

LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA
Fomentar un marco europeo
para la responsabilidad social
de las empresas



COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN
relativa a
la responsabilidad social de las empresas:
una contribución empresarial
al desarrollo sostenible



LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA
Fomentar un marco europeo
para la responsabilidad social
de las empresas



COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN
relativa a
la responsabilidad social de las empresas:
una contribución empresarial
al desarrollo sostenible



Únicamente se considera auténtica
la legislación de la Comunidad Europea publicada
en las ediciones impresas en el *Diario Oficial de la Comunidades Europeas*.
<http://europa.eu.int/eur-lex/es/information/faq.html>

ESADE

IPES

Instituto Persona, Empresa y Sociedad

Impresión: Estudió – Barcelona
Noviembre 2002

Depósito legal: B-45151-2002

Presentación

La responsabilidad social de las empresas (RSE) se ha convertido en una cuestión muy importante en el mundo empresarial. Cada vez son más las empresas que adoptan los códigos de conducta de RSE y llevan a cabo actividades y prácticas de RSE.

En lo que a la Unión Europea (UE) se refiere, su compromiso a favor de la RSE fue ratificado en el Consejo Europeo de Lisboa de marzo de 2000. En dicha cumbre, los jefes de estado y de gobierno de la UE hicieron un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas.

Mediante el comportamiento socialmente responsable, las empresas pueden desempeñar un papel esencial para favorecer que la UE avance hacia a su objetivo de mayor crecimiento económico, competitividad, justicia social y desarrollo sostenido.

La publicación, por parte de la Comisión Europea, del Libro verde sobre RSE en julio de 2001 suscitó un amplio debate sobre la manera en que la UE puede fomentar la RSE no sólo dentro de sus fronteras sino también a escala internacional. La comunicación sobre "La responsabilidad social de las empresas. Una contribución empresarial al desarrollo sostenible", aprobada recientemente, es una consecuencia del Libro verde y presenta la estrategia de la UE para fomentar la RSE en todas las áreas de actividad.

En este contexto, me congratulo por los esfuerzos realizados por ESADE para promover la RSE en España. La presente publicación de ESADE, que promueve el debate sobre la responsabilidad social de las empresas en España, debería considerarse una valiosa contribución a la discusión general sobre la RSE.

Dominique Bé

Responsable del desarrollo de la política europea sobre responsabilidad social de la empresa de la Comisión Europea

La responsabilidad social: un reto de innovación para las empresas, una oportunidad para el desarrollo de la riqueza ética de las naciones

¿Qué sentido tiene, desde la perspectiva de ESADE, publicar estos documentos de la Comisión? Creemos que el tema que se plantea, la responsabilidad social de las empresas (RSE), es una oportunidad que nuestro país no puede permitirse el lujo de ignorar porque nos jugamos no tan sólo nuestro desarrollo económico sino también nuestro capital social. Así lo ha entendido, por ejemplo, la presidencia danesa, al organizar diversas conferencias europeas sobre el tema. Porque el debate y la reflexión sobre la RSE no constituye únicamente un asunto interno corporativo. Es también un debate sobre la sociedad que queremos construir y, si me apuran, un debate sobre la contribución de las empresas a esta construcción.

Durante los últimos meses hemos asistido a una proliferación de entrevistas, artículos y debates a propósito o a partir de los espectáculos de Enron, WorldCom, etc. Siempre que he tenido ocasión de participar en alguno de ellos, he repetido machaconamente una opinión: creo que estamos equivocándonos, y no acertamos con la perspectiva adecuada. No niego que deban explorarse todas las modificaciones legales que sean convenientes, aunque aprecio una fijación (a veces obsesiva) en las supuestas virtudes intrínsecas de la regulación, que podría ser digna de mejor causa. No digamos ya cuando se trata de exhibir algunas jeremiadas estremecidas ante la crisis de valores y la falta de ética, cuyo suministro en dosis masivas parecería (tanto a los crédulos como a los cínicos) capaz de solventar el problema. ¿Qué problema, por cierto?

Se ha dicho que Enron ha sido el 11 de septiembre del mundo empresarial. Aceptemos la metáfora sin discutirla y saquemos algunas consecuencias (y aclaremos, de paso, que nos referimos a Nueva York, pues ha habido otros 11 de septiembre en el mundo que tampoco conviene olvidar). También se ha dicho que sólo podremos entender el mundo tras el 11 de septiembre si somos capaces de entender el mundo del 10 de septiembre. Y que, tras el 11 de septiembre, de lo que se trata no es de constatar y afirmar que el mundo ha cambiado, sino de plantear que el mundo ha de cambiar. No debemos, pues, olvidar Enron¹ aunque sea porque no podemos hurtarnos a su enorme poder simbólico. Pero nos equivocáramos si pensáramos a *partir* de Enron o *contra* Enron.

El desafío es pensar no sobre lo que queremos evitar sino sobre lo que queremos construir. O, por utilizar la terminología del *Libro verde*, en lo que queremos fomentar. Y, además, cuando se trata de la

1. Por cierto, recomiendo fervientemente leer el documento de Enron sobre sus valores corporativos y sobre su responsabilidad social. El texto pone de manifiesto que sus autores realizaron un trabajo intachable profesionalmente hablando... ¿o no?

RSE, quizá haya que dedicar ya menos energías a hablar (o a predicar, o a convencer...) del *qué*, y empezar a concentrarnos en el *cómo*.

No voy ni a resumir ni a glosar lo que dicen el *Libro verde* y la Comunicación de la Comisión. Quienes les dediquen algo de su tiempo ya lo harán por su cuenta. Quisiera, sin embargo, señalar que, en mi opinión, el debate sobre estos documentos puede plantearse en tres ámbitos:

- La *agenda*: el conjunto de actuaciones, de prácticas, de propuestas, etc., que se incluyen en ella. Es decir, qué podemos hacer, en qué hay que trabajar, y sobre qué es preciso pensar e investigar.
- La *comprensión*: qué se entiende, en definitiva, por RSE y por toda la constelación de términos que la acompañan, y cómo se concibe el papel que juega la empresa en la sociedad. Es decir, qué pensamos, qué modelo de empresa proponemos y por qué.
- La *visión*: cuando hablamos de RSE, en qué proyecto social la enmarcamos y en qué perspectiva nos situamos. Es decir, desde dónde hablamos y hacia dónde queremos dirigirnos.

Creo que el *Libro verde* ha conseguido en buena medida lo que pretendía: abrir el debate; un debate en el que a veces la cuestión de la regulación ha tenido un papel exagerado a la hora de fijar las diversas posiciones. En definitiva, parafraseando los títulos de los dos documentos que presentamos, de lo que se trata es de ser capaces de construir un marco de comprensión que nos permita plantear la contribución empresarial al desarrollo sostenible.

