticas o “*phantom stock*”): acciones ordinarias, que no comportan derechos de propiedad.
 - La concesión de un préstamo para comprar acciones, sin intereses o con un tipo de interés atractivo.
 - Los planes de pensiones para directivos.
 - Retribuciones en especie o compensaciones indirectas.
 - Las cláusulas contractuales de rescisión o condiciones especiales para los directivos en caso de rescisión de su contrato.
 - Vincular la carrera profesional del directivo dentro de la empresa a la evolución de los resultados empresariales
- **Mecanismos de control indirecto o externo.**
 - Mercado de capitales.
 - Protección legal contra posibles conductas oportunistas de los directivos y mecanismos legales que protejan a los inversores minoritarios
 - Importancia de la eficiencia, el tamaño y la liquidez de los mercados.
 - Dilución del accionariado.
 - Autonomía y responsabilidad financiera de las empresas.
 - Se requiere que exista una cierta dependencia de la empresa del mercado.
 - Mediante la concentración de la propiedad.
 - Los grandes accionistas poseen derechos de voto comparativamente mayores que los que les otorga la mera titularidad de su capital.
 - Problema de determinar quién supervisa al supervisor.
 - Mercado de deuda.
 - Elevar el endeudamiento de la empresa supone elevar su probabilidad de quiebra con la consiguiente amenaza para la posición de los directivos.
 - Protección legal a los acreedores: Financiadores tienen derechos con relación a los activos de la empresa.

- Sin embargo, apropiarse de activos de una empresa en quiebra es difícil cuando los acreedores son numerosos, diversos y con conflictos de intereses.
 - Frecuente que acreedores renegocien al margen del procedimiento formal de quiebra.
 - Grandes acreedores: Cuanto mayor y más concentrada sea la deuda, el incentivo de acreedores para vigilar la gestión empresarial será superior.
- Mercado de empresas.
- El valor de las sociedades en el mercado de valores y las posibilidades de una gestión más eficiente pueden motivar “tomas de control” de empresas que pondrían en peligro los empleos de los directivos.
 - Las “tomas de control” (o “takeovers”) suponen un mecanismo rápido de concentración de la propiedad que resuelve el problema de la asignación de los flujos de caja libres.
 - Inconvenientes de las compras de empresas:
 - Costosas.
 - Pueden incrementar los costes de agencia.
 - Requieren un mercado de capitales líquido.
 - Mecanismos de protección: contraofertas de adquisición de acciones por parte de los directivos, mantenimiento de autocarteras elevadas.
 - También desplazan a los buenos directivos.
- Mercado de directivos.
- Adquisición de reputación
 - Nivel retributivo condicionado a la creación de valor
 - Mantenimiento de relaciones con inversores
 - Sostenibilidad de relaciones con grupos de interés
- La regulación.
- Regulación pública de condiciones de la competencia en determinados sectores económicos: resolución de fallos del mercado e ineficiencias asignativas vinculadas con el monopolio.
 - Empresas concesionarias de actividad de “interés público” se benefician de barreras de entrada legales.
 - La determinación administrativa de precios y tarifas o la exigencia de universalidad en la prestación de los servicios.
 - La regulación como mecanismo externo de control de directivos precisa y estabiliza algunos aspectos de sus conductas.
 - Pero con la contrapartida de estimular actuaciones oportunistas en directivos (apropiación de rentas derivadas de

la restricción de la competencia y que no hayan sido previstas de antemano por el regulador).

- La competencia de los mercados de bienes y servicios.
 - Concurrencia de la empresa en mercados competitivos.
 - Se ponen de manifiesto posibles ineficiencias.
 - Cuando la empresa actúa en entorno competitivo, las fuerzas de la competencia presionan para que el objetivo de la empresa sea el de maximizar su valor.
 - Peligro propia supervivencia de la empresa.
 - Efecto disciplinador lento.
 - Dos efectos sobre los incentivos de los directivos empresariales:
 - Aumenta la probabilidad de liquidación.
 - Reduce los beneficios de las empresas.
 - Para que mecanismo sea más eficaz, aumentar el grado de competencia en los distintos mercados.

El papel de los Códigos de Buen Gobierno:

- **Principal objetivo: mejorar el gobierno de las empresas, haciendo que los Consejos cumplan su función de mecanismo interno de supervisión y control.**
- **Recomendaciones que incluyen:**
 - Consejeros independientes que deben integrar los Consejos de Administración.
 - Composición de los Consejos.
 - Mayoría de consejeros externos, que engloban a los independientes y a los denominados “dominicales” (titulares de paquetes significativos de la empresa).
 - Tamaño de los Consejos.
 - Evitar concentración en primer ejecutivo de control y dirección estratégica del Consejo y dirección general de empresa.
 - Nombramiento del primer directivo al menos cada tres años.
 - Comités de nombramientos, contratos y remuneraciones de los ejecutivos.
 - Relaciones con auditores.
 - Transparencia.
 - Información.
 - Junta General
- **Autorregulación del comportamiento de los consejeros.**
- **No existe un único modelo de códigos de buen gobierno que funcione en todos los países y todas las empresas.**
- **Por el proceso de integración europea se avanza en la armonización legislativa.**
- **Principios generales según OCDE:**

- Fiabilidad
- Transparencia
- Rendición de cuentas y responsabilidad.
- **Diez principales aspectos según OCDE:**
 - Comisión de Gobierno Corporativo
 - Derechos y Juntas de accionistas
 - Retribución
 - Dirección
 - Tomas de control
 - Informes y auditorías
 - Responsabilidad
 - Planes de opciones sobre acciones
 - Disciplina y fiabilidad
 - Rendición de cuentas (*accountability*), transparencia e independencia.

Indicadores para medir la calidad del gobierno de empresas.

- **Derechos y obligaciones de los accionistas.**
 - Principio de “una acción – un voto – un dividendo”: las empresas no deberían emplear los mecanismos:
 - Acciones de voto múltiple.
 - Recibos depositarios sin derecho de voto.
 - Límite de derecho de voto.
 - Acciones preferentes.
 - Acción de oro.
 - Acceso y procedimiento de votos en la Junta General de Accionistas.
 - Las empresas deben someter a votación en la Junta General todo lo que tiene un considerable impacto sobre el gobierno y el valor de la empresa.
 - Distribución de beneficios, medidas del capital, nombramientos y designaciones, exclusión de derechos preexistentes, sustituciones y destituciones de los directores y selección de auditores.
 - Los accionistas minoritarios deben ser capaces de ejercer influencia en la Junta General.
 - Los accionistas necesitan suficiente tiempo para evaluar los puntos del orden del día para poder votar conociendo toda la información.
 - Procedimientos deben ser lo más uniformes y seguros como sea posible, para facilitar las necesidades de voto de accionistas nacionales e internacionales.
 - La duración de los procedimientos de las votaciones y los recursos o medios.
 - Mantenimiento de los derechos preexistentes.
 - Un incremento planificado del capital alícuoto mediante la emisión de nuevas acciones u otros instrumentos financieros debe

atribuir derechos de suscripción a los accionistas existentes y a aquéllos con derechos a acciones.

- **Mecanismos de defensa contra tomas de control.**
 - **Medidas defensivas previas** a la formulación de una OPA suelen tener naturaleza estatutaria:
 - Restricción a la libre transmisibilidad de las acciones.
 - Necesidad de autorización administrativa previa
 - Restricciones de derecho de voto
 - Establecimiento de quórum o mayorías reforzadas para adoptar determinados acuerdos
 - Ampliación de capital social
 - Adquisición de acciones propias
 - Adquisición de participaciones recíprocas
 - Emisión de acciones rescatables
 - Emisión de obligaciones convertibles en acciones
 - Emisión de warrants u otros instrumentos financieros
 - Reparto de un dividendo extraordinario en caso de formularse una OPA
 - Fusión con otra sociedad
 - Exclusión de la negociación de las acciones en un mercado secundario oficial
 - Venta de activos estratégicos de la sociedad
 - Compra de la sociedad por sus propios directivos
 - **Medidas posteriores** a la formulación de la OPA:
 - Formulación de una OPA competidora
 - Recompra de la sociedad por los propios administradores
 - Formulación de una OPA contra la sociedad oferente
 - Actuaciones basadas en la normativa de la libre competencia

- **Transparencia sobre el gobierno corporativo.**
 - Tipo de información que debería estar disponible y el medio que debería emplearse para hacerla pública.
 - Analizar el contenido y la calidad de la información presentada.
 - Cumplimiento de los siguientes requisitos:
 - Principios contables
 - Auditorías
 - Información sobre la estructura accionarial y de capital a los inversores potenciales.
 - Información detallada sobre la composición y funcionamiento del consejo y sus comités:
 - Información general.
 - Composición.
 - Funcionamiento.
 - Retribución.
 - Comités.

- **Supervisión y control de Consejos de Administración.**
 - Consejeros independientes
 - Composición de los Consejos.
 - Consejeros externos.
 - Tamaño de los Consejos.
 - Dualidad de poder.
 - Rotación de nombramientos.
 - Comités de nombramientos, contratos y remuneraciones.

