

La responsabilidad social de la empresa y los resultados financieros

LAURA ALBAREDA VIVÓ
ESADE Business School-Universitat Ramon Llull
Institut d'Innovació Social
Departamento de Ciencias Sociales

MARÍA ROSARIO BALAGUER FRANCH
Universitat Jaume I
Departamento de Finanzas y Contabilidad
Campus del Riu Sec

Resumen

En los últimos años, tanto dentro como fuera de Europa, el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) ha adquirido una actualidad extraordinaria como uno de los principales ejes de reflexión sobre el crecimiento y sobre las relaciones entre los ámbitos político, económico y social. Sin embargo, en los distintos países europeos este fenómeno se ha dado con diferente intensidad.

En España el desarrollo de la RSE no ha significado todavía una palanca de cambio relevante en la cultura empresarial y la aplicación real de políticas de RSE es todavía escasa, si nos comparamos con nuestros homólogos europeos. En el artículo que sigue profundizamos en el concepto y alcance de la RSE, la evolución y situación actual de la RSE en nuestro país y la relación de la RSE con los resultados financieros de la empresa, constatando que, como mínimo, una política de RSE no conduce a unos bajos rendimientos financieros.

Palabras clave

Responsabilidad social de la empresa, resultados financieros, stakeholders.

1. Introducción

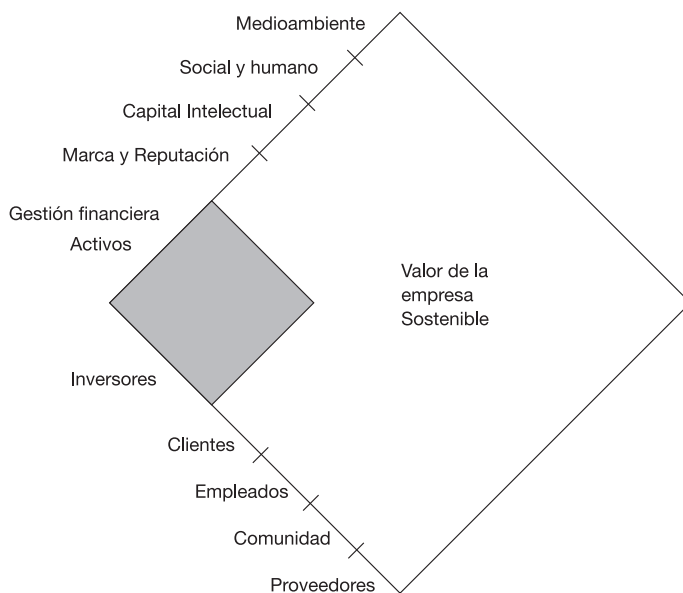
El interés por la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) adquirió una importancia extraordinaria a finales de los noventa del siglo pasado, a raíz de las crisis financieras, especialmente después de la burbuja tecnológica, que acabaron produciendo una crisis de credibilidad en las grandes compañías, desestabilizando la legitimación social de grandes firmas, incluso del propio mercado. En este contexto, se produjo una convergencia intelectual de la cultura norteamericana y británica de relaciones entre la empresa y la sociedad, con un conjunto de exigencias hacia el comportamiento ético y responsable de las empresas, que procedía de muy distintos ámbitos: unas respondían a la demanda de transparencia y honradez en la gestión de las empresas desde la titularidad de accionistas e inversores, otras reivindicaban una concepción ética en la gestión de las empresas y otras respondían a un conjunto de movimientos sociales, como son las ONGs o las organizaciones de consumidores, por citar alguna de ellas. En definitiva, todas proponían la incorporación de la empresa al concepto pleno de ciudadanía. De ello, que en algunas ocasiones, sobretudo en el contexto anglosajón se hable de Ciudadanía Corporativa (*Corporate Citizenship*).

Además, en ese momento se empieza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales, por supuesto también de la empresa, sea lucrativa o no, y desde diferentes organismos internacionales y grupos multisectoriales se impulsa el desarrollo de estándares, códigos de conducta, directrices, normas y otros instrumentos para facilitar la puesta en marcha de prácticas más honestas, de transparencia en la gestión o de respeto al medio ambiente, entre otras.

