



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social  
y Cooperativa, nº 53, noviembre 2005, pp. 261-283**

# **Reflexiones en torno a la Responsabilidad Social de las Empresas, sus políticas de promoción y la economía social**

**Eliseo Fernández Daza**

Universidad de Alicante

*CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*

ISSN: 0213-8093. © 2005 CIRIEC-España

[www.ciriec.es](http://www.ciriec.es)    [www.uv.es/reciriec](http://www.uv.es/reciriec)

# Reflexiones en torno a la Responsabilidad Social de las Empresas, sus políticas de promoción y la economía social

**Eliseo Fernández Daza**

Universidad de Alicante

## RESUMEN

*En los últimos años, podemos observar la importante apuesta que están realizando algunas empresas en su compromiso con los valores del desarrollo sostenible. En este sentido, cada vez son más los que buscan un cambio en el modelo de crecimiento de las empresas que transite del modelo tradicional defendido por aquellos, que como Milton Friedman, consideran que el objetivo fundamental de la empresa es ganar el mayor dinero posible para sus propietarios o accionistas, frente a los defensores de un nuevo modelo de gestión basado en los criterios de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE).*

*En este artículo se analiza el concepto de RSE: sus objetivos, instrumentos, políticas de promoción y estímulos, así como el papel de las empresas de la economía social en este nuevo diseño. Finalmente, se presentan las conclusiones de un estudio que recoge información sobre la percepción de la RSE por parte de los consumidores.*

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad social de las empresas (RSE), Desarrollo sostenible, Consumo responsable, Inversión socialmente responsable, Economía social.

**CLAVES ECONLIT:** F020, K320, L300, M140, O100, Q010.

## **Réflexions sur la Responsabilité Sociale des Entreprises, ses politiques de promotion et sur l'économie sociale**

**RÉSUMÉ:** Au cours de ces dernières années, on a pu observer que certaines entreprises parient énormément sur leur engagement en matière de développement durable. En effet, de plus en plus de gens recherchent un changement dans le modèle de croissance actuel des entreprises. Certains affirment qu'il doit s'opérer en partant du modèle traditionnel (dont les défenseurs pensent, comme Milton Friedman, que l'objectif premier d'une entreprise est le maximum de profit de ses propriétaires et actionnaires). D'autres, en revanche, sont partisans d'un nouveau modèle de gestion basé sur le critère de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE).

Dans cet article on analyse le concept de RSE : ses objectifs, ses outils, ses politiques d'appui et d'incitation, ainsi que le rôle des entreprises de l'économie sociale dans ce nouveau cadre. Enfin, on présente les conclusions d'une étude qui a recueilli des informations sur la perception qu'ont les consommateurs de la Responsabilité Sociale des Entreprises.

**MOTS CLÉ:** Responsabilité sociale des entreprises (RSE), développement durable, consommation responsable, investissement socialement responsable, économie sociale.

## **Thoughts on Corporate Social Responsibility, its Encouragement Policies and Social Economy**

**ABSTRACT:** In recent years, we have observed how some companies have firmly stood by their commitment to sustainable development values. In this respect, there is an increasing interest in bringing about a change in the traditional method of company growth which has been favoured by those who, like Milton Friedman, believe that the main objective of a company is to make as great a profit as possible for its owners or shareholders, in contrast with those who defend a new management model that is based on the principles of Corporate Social Responsibility (CSR)

In this work, we study the concept of CSR: its objectives, tools and promotion and encouragement policies, as well as the role of social economy companies in relation to this new concept within the business world. Finally, we will present the results of a study that provides information about consumer perception of CSR.

**KEY WORDS:** Corporate social responsibilities (CSR), sustainable development, responsible consumption, socially responsible investment, social economy.

## **1.- Consideraciones introductorias**

Actualmente, las empresas que desarrollan su actividad en el ámbito de la economía social se desenvuelven, cada vez más, en un contexto de globalización y en consecuencia, deben adaptar sus diseños estratégicos a esta nueva realidad para ser más competitivas. Nos encontramos, posiblemente, ante un nuevo escenario de reflexión en donde se observa un proceso de transición entre el modelo tradicional de la empresa capitalista, cuyo objetivo básico es crear valor para sus accionistas, hacia otro que procura un modelo de crecimiento basado en el respeto a los pilares básicos del desarrollo sostenible y la generación de valor para las partes interesadas, los Stakeholder.

Este nuevo modelo de gestión empresarial está basado en un concepto que posteriormente se desarrollará como es el de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE). En este orden de ideas, conviene preguntarnos cuál debe ser el papel de las empresas de la economía social que presentan unas características especiales y diferenciadas de las empresas de capitales. El Comité Consultivo de la Comisión Europea de las Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones (CMAF), estableció en 1999 aquellas características específicas para la economía social señalando las siguientes:

- Primacía de las personas y del objeto social sobre el capital; a excepción de las fundaciones, todas son empresas de personas.
- Adhesión voluntaria y abierta y control democrático por sus miembros desde la base.
- Conjunción de los intereses de los miembros, usuarios y/o del interés general.
- Defensa y aplicación del principio de solidaridad y de responsabilidad.
- Autonomía de gestión e independencia de los poderes públicos.
- Aplicación de los excedentes al objeto social mediante su reinversión o distribución según los deseos de sus miembros para la creación de empleo, de actividades de nuevas empresas, retorno sobre los capitales invertidos, servicio a los miembros, actividades socioculturales, etc.

Podemos observar, como las empresas de la economía social son las que con mayor facilidad podrían adaptar su modelo de gestión al de la RSE basado en un modelo de crecimiento respetuoso con los aspectos sociales y medioambientales. La conjunción de los intereses de los miembros, usuarios y/o del interés general así como, la defensa y aplicación del principio de solidaridad y de responsabilidad, avalarían esta tesis.

Por otra parte tal y como señalan los profesores: Barea Tejeiro y Monzón Campos,<sup>1</sup> "Desde 1989, la Comisión Científica del CIRIEC-España impulsó una nueva definición de Economía Social que se

1.- Barea Tejeiro, José y Monzón Campos, José Luis (2002): Informe de síntesis sobre la economía social en España en el año 2000, CIRIEC-España, Valencia, p. 12.

apoyaba en los Principios Cooperativos, en la metodología del Sistema Europeo de Cuentas Económicas Integradas (SEC) y de la Contabilidad Nacional, destacando dos subsectores de la Economía Social: a) **el subsector de mercado o empresarial**, integrado por las empresas con organización democrática (una persona un voto) y con distribución de beneficios no vinculada al capital aportado por el socio y b) **el subsector de no mercado**, que integra a las instituciones privadas sin fines de lucro al servicio de los hogares<sup>27</sup>. La propuesta que defiende es que las empresas adscritas al subsector de mercado o empresarial, deben adaptar sus modelos de gestión a los criterios de la RSE.