5. Difusión, limitaciones y consecuencias del modelo convencional

- **Difusión del modelo anglosajón de gobierno corporativo.**
- **Determinantes:**
 - Liberalización económica.
 - Innovaciones tecnológicas.
 - Potenciación e internacionalización de los mercados de capitales y de los inversores institucionales.
 - Globalización e incremento del comercio internacional y de la competencia en los mercados de bienes y servicios.
- **"Fin de la historia" en el gobierno de la empresa (Hansmann y Kraakman, 2001).**
- **Apuesta por la autorregulación mediante "códigos de buen gobierno" (http://www.ecgi.org/codes/all_codes.php):**
 - Protección de los derechos de los accionistas.
 - Estructura, selección, deberes, funcionamiento y remuneración del consejo de administración.
 - Suficiente número de consejeros independientes (para introducir "disciplina").
 - Nombramiento y política de retribución de ejecutivos. Su alineamiento con los intereses de los accionistas.
 - Prevención de conflictos de intereses y operaciones abusivas.
 - Responsabilidades de los inversores institucionales.
 - Auditorías independientes y transparencia informativa.
- **Al final, algunas regulaciones, por ejemplo:**
 - Perfeccionamiento de las normas contables.
 - Obligaciones en la difusión de informaciones.
 - Control de la utilización de información privilegiada.
 - Requisitos de las ofertas públicas de adquisición.
- **Sistemas de gobierno "fuertes" (a favor de accionistas) parecen implicar:**
 - Mayores:
 - Tasas de crecimiento de las ventas y eficiencia económica.

- Rendimientos de los activos.
- Rentabilidades bursátiles.
- Menores:
 - Costes del capital propio.
 - Inversiones en bienes de capital.
- Más confianza de los mercados de capitales.
- Mayor estabilidad de las fuentes de financiación.
- Problema:
 - A veces las variables de gobierno corporativo convencional explican muy poca varianza del comportamiento y resultados de las empresas.
- **Algunas consecuencias socioeconómicas negativas:**
 - Posible desincentivación de las inversiones a largo plazo en capital fijo, I + D + i y formación.
 - Potencial pérdida de cohesión social.
 - Ajuste a las demandas a corto plazo de los analistas bursátiles y mercados de capitales.
 - Fraudes y manipulaciones contables:
 - La existencia de opciones sobre acciones para directivos puede incrementar los incentivos para realizarlos.
 - Ni siquiera la presencia de grandes accionistas e inversores institucionales parece aumentar la probabilidad de detectarlos.
 - Nuevos costes de agencia:
 - Por "gestión de las ganancias" y sobrevaloración de las acciones (Jensen, 2004).
 - Miopía y cortoplacismo.
- **Los más recientes códigos de buen gobierno convencional: "atender" a los partícipes (modelo financiero "ilustrado" o "matizado").**
- **Reaparece la responsabilidad social corporativa.**

6. Hacia un gobierno stakeholder: algunos argumentos

Los contratos implícitos y el capital social de la empresa:

- **Contratos implícitos: relacionales y a largo plazo.**
- **Reforzar la confianza y la reputación permiten:**
 - Aumentar la eficiencia de estos contratos (sobre todo ante alto grado de especificidad y riesgo de expropiación).
 - Potenciar las inversiones específicas, la asunción compartida de riesgos y la reducción del oportunismo.
 - Disminuir los costes de transacción.
 - Generar un capital social o relacional, que:

- Facilita el logro de los objetivos empresariales y es un recurso moral que se amplía con el uso.
- Crea valor por menores costes de transacción y mayores conocimientos compartidos.
- **La empresa: un problema principal-agente múltiple (Hill y Jones, 1992).**

Inversiones específicas y riesgos no diversificables:

- **Derechos de propiedad:**
 - Pueden servir para proteger la propia inversión específica...
 - O para "expoliar" a las demás partes contractuales...
- **Por eso, existe una interrelación de:**
 - Los derechos residuales de control (determinantes de la distribución *ex post* del excedente)...
 - ... y los incentivos *ex ante* para realizar inversiones específicas y generar el excedente.
- **Consecuencias:**
 - Hay un poder no contractual.
 - Tienen poder cuantos realizan inversiones específicas para la empresa, aunque no sean propietarios de bienes de capital.
- **¿Sólo los accionistas soportan los riesgos?**
 - Resto de los partícipes no tienen contratos completos ni son retribuidos por su coste de oportunidad social.
 - Responsabilidad limitada de los accionistas.
 - La diversificación de las carteras de acciones reduce el riesgo específico.
 - El riesgo sistemático (no diversificable) exige una prima ya incluida en el coste del capital propio.
 - Creación de valor para los accionistas: son los únicos partícipes cuya retribución ha de superar su propio coste de oportunidad.
 - Negociabilidad de las acciones, liquidez en Bolsa y opción de "salir".
- **Realización de inversiones específicas por los diversos partícipes:**
 - Implica que soportan riesgos no diversificables (específicos).
- **Empleados y otros partícipes contractuales:**
 - Contribuyen a la creación de valor y asumen riesgos específicos.
- **Partícipes contextuales:**
 - También asumen riesgos específicos (posibles efectos externos negativos).
- **Accionistas en el consejo de administración:**
 - Se debe más a las asimetrías de información que al riesgo residual.
- **La empresa *stakeholder*: una organización cooperativa.**
- **Importancia de proteger:**
 - La integridad de la empresa y...
 - El capital organizacional o intelectual (humano, estructural y relacional o social).

- El capital físico y financiero.
- El capital natural o medioambiental.

La organización empresarial como red de conocimientos:

- **El enfoque cognitivo (en sentido amplio).**
- **Inversiones específicas:**
 - Resultado del aprendizaje de la organización.
- **Gobierno de la empresa innovadora:**
 - Requiere más un control desde la organización que desde el mercado.
- **Función estratégica del consejo de administración:**
 - Favorecer el aprendizaje organizacional.
 - Animar la generación de competencias e innovaciones.
 - Reducir los conflictos.
- **La empresa como "producción en equipo".**

Los efectos externos y la empresa:

- **Modelo financiero y "mundo ideal" del equilibrio general:**
 - Se busca el máximo beneficio, actúa la "mano invisible" y se alcanza una asignación óptima de los recursos sociales.
 - No hay conflictos entre los accionistas, ni entre éstos y los directivos.
 - Se cumple el teorema de Modigliani y Miller (1958) sobre la estructura del capital.
 - Precio de cualquier *input* igual a su coste de oportunidad.
- **Entonces, en equilibrio perfecto y competencia pura:**
 - ¡No se crearía permanentemente valor para los accionistas!
 - ¡El gobierno corporativo sería irrelevante! (derechos de propiedad bien definidos, contratos completos, opción de "salida" de la relación,...).
- **El "mundo real": imperfecciones en los mercados.**
- **Interiorización de los efectos externos.**
- **Revisión de las hipótesis habituales:**
 - Partícipes no financieros, contratos muy eficaces.
 - Partícipes financieros, garantías contractuales inefectivas.
- **Maximizar la riqueza para los accionistas:**
 - No conduce necesariamente al máximo bienestar colectivo.
- **Teorema del óptimo de segundo rango (Lipsey y Lancaster, 1956).**
- **La empresa como "subeconomía" ("economía en miniatura").**

Argumentos desde la ética:

- Búsqueda de la equidad en un contexto de contratos incompletos.
- Los partícipes, un fin en sí mismo.
- Justicia distributiva.

- Existencia de un contrato social implícito.

Responsabilidad social de la empresa:

- No es igual a creación de valor sólo para sus accionistas.
- Tampoco se reduce a la "acción social empresarial" (voluntaria, filantrópica y externa).
- Y no debería ser sólo "filantropía estratégica" o *marketing* social corporativo.

Recordatorio:

- El enfoque pluralista o socio-estratégico no es lo mismo que el modelo financiero "ilustrado" o "matizado".

Integración: razones de la responsabilidad social de la empresa

- **Una cuestión de rentabilidad (*business case*):**
 - Correlación positiva y bi-direccional entre rentabilidad financiera y responsabilidad social (Orlitzky y otros, 2003).
 - Reducción de riesgos por conflictos con los grupos de interés (por ej., caso de la industria química y eléctrica).
 - Generación y acumulación de intangibles a través de la reputación y la buena imagen comercial (por ej., caso de sectores muy intensivos en publicidad o de entidades financieras).
- **Una cuestión económica (*economic case*):**
 - Protección y fomento de las inversiones específicas.
 - Compensación de los riesgos no diversificables asumidos.
 - Desarrollo de la innovación y el aprendizaje de la organización.
 - Obligación de interiorizar los efectos externos.
- **Una cuestión ética (*moral case*):**
 - Segunda formulación del imperativo categórico kantiano (los partícipes, fin en sí mismos, no medios).
 - Equidad y participación para equilibrar intereses ante contratos incompletos.
- **Una cuestión social (*social case*):**
 - Bien común y contrato implícito con la comunidad.

7. Responsabilidad social y buen gobierno corporativo global

Principios generales:

- ✓ Incorporación de la responsabilidad social corporativa en la organización empresarial. Ha de hacerse en su misión, valores, visión estratégica, gobierno de la empresa, políticas de gestión, criterios de remuneración y sistemas o procedimientos operativos,

involucrando a las partes interesadas relevantes y consiguiendo el compromiso de los administradores y altos ejecutivos.