Así, a la cultura de la RSE se comienza a incorporar progresivamente sucesivos análisis, propuestas y políticas en todo el mundo. Aspectos como la gestión del conocimiento, la economía de la información, la incorporación de los bienes intangibles a la valoración de la empresa, entre otros empiezan a producir un cambio importante en el modelo de gestión empresarial, el cual ha ampliado la visión reducida de la empresa y la encamina hacia un enfoque integrador conducente a construir relaciones sostenibles con la sociedad. Bajo este contexto, son cada vez más las empresas que desean asumir plenamente su RSE, puesto que son más conscientes de que en la economía actual de mercado, la legitimidad y la licencia para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización: clientes, empleados, proveedores, competidores, organizaciones no lucrativas, instituciones financieras (Da-

vis y Blomstrom, 1975; Freeman, 1984, Wood, 1994, Mahoney, 1994), que deben ser tenidos en cuenta si partimos de un concepto amplio y equilibrado de ella. La figura 1 muestra los posibles elementos de incorporación de valor para una empresa y los *stakeholders* que están interesados en analizarlos:

Figura 1: Elementos de valor de una empresa



Fuente: (Lara, 2003)

Así, en pocos años, la RSE se ha convertido en una práctica de elevado interés, puesto que entre otros aspectos, la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus agentes está demostrando la capacidad de crear valor para la propia empresa.

Podemos afirmar que, en la etapa actual el discurso sobre la RSE se integra en la dirección estratégica, a través de la teoría de los *stakeholders*: la empresa debe atender no sólo a los accionistas (*shareholders*), sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendente al logro de los objetivos de la compañía (Freeman, 1988, 1984; Mitroff, 1982).

Partiendo de este marco teórico y conceptual, en este artículo profundizamos en el ámbito y alcance de la RSE. Para ello, en primer lugar, analizamos el concepto de RSE y sus principales características. A continuación, ofrecemos información sobre los diferentes sistemas de medición de la RSE, para seguidamente profundizar en la relación entre la RSE y los resultados financieros. Finalmente, se exponen la evolución y situación actual de la RSE en nuestro país.

2. Concepto y contenidos de la Responsabilidad Social de la Empresa

Desde los primeros intentos de conceptualización de la RSE se han ido ofreciendo diversas definiciones en las que se considera que la empresa ha de ofrecer respuestas a una serie de exigencias que van mas allá de las obligaciones técnicas, económicas y legales, alcanzando así unos beneficios sociales, junto con las ganancias económicas tradicionales (McGuire, 1963; Davis, 1973; Davis y Blomstrom, 1975).

Para definir la RSE, como se entiende hoy, es necesario distinguirla de conceptos con los que anteriormente se conoció y con los todavía se asocia, como son la filantropía o la acción social. Así, el marco teórico y las diversas formas en que se expresa la RSE hoy día deben superar el tema conceptual de forma pragmática, reconociendo que el contenido de la RSE es por su propia naturaleza, dinámico, variable en el tiempo y entre empresas, en función de las expectativas de los stakeholders, y debe extenderse a todos los niveles y ámbitos de gestión y no quedar reducido a las actividades puntuales de un departamento o área de gestión.

El concepto de RSE se puede entender por tanto, desde diferentes corrientes sociales, económicas e incluso políticas. Es un concepto que engloba una amalgama de dimensiones y que se encuentra en continua evolución; quizás porque aborda una multiplicidad de ámbitos. Aunque no existe un consenso sobre la definición del concepto de RSE recogemos a continuación, algunas definiciones más relevantes.

En el Libro Verde de la Unión Europea (2001), la RSE se define como la «integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores» (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). También es definida, en un sentido más amplio, como «un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio».

Por otro lado, organizaciones privadas empresariales como el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible definen la RSE como

«el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.»