Las empresas de la economía social se enfrentan a una dura competencia con las empresas del sector estrictamente capitalista en un ámbito de globalización económica. En este escenario cada vez se escucha con mayor intensidad y nitidez la necesidad de plantear un diseño estratégico que permita no sólo resistir, sino posibilitar un crecimiento sostenible en el tiempo. Las cooperativas de segundo grado y los procesos de fusión pueden ser un instrumento exploratorio válido para enfrentar este desafío, ya que generan unas sinergias muy positivas.

El reto de las empresas de la economía social es el de competir en este nuevo contexto procurando no desvirtuar sus principios e incorporando un nuevo valor añadido que las haga más atractivas.

En los últimos años, nos encontramos inmersos en el debate del desarrollo sostenible en un mundo globalizado. En este orden de ideas, conveniente señalar desde que ámbitos se están formulando propuestas en relación con la sostenibilidad. En mi opinión, podemos establecer tres grandes ámbitos: en primer lugar, los Gobiernos y organismos internacionales. En segundo lugar, los grupos alternativos, ONGs e intelectuales comprometidos con este planteamiento y por último, las empresas que desarrollan su actividad con arreglo a los valores del desarrollo sostenible (DS) ajustando sus modelos de crecimiento a un concepto emergente como es la Responsabilidad Social de las Empresas. Es en este último grupo donde deben sumarse las empresas de la economía social junto con aquellas otras que apuestan por el nuevo modelo de crecimiento.

¿Qué se entiende por DS?, ¿Cuáles son algunas de las propuestas lanzadas por los diferentes grupos de interés? ¿Qué se entiende por RSC, cuáles son sus referencias y que tipo de políticas públicas de estímulo se están proponiendo?, ¿Existen algunos datos sobre el comportamiento de las empresas de la economía social en línea con la RSC?. Estas y otras cuestiones son las que se irán abordando en los siguientes apartados.

## 2.- Desarrollo Sostenible. Algunas propuestas en los diferentes ámbitos

El informe de la Comisión Brundtland señala que el desarrollo sostenible es “aquel que es capaz de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer el derecho de las generaciones futuras de satisfacer las suyas propias”.

La idea fundamental de esta definición es que el diseño de crecimiento y desarrollo debe estar orientado y apoyado en políticas que buscan cumplir aquella máxima que dice: “El planeta no lo hemos heredado de nuestros padres sino que lo hemos tomado prestado de nuestros hijos”.

¿Cuáles son las principales respuestas que se están planteando desde los diferentes ámbitos, para enfrentar el desarrollo sostenible?

**En el primer ámbito**, formado por organismos internacionales y gobiernos, se debate prácticamente, desde la década de los setenta, que el análisis económico debe incorporar el factor medioambiental como un elemento de sostenibilidad en los distintos planes de inversiones: públicos o privados. En este foro, se han estudiado multitud de informes que insta tanto a la iniciativa pública como a la privada a considerar en sus decisiones de inversión, no sólo la rentabilidad económica sino también el factor medioambiental como un elemento que garantiza la sostenibilidad económica. En los últimos treinta años del siglo anterior se han desarrollado múltiples cumbres internacionales como: Conferencia internacional sobre Medio Humano celebrada en Estocolmo e 1972, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo en 1987, la Cumbre de la Tierra celebrada en Rio de Janeiro en 1992, la Cumbre del Clima de Kyoto de 1997, la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas en septiembre de 2000, Monterrey, Johannesburgo...El objetivo principal de cada una de ellas es corregir los grandes desequilibrios que se están produciendo en el planeta en aspectos básicos tales como: la distribución de la renta, alimentación, salud, agua, educación...Del análisis de las diferentes cumbres y sus resultados podemos destacar las escasa voluntad política para el cumplimiento de lo acordado, la falta de unos presupuestos adecuados para cumplir los Objetivos del Milenio y en definitiva, la pérdida de credibilidad a la que se han visto sometidas últimamente algunos organismos internacionales.

**En el segundo ámbito** podemos adscribir a los grupos alternativos, ONGs y algunos intelectuales que como Stiglitz, están comprometidos con otras reglas de la globalización que permitan un desarrollo sostenible. La última referencia la podemos encontrar el Foro de Porto Alegre en donde se presentaron un conjunto de propuestas en distintos ámbitos: económicos, sociales y medioambientales que se centran en la lucha contra el cambio climático, la necesidad de ampliar los compromisos del protocolo de Kyoto (PK), o bien otras solicitando unas reglas para un comercio justo o la aplicación de la tasa Tobin para luchar contra la extrema pobreza.

En el tercer ámbito, nos encontramos con un grupo de empresas, cada vez más numeroso, que apuestan por un modelo de crecimiento compatible y respetuoso con el medio ambiente y los derechos humanos. Las empresas que desarrollan su actividad en el campo de la economía social, pueden y deben sumarse a estos valores, muy en sintonía con sus postulados, ajustando los diseños de gestión empresarial al modelo de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE).

### 3.- La Responsabilidad Social de las Empresas

Considero necesario, en primer lugar, presentar una definición al objeto de situarnos en el plano conceptual y posteriormente expondré una serie de reflexiones que nos permitirán profundizar en los objetivos, instrumentos y políticas de promoción pública de la RSE.

El Club de Excelencia en Sostenibilidad<sup>2</sup> define la RSE como “exigencias ético-sociales y medioambientales inherentes a su actividad que la empresa descubre en su relación con el resto de participantes en la cadena de valor y que incluye, en sus valores corporativos, estrategias y operaciones”.

Este concepto implica un diseño en la gestión empresarial que plantea un esquema de transición del modelo tradicional de gestión empresarial defendido por aquellos que como Milton Friedman consideraban que el objetivo primordial de la empresa era ganar el máximo dinero posible para sus dueños o accionistas, frente a los defensores de un nuevo modelo de gestión empresarial basado en la RSE en donde sus gestores se ocupan en innovar políticas y sistemas de organización que den repuestas a los pilares básicos en los que descansa el desarrollo sostenible: aspectos económicos, sociales y medioambientales. Por tanto, nos encontramos ante el cambio en la concepción de una economía de los accionistas a una economía de las partes interesadas (*shareholder economy versus stakeholder economy*).