- ✓ Objetivos de la empresa: eficiencia y equidad. Identificación del éxito a largo plazo de la firma con su capacidad para garantizar la viabilidad, continuidad, estabilidad e independencia de la coalición empresarial, favoreciendo la competitividad e innovación y respondiendo con sensibilidad a las demandas de los *stakeholders* relevantes en el marco del interés general y a largo plazo de la empresa en su conjunto.
- ✓ Identificación objetiva de las partes interesadas. Distinción entre partícipes primarios, contractuales o directos y complementarios, contextuales o indirectos, todos ellos con derechos, pero también con responsabilidades. Los primeros efectúan inversiones específicas en la empresa, asumen riesgos residuales y su colaboración es estratégicamente importante para la supervivencia, competitividad y éxito a largo plazo de aquélla. Los segundos son fundamentalmente aquellos que experimentan efectos externos positivos o negativos, sin una previa inversión ("apuesta") voluntaria directa.
- ✓ Visión contingente. Percepción de que los *stakeholders* relevantes variarán en cada empresa, así como a lo largo del tiempo, en función de la justificación, legitimidad y urgencia de sus demandas.
- ✓ Responsabilidad fundamental de los administradores y altos ejecutivos. Creación a largo plazo y crecimiento sostenible en el tiempo de la riqueza neta total, como diferencia entre el valor de oportunidad de los productos vendidos y el coste de oportunidad de los recursos consumidos, preservando el capital medioambiental y el capital físico, financiero e intelectual de la organización.
- ✓ Obligaciones fiduciarias de los directivos. Asignación a los administradores y gerentes de una obligación fiduciaria para tener en cuenta, equilibrar e intentar buscar el consenso entre las demandas de los diferentes partícipes, en ocasiones potencialmente contrapuestas. El propósito es hacer compatibles incentivos y posiciones diversas, convencer y generar adhesiones, basándose en criterios de razonabilidad y satisfacción de acuerdo con las contribuciones realizadas y los riesgos asumidos por las diversas partes interesadas.
- ✓ Organización, dirección y gestión participativas. Utilización de algunos mecanismos para facilitar de manera continua e institucionalizada la participación y el diálogo con los *stakeholders*—al menos los más relevantes—, eligiendo dentro de

toda una amplia cartera de posibles "contratos de gobierno" en función de las circunstancias.

- ✓ Negociación justa. Asignación de la riqueza creada mediante un proceso de negociación con ausencia de fuerza, fraude o manipulación y en el cual los partícipes deberán ser tratados de acuerdo con sus respectivas contribuciones, costes y riesgos, no necesariamente iguales.
- ✓ Equilibrio en la distribución. Cada *stakeholder* debe obtener al menos el reembolso de las inversiones específicas realizadas para generar la riqueza o excedente empresarial.
- ✓ Interiorización de externalidades. Esfuerzo por evitar, compensar o computar los efectos externos negativos sobre terceras partes.
- ✓ Transparencia y rendición de cuentas. Acceso periódico de los partícipes a la información relevante, con garantía de fiabilidad y en el momento oportuno (políticas aplicadas en las relaciones con los *stakeholders* y en la presentación de cuentas; amplitud de las obligaciones; objetivos, principales decisiones adoptadas, sistemas de evaluación y publicación de resultados, etc.), sobre la base de la transparencia y la verificación externa independiente.
- ✓ Compromiso ético y respeto de la diversidad e igualdad de oportunidades. Como complemento a los principios de buen gobierno corporativo asumidos, cada organización empresarial debería dotarse de un código ético general, en el cual, además de las reglas de comportamiento honesto e íntegro habitualmente incluidas en el mismo, se aprecie el valor de la diversidad—en todas sus vertientes—y se garantice la libertad de los diversos *stakeholders* para comunicar sus informaciones acerca de eventuales prácticas ilegales o contrarias a la ética, incluso a través de los órganos de representación en los que participen y sin ver por ello comprometidos sus derechos.
- ✓ Adopción de un código formal de responsabilidad social corporativa. Ha de incluir tanto principios aplicables al respecto como criterios para la elaboración, difusión y verificación de las correspondientes informaciones.

Los grupos de interés relevantes:

- **Grupos de interés, partes interesadas o *stakeholders* (Marco conceptual):**

- Grupos de personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones **y con algún interés legítimo** sobre las mismas.
 - Grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Pueden también identificarse como grupo de interés las generaciones venideras.
- **Partícipes primarios, contractuales o directos:**
 - Efectúan inversiones específicas.
 - Asumen riesgos no diversificables.
 - Y determinan estratégicamente la competitividad a largo plazo.
 - Se distingue entre **internos** (accionistas o propietarios y empleados, incluyendo directivos y no directivos) y **externos** (clientes, proveedores, socios estratégicos o comerciales—**el Marco conceptual alude a "competidores"**—, acreedores financieros—**no parecen figurar expresamente en el Marco conceptual—,...**).
- **Partícipes complementarios, contextuales o indirectos**, dentro de los cuales cabe distinguir entre:
 - **Afectados** por efectos externos positivos o negativos, sin una previa inversión ("apuesta") voluntaria directa (comunidades locales, sociedad y público en general, medio ambiente y generaciones futuras).
 - **Otros interesados** o implicados. Son instituciones o grupos que intentan influir y condicionar el comportamiento de la compañía, probablemente debido a las repercusiones generales del comportamiento de ésta. Ahora bien, no mantienen ningún tipo de inversión voluntaria en ella y ni siquiera se ven directa y personalmente impactados por sus actuaciones, de modo que su interés en influir surge más bien de las ganancias o pérdidas que pueden experimentar los "afectados" por la compañía. Suele ser el caso de las Administraciones públicas, agentes e interlocutores sociales, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación,...
- **Los partícipes relevantes variarán en función de:**
 - La empresa.
 - El tiempo.
 - Su importancia, determinada por variables como la justificación, legitimidad y urgencia de sus demandas.

Elementos de diseño institucional:

- **Gobierno de la empresa y competencia en los mercados.**

- **Visión ampliada del control y la influencia (Grandori, 2004):**
 - Elección contingente y combinada de derechos.
 - Extensión de la “cartera de mecanismos de gobierno”.
- **Diversidad de “contratos de gobierno” en un contexto contingente.**
- **Mecanismos de protección de los partícipes:** *ex ante*, de salida, de supervisión activa (“voz”), de supervisión pasiva,...
- **Proximidad (participación) versus objetividad (mercado de capitales):**
 - Activos físicos menos específicos ⇒ mayor objetividad (Boot y otros, 2005).
 - Pero, entonces... si intangibles más específicos ⇒ mayor participación... (Osterloh y Frey, 2005).
- **Intervención institucional de los partícipes:** podrá darse de maneras distintas, con diversos grados de implicación y exigencia de los principios de responsabilidad social corporativa (*Marco conceptual*).
- **Repaso de algunos mecanismos de gobierno para la participación institucional de los grupos de interés:**
 - Asignación de derechos de propiedad y/o control formales (acciones,...).
 - Presencia directa o indirecta en el consejo de administración.
 - Posibilidad de veto a través de la participación en algún comité de supervisión y control.
 - Capacidad para designar, proponer, recomendar u oponerse al nombramiento de un cierto número de miembros del consejo de administración o de un órgano análogo.
 - Organización de paneles, foros, asambleas u otros canales análogos—en su caso, electrónicos o virtuales—para aplicar procedimientos de información y consulta.
 - Encuestas periódicas para cada empresa y en comparación con el sector o con otras organizaciones similares.
 - Asignación de derechos residuales sobre los ingresos, mediante retribuciones en función del excedente empresarial.
 - Percepción de compensaciones en ciertas circunstancias.
 - Recepción de garantías de calidad y certificados de sostenibilidad medioambiental.
 - Alianzas, proyectos e iniciativas *multistakeholder*.
 - Etc. Son mecanismos complementarios entre sí.
- **Dificultades para adoptar decisiones y oportunismo gerencial en el modelo *stakeholder*:**
 - Similares al modelo financiero.
 - Ventaja de la participación y la supervisión multilaterales.
 - Existencia de técnicas de decisión multiobjetivo.
- **Diseño de nuevos contratos de incentivos para administradores y ejecutivos: un problema abierto.** Sugerencia para aplicar retribuciones variables vinculadas a los resultados alcanzados en cuanto a responsabilidad social corporativa (80% de las empresas incluidas en el índice Dow Jones de sostenibilidad lo hacen ya, según Ricart *et al.*, 2005).

- **Extensión a sus proveedores y socios estratégicos o comerciales de las buenas prácticas en materia de responsabilidad social corporativa.**

Funciones del consejo de administración:

- Responsabilidades estratégicas:
 - Liderar la organización, inspirando confianza y presentando una clara "hoja de ruta" para el futuro.
 - Crear valor a largo plazo y de modo sostenible en términos de riqueza neta total.
 - Evaluar riesgos y oportunidades en el marco de la responsabilidad social corporativa.
 - Favorecer el aprendizaje organizacional.
 - Animar la generación de ventajas competitivas e innovaciones.
 - Mantener un diálogo fluido con los *stakeholders* y favorecer la confianza mutua.
 - Aplicar criterios de equidad, arbitrar entre intereses y reducir los conflictos.
 - Seleccionar a los altos ejecutivos y establecer sus sistemas de retribución o compensación.
 - Cumplir y hacer cumplir las obligaciones legales en materia fiscal, financiera, laboral, seguridad e higiene, igualdad de oportunidades, medio ambiente y regulación de la competencia.
 - Fomentar la buena imagen y reputación de la organización, así como incentivar el comportamiento ético en sus relaciones internas y externas.
 - Evitar los conflictos de intereses y potenciar la transparencia.
 - Aprobar y difundir informaciones económico-financieras, sociales y medioambientales fiables y relevantes.
- Posibilidad de complementar los habituales deberes de lealtad y diligencia de los administradores con algunos deberes orientados hacia la responsabilidad social corporativa.
- Inclusión en el consejo de administración de determinados miembros independientes—en el sentido estricto de externos no representativos de la propiedad accionarial—expertos en responsabilidad social corporativa.
- Creación de una comisión de sostenibilidad o responsabilidad social de la empresa, formada por consejeros independientes expertos en la materia, sin perjuicio de que esta orientación sea asumida por el conjunto del consejo de administración (85% de las empresas incluidas en el índice Dow Jones de sostenibilidad lo han hecho ya, según Ricart *et al.*, 2005).
- Incorporación de la responsabilidad social como criterio a considerar en las propuestas e informes elaborados por la comisión de estrategia e inversiones, junto con la exigencia de buenas prácticas de responsabilidad social a proveedores, contratistas, concesionarios, socios comerciales o estratégicos, etc.