Creo que en nuestro país tenemos pendiente *la recepción* de estas cuestiones. Con ello no quiero decir que nadie se las haya planteado, por supuesto. Muchos lo han hecho, y muchos están trabajando en ello, algunos desde hace tiempo. Lo que tenemos pendiente es propiciar el debate abierto, tanto en ámbitos sectoriales como ante la opinión pública. Lo que tenemos pendiente es subrayar y reconocer las experiencias positivas innovadoras que se generan desde el mundo de la empresa. Lo que tenemos pendiente es adaptar una posible agenda de la RSE a nuestra realidad empresarial y nacional. ¿O quizá lo que tenemos pendiente es una cierta falta de visión?

La RSE: una oportunidad para la innovación empresarial

Es verdad que, en los últimos años, la cuestión de la responsabilidad social ha ocupado un espacio progresivamente relevante en el análisis de las prácticas empresariales. Pero, a menudo, cuando se habla de responsabilidad social de las empresas, se hace desde una perspectiva dualista. Se trata de una perspectiva que opone la dimensión económica de la empresa ("los resultados") a la dimensión social ("la responsabilidad"). Esta perspectiva es compatible con un gran interés por la responsabilidad social, pero siempre como algo añadido y, quizás, complementario de lo que sería la actividad empresarial propiamente dicha. Creo, por cierto, que este dualismo explica una concesión ideológica ante la que, para mi sorpresa, el mundo empresarial no suele reaccionar: la de dar por supuesto que la dimensión económica (la propia viabilidad empresarial) no forma parte intrínseca de sus responsabilidades sociales. Por supuesto, no es ajena a esta concesión el sonrojo, la irritación y la indignación que producen algunos comportamientos empresariales socialmente irresponsables que se perpetran en nombre de supuestas exigencias económicas, sin más.²

En cualquier caso, creo que superar este dualismo es una exigencia y una necesidad. Y lo es porque de lo que se trata hoy es de pensar la responsabilidad en términos de interdependencia. La responsabilidad corporativa no se reduce hoy a las consecuencias de lo que las empresas hacen, sino que se refiere a la manera como las empresas se sitúan y actúan en el seno de la red de relaciones en las que están inscritas. Redes locales, nacionales e internacionales. La RSE, en definitiva, se refleja en los valores y criterios que orientan a las empresas en todas sus relaciones. No afecta a la periferia sino al núcleo de su actividad.

Esto supone que debemos superar una división implícita del trabajo según la cual cada institución (empresa, gobierno, ONG, tercer sector...) tiene en exclusiva un tipo de responsabilidades y puede permitirse ignorar el resto. Hoy la realidad de un mundo interdependiente nos dice que las responsabilidades son compartidas; que no debemos reducirnos a hablar enfáticamente de *mis* responsabilidades, sino que debemos aprender a hablar de *nuestras* responsabilidades, a condición de que cada cual lo haga hablando *desde su propia* responsabilidad. De ahí, dicho sea de paso, que cada día descubramos nuevas formas de partenariatado o colaboración entre organizaciones e instituciones que hasta hace pocos años sólo sabían verse mutuamente como adversarias, rivales, competidoras o, simplemente, como obstáculos.

2. Y, por cierto, quizá esto último podría explicar también la ausencia clamorosa de una voz, la sindical, en este debate sobre la RSE.

Una ética de la co-responsabilidad nos pide un alto grado de innovación social. Se trata de hablar no sólo de las consecuencias de lo que hacemos sino también de lo que queremos hacer y de lo que queremos contribuir a construir. La innovación empresarial³ que se requiere hoy no se refiere tan sólo a tecnologías, productos, servicios o procesos. También debemos aprender a innovar en términos institucionales, y en lo que se refiere a valores y actitudes. Esto incluye la capacidad empresarial para dialogar con los actores y los grupos sociales. Y también la capacidad para generar un mensaje y unas prácticas que legitimen a la empresa ante los diversos actores sociales.

Se ha dicho gráficamente que a las empresas no sólo les interesa ser "elegibles" por los inversores. En la sociedad del conocimiento, en la que atraer el talento resulta crucial, también deben ser "elegibles" como espacios profesionales y valoradas como lugares donde resulta gratificante, en todos los sentidos, trabajar. Y también deben ser "elegibles" como vecinos. Una empresa no puede operar a largo plazo de espaldas a la comunidad en la que está situada, o ignorar las expectativas de ésta. Entre otras cosas porque, más allá de los requisitos legales, la comunidad continuamente redefine en términos sociales y culturales la "autorización" para la actuación de las empresas. Por ello, creo que en el futuro inmediato no hablaremos sólo de responsabilidad social sino también de construcción de las relaciones sociales.

Construir relaciones sociales. Esto significa, dicho sea de paso, que todos los actores implicados, y no sólo las empresas, deben aprender a relacionarse entre sí desde esta perspectiva. Sería un grosero error suponer que solamente estamos hablando de cambios empresariales. Sólo podemos empezar a hablar de RSE si también empezamos a hablar de la responsabilidad social de las ONG y de las administraciones públicas. Ha pasado el tiempo de la "mili" obligatoria y, por lo tanto, han acabado los tiempos en los que a algunos actores sociales se les supone el valor –o los valores– por principio. Asumir criterios y prácticas como la transparencia y la *accountability*, por ejemplo, es algo que vale para todas las organizaciones

No me cabe duda de que el discurso sobre la RSE puede generar reticencias. Reticencias justificadas porque, en algunos casos, la demanda empresarial de ética se reduce a una mera voluntad cosmética, y muchos discursos sobre ética empresarial son poco más que una reencarnación de Lampedusa a la búsqueda de los cambios que permitan que todo siga igual.

3. He desarrollado con más detalle esta perspectiva en LOZANO, J. M. (2002): *La empresa ciudadana: un reto de innovación*. Barcelona: ESADE.

Pero, precisamente por este motivo, necesitamos no sólo una agenda y unas prácticas sino también visión. Visión económica y social. Visión de país. Sin visión, nos perderemos en la discusión de las mil y una situaciones contradictorias con las que podemos encontrarnos cada día. Los documentos de la Comisión no dejan de referirse, como punto de partida, al famoso texto de la cumbre de Lisboa, según el cual se trata de "convertir a la Unión Europea en 2010 en la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social". Lo que me parece fundamental es lo siguiente: sólo podremos incorporar a nuestro debate económico, político y social la cuestión de la RSE si no olvidamos nunca que no podremos resolver esta cuestión sin plantearnos simultáneamente en qué país queremos convertirnos.

¿En qué país queremos convertirnos? Compartir apasionadamente esta pregunta es lo que debería permitirnos contextualizar las divergencias y las diferencias que cuestiones como las referidas a la RSE generan inevitablemente. Sin una visión compartida, la reflexión pública –y, por cierto, también la corporativa– sobre la RSE se reduce a mero resultado pragmático de la correlación de fuerzas y del juego de intereses, efervescencia ocasional de la retórica y la persuasión, o escenario de un conflicto –no siempre incruento– de convicciones.

En qué país queremos convertirnos... y qué formas de vida identifican nuestro lugar en el mundo como país. La RSE es, o puede ser, una de las contribuciones del mundo empresarial no ya a la definición de estas cuestiones sino su contestación de la única manera razonable: en forma de proyecto. Porque –digámoslo de una vez– no estamos afirmando que las empresas dejen de serlo, y pasen a emanar aromas de ONG o a realizar funciones gubernamentales. La RSE no plantea que las empresas dejen de ser empresas, sino que se planteen qué tipo de empresas quieren ser para estar a la altura de nuestro tiempo.