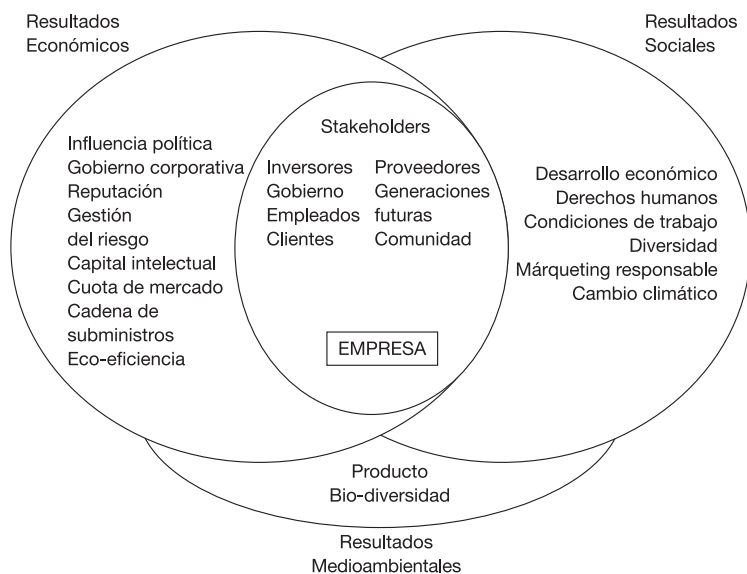
En nuestro país, el Foro de Expertos constituido por el Ministerio de Trabajo en 2005 plantea la siguiente definición: «La RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones».

De las definiciones anteriores se pueden extraer las siguientes características esenciales de la RSE:

- *Voluntariedad*. La opción por incorporar las preocupaciones sociales y medioambientales es voluntaria en el sentido en que no es impuesta legalmente. En este sentido la RSE va más allá de lo exigible legalmente y conviene recordar que el cumplimiento de la letra y el espíritu de la ley es un imperativo básico y el paso previo a cualquier iniciativa de RSE.
- *Integración*. Las iniciativas de RSE se deben integrar en el día a día de la empresa, en todas las áreas y ámbitos de negocios. La RSE no puede ser «algo añadido», puntual, parcial o marginal.
- *Consistencia*. Las iniciativas deben perdurar en el tiempo. La RSE es un cambio de filosofía, de cultura, de hacer las cosas, que se tiene que mantener en el tiempo.
- *Transparencia*. Las organizaciones que optan por asumir sus responsabilidades hacia la sociedad en la que operan deben estar dispuestas a informar de forma diligente y veraz sobre sus acciones y decisiones en aspectos clave para los diversos grupos de stakeholders.

Por tanto, la filosofía de la RSE hay que entenderla como un proceso o camino de integración y de mejora permanente. De integración en el sentido en que las responsabilidades medioambientales y sociales deben influir en las responsabilidades económicas. Cabe subrayar que las áreas de actuación de la RSE son básicamente tres: la económica, la social y la medioambiental y en cada una de ellas se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa. Todas ellas son consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia. No se trata de buscar la complementariedad de las políticas, sino hacer que lo económico adquiera una dimensión social (figura 2):

Figura 2: Mapa de la RSE, Activos y Stakeholders



Fuente: Raynard, i Forstater (2002)

En este marco la empresa debe considerar su relación con todos y cada uno de los partícipes sociales, no debe ignorarse ninguno de los grupos afectados por el comportamiento de la organización, concibiendo a la empresa como una plurirrelación, un sistema social compuesto por una serie de órganos que se interrelacionan entre sí.

Y por otra parte, también hay que entender la RSE como un camino de mejora permanente: la RSE contribuye a mejorar la competitividad de la empresa, mejora la fidelidad de los clientes, la productividad y también los resultados financieros. Todo ello, exige adaptar el modo en que la organización se relaciona con sus grupos de interés, alineando esa preocupación social con la propia estrategia del negocio.

3. Herramientas para la medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

La adopción de prácticas y políticas de RSE es realizada por las empresas con distinta intensidad, ya que, en general la adscripción a los diferen-

tes códigos y estándares es voluntaria. Sin embargo, para asegurar que la empresa es socialmente responsable es necesario traducir los principios de RSE en variables medibles a través de estándares e indicadores, para que después de un proceso de auditoría social se pueda concluir evaluar la empresa desde un punto de vista social y medioambiental.

El proceso que permite determinar si una empresa es socialmente responsable (la auditoría social) pasa por dos fases que, haciendo un paralelismo con las auditorías de calidad, podríamos denominar normalización y certificación:

- La *normalización* consiste en la elaboración, difusión y aplicación de unas normas por las que se establecen unos principios que aseguren la RSE. Estas normas pueden ser generales (si abarcan todas las dimensiones de la RSE) o sectoriales (si se concentran en una dimensión y/o en una industria y la regulan profusamente).
- La *certificación* es el proceso y resultado por el que una agencia independiente garantiza que la empresa está sujeta a la norma o estándar. En el caso de la RSE, la certificación se denomina *social screening* o *social rating*.