- Eventual organización, con carácter consultivo, de paneles, foros o asambleas para cada uno de los principales grupos de interesados, que, en su caso, cabe englobar en un congreso general, sin olvidar las encuestas. Aquí sería factible encontrar un diseño institucional para dar entrada al diálogo con las organizaciones no gubernamentales (casi el 90% de las empresas incluidas en el índice Dow Jones de sostenibilidad celebran con regularidad reuniones informativas y colaboraciones específicas con sus *stakeholders*, según Ricart *et al.*, 2005).
- Adopción de un "cuadro de mando integral", basado en indicadores económicos, sociales y medioambientales, como instrumento de control estratégico.
- Compromiso de garantizar la elaboración, difusión y verificación de los resultados alcanzados en términos de responsabilidad social corporativa.
- Responsabilidad última en la adhesión y el cumplimiento por toda la organización de las buenas prácticas adoptadas en el campo del gobierno corporativo global y del código ético general de la empresa.
- ¿Debería admitir el Derecho de Sociedades español un **consejo de administración "dual"** voluntario como en Francia o Italia?
- Estas ideas recogen en parte algunas de las recomendaciones que inicialmente (marzo de 2001) figuraban en el Código de Gobierno de la Empresa Sostenible, elaborado por el Foro Empresa y Desarrollo Sostenible (www.foroempresasostenible.com) y que **NO** fueron completamente mantenidas en su versión final (marzo de 2002), tras el debate público. En concreto, proponía que la representación de todas las partes interesadas se lograra por medio de medidas como (*Marco conceptual*):
 - Nombramiento de al menos un consejero independiente experto en el campo de la responsabilidad social.
 - Inclusión en el Consejo de una representación adecuada de los grupos de interés, de forma que su voz tenga suficientes garantías de ser escuchadas.
 - Los miembros del Consejo han de estar concienciados y formados en los aspectos sociales y medioambientales de la actividad empresarial.
 - Creación de una Comisión Delegada compuesta por consejeros externos o directivos expertos en los temas de responsabilidad social, encargada de promover, supervisar y evaluar la implantación de estrategias sociales por la dirección de la empresa.
 - Por otra parte, el funcionamiento del Consejo de Administración tendrá en cuenta los siguientes aspectos:
 - El Consejo se reunirá al menos una vez al año para tratar de forma monográfica los temas relacionados con la responsabilidad social corporativa.
 - En todas las reuniones ordinarias del Consejo se incluirá como tema a tratar los aspectos relativos a la responsabilidad social,

velando para las necesidades de los distintos grupos de interés sean consideradas en la toma de decisiones.

Criterios aplicables en las relaciones con las principales partes interesadas:

DUDA: ¿redactar de nuevo de acuerdo con algunos de los códigos usuales sobre RSE o reproducir completa y literalmente los que ya figuran en el *Marco conceptual* (véase anexo 1)?

Información a las partes interesadas, verificación y certificación:

- **El enfoque teórico.** Distinguir entre:
 - Valor de la empresa para los partícipes.
 - Valor de los partícipes para la empresa (o valor añadido por ellos).
- **Creación de valor para los partícipes:**

Valor de oportunidad de los bienes y servicios vendidos

– Coste de oportunidad de los recursos consumidos

= Riqueza neta total creada

= Riqueza privada (partícipes directos) + riqueza colectiva (partícipes indirectos)

= (Excedente de los consumidores + excedente del productor) + (efectos externos positivos – efectos externos negativos)

= (Excedente de los consumidores + excedente de los accionistas + excedente de los acreedores + excedente de los proveedores + excedente de directivos y trabajadores) + efectos externos netos

- **Creación de valor por los partícipes para la empresa:**

El valor añadido por el partícipe *i* a la empresa *j* será:

$$[(VEA_j / C_{ij}) - (VEA_s / C_{is})] \times C_{ij}$$

Es decir,

[(Valor económico añadido de la empresa *j* / coste partícipe *i* en la empresa *j*) – (valor económico añadido del sector / coste partícipe *i* en el sector)] X coste partícipe *i* para la empresa *j*.

- **La perspectiva práctica:**

DUDA: ¿redactar de nuevo por completo de acuerdo con algunos de los códigos usuales sobre RSE o reproducir al menos una parte de lo que ya figura al respecto en el *Marco conceptual* (véase anexo 2), junto con algunas recomendaciones específicas acerca de la información a los *stakeholders* desde una perspectiva de gobierno corporativo y según figuran en tales códigos?

- **Algunas ideas básicas:**
 - Utilización de indicadores razonablemente correlacionados con la creación o destrucción de valor para los partícipes.
 - Comparar los resultados alcanzados en los indicadores con los correspondientes niveles medios del sector o los logrados por una empresa líder de referencia.
 - Aprobación de un informe anual de responsabilidad social corporativa, de acuerdo con un modelo generalmente aceptado y previo informe de la representación de los trabajadores y, en su caso, de los foros organizados para otros partícipes.
 - Dar prioridad a la verificación externa de ese informe, sin perjuicio de animar el esfuerzo por alcanzar una certificación en materia de responsabilidad social corporativa.

8. Sugerencias finales: los poderes públicos y la responsabilidad social de la empresa

- **Recomendaciones sobre la necesidad de apoyar e incentivar actuaciones y comportamientos socialmente responsables de las empresas.**
 - Cumbre Europea de Lisboa del año 2000: estimular las “prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible”.
 - Agenda Social Europea en la Cumbre de Niza en diciembre de 2000: “apoyar las iniciativas relativas a la responsabilidad social de las empresas y a la gestión del cambio, por medio de una Comunicación de la Comisión”.
 - Libro Verde de la RSE de julio de 2001 (Primera Comunicación de la Comisión): discusión conceptos básicos y características de la RSE.
 - Comunicación de 2002: “la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”.
 - Cumbre Europea de Bruselas de marzo de 2005: las empresas “deben desarrollar su responsabilidad social”.
 - Agenda Social Europea, presentada por la Comisión en febrero de 2005: promoción de la RSE.

- “La Comisión proseguirá fomentando la responsabilidad social de las empresas. Para potenciar la eficacia y la credibilidad de estas prácticas, la Comisión, en cooperación con los Estados miembros y los protagonistas, presentará iniciativas dirigidas a mejorar más aun el desarrollo y la transparencia de la responsabilidad social de la empresas” .
- **Carácter global de la responsabilidad social de las empresas:** no se circunscribe a actividades dentro de un solo país, pues también tienen una dimensión global.
 - Existencia de vacíos legales o legislaciones laxas.
 - Preciso cubrir a través de políticas públicas
 - Iniciativas multilaterales internacionales
 - Políticas de responsabilidad social por parte de las empresas.
- **Los poderes públicos deben facilitar el buen desarrollo del proceso de diálogo entre empresas y partes interesadas de la sociedad.**
- **Los poderes públicos pueden adoptar una posición positiva y activa apoyando el desarrollo responsable de las empresas:**
 - Fomentando inversiones socialmente responsables (productos éticos) como palanca positiva de cambio en este nuevo desarrollo de las empresas.
 - Políticas públicas de promoción e incentivos de la RSE, aplicables a grandes empresas y a PYMEs.
 - Regular y universalizar los aspectos cruciales de la RSE: el informe de las empresas a las partes interesadas y a la sociedad en general y la verificación de dicho informe.
 - Fomento a través de educación y formación, información y apoyo técnico para el desarrollo de la RSE en la sociedad en general, y entre las empresas y sus directivos en particular.
 - Consolidación de la voz de las partes interesadas.
 - Mediación entre éstas y las empresas, a través de la creación de instrumentos de deliberación y concertación.
 - Impulso dentro del Estado, en todas sus actividades económicas, empresas públicas y organismos públicos de las mismas pautas de conducta responsable.
 - Utilizar criterios de la responsabilidad social como guía para toda la normativa administrativa, con el fin de proteger derechos de consumidores, derechos humanos, laborales, medioambientales.

Anexo 1

Criterios para un comportamiento socialmente responsable

Con empleados

- Formación y aprendizaje continuo para todos los niveles de la organización.
- Delegación y trabajo en equipo buscando la motivación de las personas en su desempeño.
- Transparencia y comunicación a todos los niveles.
- Conciliación entre trabajo y familia, por medio de la flexibilidad y horarios razonables.
- Diversidad de la fuerza laboral en la que podrá encontrarse representación de distintos grupos étnicos y sociales: jóvenes y mayores, hombres y mujeres, discapacitados, etc.
- Salarios justos a través de una política de retribuciones coherente y transparente.
- Igualdad de oportunidades y procesos de selección y contratación responsables.
- Participación en beneficios y en el capital por parte de los empleados, que fomenten el compromiso con la gestión y la marcha de la empresa.
- Empleabilidad y perdurabilidad del puesto de trabajo buscando el desarrollo profesional y humano.
- Salud y seguridad en el trabajo como condiciones básicas del puesto, cumpliendo y mejorando las medidas legalmente exigibles.
- Responsabilidad con todos los grupos de interés en procesos de reestructuración.

Con Propietarios-Accionistas

- Retribución del capital por medio del valor de las acciones y una política de dividendos realista y razonable.
- Transparencia de información acerca de la gestión y sus resultados, sin artificios contables que oculten la imagen fiel de la situación de la empresa.
- Inversiones socialmente responsables.