No podemos permitirnos el lujo de que la RSE sea la gran oportunidad perdida del liderazgo⁴ empresarial en nuestro país. Deberíamos analizar por qué tan a menudo la agenda y el discurso sobre la RSE se construyen desde fuera, y a veces incluso contra el mundo empresarial. Quizá ha llegado el momento de plantear abiertamente que la RSE es hoy una de las grandes oportunidades de innovación, diferenciación y legitimación que tienen las empresas ante sí.

4. Pese a las resistencias o a la polémica que a menudo el término genera, lo uso deliberadamente a lo largo de este texto porque creo, con Heifetz, que "el término liderazgo implica nuestra imagen de nosotros mismos y nuestros códigos morales". Ambas implicaciones son precisamente las que se sitúan en el centro de la cuestión. (HEIFETZ, R. A. (1997): Liderazgo sin respuestas fáciles. Barcelona: Paidós).

Consiguientemente, creo que nos lo jugamos todo en torno a dos cuestiones. En primer lugar, proyecto. Proyecto de empresa y proyecto de país. En segundo lugar, reflexión abierta. Incorporar la RSE a los grandes temas de la agenda pública de nuestro país. En contra de lo que suelen objetar los cosmopolitas de aeropuerto, esto no es una forma de localismo deleznable. Seamos breves, y vayamos al eslogan: no sólo hay que pensar globalmente y actuar localmente. Es simultáneamente verdadero y necesario pensar localmente y actuar globalmente. Sólo con proyecto y con visión las agendas concretas relativas a la RSE (agendas propias y específicas de cada empresa) se convierten en lo que realmente son: una oportunidad para el aprendizaje.⁵

Y sólo con proyecto y con visión puede entenderse que aquí, como en todo, no jugamos a la simplicidad del blanco o negro sino que disponemos de toda la escala cromática. Entre otras cosas, porque son más importantes los procesos que cualquier fijación en un momento concreto. Sólo con proyecto y con visión podremos entender que es inevitable una cierta gradación en lo que se refiere a las formas en las que se plantea la RSE. Tan importante es saber dónde está cada cual en un momento dado como hacia dónde se orienta. En este sentido, podemos señalar cinco perfiles corporativos⁶ en lo que atañe a la comprensión y a la asunción de la RSE:

- Un perfil *legalista*. En él la pregunta por la RSE se plantea en relación con la normativa vigente y su cumplimiento, en todos los ámbitos (pensemos en cuestiones como los impuestos, la seguridad en el trabajo, los derechos laborales, los derechos de los consumidores, las regulaciones medioambientales...)⁷
- Un perfil *instrumental*. En él la pregunta por la RSE remite a una inteligente gestión del riesgo y, consiguientemente, de la reputación. Es una forma de egoísmo ilustrado en la que se asume la RSE si –y sólo si– previene conflictos o mejora las relaciones con los diversos *stakeholders*.
- Un perfil *sectorial o funcional*. En él la pregunta sobre la RSE se plantea como una área corporativa de creciente importancia, pero sin relación directa o necesaria con el núcleo del negocio de la empre-

5. Por poner sólo un ejemplo, véase el Global Compact Learning Forum.

6. Me arriesgo a aventurar esta propuesta porque hay una sintomática coincidencia en proponer una secuencia de este tipo, aunque diverjan los nombres. Dos ejemplos recientes: SWIFT, T.; ZADEK, S. (2002): *Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations*. London: TCC & Accountability. "What Are the Responsibilities of Business to Society?" en PETTIGREW, A.; THOMAS, H.; WHITTINGTON, R. (2001): *Handbook of Strategy and Management*. London: SAGE.

7. Siempre se discute si este nivel que, en definitiva, se refiere al cumplimiento de la ley debe incluirse o darse por supuesto. En función de lo que hemos visto, mejor no darlo por supuesto, digo yo.

sa, y en la que se buscan beneficios inmediatos, y prioritariamente para la empresa (ciertas aproximaciones al patrocinio y al mecenazgo, una visión estrecha de la acción social de la empresa...).

- Un perfil *estratégico*. En él la pregunta por la RSE es un componente esencial de la estrategia corporativa y se disemina en todos los ámbitos de la empresa: desde el gobierno hasta el desarrollo de productos; desde la comunicación y la rendición de cuentas a las relaciones de partenariado; desde la formación a los sistemas de retribución.
- Un perfil de *identidad, innovación y diferenciación*. En él la pregunta por la RSE incluye un componente de visión, compromiso y liderazgo social, que es coherente con los propios valores corporativos (que no tan sólo se formulan y reelaboran, sino que sustentan e impregnan las políticas de la empresa), y que en cuestiones que se relacionan con dichos valores la empresa se involucra en vínculos a largo plazo con otros actores sociales.

Evidentemente, estos perfiles no están separados por una línea clara y distinta, y en muchos casos concretos puede darse una cierta superposición. Es cierto que podemos encontrar determinados instrumentos de gestión o algunas prácticas corporativas en cada uno de los perfiles. Pero, en cualquier caso, la diferencia fundamental de cada perfil no es meramente de contenido sino que cada uno de ellos responde a maneras distintas de combinar lo que he denominado los tres componentes básicos de toda aproximación a la RSE: agenda, comprensión y visión.

La RSE: una oportunidad para el desarrollo de la riqueza ética de las naciones

¿Por qué no cerrar la cuestión con lo planteado en el apartado anterior? O, en otras palabras, ¿por qué no considerar este debate como un asunto interno del mundo empresarial aunque le reconozcamos una evidente repercusión social? En definitiva, y dado que estamos presentando estos documentos de la Comisión, ¿tiene sentido un discurso sobre la RSE desde las instituciones políticas? Mi respuesta es claramente afirmativa. Una afirmación, por cierto, que toma como coordenadas de referencia lo que a mi modo de ver son dos palabras clave que aparecen en los subtítulos de la propuesta de la Comisión: *favorecer* (desde la perspectiva de las instituciones políticas) y *contribución* (desde el mundo empresarial).⁸

8. Me atrevo a apuntar que quizás la RSE sea el cambio empresarial correspondiente al cambio político que se requiere en paralelo, y que mi colega y decano de ESADE - Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, Xavier Mendoza, denomina el paso del Estado del Bienestar al Estado Relacional.

En último término, mi respuesta es afirmativa porque estoy cada vez más convencido de que la RSE es un componente esencial en el desarrollo de lo que el profesor Donaldson ha denominado "la riqueza ética de las naciones".⁹ Asumo dicha formulación porque expresa gráficamente una perspectiva que comparto. Hacia ella convergen Fukuyama cuando se refiere a la generación de confianza en la economía, o Putnam cuando habla de la importancia del capital social para el buen funcionamiento de la democracia. La cuestión de fondo que aquí se plantea es que la viabilidad económica y política de una sociedad no es posible sin la asunción práctica, por parte de una mayoría de sus ciudadanos y de sus organizaciones, de unos valores fundamentales. Y, por consiguiente, que no podemos entender el desarrollo de una sociedad sólo en términos económicos, aunque a menudo únicamente apliquemos este criterio de medida, porque la misma viabilidad económica sólo es posible si está asociada al cultivo, por parte de los actores sociales, de dichos valores.¹⁰ Entre ellos, creo yo, cabe destacar el de la responsabilidad social.