El ámbito de la normalización es el más desarrollado hasta la fecha. Se cree que existen más de 225 normas o principios de RSE. Sin embargo, no todas ellas tienen el mismo grado de difusión y notoriedad. En el debate siguiente al lanzamiento en julio de 2001 del *Libro Verde: Promover un marco europeo para el desarrollo de la responsabilidad social de la empresa* se insistía en la necesidad e homogeneizar y reducir el número de propuestas, sintetizándolas en una ISO de carácter universal.

En el ámbito de la certificación también encontramos varias propuestas. Por un lado, algunas de las organizaciones internacionales han previsto un proceso de certificación para reconocer el cumplimiento de su respectiva norma de RSE; es el caso de la ISO 14000 y SA8000, y el proyecto ISO28000, específico de RSE.

Además de las ya enumeradas, en los últimos años han surgido también un gran número de directrices, instrumentos e informes relacionados con la RSE y la sostenibilidad empresarial. Aunque no constituyen instrumentos de *medición* de la RSE propiamente dichos, permiten identificar aspectos a tener en cuenta y cómo implementarlos. Es el caso por ejemplo, del informe «*triple bottom-line*» (TBL). El informe TBL difiere de los informes de RSE en que es un documento formado por la memoria económica, medioambiental y social (Elkington, 1997) llevadas a cabo por la compañía durante el año anterior, mientras que, los informes de RSE son informes cualitativos que recogen información de futuras acciones.

La tabla 1 recoge una relación de las principales normas, sistemas de certificación e instrumentos, que permiten identificar el grado de RSE en la empresa. Al mismo tiempo, se indica la fuente original en la que profundizar y se señala mediante un asterisco si tienen en cuenta los distintos aspectos relativos a las tres dimensiones de la *triple bottom line*.

Tabla 1. Instrumentos de RSE y *triple bottom line*

Instrumento	Aspecto		
	Económico	Social	Ambiental
Códigos de Conducta			
UN Global Compact (www.unglobalcompact.org)	*	*	*
Amnesty International Guidelines (www.amnesty.org.uk)		*	
ETI (www.ethicaltrade.org)		*	
Global Sullivan Principles (www.globalsullivanprinciples.org)		*	
Guía OCDE para multinacionales (www.oecd.org/daf/investment/guidelines)	*	*	
Caux Roundtable (www.cauxroundtable.org)		*	
Código de gobierno de la empresa sostenible (www.iese.edu)		*	*
Informe Aldama (www.cnmv.es)		*	
ECCR/ICCR (www.web.net/~tccr/benchmarks)		*	
Sistemas de Gestión y Certificación			
SA8000 (www.cepaa.org)		*	
ISO9000 / ISO14001 (www.iso.org)			*
EMAS (europa.eu.int/comm/environment/emas)			*

EU Eco-label (europa.eu.int/comm/environment/ecolabel)		*	*
FSC (www.fscoax.org)		*	*
Generación de Información			
GRI (www.gri.org)	*	*	*
Indicadores Ethos (www.ethos.org.br)		*	*
Auditoría y Aseguramiento de la Información			
AA1000S (www.accountability.org.uk)	*	*	*
NEF (www.neweconomics.org)	*	*	*
HRCa (www.humanrightsbusiness.org)		*	
Índices de RSE			
FTSE4 Good (www.ftse4good.com)	*	*	*
Dow Jones Sustainability (www.sustainability-index.com)	*	*	*
Domini Social Index (www.kld.com)	*	*	*
Ethibel Sustainability Index (www.ethibel.org)	*	*	*

Fuente: Muñoz y Fernández (2004)

La utilidad de cada grupo de instrumentos viene determinada en gran medida por sus objetivos intrínsecos. Así, los códigos y normas de conducta sirven de marco al que las corporaciones se adhieren y deciden sus futuras normas de comportamiento en términos de RSE. Estos instrumentos deben ser la base consensuada sobre la que se sustente la RSE de las organizaciones que se adhieren a dichos códigos. Por otra parte, la certificación de diferentes aspectos relacionados con la RSE o la pertenencia a un índice de ISR permite transmitir hacia los posibles grupos de interés el grado de implicación de la organización con la introducción de la RSE en las estrategias de gestión. Finalmente, la auditoría y el aseguramiento de la información permiten perfilar cuáles son los aspectos a tener en cuenta y como implementarlos en el triple balance.