Gestión de los procesos productivos

Los procesos productivos limpios se caracterizan por:

- Reducir el consumo de recursos naturales no renovables (energía eléctrica, agua, etc.) eliminando su despilfarro.
- Reducción de la contaminación y degradación del medio ambiente.

Con clientes, proveedores y competidores

- Una oferta de productos y servicios de calidad, fiables y a precios razonables, diferencia a una empresa, proporcionándole una cartera de clientes satisfechos y altos niveles de fidelidad, además de atraer a nuevos clientes.
- La selección transparente, justa y responsable de proveedores y el establecimiento de unas condiciones comerciales basadas en el beneficio

mutuo, generan relaciones estratégicas de futuro, las cuales se refuerzan a través del establecimiento y cumplimiento por las empresas y su cadena de proveedores de unos estándares de comportamiento socialmente responsable.

- Las colaboraciones y alianzas estratégicas con los competidores resultan más positivas que las a veces encarnizadas luchas por la cuota de mercado, siempre que esto no perjudique los intereses de otras partes interesadas. Las sinergias y ventajas en costes y capacidad de inversión caracterizan a los proyectos abordados conjuntamente por competidores de mercado.

Con la comunidad local

- El empleo, los ingresos por impuestos y la atracción de talento y riqueza son efectos propios de la actividad empresarial sobre su entorno local.

- Preservación del medio ambiente.

- Colaboración con proyectos comunitarios (acción social) por medio de la formación gratuita, contratación de excluidos sociales, mecenazgo, etc.

Con la sociedad en general

- Colaboración directa con organizaciones internacionales que promueven la responsabilidad social de las empresas como por ejemplo: Naciones Unidas con el Pacto Global, Comisión Europea con el Libro Verde y la Comunicación sobre responsabilidad social corporativa o la OCDE con sus directrices sobre comportamiento medioambiental.

- Promoción de la responsabilidad social corporativa a través de las redes empresariales internacionales, especialmente en temas de respeto a los derechos humanos y preservación de medio ambiente.

Anexo 2

Información corporativa y verificación

- La información sobre responsabilidad social corporativa se enmarca en los objetivos de proyección externa, por lo que se orienta a proporcionar datos a terceros sobre el impacto y los aspectos económicos, medioambientales y sociales de la actividad de la empresa, producto de su interacción con los distintos grupos de interés. Dada la triple dimensión de la realidad que se mide, el modelo de información se suele denominar Triple Cuenta de Resultados (*Triple Balance* o *Triple Bottom Line*) o Informe de Sostenibilidad, acepción ésta adoptada por el Global Reporting Initiative.
- La información debe responder a los principios básicos de la responsabilidad social corporativa, por lo que además de promover la transparencia, materialidad y visión amplia de la empresa debe ser verificable. La evaluación de la información por expertos independientes externos es aconsejable para alcanzar mayores cotas de fiabilidad y compromiso.
- La información sobre responsabilidad social debe reflejar adecuadamente la capacidad de la empresa para continuar la actividad desde una perspectiva de sostenibilidad. Un enfoque puramente economicista de la gestión no contribuye al pleno desarrollo de la responsabilidad social de la empresa.
- La información sobre responsabilidad social proporciona indicadores de actuación respecto a los distintos grupos de interés, pudiendo ser ordenados según las tres dimensiones de la sostenibilidad, de forma independiente o interrelacionados. Así mismo se pueden establecer dos niveles de indicadores, aquellos comunes presentes en prácticamente todas las empresas y los que sólo afectan a algunas de ellas.
- El contenido y formato de presentación de la información sobre responsabilidad social corporativa puede variar sustancialmente de una empresa a otra, de ahí los problemas actuales de comparación informativa. La propuesta del GRI sobre la elaboración de una guía generalmente aceptada para la elaboración de memorias de sostenibilidad, pretende resolver estos problemas de comparación y normalización de la información social y ambiental. El GRI propone una memoria de sostenibilidad con cinco apartados:
 - Visión y estrategia respecto a la sostenibilidad
 - Perfil de la organización informante
 - Estructura de gobierno y sistemas de gestión
 - Índice de los indicadores si se encuentran dispersos
 - Indicadores de actuación económica, medioambiental y social
- La estructura de presentación propuesta por el GRI es orientadora ya que la memoria ha de responder a las propias circunstancias de la empresa informante. La guía no pretende, ni debe, ser un formato cerrado como sucede actualmente con las cuentas anuales de la contabilidad financiera.
- La verificación externa de los informes de responsabilidad social corporativa debe realizarse para aumentar la credibilidad de su contenido, así como del comportamiento socialmente responsable descrito. De la misma forma que la

auditoría financiera aporta credibilidad a las cuentas anuales de cara a sus usuarios, la verificación debe hacer lo propio respecto a los grupos de interés.

- La verificación debe ser voluntaria, al igual que es la elaboración de los informes. No obstante, las empresas socialmente responsables tienen que asumir dicha verificación externa como algo necesario.

- El servicio de verificación externa más aceptado es el denominado aseguramiento (*assurance*). En este sentido se han pronunciado la Federación Europea de Expertos Contables (FEE), la guía 2002 Global Reporting Initiative y, recientemente, se ha emitido la norma Accountability AA1000 sobre aseguramiento. El motivo es evitar confusiones con la auditoría tradicional que es un servicio ligado a la información financiera.

- El objetivo del aseguramiento es proporcionar el máximo nivel de fiabilidad posible sobre los datos proporcionados en el informe. No se puede establecer una fiabilidad total, dado lo subjetivo de muchos de los aspectos abordados, así como el enfoque cualitativo de varios de los indicadores suministrados. El grado de fiabilidad se expresará para cada uno de los encargos.

- La labor de aseguramiento debe realizarse por expertos independientes en los que concurren las circunstancias de desarrollar labores de verificación de informes y la de conocer los extremos abordados en los informes de responsabilidad social.

- El encargo de aseguramiento debe dar lugar a un informe final en el que conste, además del objetivo y alcance del trabajo y los criterios de evaluación utilizados, la opinión del experto sobre fiabilidad, seguridad y materialidad del informe.

- La certificación confirma el grado de cumplimiento de una serie de requisitos y especificaciones, una vez realizadas las correspondientes comprobaciones de acuerdo con unos sistemas y metodología específicos. La certificación es un instrumento eficaz para la mejora continua de la gestión.

- Las certificaciones pueden ser de carácter interno y externo, dependiendo de que el agente certificador se encuentre dentro o fuera de las organizaciones certificadas. Tanto la certificación interna como la externa tienen el objetivo de asegurar que las operaciones, sistemas y productos cumplan con determinadas especificaciones.

- Mientras que la certificación se refiere a sistemas de gestión, productos y servicios, la auditoría contable y la verificación se ocupan de la información financiera y sobre responsabilidad social generadas por la empresa.

- Las certificaciones en materia de responsabilidad social corporativa tienen un doble objetivo; de un lado pretenden, a nivel interno, consolidar los sistemas de gestión socialmente responsables con los que cuenta la empresa; de otro, intentan servir de garante frente a terceros del cumplimiento de determinados comportamientos corporativos. Por tanto, su finalidad es formalizar y garantizar las prácticas en materia de responsabilidad social corporativa ante los grupos de interés. Para mantener su valor, han de ser emitidas o supervisadas por un tercero independiente a la empresa.

- Aunque son numerosas las certificaciones en lo que se refiere a la relación de la compañía con un único grupo de interés, como son los casos de la calidad (clientes-consumidores), gestión medioambiental o gestión de la salud y seguridad en el empleo, en los últimos años se han puesto en marcha iniciativas que permiten

certificar de un modo más global la relación de la compañía con todos los sus grupos de interés.

- Las etiquetas certificadoras suelen ser la expresión gráfica, de cara al exterior, del cumplimiento de una serie de requisitos debidamente certificados, más o menos amplios. A diferencia de las certificaciones, las etiquetas juegan generalmente sólo un papel transmisor y son de aplicación a productos más que a sistemas. Las etiquetas sirven como garantía ante terceros de que los productos de una determinada compañía cumplen con ciertas características en materia social y medioambiental.

- Tanto las certificaciones como las etiquetas operan en un contexto en el que lo deseable es alcanzar un estándar comúnmente aceptado para regular ciertas materias relativas a la responsabilidad social corporativa. La gran variedad y dispersión de estándares dificulta enormemente el análisis y comparación de sistemas y productos socialmente responsables.

- Internacionalmente, son numerosas las iniciativas de puesta en marcha de certificaciones o etiquetas en materia de medio ambiente como de responsabilidad social corporativa, que por otra parte, permiten introducir elementos de mejora por un agente externo a la organización, afianzando y consolidando los sistemas de gestión.

- El conocimiento y el grado de implantación de la responsabilidad social corporativa en las empresas van a depender directamente de la divulgación y reconocimiento público otorgados a las mejores prácticas.

- La institucionalización de canales de comunicación de reconocido prestigio, dedicados a valorizar los mejores comportamientos socialmente responsables, se convierte en un objetivo prioritario en cualquier estrategia de impulso a la responsabilidad social corporativa. Tras el correcto gobierno corporativo, el diseño e implantación de una estrategia social, la medición y control de las variables de gestión socialmente responsable, la verificación informativa y la certificación de procesos conforme a los estándares de sostenibilidad, corresponde establecer el diseño y aplicación de una política de comunicación bien enfocada que traslade a la opinión pública los logros conseguidos; al mismo tiempo, corresponde a esta voz pública reconocer la valía de dichos esfuerzos por cauces más apropiados. La divulgación realizada para informar de la aplicación y los resultados de las estrategias de responsabilidad social de la empresa, deberá estar diseñada de forma tal que cubra las expectativas informativas de todos los grupos de interés. En ésta característica se deberán fijar los agentes externos que tengan que juzgar la calidad, objetividad y amplitud de la información suministrada por las organizaciones.