La sociedad del conocimiento, organizada en redes, nos obliga a replantear la vinculación entre la ventaja competitiva de las naciones y la riqueza ética de las mismas. La pregunta por la riqueza ética de las naciones emerge cuando descubrimos que los valores constituyen la urdimbre de las prácticas y las acciones sociales, sean estas económicas, profesionales, asociativas o políticas. Una nación es también un espacio moral, en el que deben ser posibles la supervivencia, la convivencia y el vivir con sentido (o, al contrario, puede ser también un espacio inmoral donde reine la corrupción, la injusticia y la incivilidad). La responsabilidad de su riqueza ética corresponde a todos los actores sociales y depende de sus prácticas cotidianas en su ámbito de actuación. En el marco de dichas prácticas, los valores son lo que nos permite entender, justificar, orientar y, en definitiva, hablar de lo que hacemos. Por este motivo, el desarrollo de la riqueza ética de las naciones es la clave para explicar si nos hallamos –o no– ante una sociedad desmoralizada, en el doble sentido de la expresión.

De lo que se trata, pues, es de superar una errónea división social del trabajo según la cual hay grupos especializados en enunciados valorativos (iglesias, universidades, intelectuales...), y grupos especializados en acciones (profesionales, empresas, asociaciones...). Los primeros suelen caer en un tipo

-
9. DONALDSON, T. (2001): "The Ethical Wealth of Nations". *Journal of Business Ethics*, vol. 31, pág. 25-36. Existe una traducción al catalán en el número 11 de la revista *Idees*, que dirige Àngel Castiñeira, con quien he compartido y elaborado muchas de las ideas que siguen.
 10. Donaldson sintetiza sus conclusiones en tres puntos: "1. La moralidad puede crear ventajas económicas a los países mediante vías que van más allá de la concepción de un mercado idealizado; 2. Para que la ética genere una ventaja económica, los conceptos éticos deben adquirir el estatus de valor *intrínseco*, y 3. Si la reclamación de factores éticos de éxito nacionales es cierta, los países deben prestar atención a la cuestión de la educación moral" (op. cit., pág. 25). Resaltemos que para Donaldson este último punto se refiere tanto a niños y jóvenes como a adultos (e incluso cita específicamente a los managers). Aunque está claro que "educación moral", desde el enfoque que adoptamos, no significa ni ñoñería, ni inductinación, ni vacío por dimisión, como suele ocurrir tantas veces entre nosotros.

peculiar de irresponsabilidad cuando su especialidad consiste en hablar de la calidad ética de las actuaciones de cualquiera, menos de las suyas propias. Los segundos suelen caer en otro tipo de irresponsabilidad cuando su especialidad consiste en tomar decisiones como si éstas se justificasen por sí mismas y estuvieran vacías de valores. A los primeros suele molestarles que se incluya la palabra "riqueza" cuando se habla de ética. A los segundos suele molestarles que se incluya la palabra "ética" cuando se habla de riqueza.

Por mi parte, creo que el debate sobre los valores asociados a las prácticas sociales es un asunto público.¹¹ Y, sobre todo, lo es el debate sobre su mutua interrelación. Parafraseando la célebre afirmación kantiana, podemos afirmar que los valores sin prácticas están vacíos y las prácticas sin valores están ciegas. Fomentar la RSE requiere activar un proceso de diálogo constante sobre cómo aprendemos a integrar valores y prácticas. Y ello no es posible desde la lógica del predicador sino desde el aprendizaje y la reflexión desde las prácticas y a partir de ellas (entre otras cosas, porque la sociedad del conocimiento no es posible sin profesionales y organizaciones reflexivos). Aprendizaje y diálogo en los que tengan voz propia los actores implicados.

Activar este debate público forma parte de lo que he denominado *la recepción* de la propuesta de la Comisión. No se trata, ciertamente, de sustituir algo que sólo pueden hacer las empresas, no tanto *por sí* mismas cuanto *desde sí* mismas.¹² Pero sí que se trata de reconocer la necesidad de incorporar la cuestión de la RSE a la agenda de las asociaciones e instituciones relacionadas con la actividad económica y empresarial, y, si es necesario, crear un marco institucional que posibilite y facilite dicha incorporación.¹³

11. Véanse al respecto los materiales generados por la Comisión de debate sobre los valores, en el marco de las *Jornades de debat Catalunya, demà*. (Generalitat de Catalunya, 2002).

12. Quisiera llamar la atención sobre un punto en el que insiste reiteradamente la Comisión pero, por desgracia, con un éxito más bien discreto. Cometeríamos un grave error si pensáramos que la RSE es un reto sólo para las grandes empresas. Constituye un reto para las empresas, sin más. Y esto incluye a las pymes. Lo seguro es que, en este punto, como en tantos otros, el lenguaje, los modelos de gestión y las prácticas deben ser adecuadas a su realidad. Y no siempre los instrumentos y temas de RSE más en boga en los medios de comunicación, en las consultoras y en las escuelas de negocios son los más adecuados a la realidad de las pymes. Existen evidencias y estudios suficientes al respecto para no olvidar que la recepción de la RSE en nuestro país pasa también por elaborar un enfoque específico, apropiado para el compromiso y la involucración posibles por parte de las pymes.

13. Una muestra –desde mi punto de vista, ejemplar– de este tipo de iniciativas lo tenemos en The Copenhagen Centre (<http://www.copenhagencentre.org>). No es, evidentemente, el único modelo existente pero permite visualizar que institucionalizar un cierto proceso de alquimia social es posible.

La gobernabilidad de nuestras sociedades complejas no será posible si no convertimos la responsabilidad de los diversos actores en una conciencia de co-responsabilidad. Ya lo hemos dicho: no sólo las empresas han de ser socialmente responsables, pero la sociedad puede legítimamente esperar y demandar que lo sean.¹⁴ Ahora bien, no puede generarse responsabilidad si no se genera también confianza y complicidad. En caso contrario, algunas apelaciones que se hacen las empresas para que asuman las responsabilidades correspondientes al poder que detentan se asemejan más bien a un acomplejado hacer de la necesidad virtud.