Debemos reflexionar sobre un modelo de crecimiento de las empresas sostenible en el tiempo. El objetivo no debe ser únicamente ganar dinero sino mantenernos en el largo plazo. Las empresas que se sujeten a estos principios deben considerar básicamente en sus estrategias dos aspectos fundamentales: el primero, compatibilizar el objetivo beneficio con el de sostenibilidad en el tiempo y un segundo en el que la empresa no sólo debe responder a sus accionistas, sino también los stakeholders: clientes, accionistas e inversores, instituciones financieras, socios estratégicos, empleados, creadores de opinión, administraciones y proveedores ya que todos ellos participan de manera muy activa en el crecimiento y desarrollo de nuestra empresa.

2.- <http://www.clubsostenibilidad.org>

Esta nueva política de gestión empresarial respetuosa con el DS hará que las empresas gocen de una mayor reputación y en consecuencia generarán, como analizaremos posteriormente, un valor añadido para los stakeholders y la propia empresa. Parece conveniente señalar que este comportamiento empresarial, cada vez más, está siendo premiado por consumidores, inversores y entidades financieras; por un lado, a través del mercado de productos con un incremento de ventas como consecuencia del consumo responsable y por otro, mediante el mercado de capitales como consecuencia de sinergias que fomenten inversiones y financiaciones socialmente responsables (IS). En España, las administraciones se empiezan a plantear la necesidad de premiar este comportamiento estableciendo estímulos financieros y de mercado para las empresas que se comprometan con la RSE.

Las referencias más significativas sobre la RSE, las podemos encontrar en múltiples foros y organizaciones internacionales que paso a describir brevemente:

### 3.1. Pacto Mundial

La propuesta partió del Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan ante el World Economic Forum en Davos, el 31 de Enero de 1999. En esta invitación, se instó a los líderes y responsables de las compañías a que se unieran en torno a un gran pacto para llevar a la práctica el compromiso ampliamente compartido de sincronizar la actividad y las necesidades de las empresas con los principios y objetivos de la acción política e institucional de las Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y la propia sociedad civil diseñando estrategias que sean respetuosas en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Todo ello, consiste en una iniciativa que crea una red de empresas, gobiernos, sociedad civil y la propia ONU, donde se comprometen voluntariamente al cumplimiento de nueve principios agrupados en tres grandes áreas:

#### Derechos Humanos:

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente declarados.
2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.

#### Laboral:

3. Apoyar a libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación laboral.
4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.
5. Erradicar el trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación en el empleo y la ocupación.

Medio Ambiente:

7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.
8. Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.
9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de tecnologías respetuosas con el medioambiente.

### 3.2. El Global Reporting Initiative

Es una guía, que permite verificar la aplicación, de aquellas directrices encaminadas al cumplimiento voluntario de los compromisos asociados a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) por parte de las empresas. El objetivo, es informar a la opinión pública mediante las memorias de sostenibilidad, de que las actividades desarrolladas en las empresas analizadas se ajustan razonablemente a un comportamiento respetuoso con el medio ambiente y los derechos humanos. Este instrumento, permite desarrollar unos indicadores ambientales encaminados a verificar prácticas correctas en este campo; por ejemplo: materias primas, consumo de energía, consumo de agua, emisiones de gases efecto invernadero, impactos ambientales, inversiones en tecnologías limpias... Por otra parte, también existen indicadores sociales que pretenden comprobar las prácticas laborales, el respeto a los derechos humanos, las relaciones con la sociedad, la responsabilidad del producto etc.

En este cuadro se presentan indicadores de RSC de la guía 2002 de Global Reporting Initiative que permiten analizar las memorias de sostenibilidad de las empresas y en consecuencia conocer si éstas, se ajustan razonablemente a los criterios RSC en su gestión empresarial.

	<b>Categoría</b>	<b>Aspecto</b>
<b>Económico</b>	Impacto económico directo	Clientes Proveedores Empleados Proveedores de capital Sector público
<b>Medioambiental</b>	Medioambiental	Materiales Energía Agua Biodiversidad Emisiones, efluentes, residuos Proveedores Productos y servicios Cumplimiento Transporte
<b>Social</b>	Prácticas Laborales	Empleo Relaciones laborales Salud y seguridad Formación Diversidad e igualdad
	Derechos Humanos	Estrategia y gestión Libertad de acción No discriminación Trabajo infantil Trabajos forzados Prácticas disciplinarias Derechos de pueblos indígenas
	Sociedad	Comunidad Soborno y corrupción Contribuciones políticas Competición y políticas de precios
	Responsabilidad de productos	Salud y seguridad del cliente Productos y servicios Marketing Privacidad

Fuente: Global Reporting Initiative, *2002 Sustainability Reporting Guidelines*

La Comisión Europea a través del Libro Verde –que posteriormente analizaremos- y en otras comunicaciones fija claramente su postura estableciendo la necesidad y transparencia en el fomento de la RSC en las empresas, invitándolas a adoptar el modelo del Global Reporting Initiative (GRI), y a desarrollar indicadores en esta dirección.

El Pacto Mundial, en su estrategia de fomentar la RSC, aconsejó a aquellas organizaciones que suscribieron el citado acuerdo a utilizar el Modelo GRI y posteriormente un grupo de trabajo de GRI desarrolla una guía dirigida a las empresas multinacionales siguiendo las directrices de los gobiernos que constituyen la OCDE.

Estos dos modelos: GRI y las directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales, son los más importantes en el ámbito internacional para fomentar la RSC.

### 3.3. Líneas Directivas de la OCDE para Empresas Multinacionales

Los objetivos básicamente se centran en una serie de principios y normas de carácter voluntario que buscan un comportamiento responsable de las empresas multinacionales en los campos de los derechos humanos, los postulados de la Organización Internacional del Trabajo o los acuerdos de la Cumbre de la Tierra en 1992 en Río; por otra parte se invita a las citadas empresas a practicar una política de transparencia de sus resultados.