- Las campañas de información al público en general han de cumplir con los requisitos más exigentes de objetividad y diversidad informativa, contemplando diversos soportes para llegar a todas las personas interesadas y al gran público en general. Confección de materiales (memorias, folletos, publicaciones, etc.), campañas de marketing y comunicados de prensa, organización y participación en foros especializados, portales de Internet y otros instrumentos que se estimen oportunos, serán utilizados para una correcta divulgación del comportamiento socialmente responsable de las empresas.

La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa

Sumario

- 1. Introducción**
- 2. Responsabilidad Social Corporativa**
- 3. Responsabilidad Social de la Empresa**
- 4. Responsabilidad Corporativa**
- 5. Responsabilidad Social**
- 6. Desarrollo Sostenible**
- 7. Sostenibilidad**
- 8. El Desarrollo Sostenible y la Sostenibilidad como fin y la Responsabilidad Social Corporativa como medio**
- 9. Informe y Memoria**
- 10. Grupos de Interés y Partes Interesadas**
- 11. Inversión Socialmente Responsable y Fondos Éticos**
- 12. Anexos:**
 - I. Frecuencia de uso de los términos de la RSC a nivel nacional e internacional.**
 - II. La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa en Organismos Internacionales.**

La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa

1. Introducción

La preocupación por la Responsabilidad Social Corporativa es relativamente reciente dentro del pensamiento empresarial. Su introducción en España de la mano de las grandes corporaciones de nuestro país –presentes muchas de ellas también en Hispanoamérica- es aún más cercana en el tiempo. Las empresas pioneras comenzaron a elaborar, rondando el año 2001, sus primeros ‘Informes de Sostenibilidad’ -un aspecto clave en el proceso de información sobre las contribuciones y repercusiones sociales o medioambientales de la actividad de las empresas.

Conforme crecía el interés por la RSC en España, sus términos básicos –de origen anglosajón- fueron traducidos directamente al idioma español con vistas a su aplicación inmediata. Las empresas, por falta de una base académica y de investigación sólida al respecto, se vieron solas en este proceso, propiciándose la aparición de diversas interpretaciones paralelas. Esta confusa situación se mantiene a día de hoy.

El primer requisito para que cualquier proceso de investigación, implantación o desarrollo en grupo sea eficiente es que sus términos estén definidos con claridad, siendo su definición aceptada de forma común. Dejar de establecer con rigor la semántica de una materia puede derivar en mayores problemas según aumenta la complejidad, lastrando su óptimo progreso. La falta de consenso y claridad en el uso del lenguaje –común, técnico o profesional- no puede sino propiciar futuros conflictos conceptuales.

Debemos considerar, dada la creciente importancia de la Responsabilidad Social Corporativa, el problema que implica la dispersión de su lenguaje específico y la falta de un consenso respecto al mismo. La Responsabilidad Social Corporativa es quizá, de entre los grandes temas de la empresa, el que tiene, de forma directa, mayor alcance. Atañe al conjunto de la sociedad que, considerando el proceso de globalización, se debe entender a nivel planetario. El español, como lengua internacional –tercera a nivel mundial por número de hablantes- debe fijar con precisión qué es la Responsabilidad Social Corporativa y qué significan sus principales términos.

La finalidad del Documento, como su propio nombre indica, es el estudio semántico de un grupo de términos frecuentemente utilizados para referirse a distintos aspectos de la Responsabilidad Social Corporativa. No pretende, por tanto, profundizar en los conceptos o ideas conceptuales de cada uno de ellos, los cuales han podido ser tratados anteriormente de forma más extensa en el Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Su objetivo se centra, consecuentemente, en clarificar y precisar el significado de determinados signos lingüísticos utilizados en algunas ocasiones de manera impropia.

El Documento analiza en primer lugar los términos seleccionados estudiándolos en sus acepciones más comunes relacionadas con la materia. De esta forma se analizan los siguientes términos: 1) Responsabilidad Social Corporativa, 2) Responsabilidad Social de la Empresa, 3) Responsabilidad Corporativa, 4) Responsabilidad Social, 5) Desarrollo Sostenible, 6) Sostenibilidad, 7) Informe y Memoria, 8) Grupos de Interés y Partes Interesadas; 9) Inversión Socialmente Responsable y Fondos Éticos.

De forma sistemática se estudian los términos citados aportando: 1) Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 2) Definiciones de los Diccionarios de la Lengua Inglesa Webster y Oxford-, 3) Propuestas del Documento.

Los Anexos I y II ofrecen, respectivamente, tablas de frecuencias sobre la utilización de los términos estudiados en los informes de un grupo de veinticinco empresas españolas y en otro grupo de cuarenta empresas extranjeras, y la traducción al español de los principales términos de la responsabilidad social corporativa realizada por los principales organismos internacionales: Global Reporting Initiative, U.N. Global Compact y la Comisión Europea.

Este Documento sobre Semántica de la RSC, al igual que los emitidos sobre otros temas por AECA, tiene un carácter abierto y dinámico pues admite la incorporación futura de nuevos términos y análisis.

2. Responsabilidad Social Corporativa

Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua

- **Responsabilidad:** 1. Cualidad de responsable. 2. Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible error en cosa o asunto determinado. 3. Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.
- **Responsable:** 1. Obligado a responder de algo o por alguien. 2. Dicho de una persona: Que pone cuidado y atención en lo que hace o decide.
- **Social:** Pertenciente o relativo a la sociedad.
- **Sociedad:** Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.
- **Corporativo:** Pertenciente o relativo a una corporación.
- **Corporación:** 1. Organización compuesta por personas que, como miembros de ella, la gobiernan. 2. Empresa, normalmente de grandes dimensiones, en especial si agrupa a otras menores.

Definiciones del Diccionario Webster de la lengua inglesa.

- **Responsibility:** the quality or state of being responsible as a moral, legal, or mental accountability.
- **Responsible:** able to answer for one's conduct and obligations.
- **Social:** of or relating to human society.
- **Society:** a community, nation, or broad grouping of people having common traditions, institutions and collective activities and interests.
- **Corporate:** formed into an association and endowed by law with the rights and liabilities of an individual
- **Corporation:** a group formed and authorized by law to act as a single person although constituted by one or more persons and legally endowed with various rights and duties including the capacity of succession

Propuesta del Documento

Del estudio semántico de las definiciones españolas anteriores se propone la siguiente integración.

a) Responsabilidad Social Corporativa: 1. Obligación que tiene una corporación (organización de personas) a responder por algo o alguien frente a la sociedad. 2. Cargo u obligación moral relativa a la sociedad que resulta para una corporación del posible yerro en cosa o asunto determinado. 3. Capacidad existente en toda corporación para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente relativo o relevante para la sociedad.

Integrando las definiciones inglesas tendríamos:

b) Responsabilidad Social Corporativa: Capacidad moral, legal, o mental de una corporación (grupo de individuos integrados por ley como unos solo en derechos y deberes) para responder en aquellas áreas de la propia conducta y obligaciones referentes a la *sociedad*.

Esta **capacidad y obligación** de la corporación debe traducirse en un **comportamiento (acción) socialmente responsable**, tangible y evaluable. Es decir, por un lado se encuentra el compromiso, la asunción de responsabilidades, y por otro, el comportamiento, la acción, la forma de llevar a cabo dichos planteamientos. Dos ámbitos, por lo tanto, claramente diferenciados, responsabilidad en el plano del compromiso y mentalización (pensamiento estratégico), y comportamiento en el plano de la acción (sistemas de dirección y gestión).

3. Responsabilidad Social de la Empresa

Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua.

- **Empresa:** Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.
- **Corporación:** 1. Organización compuesta por personas que, como miembros de ella, la gobiernan. 2. Empresa, normalmente de grandes dimensiones, en especial si agrupa a otras menores.

Definición del Diccionario Oxford de la Lengua Inglesa.

- **Enterprise:** a unit of economic organization or activity; *especially* : a business organization.
- **Corporation:** a group formed and authorized by law to act as a single person although constituted by one or more persons and legally endowed with various rights and duties including the capacity of succession.

Propuesta del Documento

A simple vista podría decirse que las definiciones de los diccionarios para el término “corporación” se ajustan mejor a la concepción social de empresa, en tanto en cuanto se hace mención expresa de su composición humana (personas) con capacidades de autogobierno y derechos y obligaciones legalmente reconocidos. El término “empresa”, por su parte, hace mención explícita a una finalidad económica y mercantil de la organización con ánimo de lucro. No obstante, ambos términos describen una misma realidad: conjunto de personas que se organizan en torno a una actividad económica (industrial, mercantil o de prestación de servicios)

con el objetivo de obtener beneficios (lucro). Por tanto, responsabilidad social corporativa y responsabilidad social de la empresa pueden considerarse expresiones y términos sinónimos.

4. Responsabilidad Corporativa

Propuesta del Documento

Si del término Responsabilidad Social Corporativa eliminamos el vocablo “social” el mero análisis semántico nos lleva a las siguientes acepciones:

- a) **Responsabilidad Corporativa:** 1. Obligación que tiene una corporación (organización de personas) a responder por algo o alguien. 2. Cargo u obligación moral que resulta para una corporación del posible yerro en cosa o asunto determinado. 3. Capacidad existente en toda corporación para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente relativo o relevante.
- b) **Responsabilidad Corporativa:** Capacidad moral, legal, o mental de una corporación (grupo de individuos integrados por ley como unos solo en derechos y deberes) para responder de la propia conducta y obligaciones.