Cabe destacar que hasta la fecha los esfuerzos por medir e informar sobre el impacto de la RSE en la sociedad se han centrado fundamental-

mente en las prácticas medioambientales, mientras que los indicadores de actuación social y económica se encuentran en una fase más temprana de desarrollo, además, es destacable la falta de integración de la información económica con la medioambiental y social.

4. La relación entre la Responsabilidad Social de la Empresa y los resultados financieros

La RSE es un concepto muy amplio, que incluye muchas dimensiones, y que además no se comporta de forma similar en todos los sectores e industrias (Waddock y Graves, 1997). Por ello, las medidas de RSE carecen de un consenso, y su evaluación cuantitativa es extremadamente difícil. Este es uno de los factores más importantes para establecer una relación concluyente entre los resultados financieros y sociales de una empresa.

A pesar de esta dificultad, la mayoría de las investigaciones realizadas al respecto (Feldman, Soyka y Ameer, 1997; Repetto y Dustin, 2000) sostienen que, como mínimo, una política de gestión con criterios RSE no conduce a unos bajos resultados financieros, y dejan entrever la existencia de una relación positiva o en algunos casos neutra entre los resultados sociales y financieros de una empresa.

Dentro de estas investigaciones, cabe señalar las aportaciones realizadas por Roman, Hayibor, y Agle (1999), quienes a partir del trabajo de Griffin y Mahon (1997), profundizan en la relación entre los resultados sociales y los financieros, basándose en standards y consideraciones actuales. Concluyen que del total de 52 estudios analizados, 33 confirman la existencia de una relación positiva entre los resultados sociales y financieros, 14 estudios confirman una relación neutral y únicamente 5 observan una relación negativa entre ambas medidas de evaluación¹. Por tanto, la mayoría de los resultados apoyan la idea de que como mínimo la implantación de una política de RSE no conduce a unos bajos resultados financieros.

Destaca también la investigación de Waddock y Graves (1997), quienes examinan la relación entre el comportamiento social de las empresas y sus resultados financieros, tomando como muestra las empresas incluidas en el *S&P 500*, y obtienen que hay conexiones entre ambas, sugiriendo que las inversiones en mejorar la RSE repercuten de forma positiva en las rela-

1. En estos estudios es necesario puntualizar que la causa de esta relación «negativa» entre la RSE y los resultados financieros se debe al impacto que determinadas acciones «negativas», por ejemplo, prácticas corporativas ilegales, escándalos financieros ejercen sobre el mercado.

ciones con los distintos grupos de interés, mejorando, en último término sus resultados financieros y su rentabilidad.

En este sentido, está la investigación de Vergin y Qoronfleh (1999), quienes tomando como base de su investigación la encuesta que cada año realiza la revista *Fortune*, «Las compañías más admiradas de América» analizan la relación entre reputación de una empresa y su cotización en bolsa. Para valorar la reputación de estas empresas se estudian ocho atributos de las mismas, entre los cuales se encuentran: calidad de la dirección, innovación, capacidad de atraer, formar y retener a personas con talento y el grado de RSE. De acuerdo a este estudio, no se puede considerar la reputación sólo como fruto del éxito económico, ya que estudios sobre el nivel de correlación entre rendimiento económico previo y la reputación subsiguiente demuestran que este nivel de correlación es escaso. Da asimismo a conocer, que la apreciación media en bolsa durante los últimos 13 años de las 10 empresas más admiradas es de un 20,1%, comparado con el 13,1% del *S&P 500* y el -1,9% de las 10 menos admiradas. En opinión de los autores existe una relación causa-efecto entre reputación y rendimiento de las acciones.

También podemos destacar las investigaciones de Mahoney y Roberts (2002), quienes analizan los resultados sociales de las empresas del mercado canadiense. A partir de la valoración de una serie de ítems como son: relaciones con los empleados, prácticas de negocio o prácticas de mejora medioambiental se valora el perfil social de la empresa. Para cada uno de esos ítems se analiza si las empresas poseen «fortalezas» o «debilidades», en total analizan 352 empresas y el período de análisis incluye desde 1997-2000. Del análisis realizado se desprende que existe una relación positiva entre la RSE y el rendimiento financiero.