Ni la co-responsabilidad social ni la construcción de una agenda pública sobre la RSE son posibles sin una visión de país; sin preguntarnos en qué tipo de país queremos convertirnos y qué mundo queremos construir. Sinceramente, esto significa también, dicho sea sin complejos en este contexto, la vuelta de la política. Cabe entender que, si la Comisión ha planteado este debate, es porque resulta ineludible reconocer su dimensión política. Repitémoslo hasta la saciedad: la pregunta por la RSE y por el papel que juega la empresa en la sociedad no apunta a que las empresas dejen de serlo o asuman funciones que no les corresponden (e, incluso, para las que no están legitimadas). Me atrevo a afirmar que a lo que apunta, simplemente, es a que sean plena y totalmente empresas. Empresas del siglo XXI.¹⁵

Cabe, pues, plantearse que la *recepción* del debate sobre la RSE¹⁶ en nuestro país no es sólo una cuestión de liderazgo empresarial sino también de liderazgo político y social. Precisamente porque aquí, cuando se habla de liderazgo, "lo que se hace es insistir en el acto de clarificar y articular los valores orientadores de la comunidad. No basta que el liderazgo proporcione un mapa del futuro si desatien- de los conflictos de valores, ni que ofrezca una salida fácil que pase por alto los hechos. Los valores orientadores se interpretan en el contexto de problemas que requieren definición y acción".¹⁷ Así pues, ¿cuáles son los problemas de nuestro país y de nuestras empresas que requieren definición y acción en clave de RSE?

-
14. Esto no tiene nada que ver, por cierto, con lo único que parece preocupar a algunas instituciones públicas y a algunas asociaciones u ONG, para las que apelar a la RSE a veces no es más que una forma educada y plausible de recaudar fondos.
 15. No deberíamos olvidar, pese a todo lo dicho, que la responsabilidad social requiere también la involucración activa y decidida del mundo profesional. Entre otras razones, porque cada profesión debe reelaborar continuamente la comprensión de la responsabilidad social inherente al ejercicio de su profesión. Del mismo modo que no es posible la calidad empresarial sin la calidad profesional, no es posible la RSE sin un sentido arraigado y crítico de responsabilidad social por parte de sus profesionales.
 16. Sinceramente, en términos de agenda, no creo que sea necesario inventar demasiado, al menos a corto plazo. Bastaría empezar con el intento de reelaborar en clave nacional las propuestas de la Comisión Europea y de Naciones Unidas (<http://www.unglobalcompact.org>).
 17. HEIFETZ, R. A.: op. cit., pág. 51.

Iniciaba esta presentación preguntándome qué sentido tiene, desde la perspectiva de ESADE, publicar estos documentos de la Comisión y plantear la cuestión de su *recepción* en nuestro país. La respuesta no está en los textos, por valiosos que éstos puedan ser. Ya he señalado que, en mi opinión, lo que está en juego en todo lo que se refiere a la RSE, es la reflexión sobre el modelo de empresa y el modelo de país adecuados para nuestro mundo globalizado. Que lo que está en juego en todo lo que se refiere a la RSE, es la innovación empresarial y la riqueza ética de las naciones. Si esto es así, y así lo creo, me atrevo a concluir que esta publicación no es más que una pequeña expresión de lo que constituye una opción fundamental de ESADE: involucrarnos y comprometernos en lo que se refiere a estas cuestiones.

Entre otras razones, porque estas cuestiones afectan al núcleo de nuestra propia identidad.

Josep M. Lozano

Director del Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES) de ESADE

Índice

LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas

Resumen	5
1. Introducción	7
2. ¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?	13
2.1. Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna	15
2.1.1. Gestión de recursos humanos	15
2.1.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo	16
2.1.3. Adaptación al cambio	17
2.1.4. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales	19
2.2. Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa	20
2.2.1. Comunidades locales	20
2.2.2. Socios comerciales, proveedores y consumidores	22
2.2.3. Derechos humanos	23
2.2.4. Problemas ecológicos mundiales	26
3. Enfoque global de la responsabilidad social de las empresas	29
3.1. Gestión integrada de la responsabilidad social	29
3.2. Informes y auditorías sobre la responsabilidad social	30
3.3. Calidad en el trabajo	33
3.4. Etiquetas sociales y ecológicas	34
3.5. Inversión socialmente responsable	36
4. Proceso de consulta	39
ANEXO	43
• Conceptos	43
• Enlaces útiles de Internet	46

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN relativa a la responsabilidad social
de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible**

1.	Introducción	57
2.	Resumen de la consulta sobre el Libro Verde relativo a la RSE	59
3.	Un marco de acción europeo para la RSE	61
4.	Dar a conocer mejor la RSE y facilitar el intercambio de experiencias y de buenas prácticas	69
4.1.	Dar a conocer mejor el impacto de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad	69
4.2.	Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre las empresas	70
4.3.	Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre los Estados miembros	71
4.4.	Desarrollar las capacidades de gestión en materia de RSE	72
4.5.	Fomentar la responsabilidad social entre las PYME	72
5.	Promover la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de RSE	75
5.1.	Códigos de conducta	76
5.2.	Normas de gestión	77
5.3.	Medición, elaboración de informes y validación	78
5.4.	Etiquetas	79
5.5.	Inversión socialmente responsable (ISR)	80
6.	Creación de un foro multilateral europeo sobre la RSE	83
7.	Integración de la RSE en todas las políticas de la UE	87
7.1.	Política de empleo y asuntos sociales	87
7.2.	Política empresarial	89
7.3.	Política medioambiental	89
7.4.	Política de protección de los consumidores	91
7.5.	Política de contratación pública	91
7.6.	Política exterior, incluida la política comercial y de cooperación al desarrollo	92
7.7.	Administraciones públicas	95

LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA
Fomentar un marco europeo
para la responsabilidad social
de las empresas

Comisión de las Comunidades Europeas
Bruselas, 18.7.2001
COM(2001) 366 final

Resumen

1. Cada vez es mayor el número de empresas europeas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas. Su objetivo es transmitir una señal a los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG. Al obrar así, las empresas invierten en su futuro, y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad.
 2. Ya en 1993, la llamada del Presidente Delors a las empresas europeas para que participaran en la lucha contra la exclusión social dio lugar a una movilización importante y a la creación de redes europeas de empresas. Más recientemente, en marzo de 2000, el Consejo Europeo de Lisboa apeló en particular al sentido de responsabilidad social de las empresas en lo relativo a las prácticas correctas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible.
 3. Al afirmar su responsabilidad social y asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos y adoptan un modo de gobernanza abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad. Si bien reconoce la importancia de todos estos aspectos, el presente documento se centra, principalmente, en las responsabilidades de las empresas en el ámbito social.
 4. Esta actuación da lugar a la creación de nuevas asociaciones y esferas novedosas para las relaciones existentes en la empresa, con respecto al diálogo social, la adquisición de cualificaciones, la igualdad de oportunidades, la previsión y la gestión del cambio; a nivel local o nacional, con respecto al refuerzo de la cohesión económica y social y la protección de la salud; y de manera general, a escala mundial, respecto a la protección del medio ambiente y el respeto de los derechos fundamentales.
 5. El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos de empresas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables.
-

6. La Unión Europea está interesada en la responsabilidad social de las empresas en la medida en que puede contribuir positivamente al objetivo estratégico establecido en Lisboa: «convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social».
7. El presente Libro Verde tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo.