Responsabilidad Corporativa haría referencia a un ámbito de responsabilidad más amplio y general que la Responsabilidad Social Corporativa. De ahí se deriva que la inclusión del adjetivo “social” sea necesaria para distinguir o centrarse en un subconjunto de todas las responsabilidades. Recuérdese que un adjetivo es ‘la palabra que acompaña al sustantivo, concordando con él en género y número, para limitar o completar su significado’.

La Responsabilidad Corporativa, por lo tanto, abarcaría la gama más amplia de la actuación empresarial en la que han de considerarse los aspectos financieros, jurídico-procesales y de cualquier otra índole, además de los referidos al ámbito de lo social. Responsabilidades que podrían también referirse a aquellos aspectos específicos que quisieran plantearse de forma prioritaria, como por ejemplo, responsabilidad de maximizar el beneficio o responsabilidad de maximizar el valor para el accionista.

5. Responsabilidad Social

Propuesta del Documento

Al eliminar ahora el vocablo “Corporativa” tenemos:

- a) **Responsabilidad Social:** 1. Obligación de responder por algo o alguien frente a la sociedad. 2. Cargo u obligación moral relativa a la sociedad que resulta para cualquier tipo de organización del posible yerro en cosa o asunto determinado. 3. Capacidad de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente relativo o relevante para la sociedad.
- b) **Responsabilidad Social:** Capacidad moral, legal, o mental para responder en aquellas áreas de la propia conducta y obligaciones referentes a la sociedad.

La responsabilidad social sería aplicable y referida a cualquier tipo de organización, en tanto en cuanto, la acotación del término “corporativa” no existe. Podríamos hablar, por lo tanto, de la responsabilidad social de todo tipo de organizaciones de personas, desde la empresa o corporación a entidades no lucrativas, pasando por las administraciones públicas e instituciones benéficas.

6. Desarrollo Sostenible

Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua.

- . **Desarrollo:** Acción y efecto de progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente las comunidades humanas.
- . **Sostenible:** Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo

Definiciones del Diccionario Oxford de la lengua inglesa.

- **Sustainable:** 1. that can continue or be continued for a long time. 2. involving the use of natural products and energy in a way that does not harm the environment
- **Sustainability:** noun

Propuesta del Documento

Desarrollo sostenible sería, según el análisis semántico de las definiciones dadas, un proceso de largo plazo generador de progreso económico, social, cultural, político y medioambiental para las comunidades humanas. Es decir, un desarrollo polivalente de carácter integral.

De esta acepción tiene su origen la generalmente utilizada concepción de desarrollo sostenible aplicado a la empresa o a lo corporativo, que considera a éste como aquel desarrollo o visión que tiene en cuenta la triple dimensión económica, social y medioambiental.

Una de las acepciones del diccionario inglés, no obstante, centra su atención en el carácter marcadamente medioambiental del término, refiriéndose al uso racional de los recursos naturales que evite el deterioro del medio ambiente.

7. Sostenibilidad

Propuesta del Documento

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española no contiene el término “sostenibilidad”, el cual es de origen anglosajón pero de uso muy extendido a nivel internacional.

Como se ha recogido en el apartado anterior el diccionario Oxford reconoce a sostenibilidad la cualidad de sustantivo del adjetivo “sostenible”.

Podría interpretarse que sostenibilidad como sustantivo expresa la capacidad de ser sostenible y de generar, por tanto, desarrollo sostenible.

8. El Desarrollo Sostenible y la Sostenibilidad’ como fin y la Responsabilidad Social Corporativa como medio.

Es relativamente frecuente escuchar como se utilizan estos tres términos impropriamente de forma sinónima. Quizás la utilización indistinta por las compañías de los términos “sostenibilidad” y “responsabilidad Social Corporativa” para titular sus memorias o informes anuales sobre su comportamiento económico, social y medioambiental (ver Anexo 1) ha generado confusión sobre sus respectivos significados.

Propuesta del Documento

Partiendo de las definiciones citadas en anteriores apartados de este Documento, así como de lo ya reconocido en el Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa (AECA, 2004), cabe deducir que Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad pueden considerarse como una consecuencia de la Responsabilidad Social Corporativa. Es decir, el progreso económico, social, cultural, político y medioambiental para las comunidades humanas (desarrollo sostenible y sostenibilidad) será fácilmente alcanzable a través de la capacidad y el comportamiento socialmente responsable, capaz de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente relativo o relevante para la sociedad (responsabilidad social corporativa).

El desarrollo sostenible y la sostenibilidad son el objetivo y la responsabilidad y el comportamiento socialmente responsables son instrumentos eficaces para alcanzarlo. Una corporación que actúe considerando en todas sus políticas la responsabilidad social obtendrá como resultado un crecimiento y una creación de valor sostenible económica, medioambiental y socialmente. Las empresas actuarían de forma socialmente responsable para contribuir al desarrollo sostenible de tal tipo de actividad, sector, modelo, país...

9. Informe y Memoria

Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua

- **Memoria:** 1.Exposición de hechos, datos o motivos referentes a determinado asunto. 2.Estudio, o disertación escrita, sobre alguna materia. 3.Relación de gastos hechos en una dependencia o negociado, o apuntamiento de otras cosas, como una especie de inventario sin formalidad.
- **Informe:** 1.Descripción, oral o escrita, de las características y circunstancias de un suceso o asunto.

Definición del Diccionario Oxford de la lengua inglesa.

- **Report:** a document written by a group of people who have examined a particular situation or problem.

Propuesta del Documento

A los efectos de dar nombre al documento encargado de recoger los hechos y resultados del comportamiento socialmente responsable de una empresa durante un periodo de tiempo determinado (un año normalmente), Memoria e Informe son perfectamente válidos. Los dos términos hacen referencia a una exposición de datos sobre un asunto en un momento determinado.

Otra cuestión es si detrás de Informe o Memoria se hace referencia a la Sostenibilidad o la Responsabilidad Social Corporativa. Como se ha visto en el apartado anterior se puede hablar del fin (desarrollo sostenible o sostenibilidad) o del medio (responsabilidad social corporativa). La realidad que se quiere describir y medir es la misma pero desde perspectivas diferentes. Quizás se podría matizar, diciendo que aquellas empresas u organizaciones que pongan el foco de su información en la triple dimensión social, económica y medioambiental podrían utilizar la denominación **informe o memoria de sostenibilidad** (modelo Global Reporting Initiative), mientras que aquellas otras organizaciones que se centren en la responsabilidad hacia sus distintos grupos de interés podrían emplear la denominación de **informe o memoria de responsabilidad social corporativa**.

La incorporación de la información medioambiental a los informes de sostenibilidad o responsabilidad social corporativa ha suscitado también un debate sobre la oportunidad de incluir los temas sobre el medio ambiente dentro del ámbito de lo social. La preocupación por el medioambiente es también una preocupación social. El daño al sistema ecológico puede suponer un riesgo para la propia supervivencia de la sociedad. La responsabilidad de respetar la naturaleza y hacer un uso inteligente de los recursos naturales es una responsabilidad social, pues se tiene ante el conjunto de hombres y mujeres que habitan y habitarán –en su sentido más amplio- la Tierra.

10. Grupos de Interés y Partes Interesadas

Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua

- **Grupo:** Conjunto de seres o cosas que forman un conjunto
- **Parte:** Cada una de las personas que contratan entre sí o que tienen participación o interés en un mismo negocio.
- **Interés:** inclinación hacia alguien o algo
- **Interesado:** Que tiene interés en una cosa

Definiciones del Diccionario Oxford de la lengua inglesa.

- **Stakeholder:** a person or company that is involved in a particular organization, project, system, etc., especially because they have invested money in it.

Propuesta del Documento

Si bien la definición inglesa es muy clarificadora en cuanto a la aplicación del término “stakeholder” al ámbito de las organizaciones, del análisis semántico de los distintos vocablos españoles se puede también deducir que grupo de interés y parte interesada hacen referencia a un conjunto de personas que participan y tienen interés en algo (una organización), en términos generales, sin concretar necesariamente en aspectos de tipo económico-financiero. Ambas acepciones serían, por lo tanto equivalentes, utilizables de forma sinónima.

No obstante, atendiendo a algunos matices interpretativos, podría argumentarse que el término ‘**grupos de interés**’ posee una connotación proactiva, en tanto en cuanto ofrece una visión de la empresa gestionando sus relaciones con grupos determinantes identificados. Es decir, el agente principal sería la empresa, que gestiona sus relaciones.

‘**Partes interesadas**’, por otra parte, parece poner el punto de atención sobre aquellos que tienen interés en la empresa y sus actividades e impactos. Esto es, el agente principal son las partes, que demandan a la empresa que cuente con ellas. Este enfoque representa quizás una posición más reactiva por parte de la empresa.

11. Inversión socialmente responsable y Fondos Éticos

Definiciones del Diccionario de la Real Academia de la Lengua

- **Inversión:** Acción o efecto de invertir.

- **Invertir:** Emplear, gastar, colocar un caudal.
- **Fondo de inversión:** El que agrupa los capitales destinados a la inversión de una pluralidad de personas.
- **Ético:** Pertenciente o relativo a la ética.
- **Ética:** Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.
- **Moral:** 1. Pertenciente o relativo a las acciones o caracteres de las personas, desde el punto de vista de la bondad o malicia. 2. Ciencia que trata del bien en general, y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia.