Es destacable también la investigación llevada a cabo por Simpson y Kohers (2002) quienes analizan la relación entre la RSE y los resultados financieros, en un intento por decidir si hay una relación de causalidad entre ambas. Usando datos del sector bancario, los autores confirman que hay una relación positiva entre la RSE y los rendimientos financieros, pero no son capaces de determinar si una política de RSE conduce a un buen rendimiento financiero o viceversa.

De todas estas investigaciones se desprende por tanto que, invertir en empresas con una política de RSE conlleva a largo plazo un aumento de valor para la empresa y en consecuencia para el accionista. Uno de los argumentos más comunes que se suelen esgrimir para encontrar la causa de esta relación es muy simple: aquellas empresas mejor gestionadas en materia medioambiental y social también están mejor gestionadas en su conjunto. Así, lo expresa un informe de Morgan Stanley y Oekom Research

(2004), que ha comparado una cartera de 187 empresas líderes en materia medioambiental y social del índice MSCI World con otra cartera de 416 empresas convencionales y ha encontrado que desde el año 2000 hasta finales del 2003, la primera cartera ha obtenido una rentabilidad superior en un 23,39%. Igualmente, la cartera de empresas líderes en sostenibilidad obtiene un mejor rendimiento cuando se compara con el MSCI World, exactamente del 6,83%.

Cabe insistir en que la implantación de una política de RSE no debe plantearse como un gasto, sino como una inversión, que se rentabiliza a medio y largo plazo, tanto en tangibles (ahorro luz, agua, proceso de producción,...) e intangibles (una mayor competitividad para la empresa, desde el punto de vista de organización, estructura, motivación del personal, productividad,...). En definitiva, una empresa con una política de RSE siempre será una empresa más competitiva, y una mayor inversión en RSE, repercutirá en un mayor rendimiento económico a medio y largo plazo.

5. La Responsabilidad Social de la Empresa en España

El interés por la RSE en España es relativamente reciente. Siguiendo la experiencia internacional² y el reclamo de una sociedad con mayor preocupación surgen en los últimos quince años experiencias de economía social y solidaria que demuestran que es posible producir y comercializar bienes y servicios de forma sostenible, económica, social y ecológica.

Pero, quizás el mayor interés por la RSE viene ligado en nuestro país al lanzamiento a finales de los noventa de productos financieros éticos (fundamentalmente fondos de inversión socialmente responsables) promovidos por organizaciones sociales que tratan de fomentar el ahorro responsable en España siguiendo el ejemplo internacional. Así mismo, ello coincide en el tiempo con la expansión internacional de la empresa española, que obliga a conocer en profundidad el comportamiento empresarial fuera de nuestras fronteras (especialmente en lo relativo al respeto de los derechos humanos

2. Recordemos algunas iniciativas a nivel internacional, como el Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social (2000) promovido por las Naciones Unidas, las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales (2000), la Declaración Tripartita de la OIT sobre empresas internacionales y política social (1977-2000), la norma AA-1000 realizada en noviembre de 1999 por el *Institute of Social Ethical Accountability* o la SA-8000 promovida por la agencia acreditadora del *Council on Economic Priorities*, están dando muestra de la relevancia que está adquiriendo esta preocupación por proporcionar a consumidores e inversores, y en general a todos los grupos de interés, información sobre responsabilidad social y medioambiental de las empresas en el ámbito internacional.

en los países en vías de desarrollo); sin duda, esto influye en su cotización en los mercados internacionales, donde debe competir con empresas, que ya muestran una preocupación por su comportamiento sostenible y responsable. Si a ello se añaden los escándalos financieros internacionales y nacionales que se conocieron nada más iniciarse el siglo XXI³, los cuales ponen de manifiesto la necesidad de generar unos estándares éticos y sociales para el sector privado a la hora de acometer determinadas inversiones, el resultado es un clima propicio para el desarrollo de la RSE.

Sin embargo, en cuanto al grado de desarrollo del enfoque de RSE en el mundo empresarial, nuestro país se encuentra todavía en niveles de desarrollo incipientes con respecto a países de su entorno. La proliferación de guías, indicadores, observatorios, espacios de reflexión, premios y reconocimientos que han ido surgiendo a lo largo de estos años no se ha visto reflejada plenamente en un cambio en la cultura empresarial.