### 3.4. El Libro Verde de la UE

En el caso, de la UE, los principales instrumentos de promoción de la RSC los encontramos en *La Comunicación de la Comisión Europea relativa a la Responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*<sup>3</sup> publicada en julio del año 2002. Por otra parte, el *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*<sup>4</sup>

Los objetivos y planteamientos del Libro verde están en sintonía con el Global Compact de Naciones Unidas, El modelo del Global Reporting Initiative (GRI) y las Líneas Directivas para las Empresas Multinacionales.

El documento pretende que la sociedad en su conjunto y en particular los Stakeholders, puedan obtener información de las empresas que les permita conocer su funcionamiento y basándose en ésta, adoptar medidas de apoyo: mediante el consumo, la inversión o la financiación. En aquellos casos en

3.- Comisión Europea, COM (2002)347 final, 2 de julio de 2002. IPES-ESADE (2002) *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Comunicación de la Comisión (02-07-2002)*, Barcelona: ESADE.

4.- Comisión Europea, COM (2002) 366 final, 18 de julio de 2001. IPES-ESADE (2002) *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Comunicación de la Comisión (02-07-2002)*, Barcelona: ESADE.

los que el comportamiento no se ajuste a unas prácticas acordes con la RSC, los diferentes grupos de interés podrían: no efectuar ninguna medida de apoyo, desinvertir e incluso fomentar campañas de divulgación que contribuyan a castigar la reputación y la imagen de esa empresa. Existen multitud de malas prácticas empresariales que han sido objeto de campañas internacionales de denuncia que han conseguido minar la reputación de esas empresas y el cambio de actitud<sup>5</sup>.

En este orden de ideas, las partes interesadas tratarán de conocer *en el ámbito o la dimensión interna de la empresa*, cuál es la política de la empresa en el área de los recursos humanos, qué tipo de contratación e inserción laboral sigue la empresa, cómo participan los trabajadores en las decisiones y el nivel de información que tienen, qué tipo de formación reciben los empleados, cuáles son las medidas que en materia de seguridad, política de gestión, reciclado y eficiencia energética sigue la empresa.

*En el ámbito o la dimensión externa de la empresa*, las partes interesadas se preguntan sobre la integración y colaboración de la empresa en su entorno local -no olvidemos que las distintas administraciones en muchos casos establecen medidas de apoyo y ayudas a las empresas – del mismo modo, también se reclaman información sobre el nivel de control que tiene la empresa en relación con los proveedores, si son respetuosos con los derechos humanos y el medio ambiente, cuál es el comportamiento y el volumen de subcontratistas etc, y finalmente, solicitan a las empresas que indiquen qué tipo de medidas adoptan en el campo del medio ambiente para disminuir las externalidades negativas que genera en el entorno en donde desarrolla su actividad.

## 4.- Estímulos a la RSC

Cualquier cambio en el diseño estratégico de las empresas, que como en este caso, implica un cambio radical del funcionamiento de un modelo tradicional de gestión empresarial a otro más comprometido y respetuoso con los valores del DS, demanda necesariamente una serie estímulos que favorezcan esa transición. En este sentido, se considera que estos pueden venir de los siguientes grupos de interés:

- 4.1. Las Administraciones, a través de Políticas Públicas
- 4.2. La actuación de los consumidores e inversores.

5.- Werner Klaus y Weiss Hans (2004):*El libro negro de las marcas. El lado oscuro de las empresas globales.* (Barcelona)

## 4.1 Las Administraciones, a través de Políticas Públicas

El informe sobre Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas de 2004 Elaborado por la Fundación Ecología y Desarrollo para la Fundación AVINA, nos señala la importancia de las administraciones públicas en el desarrollo de las siguientes áreas de actuación.

- 4.1.1. La regulación
- 4.1.2. Promoción: cursos, conferencias...
- 4.1.3. Impulso a instituciones o foros permanentes
- 4.1.4. Políticas públicas

### 4.1.1. La regulación

En el caso español, considero que aún estamos en una fase muy inicial, en donde nos movemos entre la recomendación y la aceptación voluntaria de las empresas sin unos sistemas de control externos suficientes. Tenemos pendiente una normativa que regule la RSC que no pudo ver la luz en la legislatura pasada y que al parecer podría aprobarse en esta. Por otra parte, en los últimos años se ha venido trabajando en la elaboración de una Norma de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que ha encontrado enormes resistencias por parte de los empresarios que consideran no estar preparados para asumir una norma de estas características. El Comité Técnico de la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor) ha decidido, recientemente, abandonar este proyecto de norma y sustituirlo por la elaboración de una guía para empresas, aceptando un formato de menor rango que la Norma.

Podemos observar en los distintos foros de discusión, que existe un debate muy polarizado sobre regulación o enfoque voluntario de la RSE. Los partidarios del enfoque voluntario argumentan la bondad de un mercado que premiará, incrementándoles la cuenta de resultados, a aquellas empresas que sean respetuosas con los aspectos sociales y medioambientales en su gestión frente a aquellas otras que no lo sean. Por otra parte, los defensores de la regulación, consideran que no existen suficientes estímulos en los mercados de producto, y trabajo y además, señalan que los incentivos en mercados de capital solo benefician a empresas cotizadas excluyendo a las pymes. Así mismo, entienden que difícilmente el mercado puede premiar conductas de RSE cuando la información que suministran las empresas en muchos casos es incompleta y no está verificada externamente.

Considero, conveniente, como posteriormente detallaré, ir legislando y estableciendo consensuadamente las reglas de juego y los estímulos suficientes para ir ganando voluntades a favor de la RSC.

#### 4.1.2. Promoción: cursos, conferencias

Otro elemento primordial es la difusión y promoción de la RSC, dando a conocer las experiencias que puedan aportar aquellas empresas que han iniciado estos planteamientos y el valor añadido que para los stakeholders pueda generar. En esa difusión es preciso involucrar no solamente a las empresas sino también a la sociedad en su conjunto, desde asociaciones de consumidores, amas de casa y sistema educativo, utilizando todas las potencialidades de la sociedad de la información con la finalidad de primar las buenas prácticas empresariales así como, un código de conducta ético que favorezca la sostenibilidad.

#### 4.1.3. Impulso a instituciones o foros permanentes

En relación con el impulso a instituciones o foros permanentes, debo destacar el Foro Europeo Multistakeholder promovido por la Comisión Europea<sup>6</sup>, cuyos objetivos centrales son: promover la innovación, la transparencia, y la convergencia de las prácticas e instrumentos para la RSE, procurando favorecer:

- El intercambio mediante la experiencia y las mejores prácticas entre los diferentes actores en el ámbito europeo.
- El acercamiento de las iniciativas existentes en toda la UE, estableciendo un enfoque común europeo, como base para el dialogo en foros internacionales y con terceros países.
- La identificación de áreas en las que son necesarias acciones adicionales.