1. Introducción

8. La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. En un momento en el que la Unión Europea intenta determinar sus valores comunes adoptando una Carta de los Derechos Fundamentales, un número creciente de empresas europeas reconoce cada vez más claramente su responsabilidad social y la considera parte de su identidad. Esta responsabilidad se expresa frente a los trabajadores y, en general, frente a todos los interlocutores de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito.
9. Esta evolución refleja las mayores expectativas que despierta en los ciudadanos europeos y en todos los interesados la transformación del papel de las empresas en la nueva sociedad cambiante de hoy en día. Esto está en consonancia con el mensaje básico de la estrategia de desarrollo sostenible para Europa acordada en el Consejo Europeo de Gotemburgo de junio de 2001; a saber, que a largo plazo, el crecimiento económico, la cohesión social y la protección medioambiental avancen en paralelo.
10. Numerosos factores impulsan este avance de la responsabilidad social de las empresas:
 - Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la mundialización y el cambio industrial a gran escala.
 - Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o las instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores.
 - La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
 - La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

Las empresas y su responsabilidad social

11. A medida que las propias empresas se enfrentan a los retos de un entorno en mutación en el contexto de la mundialización y, en particular, del mercado interior, aumenta su convencimiento de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo. Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabili-

dad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

12. Cuando la responsabilidad social de la empresa constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos interlocutores que pueden influir realmente en su libertad de funcionamiento, los argumentos comerciales son evidentes. Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad. Así, pueden adoptar un enfoque financiero, comercial y social integrado, que desemboque en una estrategia a largo plazo que minimice los riesgos relacionados con la incertidumbre. Las empresas deben asumir su responsabilidad social a nivel internacional y europeo a lo largo de toda su cadena de producción.

En su documento de posición «Releasing Europe's employment potential: Companies' views on European Social Policy beyond 2000» la UNICE (Unión de Confederaciones de la Industria y de los Empresarios de Europa) hizo hincapié en que las empresas europeas se consideran parte integrante de la sociedad y actúan de una manera socialmente responsable; consideran que la realización de beneficios es el principal objetivo de las empresas, pero no su única «razón de ser», y optan por una reflexión a largo plazo sobre las decisiones y las inversiones estratégicas.

El contexto político

13. A nivel europeo, el reto consiste en determinar la manera en que la responsabilidad social de las empresas puede contribuir al objetivo establecido en Lisboa de desarrollar una economía basada en el conocimiento competitiva, dinámica y socialmente cohesionada. El Consejo Europeo de Lisboa hizo un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible.
14. La Agenda Social Europea de la Comisión, aprobada posteriormente por el Consejo Europeo de Niza, puso de relieve el papel que puede desempeñar la responsabilidad social de las empresas para afrontar las consecuencias en materia de empleo y sociales de la integración económica y de mercados y para adaptar las condiciones laborales a la nueva economía. Además, la Cumbre Europea de Niza invitó a la Comisión a crear las condiciones para llevar a cabo una asociación eficaz con los interlocutores sociales, las organizaciones no gubernamentales, las autoridades loca-

les y los organismos que gestionan los servicios sociales, e implicar a las empresas en dicha asociación para reforzar su responsabilidad social. El Consejo Europeo de Estocolmo acogió favorablemente las iniciativas tomadas por el sector empresarial para fomentar la responsabilidad social de las empresas e hizo referencia al Libro Verde como un medio para fomentar un amplio cambio de impresiones a fin de promover nuevas iniciativas en dicho ámbito.

15. La Comunicación de la Comisión sobre desarrollo sostenible, aprobada en el Consejo Europeo de Gotemburgo, hizo hincapié en la importancia de la responsabilidad social de las empresas: *«La actuación pública también desempeña un papel fundamental a la hora de crear una mayor sensación de responsabilidad social colectiva y de establecer un marco por el que las empresas deban integrar consideraciones ambientales y sociales en sus actividades. [...] Debería animarse a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en materia de desarrollo sostenible en sus operaciones, tanto dentro como fuera de la Unión Europea»*.
16. Este debate está también vinculado con la reflexión de la Comisión en el Libro Blanco sobre la gobernanza en la Unión Europea. Al contribuir considerablemente a crear un clima favorable al espíritu de empresa, la responsabilidad social de las empresas está también relacionada con el objetivo de la Comisión de crear la «Empresa Europa», es decir, una Europa dinámica, innovadora y abierta.

La responsabilidad social de las empresas tiene implicaciones importantes para todos los agentes económicos y sociales, así como para las autoridades públicas, que deben tener en cuenta las prácticas socialmente responsables de las empresas en su propia acción. Varios Estados miembros han reconocido su importancia y han adoptado diversas medidas para fomentarla. Todos ellos se enfrentan a desafíos semejantes, por lo que podrían extraer enseñanzas útiles de las experiencias de los demás. En general, la Comisión Europea podría fomentar la responsabilidad social de las empresas mediante sus programas y actividades. Además, es necesario asegurarse de que los enfoques de la responsabilidad social de las empresas sean coherentes y estén en consonancia con las políticas comunitarias y las obligaciones internacionales. En Dinamarca, el Ministerio de Asuntos Sociales lanzó en 1994 la campaña «Our Common Concern - the social responsibility of the corporate sector» (Nuestra preocupación común: la responsabilidad social del sector empresarial) y creó en 1998 el *Copenhaguen Centre*.

El Reino Unido designó en marzo de 2000 un Ministro competente en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas (*Minister for Corporate Social Responsibility*). Además, se ha creado un grupo interministerial para mejorar la coordinación de las actividades de promoción de la responsabilidad social de las empresas en el Gobierno.

17. A nivel internacional, a través de, por ejemplo, las políticas comercial y de cooperación para el desarrollo, la Unión Europea incide directamente en ámbitos relacionados con el comportamiento de los mercados. Por lo tanto, el enfoque europeo de la responsabilidad social de las empresas debe reflejar y estar integrado en el contexto más amplio en que se inscriben diversas iniciativas internacionales, tales como el pacto mundial de las Naciones Unidas (*UN Global Compact*, 2000); la Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social (*ILO's Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy*, 1977/2000), y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (*OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, 2000). Aunque estas iniciativas no constituyen códigos de conducta de obligado cumplimiento, en el caso de las directrices de la OCDE están apoyadas por la voluntad de los gobiernos que las han suscrito de fomentar su cumplimiento por parte de las empresas. La Comisión Europea se ha comprometido a apoyar activamente las directrices de la OCDE.¹ El cumplimiento de las normas fundamentales de la OIT (libertad de asociación, abolición del trabajo forzado, no discriminación y supresión del trabajo infantil) es un componente esencial de dicha responsabilidad social; convendría reforzar su control y acatamiento.²

18. La principal contribución del enfoque europeo consistirá en aportar un valor añadido a las acciones existentes y completarlas:

- estableciendo un marco global europeo para promover la calidad y la coherencia de las prácticas en materia de responsabilidad social de las empresas mediante la elaboración de principios, enfoques e instrumentos generales y la promoción de prácticas correctas e ideas innovadoras;
- apoyando planteamientos de buenas prácticas por lo que respecta a la evaluación de la rentabilidad y la verificación independiente de las prácticas de responsabilidad social de las empresas, garantizando así su eficacia y credibilidad.