Probablemente, desde la vertiente empresarial, uno de los aspectos más significativos es el creciente número de memorias sociales y sostenibles, publicadas, sobre todo, entre las grandes empresas en nuestro país. Una buena muestra es que España es uno de los países que destacan por el número de empresas que se han incorporado a los diez principios del Global Compact.

Desde el ámbito institucional, es importante destacar las iniciativas que recientemente se han puesto en marcha, tales como la Ley de Dependencia, la de Igualdad, o el proyecto de Ley de Fondos de Reserva de la Seguridad Social. Una de la más significativas es la creación del Consejo Estatal de RSE, un organismo que nace con vocación de dar continuidad al trabajo del Foro de Expertos en RSE, que inició su andadura en 2005 impulsado por el Ministerio de Trabajo y concluyó su trabajo en julio de 2007. Precisamente, para dar paso a una nueva era nace el Consejo Estatal de RSE, que trabajará como un órgano colegiado, asesor y consultivo del Gobierno, encargado de impulsar y fomentar las políticas sobre esta materia en nuestro país.

Por tanto, la creación del Consejo Estatal de RSE es una iniciativa altamente positiva, puesto que entre otras de sus responsabilidades está el promover y fomentar iniciativas de RSE; colaborar y cooperar con otros Consejos análogos en el ámbito internacional, autonómico o local; y constituirse como Observatorio de la RSE en España. Cabe destacar que, la creación del Consejo de la RSE, es una de las propuestas estrella del Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo. Pero no es la única. También se tratará de mejorar el conocimiento de la RSE por parte de los ciudadanos o

3. Enron, Worldcom y Tyco en EEUU; Crédit Lyonnais, Vivendi, Ahold, Addeco y Parmalat en Europa; Gescartera e Ibercorp en España.

fomentar la utilización del etiquetado de comercio justo, o se propondrá incluir el estudio de los principios de RSE y el desarrollo sostenible en la educación, en especial en la universitaria, y entre los cuadros directivos de las empresas. Además, se apostará por fomentar la inversión socialmente responsable y por incluir la RSE como criterio informativo para la entrega de ayudas públicas.

En este sentido, cabe destacar que, el interés actual parece centrado precisamente en el impulso de medidas y políticas públicas que promuevan la RSE, las cuales podrían incluir la redacción de una Ley de RSE, sobre la cual no existe consenso entre los agentes implicados. En este sentido, en nuestro país, la decisión de crear una ley sobre RSE ha abierto un debate entre entidades que defienden el carácter voluntario de estas cuestiones frente a los actores sociales (sindicatos y organizaciones de la sociedad civil) que exigen que la Administración ponga en orden y determine un proceso de verificación para saber quiénes y cómo se están cumpliendo con estos criterios. No obstante, actualmente más que de una ley genérica de RSE se discute sobre el modelo desarrollado por los gobiernos pioneros hacia propuestas de *soft law* y reformas concretas. Se trata de potenciar el comportamiento socialmente responsable de las empresas a través de reformas de ley o leyes concretas que apoyen a las empresas y los stakeholders en diferentes aspectos importantes como la transparencia de las empresas cotizadas, la inversión socialmente responsable, la ley de pensiones, el consumo socialmente responsable, el gobierno corporativo, la gestión del riesgo o la compra pública. En este sentido, sí es necesario desarrollar herramientas (llámese política, recomendación o directriz) que permitan como mínimo asegurar los aspectos clave de la RSE (tales como transparencia o gobierno corporativo, entre otros) y dar a conocer el impacto positivo de la RSE en la empresa y la sociedad.

Sin embargo, a pesar de todas estas iniciativas, no podemos olvidar que la RSE es todavía un proceso incipiente en nuestro país, que dista mucho de otros países. Uno de los retos más inmediatos en nuestro país es interiorizar la RSE, darla a conocer a la sociedad, a las empresas y a los stakeholders y gestionar el diálogo entre los diferentes agentes implicados (empresas, sindicatos, administraciones públicas, ONGs) de tal manera que las empresas tomen la iniciativa, pasando de acciones aisladas de carácter filantrópico a la verdadera integración en la estrategia de la empresa de las demandas sociales y ambientales de las partes interesadas en sus actividades de negocio. En todo este proceso es fundamental y decisivo el papel de las administraciones como agentes supervisores, estableciendo sistemas que garanticen la implantación real de las políticas y el cumplimiento de la regulación definida en el ámbito de la RSE. Ha llegado el momento de operar con madurez, desde el conjunto

de todos los *stakeholders*, empezar a dialogar sobre aspectos y proyectos concretos que nos permiten avanzar colectivamente en cada uno de los múltiples aspectos que se integran dentro de la RSE (los aspectos sociales, medioambientales y económicos), si queremos que la RSE sea algo más que una moda o burbuja mediática en nuestro país.