En España, cada vez son más, las organizaciones que están trabajando en el análisis, desarrollo y fomento de medidas relacionadas con la responsabilidad social de las empresas como: El Club de Excelencia en Sostenibilidad, El Foro de Reputación Corporativa, Foro de Empresa y Desarrollo Sostenible, la Comisión de investigación de AECA sobre la responsabilidad social corporativa Cepes (Confederación Española de Economía Social) que agrupa a 25.000 empresas, la patronal CEOE, Setem, Amnistía Internacional, Intermón Oxfam, Economistas sin Fronteras, Ingeniería sin Fronteras, Sindicatos;( CCOO y UGT)...

Recientemente se ha decidido crear a iniciativa del Ministerio de Trabajo y de cara a la elaboración de una futura ley, un foro de expertos en responsabilidad social corporativa que contará entre 25 y 30 participantes, figurando representantes del Pacto Mundial de la ONU en España, el Observatorio de RSE, Intermón Oxfam Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES), Cáritas, ONCE, el Instituto de Empresa Familia, representantes de los ministerios de industria, sanidad y medio ambiente.

6.- Fuente: <http://europa.eu.int/comm/entreprise/csr/forum.htm>

Por último señalar, que el pasado 9 de febrero, quedó formalmente constituida la subcomisión parlamentaria de responsabilidad social corporativa por la que están compareciendo diversas personalidades agrupados por sectores: empresas y sindicatos, organizaciones de la sociedad civil, Administración, entidades especializadas, expertos, y medios de comunicación. El objetivo principal es elaborar un documento que se redactará antes de septiembre que servirá de base para la tramitación parlamentaria de la futura ley de la RSE.

#### 4.1.4. Políticas públicas

En cuanto a las políticas públicas orientadas a establecer una serie de incentivos a la RSC basados en los mercados financieros y de productos, la Comisión Europea y las distintas medidas que desde el ámbito nacional pueden adoptarse las podemos agrupar en tres importantes líneas de actuación.

- a) El consumo
- b) La contratación pública
- c) La inversión

##### a) El consumo

En la actualidad consideramos consumo responsable cuando el demandante de un determinado bien o servicio plantea su elección teniendo en cuenta los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Los ejes del consumo responsable descansan en tres áreas básicamente:

- Los productos ecológicos o verdes, que cada vez son más demandados por los clientes que buscan consumir un tipo de producto respetuoso con el medioambiente
- El comercio justo, limitado básicamente a determinados productos relacionados con el textil y la alimentación. Su oferta en el mercado se realiza a través de cadenas de distribución poco desarrolladas y su objetivo principal es garantizar a los consumidores que en los distintos procesos de elaboración y distribución se ha respetado de forma escrupulosa los derechos humanos y el medioambiente.
- El último instrumento, utilizado en el consumo responsable es la difusión, aprovechando todos los mecanismos de la sociedad de la información para denunciar mediante campañas las malas prácticas y las situaciones de abuso y explotación de algunas empresas. Estas campañas atacan uno de los elementos básicos para la supervivencia de la empresa: Su reputación. En este sentido, campañas como las de la recolección de los frutos para el chocolate de Kraft, Nestlé y otros que utilizan un número considerable de esclavos infantiles en África occidental, o el comportamiento de la Shell en Nigeria cuya campaña de boicot de los consumi-

dores le provocó una caída espectacular de sus ventas o las imputaciones sobre explotación, trabajo infantil, acoso sexual y otras irregularidades en empresas proveedoras de Nike., están produciendo, en muchos casos, el cambio de actitud de las empresas denunciadas.

Las administraciones, a través de sus políticas públicas deben establecer una serie de medidas encaminadas a suministrar información al consumidor sobre el comportamiento de las empresas y el grado de compromiso de éstas con los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Es fundamental dotar al consumidor de instrumentos fiables que le permita adoptar decisiones de consumo responsable. El libro Verde promueve las iniciativas de etiquetado social y ecológico como un elemento que permitiría validar un comportamiento responsable, pero la realidad actual, en muchos casos, genera desconcierto y este nos lleva a mantener una actitud crítica y desconfiada de la información que suministran las empresas. El consumidor detecta muchos puntos débiles en la información que recibe del producto y en consecuencia, esta situación le dificulta el ejercicio de un consumo responsable. Algunas de las conclusiones que el consumidor observa a través de la información que suministra el producto son las siguientes:

- El conjunto de las empresas no están obligadas a seguir las recomendaciones analizadas anteriormente y en consecuencia, sólo algunas organizaciones empresariales se someten de forma voluntaria a estos planteamientos sin garantizar, en muchos ocasiones, mediante controles externos que la información suministrada sobre procesos de producción o ciclos de vida del producto se ajusta razonablemente a los criterios de la RSE.
- Existen demasiados códigos de comportamiento, algunos generalmente aceptados, otros específicos de las empresas. Esta situación dificulta enormemente al consumidor sus decisiones de consumo.
- Muchas empresas elaboran sus propios indicadores y por tanto, es muy difícil establecer el benchmark, que consiste en el análisis comparado de las diferentes empresas.
- Demasiadas etiquetas, alguna homologada por una directiva de la Unión Europea de 1992, como la flor europea-prácticamente inexistente en los productos que se pueden adquirir en el mercado español- y otras particulares de las empresas cuya única garantía es su propia información y en muchas ocasiones, no ha sido verificada por organizaciones externas. Cada vez son más las voces que como la OCU piden que se termine con esta ceremonia de la confusión que tanto dificultan las opciones de un consumo responsable. Se solicita urgentemente, una reglamentación que defina claramente las condiciones a las que debería responder toda etiqueta ecológica, la certificación por parte de un organismo independiente que garantice que aquellos productos que incorporen la etiqueta cumplen con los objetivos diseñados y por último, la eliminación de las etiquetas particulares.

A la vista de las conclusiones analizadas anteriormente, considero que las políticas públicas deben ir homologando y exigiendo en una primera fase la verificación externa de aquellas empresas que se sumen voluntariamente a los postulados de la RSC y posteriormente, a través de la legislación, obligar a aquellas empresas que reúnan determinados requisitos de tamaño, volumen de negocio, empresas cotizadas, a informar a través de las memorias de sostenibilidad. En el resto de empresas, a las que no se les exijan estas obligaciones, deberían crearles incentivos de mercado y financieros suficientes, junto con campañas de difusión pública que las condujera a tomar la decisión.