-
1. Las directrices de la OCDE incluyen también un mecanismo de aplicación en el que participan los gobiernos y los interlocutores sociales de los puntos de contacto nacionales. Además, su contenido abarca varios ámbitos de la responsabilidad social de las empresas, tales como el trabajo infantil y forzado, las relaciones sociales, la protección del medio ambiente, la protección de los consumidores, la transparencia y la publicación de información reservada, la lucha contra la corrupción, las transferencias de tecnología, la competencia y la fiscalidad.
 2. La Comisión elaborará una Comunicación sobre el fomento de las normas laborales fundamentales y la mejora de la gobernanza social en el contexto de la mundialización.

19. El presente Libro Verde tiene por objeto iniciar un amplio debate y recabar opiniones sobre la responsabilidad social de las empresas a nivel nacional, europeo e internacional. La Comisión espera que esta iniciativa desemboque en el establecimiento de un nuevo marco para el fomento de la responsabilidad social de las empresas.



2. ¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?

20. La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto 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.
21. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.
22. No obstante, la responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables.
23. A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las PYME a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Aunque muchas PYME ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas. Las cooperativas de trabajadores y los sistemas de participación, así como otras formas de empresas (cooperativas, mutualistas o asociativas) integran estructuralmente los intereses de otros interlocutores y asumen espontáneamente responsabilidades sociales y civiles.
-

24. Algunas empresas que prestan una atención adecuada a los aspectos sociales y medioambientales indican que tales actividades pueden redundar en una mejora de sus resultados y generar crecimiento y mayores beneficios. Se trata, para muchas sociedades, de una actividad novedosa de la que aún queda por hacer una valoración a más largo plazo. La incidencia económica de la responsabilidad social puede desglosarse en efectos directos e indirectos. Se pueden derivar resultados positivos directos de, por ejemplo, un mejor entorno de trabajo —que genere un mayor compromiso de los trabajadores e incremente su productividad— o de una utilización eficaz de los recursos naturales. Además, se logran efectos indirectos a través del aumento de la atención que prestan a la empresa consumidores e inversores, que ampliará sus posibilidades en el mercado. En sentido contrario, la crítica de las prácticas comerciales desarrolladas por una empresa puede influir a veces negativamente en la opinión que se tiene de ella. Esto puede afectar a los activos fundamentales de la empresa, tales como sus marcas o imagen.
25. Las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de control social y medioambiental para evaluar los riesgos de los préstamos concedidos a las empresas y las inversiones efectuadas en las mismas. Del mismo modo, el hecho de que una empresa sea catalogada como responsable en el ámbito social, por ejemplo mediante su inclusión en un índice de valores éticos, puede favorecer su cotización y aportarle beneficios financieros.

Los índices sociales de los mercados bursátiles constituyen parámetros útiles para demostrar las repercusiones positivas sobre los resultados financieros de una selección basada en criterios sociales: desde su creación en mayo de 1990, el *Domin 400 Social Index* (DSI) ha superado en más de un 1 % al S&P 500 en términos de rentabilidad total anualizada y ajustada a riesgos, mientras que el *Dow Jones Sustainable Index* ha crecido un 180 % desde 1993, en comparación con el 125 % del *Dow Jones Global Index* durante el mismo período.

Es difícil evaluar de manera precisa qué factores determinan la rentabilidad financiera de una empresa socialmente responsable. La investigación (*Industry Week*, 15 de enero de 2001) ha demostrado que aproximadamente la mitad del rendimiento superior a la media de una empresa responsable en lo social puede atribuirse a este comportamiento, mientras que la otra mitad se explica por los resultados de su sector. Se espera que las empresas socialmente responsables tengan beneficios superiores a la media, ya que la capacidad de una empresa para abordar con éxito los problemas medioambientales y sociales puede ser una medida creíble de la calidad de la gestión.

26. Es preciso mejorar nuestros conocimientos sobre la incidencia de la responsabilidad social de las empresas en sus resultados económicos y realizar estudios adicionales al respecto. Este es un ámbito de investigación en el que podrían colaborar las empresas, las autoridades públicas y las instituciones académicas, labor que podrían apoyar los programas marco de investigación y desarrollo tecnológico.

2.1. Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna

27. Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, y la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. Abren una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

2.1.1. Gestión de recursos humanos

28. Actualmente, uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan las empresas es atraer a trabajadores cualificados y lograr que permanezcan a su servicio. En este contexto, las medidas pertinentes podrían incluir el aprendizaje permanente, la responsabilización de los trabajadores, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres, la participación en los beneficios o en el accionariado de la empresa y la consideración de la capacidad de inserción profesional y la seguridad en el lugar de trabajo. El seguimiento y la gestión activos de los trabajadores de baja por incapacidad laboral o accidente se traduce también en un ahorro de costes.

29. Las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Dichas prácticas son fundamentales para conseguir los objetivos de reducción del desempleo, aumento de la tasa de empleo y lucha contra la exclusión social previstos en el estrategia europea de empleo.

30. En el ámbito del aprendizaje permanente, las empresas deben desempeñar un papel fundamental en varios niveles: contribuir a definir mejor las necesidades de formación mediante una asociación estrecha con los agentes locales que diseñan los programas de educación y formación; fomentar el paso de los jóvenes de la vida escolar a la vida laboral, por ejemplo facilitando el acceso a puestos de aprendizaje; valorando el aprendizaje, en particular mediante la acreditación del aprendizaje práctico previo (APEL) y creando un entorno que estimule el aprendizaje permanente de todos los trabajadores, en particular de los trabajadores con un menor nivel educativo y de cualificación, así como de los trabajadores de mayor edad.

2.1.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo

31. Tradicionalmente, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo se han abordado sobre todo mediante instrumentos legislativos y medidas ejecutorias. Sin embargo, la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa.³

32. Las empresas, los gobiernos y las organizaciones profesionales están buscando cada vez con mayor intensidad modos complementarios de promover la salud y la seguridad utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos o servicios. Estas acciones voluntarias pueden considerarse complementarias de la normativa y las actividades de control de las autoridades públicas porque tienen también por objeto la prevención, es decir el aumento del nivel de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.

33. A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad. Se han incluido en diversa medida criterios de salud y seguridad en el lugar de trabajo en los sistemas de certificación y los sistemas de etiquetado de productos y equipo existentes, y se han iniciado también programas de certificación de los sistemas de gestión y de los subcontratistas basados sobre todo en la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.

3. Encontrarán información adicional en las páginas de la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (<http://agency.osha.eu.int/publications/factsheets/facts11/>).

La etiqueta sueca TCO (TCO Labelling Scheme) para material de oficina es una etiqueta voluntaria con la que se intenta animar a las empresas a producir material de oficina más seguro para los trabajadores y más respetuoso para el medio ambiente; ayudar a los compradores a elegir el material de oficina menos perjudicial para los usuarios y para el medio ambiente externo; y ofrecer a compradores y vendedores una etiqueta clara que permita ahorrar tiempo, trabajo y dinero cuando se compra.