Definiciones del Diccionario Webster de la lengua inglesa.

- **Invest:** to make use of for future benefits or advantages.
- **Fund:** a sum of money or other resources whose principal or interest is set apart for a specific objective.
- **Ethic:** the discipline dealing with what is good and bad and with moral duty and obligation.
- **Ethical:** of or relating to ethic.

Propuesta del Documento

Una propuesta de integración en el plano de la semántica para cada uno de los términos podría ser:

Inversión Socialmente Responsable: Empleo, gasto o colocación de un caudal –hacienda, bienes de cualquier especie, y más comúnmente dinero- según determinados criterios de responsabilidad social, esto es, según una determinada capacidad moral, legal, o mental para responder en lo referente a aquellas áreas de la propia conducta y obligaciones relacionadas con la *sociedad*.

Fondos Éticos: Suma de dinero u otros recursos cuyo principal o intereses son dispuestos para un fin coherente con la Ética, esto es, con la búsqueda del bien en general o determinados aspectos del mismo. Estos fondos éticos suelen ser gestionados por instituciones de inversión colectiva.

La utilización como sinónimos de ambos términos no es infrecuente produciendo la consiguiente confusión. La inversión socialmente responsable representa como se ve un concepto más amplio que puede acoger distintos tipos de inversión y operaciones como, por ejemplo, las llamadas microfinanzas, el capital riesgo social, préstamos o inversión en capital en proyectos de alto impacto social o medioambiental, etc. Es importante considerar, además, que la inversión socialmente responsable está asociada con una actitud del consumidor para dirigir su inversión con una determinada orientación y los fondos éticos son una familia genérica de fondos de inversión que constituyen uno de los instrumentos con los que se practica la inversión socialmente responsable.

La utilización del adjetivo “ético” para diferenciarse del resto de fondos de inversión, indirectamente, representa, para algunos, calificar al resto de fondos de “no éticos”. Para evitar este tipo de interpretaciones se propone cambiar la denominación de dichos fondos éticos por la de Fondos de Inversión Responsable.

Anexo I. Frecuencia de uso de los términos analizados sobre responsabilidad social corporativa

Al objeto de conocer el grado de utilización por las empresas de algunos de los términos analizados en el Documento, la ponencia realizó un estudio (febrero de 2005 con las Memorias e informes de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa de un grupo de empresas españolas, por una parte, y otro grupo de compañías extranjeras, todas relativas al ejercicio 2003.

Algunas de las conclusiones más significativas se recogen a continuación, así como las tablas con todos los datos recogidos.

A) Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa

1. El término ‘Sostenibilidad’ está incluido en el título de 11 de los 25 informes de empresas españolas analizados mientras que Responsabilidad Social Corporativa (RSC) solo está presente en 4. Esto puede deberse a la influencia del nombre de la guía del Global Reporting Initiative (Sustainability Report) la cual es tomada como referencia principal por prácticamente todos los informes. Sin embargo, de los 25 documentos considerados ‘RSC’ se menciona¹ en 16 de ellos, mientras que ‘Sostenibilidad’ solo se encuentra en 14.
2. Por su parte, en el análisis de frecuencias del grupo de empresas extranjeras la palabra ‘Sustainability’ está incluida en el título de 15 de los 32 textos analizados mientras que ‘Corporate Social Responsibility’ está presente en 11. Esto puede deberse también, como en el caso de las empresas españolas, a que el GRI habla de ‘Sustainability Report’. Por otro lado, de los 25 documentos considerados ‘CSR’ se menciona en 21 de ellos, mientras que ‘Sustainability’ se encuentra en 32 –al contrario que en el estudio español, la frecuencia de ‘Sustainability’ es mayor en ambos casos.

B) Grupos de Interés y Partes Interesadas

1. Tras analizar las dos posibles traducciones de 'stakeholders' en las memorias de sostenibilidad de empresas españolas podemos dividir los documentos en tres grupos: a) los que utilizan únicamente el término 'partes interesadas', b) los que utilizan únicamente 'grupos de interés', 3) los que utilizan ambos términos. Dentro de este último conjunto debemos considerar dos subconjuntos, el que incluye las memorias que utilizan indistintamente ambos términos a lo largo del informe, y el subconjunto de memorias que, utilizando ambos términos, solo incorporan 'partes interesadas' dentro de la tabla de indicadores GRI –como en el indicador 'Relación con las partes interesadas'. El término ‘partes interesadas’ aparece con mayor frecuencia relativa dentro del total de documentos analizados –en 17, frente a los 13 en que aparece ‘grupos de interés’.

c) Fondos Éticos e Inversión Socialmente Responsable

1. Pese a que la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* del GRI traduce ‘Social and Ethical Funds’ como Fondos Éticos, de los 24 informes de empresas españolas revisados por el estudio ninguno de ellos contiene el término. Hay cuatro que mencionan la ‘Inversión Socialmente Responsable’ (BBVA, Ferrovial, Caixa Galicia e Iberdrola)

¹ ¿Dónde se menciona RSC? Hemos considerado cualquier aparición del término, ya sea en la carta del presidente de la empresa, en la redacción de cualquier apartado del texto –ver dentro del Anexo los extractos de empresas como ENDESA, o haciendo referencia a un departamento específico dentro de la compañía así identificado –ver Telefónica- o un organismo internacional.

relacionándola con índices de inversión socialmente responsable como el 'Dow Jones Sustainability Indexes' o el 'Portfolio SAM Sustainability Index Fund'.

Por tanto, si tenemos en cuenta la frecuencia relativa de los términos entre las empresas analizadas, podríamos considerar relevante que, en sus memorias, 'Inversión Socialmente Responsable' aparece en 5 ocasiones mientras que 'Fondos Éticos' no está presente en ninguna. En la tabla de empresas internacionales se puede observar como 'Socially Responsible Investment' aparece en 8 ocasiones y 'Ethical Funds' solo en una. A la vista de estas cifras, y dada la relevancia mundial de las empresas analizadas, parece que 'Inversión Socialmente Responsable' termina por imponerse de forma efectiva.

Anexo II. La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa en Organismos Internacionales.

Los organismos internacionales han traducido sus documentos al español de forma diversa. La siguiente es una lista de cómo se han interpretado los principales términos de la RSC.

Global Reporting Initiative

- **Stakeholders: Partes interesadas**
- **Social Responsibility / Corporate Responsibility / Global Responsibility** (no aparece Corporate Social Responsibility en las 2002 Guidelines): **Responsabilidad Social / Corporativa** (pero no Responsabilidad Social Corporativa en las 2002 Guidelines).
- **Corporate Social Responsibility:** En la guía para PYMES 'H5!' del GRI –del 2004, más moderna que las 2002 Guidelines- aparece ya el término **Responsabilidad Social Corporativa** mostrando quizá una evolución a especificar esta área respecto al conjunto de la Responsabilidad Corporativa. Es interesante señalar la definición que de RSC / RC da el GRI:

Responsabilidad Social Corporativa / Responsabilidad Corporativa: Más allá del compromiso fundamental de proveer empleo viable, políticas sociales y creación de riqueza, existen unas expectativas crecientes respecto al papel que deben jugar las compañías dentro de las esferas físicas y sociales donde operan. La **RSC** es un compromiso voluntario y tiene un amplio rango de interpretaciones y significados, desde actividades filantrópicas y apoyo a las comunidades locales hasta proyectos más complejos como contabilizar el impacto total de las operaciones de la compañía en las áreas económicas, sociales y medioambientales a las que afecta.

- **Sustainability Report: Memoria de Sostenibilidad**
- **Social and Ethical Funds: Fondos Éticos**

Pacto Mundial

- **Corporate Citizenship / Corporate Responsibility: Responsabilidad Cívica Corporativa** –este es el término utilizado por el Secretario General de las Naciones Unidas.
- **Stakeholders: Grupos de Interés (Guía del Pacto Mundial: Una forma práctica para entender la visión y los nueve principios).**
- Además los términos sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa pueden encontrarse en sus documentos.

Comisión de la Unión Europea

- **Responsabilidad Social de las Empresas**
- **Responsabilidad Medioambiental**
- **Stakeholders: Partes interesadas** (Libro Blanco de Responsabilidad Ambiental, Libro Verde de Responsabilidad Social de las Empresas, Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible), **Grupos de interés / Grupos de interés público** (Libro Blanco de Responsabilidad Ambiental). La Comisión Europea usa más frecuentemente el término 'partes interesadas'.

De forma general los términos de la RSC se traducen de la siguiente manera:

- **Sustainability: Sostenibilidad**
- **Report: Informe / Memoria**
- **Stakeholders: Grupos de interés / Partes interesadas**
- **Social / Ethical Funds: Inversión Socialmente Responsable**

En la traducción del inglés al español de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (2002) del GRI el traductor añade la siguiente nota:

‘Se ha traducido Report como Memoria, sin embargo hace notar que existen organizaciones que han adoptado el término Informe o Reporte para nombrar al documento siguiendo las directrices de la Guía GRI. El término en lengua inglesa “Sustainability” se ha traducido como “Sostenibilidad”, de igual forma, se hace notar que hay organizaciones que utilizan la palabra “Sustentabilidad”. Ambas decisiones se han adoptado a la luz de los términos adoptados mayoritariamente por las organizaciones informantes que habían remitido sus memorias a GRI en el momento de realización de esta traducción y que se encontraban en la página web de GRI en julio 2003.’

Esto demuestra la falta de criterios lingüísticos con que se han introducido los términos de la Responsabilidad Social Corporativa en el idioma español, y por ello la necesidad de establecer un criterio general para su uso.