#### **b) La contratación pública**

Las distintas administraciones deben ser las primeras en dar ejemplo en esta materia. Considero imprescindible, establecer criterios de responsabilidad social corporativa en las compras y adjudicaciones públicas estableciendo cláusulas en sus contratos con terceros en donde se exija el respeto a los derechos humanos y al medio ambiente. Existen varios países en el ámbito de la Unión Europea como Holanda, Bélgica y Francia entre otros, en los que se exige ciertas consideraciones de tipo social y medioambiental a los proveedores o adjudicatarios. En España algunos ministerios como el de Fomento y Medio Ambiente han anunciado algunas medidas para el 2005 en esta dirección

#### **c) La inversión**

La transparencia informativa es un elemento básico a la hora de invertir. En este sentido, es fundamental que se aprueben una serie de medidas legislativas que permitan conocer hasta qué punto los gestores e inversores financieros toman en consideración los aspectos sociales y medioambientales en su toma de decisiones de inversión. Con este planteamiento se pretende fomentar la inversión socialmente responsable (ISR), cuyo objetivo pretende integrar los principios sociales y ambientales en la toma de decisiones. Los antecedentes más inmediatos de la ISR, debemos buscarlos en la época victoriana en Inglaterra donde los fondos de jubilación Quaker prohibían desarrollar inversiones en aquellas empresas que fabricaban armamento y posteriormente en EEUU en 1928 cuando se creó un fondo mutualista que excluía las llamadas "inversiones de pecado" (alcohol, juegos de azar, tabaco). Posteriormente, en los años 50 grupos religiosos como los cuáqueros también decidieron eliminar en sus políticas de inversión aquellas actividades económicas que no se ajustaban a postulados religiosos considerando que además de los sectores anteriormente señalados debían añadir las inversiones en pornografía. En los 70 la guerra de Vietnam genera en determinados grupos de activistas un movimiento de rechazo en aquellas empresas que se dedicaban a la industria armamentística y en consecuencia, sus propuestas consistían en desincentivar la inversión en este tipo de actividades. Por último, citar otro caso que constituyó un elemento de refuerzo de la ISR en la década de los 80 cuando un grupo de inversores de fondos de pensiones públicos norteamericanos decidieron retirar sus inversiones de empresas en Sudáfrica al objeto de presionar contra la política

de apartheid practicada desde el gobierno de ese país. Desde entonces la ISR ha experimentado un crecimiento espectacular tal y como indican los siguientes datos en donde para el caso de EEUU se observa que de cada 8,8 dólares, uno se dirige a ISR:

	<b>AÑO</b>	<b>VALOR EN BILLONES DE DOLARES</b>
<b>ACTIVOS EN ISR EEUU</b>	1984	0,040
	1995	0,64
	1997	1,18
	1999	2,16
	2001	2,32
	2003	2,16

Fuente: Social Investment Forum y elaboración propia.

En los últimos años en Europa, según se desprende del informe “Inversión socialmente responsable”<sup>7</sup>, podemos observar como en las legislaciones de algunos países de nuestro entorno se están aprobando normativas, como en el caso de Inglaterra, que obligan a la transparencia informativa a los gestores de fondos y planes de pensiones indicando en qué medida se tienen en cuenta a la hora de invertir factores de tipo social, medioambiental o ético. El resultado en el caso de Inglaterra en el año 2004 es que aproximadamente el setenta y siete por ciento de los fondos de pensiones británicos se gestionan teniendo en cuenta esos criterios. En los últimos años, podemos observar que el Reino Unido, Suecia, Francia y Bélgica poseen el 63 por ciento de los fondos invertidos en ISR en Europa. La situación contraria la encontraríamos en España, Portugal y Grecia en donde estamos todavía en una posición muy retrasada en relación con lo descrito anteriormente.

Entiendo, que dado que la mayoría de los analistas y gestores prevén que la ISR crecerá en nuestro país así como, en Suecia, Italia y Francia sería preciso fomentar el mercado de la ISR, ya sea minorista –ahorros e inversiones particulares- o mercado Institucional –depósitos de planes de pensiones, aseguradoras y bancos- adoptando medidas de índole fiscal al objeto de estimular su crecimiento. Por último, considero imprescindible que la administración de ejemplo en su política de inversiones o de fondos aplicando estos criterios.

7.- Joan Enric Ricart; Miguel Angel Rodríguez; Pablo Sanchez. Capítulo 6 “Inversión Socialmente Responsable”. Manual de la Empresa Responsable. Edición Especial Cinco Días. Club Excelencia. En Sostenibilidad, 2004

## 4.2. La actuación de los consumidores e inversores

Como hemos podido ver cada vez existen más instrumentos que permiten a los consumidores e inversores enviar señales al mercado sobre cómo deben trabajar las empresas en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. Las cifras de consumo demandando un producto más respetuoso con estos valores así como, las ISR en fondos de pensiones, o bien la inversión en empresas que superan los requerimientos de sostenibilidad y que cotizan en los diferentes índices bursátiles<sup>8</sup>, nos permiten ver el camino hacia donde se dirigen los diferentes Stakeholders en ese proceso de transformación de la empresa tradicional a la empresa sostenible.

Las principales herramientas para intervenir en el mercado, por parte de los consumidores e inversores, son las siguientes:

- El consumo responsable y
- La inversión socialmente responsable

### 4.2.1 El consumo responsable

El poder de decisión de los consumidores es más fuerte de lo que en muchas ocasiones podemos percibir y a pesar de ello, escuchamos con cierta frecuencia que la cuestión de la RSE compete casi en exclusiva a las medidas que puedan o no adoptar las distintas Administraciones. Las decisiones que individualmente adoptamos en relación con el consumo, sumadas a las de millones de consumidores, constituyen la demanda global del mercado. Cada vez, que ejercemos decisiones de consumo estamos apoyando un producto y la forma en la que ha sido fabricado y distribuido. Por tanto, son los consumidores los que deciden si con su dinero apoyan formas de producción respetuosas o no con el medio ambiente y/o los derechos humanos. Como señalaba anteriormente, las cifras de consumo responsable se van incrementando principalmente en los últimos años. Recientemente y a modo de ejemplo, Alcampo facilitaba datos sobre este tipo de consumo en donde podemos observar que ha duplicado las ventas de comercio justo en sus hipermercados durante los dos últimos años, pasando de casi 53.000 euros de ventas en el 2002 a más de 108.000 euros en 2004.