Bibliografía

- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, COM (2001) 366 final.
- DAVIS, K. (1973): «The case for and against business assumption of social responsibility», *Academy of Management Journal*, vol.16, nº2, pp.312-322.
- DAVIS, K.; BLOMSTROM, R. (1975): *Business and Society. Environment and Responsibility*, McGraw Hill Series in Management, Third Edition, New York.
- ELKINGTON, J. (1997): *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Oxford, Capstone.
- FELDMAN, S.J.; SOYKA, P. A.; AMEER, P.G. (1997): «Does Improving A Firm's Environmental Management System and Environmental Performance Result in a Higher Stock Price?», *The Journal of Investing*, vol.6, nº4, pp.87-97.
- FREEMAN, R. (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman/Ballinger (Harper Collins).
- FREEMAN, R.; GILBERT, JR. (1988): *Corporate Strategy and the Search for Ethics*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall.
- GRIFFIN, J.; MAHON, J. (1997): «The corporate social performance and corporate financial performance debate», *Business & Society*, vol.36, nº1, pp.5-27.
- LARA (2003): «I Euro-Encuentro sobre Responsabilidad Social de las Empresas», Documento de Trabajo, Abril, Valencia.
- MAHONEY, J. (1994): «The Ethics of Advertising and Sponsorship», in Drummond J. and Bain B (eds), *Managing Business Ethics*, Butterworth-Heinemann Ltd, Oxford, pp. 125-133.
- MAHONEY, L.; ROBERTS, R. (2002): «Corporate Social and Environmental Performance and their Relation to Financial Performance and Institutional Ownership: Empirical Evidence on Canadian Firms», School of Accounting University of Central Florida. <<http://www.accounting.rutgers.edu>>.

- MCGUIRE, J. (1963): *Business and Society*, New York, McGraw-Hill Book Company.
- MITROFF, I.; MASON, R. (1982): «On the structure of dialectical reasoning in the social and policy sciences», *Theory and Decision*, vol.14, nº4, pp.470-489.
- MORGAN STANLEY Private Management; Oekom Research (2004): *Sustainability as a style of investment offering double dividends* <http://www.oekom-research.com/ag/Performance_Study.pdf>.
- MUÑOZ, M.J.; FERNÁNDEZ, M.A. (2004): «La triple cuenta de resultados como herramienta de sostenibilidad», *Sociedad Cooperativa: Revista de la Economía Social*, nº8, Septiembre, pp.29-34.
- RAYNARD, P.; FORSTATER, M. (2002): «Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries», United Nations Industrial Development Organization, Vienna <<http://www.unido.org/userfiles/BethkeK/csr.pdf>>.
- REPETTO, R.; DUSTIN, D. (2000): «Pure Profit: The Financial Implications of Environmental Performance», World Resources Institute, Washington
- ROMAN, R.; HAYIBOR, S.; Agle, B.R. (1999): «The relationship between social and financial performance», *Business & Society*, vol.38, nº1, pp.109-117.
- SIMPSON, W.G.; KOHERS, T. (2002): «The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry», *Journal of Business Ethics*, January, vol.35, nº2, pp.97-109.
- VERGIN, R.C.; QORONFLEH, M.W. (1999): «La reputación de una empresa y su cotización en bolsa», *Harvard Deusto Business Review*, vol.91, Julio-Agosto, pp.62-70.
- WADDOCK, S.A.; GRAVES, S.B. (1997a): «The corporate social performance-financial performance link», *Strategic Management Journal*, vol.18, nº4, pp.303-319.
- WADDOCK, S.A.; GRAVES, S.B. (1997b): «Finding the Link Between Stakeholder Relations and Quality of Management», *The Journal of Investing*, vol.6, nº4, pp.20-24.
- WOOD, D. J. (1994): *Business and Society*, 2nd ed. New York: Harper Collins.