### 4.2.2. La inversión socialmente responsable

En los diferentes estudios y análisis referidos a la ISR, podemos observar una demanda creciente hacia este tipo de inversiones y un mayor apoyo por parte de las instituciones, empresas, Gobiernos y sociedad. Posiblemente, escándalos como los de Parmalat, WorldCom o Enecon, así como, algu-

8.- FTSE4GOOD Index Series, Calvert Social Index, KLD Social Indexes, Domini 400 Social Index, Dow Jones Sustainability Indexes, o Ethibel Sustainability Indexes

nas catástrofes medioambientales generadas por determinadas empresas, han ayudado a desplazar y replantearse ese tipo de inversiones por otras que favorezcan, el buen gobierno corporativo, el medio ambiente, los derechos humanos y otros aspectos relacionados con sostenibilidad. Es imprescindible una mayor transparencia en la información que suministran las empresas a través de su triple cuenta de resultados o las memorias de sostenibilidad para que los inversores puedan ejercer presión con sus decisiones de inversión sobre cual debe ser el comportamiento de las empresas en el mercado. Conviene recordar que los inversores, según se desprende en el informe anteriormente señalado "*Inversión Socialmente Responsable*", evalúan con mayor sensibilidad los temas sociales y medioambientales y fruto de este análisis observamos como en el caso de los fondos de EEUU se produce una exclusión de empresas por su impacto ambiental o por no respetar los derechos humanos. En 1997, estos porcentajes se aproximaban al 37% y 23% respectivamente. En 1999, se produjo un incremento de este porcentaje hasta el 79% en el primer caso y 43% en el segundo.

En la actualidad, no es preciso pagar un precio adicional al apostar por este tipo de inversiones ya que en muchos informes de analistas americanos o europeos se demuestra que no existen diferencias significativas entre las rentabilidades en las inversiones convencionales o las de las ISR e incluso en algunos casos, como señalan (Feldman, Soyka et al; Repetto y Dustin, 2000) se observa mayor rentabilidad en empresas gestionadas con criterios sostenibles ya que, en general, suelen estar mejor gestionadas en su conjunto.

En el ámbito de las empresas del sector mercado de la economía social, se observa un interés creciente, tal y como señala el estudio elaborado por la Facultad de Económicas de Universidad San Pablo-CEU. dirigido por el profesor Ricardo Palomo, en el seno del Grupo de Estudios de Investigación de Economía Social (GEIES) en el cual establecen una muestra de 93 entidades (63 cooperativas y 30 cajas), determinando que en total comercializan 130 productos relacionados directa o indirectamente con la inversión y los créditos responsables o solidarios. Si bien es cierto que muchos de estos productos no responden exactamente a los estándares de ISR o solidaria, sí muestran una tendencia y una concordancia con los objetivos de las ISR.

Una de las autoras del informe y profesora de Márketing e Investigación de Mercado de la Universidad, Carmen Valor, señalaba recientemente, en una entrevista a Europa Press, que la "percepción" de las entidades financieras de la economía social es de que se trata de productos tradicionales en sus operaciones mediante los cuales contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que operan. En el caso de las cooperativas, esta percepción es aún más clara dado que sus productos benefician directamente a los socios.

Las entidades financieras de la economía social, consideran también que su compromiso es mayor que el de la banca tradicional, En concreto, durante la investigación las cajas y cooperativas afirmaron contar con siete fondos de inversión responsable en los que aplican criterios medioambientales y sociales en sus cestas de valores, aunque esto es más bien una "autopercepción".

En opinión de estos investigadores, cada vez más, se valora el comportamiento responsable de los gestores, en línea con las tendencias actuales en torno a la responsabilidad social de la empresa y en concreto con la inversión responsable.

Por último, las cajas y cooperativas coinciden, en sus análisis, con el proceso de evolución favorable hacia estos planteamientos, valorando una mayor oferta de productos acordes a una demanda social sensible a la ISR. Así, en ambos casos, estas entidades valoran en una media de 8 puntos sobre 10 la importancia de la comercialización de estos productos.

En mi opinión, este camino que se inicia hacia unas inversiones socialmente responsables debería ser tenido en cuenta fundamentalmente por las empresas de la economía social, especialmente, Cajas de Ahorro, Cooperativas de Crédito etc. Uno de los objetivos iniciales, para el desarrollo de estos planteamientos, debe ser la valoración, entre sus criterios de concesión de créditos, del respeto a los aspectos sociales o medioambientales de los proyectos objeto de financiación. Recientemente hemos podido ver, en España, un ejemplo en esta dirección con el intento de implantación de la Banca Popolare Ética (BPE) de Italia- referente de la banca ética europea- que en colaboración con la Fundación Inversión Ahorro Responsable (Fiare), tiene como objetivo constituirse en un futuro, en cooperativa de crédito.

En cuanto, a las entidades sin ánimo de lucro, fundaciones y otras, considero que a la hora de realizar sus inversiones, además de tener en cuenta que el Consejo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, aprobó el 20 de noviembre el *Código de conducta de las entidades sin ánimo de lucro para la realización de inversiones temporales*<sup>9</sup>, deberían estudiar y seleccionar adecuadamente las instituciones de inversión colectiva (IIC) socialmente responsables en relación con sus inversiones en Fondos de inversión y planes de pensiones. Se observa con mucho interés como grupos de ONGs<sup>10</sup> están desarrollando procesos de reflexión interna sobre políticas de ISR en sus carteras particulares, pero todavía existe un porcentaje superior al 84% de las organizaciones no gubernamentales y entidades religiosas españolas que no invierten sus fondos aplicando criterios éticos por desconocimiento de este tipo de productos.

9.- Publicado en el BOE núm. 7, de 8 de enero de 2004, 321, p. 408.

10.- Vease el Observatorio de los fondos de inversión éticos, ecológicos y solidarios en España 2002, Barcelona: IPES-ESADE, junio de 2003

## **5.- Valoración de la Responsabilidad Social de la Empresa en España**

En los apartados anteriores hemos analizado conceptos que relacionan el desarrollo sostenible con la responsabilidad social de las empresas, así como la necesidad que desde el ámbito de las empresas del sector mercado de la economía social se produzca una ampliación de sus valores tradicionales a aquellos que interrelacionan en la gestión empresarial los aspectos: económicos, sociales y medioambientales. Parece conveniente, conocer no solamente qué es y cómo se están haciendo las cosas en torno a la RSE sino también debemos saber cómo se perciben por la sociedad en su conjunto. Los destinatarios finales del producto RSE son las partes interesadas en definitiva, los ciudadanos en su doble condición de consumidores y/o inversores.

El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (OBRSE)<sup>11</sup> presentó el 29 de noviembre pasado, en el Círculo de Bellas Artes de Madrid un informe sobre “*La opinión y valoración de los ciudadanos sobre la Responsabilidad Social de la Empresa*”. En este estudio se recoge información sobre los consumidores mediante técnica de muestreo sobre la percepción de la RSE. Fruto de este análisis se obtiene las siguientes conclusiones:

- La sociedad en general, demanda cada vez con mayor intensidad dos cuestiones que considera básicas. En primer lugar, mayor transparencia informativa de las empresas especialmente en aquellas áreas relacionadas con los aspectos sociales y medioambientales y en segundo lugar, requiere una información de mejor calidad y fiabilidad.
- El papel que desarrollan las ONGs como principales fuentes fiables de información y asesoramiento en aspectos relacionados con el consumo responsable y la ISR es valorado muy positivamente.
- Se observa una evolución muy positiva en los últimos años en el conocimiento de conceptos, tales como comercio justo y cultivo ecológico.
- La opinión de los ciudadanos es negativa respecto al comportamiento de la empresa española en relación con los diferentes elementos que conforman la RSE, excepto en los relacionados con los Clientes, Empleados y Derechos Humanos que consiguen el aprobado.
- La opinión generalizada es que las distintas administraciones públicas deben implicarse y promover mediadas y políticas que fomenten la RSE al objeto de garantizar su éxito.

11.- <http://www.obrsc.org/>

## 6.- Conclusiones finales

A lo largo de la comunicación hemos podido conocer el concepto de RSE, así como algunos instrumentos que pueden posibilitar su desarrollo en el caso de España. Hemos podido comprobar, en nuestro país, el retraso que presenta en esta materia y en consecuencia, conviene realizar algunas reflexiones finales a modo de conclusiones y propuestas finales:

1. Con carácter general, podemos observar un importante desconocimiento por parte de los consumidores e inversores sobre conceptos tales como RSE, consumo responsable, inversión socialmente responsable. Por otra parte, vemos que en aquellos casos en donde existe una mayor concienciación para poder ejercer estos postulados, los consumidores o inversores no disponen de la información suficiente y veraz sobre este tipo de productos financieros. En este sentido, sería conveniente, que por parte del gobierno se invitara a firmar un gran pacto por la difusión y promoción de la RSE, en donde el gobierno, los movimientos sociales, empresarios y sindicatos, se comprometieran a apoyar campañas institucionales de difusión y promoción, en los diferentes medios de comunicación, al objeto de que la sociedad en su conjunto pueda, de manera informada, adoptar decisiones de consumo y de inversión responsables que permitan apoyar a aquellas empresas comprometidas con estos valores.
2. Es imprescindible aprobar un marco normativo que permita establecer las reglas de juego, las medidas de fomento y estímulo de la RSE, así como la transparencia informativa y la verificación externa de la misma para aquellas empresas que cumplan determinados requisitos. Existen legislaciones muy interesantes y con resultados probados que podríamos utilizar como base de análisis y adaptación al caso español. Me refiero, en las que como, por ejemplo; el parlamento británico, aprobó el 3 de julio del año 2000, la reforma de Ley de fondos de pensiones, conocida como *The Occupational Pension Schemes Amendment Regulations 1999 –Disclosure Act*. O bien, la legislación sobre inversión ecológica sostenible del Gobierno holandés aprobada en 1995 *De Regeling Groenprojecten*, directiva de proyectos ecológicos que ofrecían ventajas fiscales para aquellos que decidían invertir en proyectos relacionados con energías renovables, agricultura ecológica y construcción de viviendas que cumplieran determinados requisitos de sostenibilidad. Y por último, citar también a modo de ejemplo, los importantes esfuerzos realizados por el Gobierno francés en materia de RSE y de ISR, destacando el Decreto 221/2002, de 20 de febrero, de 2002, que obliga, a empresas cotizadas, a publicar anualmente la memoria de sostenibilidad, que permite conocer los aspectos económicos, sociales y medioambientales de la empresa.

3. Las distintas administraciones deben poner en práctica este nuevo modelo, no solamente promoviendo o legislando, sino también actuando en su ámbito competencial. En este sentido, es muy importante el nuevo código de conducta aprobado por el gobierno central, pero además, es imprescindible que exista un compromiso con la aplicación de los criterios RSE, en sus políticas de contratación o de inversión, por ejemplo; en los casos de contratación pública, en las inversiones realizadas desde el sector público o la política de ayudas y proyectos de cooperación de la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo, se deberían incluir cláusulas a acordes con los criterios señalados anteriormente.

## 7. Bibliografía

BAREA TEJEIRO, José y MONZON CAMPOS, José Luis (2002): *Informe de síntesis sobre la economía social en España en el año 2000*, CIRIEC-España, Valencia.

COMISION EUROPEA (2001): *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Bruselas: COM

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2002): *Sustainability Reporting Guidelines*, Boston: GRI

INSTITUTO PERSONA, EMPRESAS Y SOCIEDAD (2003): *Observatorio de los fondos éticos, económicos y solidarios en España 2002*, ESADE, Barcelona.

INSTITUTO PERSONA, EMPRESAS Y SOCIEDAD (2003): *Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable en España*, ESADE, Barcelona.

LAFUENTE, A y otros (2003): *La Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas*, Fundación Alternativas, Madrid.

ORGANIZACION PARA LA COOPERACION Y EL DESARROLLO ECONOMICO (1999): *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, OECD, Paris.

RICART, Joan Enric; RODRIGUEZ, Miguel Angel y SÁNCHEZ, Pablo (2004): "Inversión Socialmente Responsable". En *Manual de la Empresa Responsable*, Capítulo 6º, Edición Especial Cinco Días

WERNER, Klaus y WEISS, Hans (2004): *El libro negro de las marcas. El lado oscuro de las empresas globales*, Barcelona.