34. Además, la tendencia de las empresas y las organizaciones a incluir criterios de salud y seguridad en el trabajo en su régimen de contratación ha permitido adoptar regímenes generales de contratación basados en requisitos uniformes que deben ser respetados por los programas de formación y de gestión de la salud y la seguridad de los contratistas, los cuales permiten a terceros realizar la «certificación» o dar la aprobación inicial del contratista y vigilar la mejora continua del programa.

En los Países Bajos, la lista de control de los contratistas en materia de seguridad tiene por objeto evaluar y certificar los sistemas de gestión de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo de las empresas contratistas que ofrecen sus servicios a la industria química y petroquímica.

En Dinamarca, el sistema IKA da orientaciones para establecer los requisitos de las licitaciones del sector de la limpieza.

2.1.3. Adaptación al cambio

35. La amplia reestructuración que tiene lugar en Europa suscita preocupación entre los trabajadores y otros interesados porque el cierre de una fábrica o los recortes importantes de mano de obra pueden provocar una crisis económica, social o política grave en las comunidades. Son pocas las empresas que no necesitan una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla, y en 2000 se produjeron más fusiones y adquisiciones que en cualquier otro año. Según un estudio, menos del 25 % de las operaciones de reestructuración logran sus objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad y mejora de la calidad y del servicio al consumidor, ya que a menudo dañan la moral, la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

36. Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En la práctica, la forma es a menudo tan importante como el fondo para el éxito de las reestructuraciones. En particular, conviene buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abiertas. Además, las reestructuración debe prepararse bien identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.
37. La experiencia de las reestructuraciones más importantes realizadas en Europa en las industrias del carbón y del acero y los astilleros ha demostrado que la reestructuración resulta más fructífera si en ella colaboran las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores. Este proceso debería tratar de salvaguardar los derechos de los trabajadores y ofrecerles cursos de reciclaje profesional en caso necesario; modernizar los instrumentos y los procesos de producción para desarrollar las actividades del emplazamiento; obtener financiación pública y privada y establecer procedimientos de información, diálogo, cooperación y asociación. Las empresas debieran asumir su cuota de responsabilidad por lo que respecta al mantenimiento de la empleabilidad de su personal.
38. Comprometiéndose con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo mediante su participación en las asociaciones en favor del empleo local o la inclusión social, las empresas pueden atenuar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión.

La Fundación Empresa y Sociedad (FES), creada en el marco de la acción piloto del FSE sobre el capital social local, en virtud del artículo 6, constituye un ejemplo interesante de la participación de las empresas privadas en la promoción de la cohesión social. Esta Fundación favorece la ayuda a microproyectos, normalmente microempresas, en un barrio desfavorecido de Madrid. Además de las microsubvenciones, se ofrece, con carácter gratuito, un sistema de tutoría a cargo de profesionales de empresas privadas. El FSE ha ofrecido también una ayuda suplementaria en forma de microcréditos complementarios y de donación de equipo informático por parte de empresas privadas.

2.1.4. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

39. En general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes puede reducir el impacto sobre el medio ambiente. También puede resultar ventajosa para la empresa al reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos y disminuir los insumos y los gastos de descontaminación. Distintas empresas han determinado que un menor consumo de materias primas puede redundar en un aumento de la rentabilidad y competitividad.

En el ámbito del medio ambiente, estas inversiones se consideran normalmente ventajosas para todas las partes (*win-win opportunities*), tanto para las empresas como para el entorno natural. Este principio, establecido desde hace algunos años, ha sido reconocido recientemente en el sexto programa de medio ambiente de la Comisión, donde se explica de qué manera la Unión Europea y los Estados miembros pueden desempeñar su labor y ayudar a las empresas a detectar oportunidades comerciales y efectuar inversiones ventajosas para todas las partes. El programa contiene otras medidas dirigidas a las empresas: establecimiento de un programa de asistencia para que las empresas comprendan y cumplan los requisitos medioambientales de la Comunidad Europea; elaboración de sistemas nacionales, pero armonizados, de valoración de las prácticas respetuosas con el medio ambiente de las empresas, que identifiquen y recompensen a las que obtengan buenos resultados y fomenten los compromisos y acuerdos voluntarios.

40. La política integrada de productos (PIP) constituye un buen ejemplo de un planteamiento que posibilita la colaboración de las autoridades públicas y las empresas. La PIP se basa en el análisis de las repercusiones del producto a lo largo de todo su ciclo vital, e incluye un diálogo entre las empresas y otros agentes interesados para determinar el planteamiento más rentable. Por lo tanto, en el ámbito medioambiental, puede ser considerada un marco sólido para el fomento de la responsabilidad social de las empresas.

Otro planteamiento que fomenta la responsabilidad social de las empresas es el sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS) ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico. Periódicamente se publican informes sobre dicho rendimiento, verificados por organismos acreditados.

41. Las empresas son también conscientes de las oportunidades que les abre la mejora de los resultados ecológicos, y trabajan para aprovecharlas de manera sistemática:

La iniciativa europea de eficiencia ecológica (European Eco-Efficiency Initiative, EEEI), una iniciativa del *World Business Council for Sustainable Development* y los *European Partners for the Environment* realizada en colaboración con la Comisión Europea tiene por objeto integrar la eficiencia ecológica en las operaciones comerciales europeas y en las políticas industriales y económicas de la Unión Europea. (<http://www.wbcsd.ch/eurint/eeei.htm>)

2.2. Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa

42. Lejos de circunscribirse al perímetro de las empresas, la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de a los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. En un mundo caracterizado por las inversiones multinacionales y las cadenas de producción planetarias, la responsabilidad social de las empresas debe sobrepasar también las fronteras de Europa. El rápido avance de la mundialización ha estimulado el debate sobre el papel y desarrollo de una gobernanza mundial; la definición de prácticas voluntarias en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas puede considerarse una contribución al respecto.

2.2.1. Comunidades locales

43. La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, ya sea a nivel europeo o mundial. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. Por ejemplo, la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado de trabajo local, por lo que están directamente interesadas en que en su lugar de ubicación haya personas con las competencias que necesitan. Además, las PYME encuentran a menudo la mayoría de sus clientes en la zona circundante. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario y productor —y también como agente de la vida local— influye sin duda en su competitividad.

44. Asimismo, las empresas interactúan con el entorno físico local. Algunas dependen de un entorno limpio —aire puro, aguas no contaminadas o carreteras descongestionadas— para su producción u oferta de servicios. Puede existir también una relación entre el entorno físico local y la capacidad de las empresas para atraer trabajadores a la región donde están radicadas. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por ello, las empresas con mayor conciencia de las cuestiones ecológicas realizan a menudo una doble contribución a la educación medioambiental de la comunidad.
45. Muchas empresas se comprometen con la sociedad local a través de, por ejemplo, el ofrecimiento de plazas adicionales de formación profesional, la colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, la contratación de personas socialmente excluidas, el ofrecimiento de servicios de guardería a sus trabajadores, el establecimiento de asociaciones con comunidades, el patrocinio de actividades deportivas o culturales a nivel local o la realización de donaciones para obras de beneficencia.
46. El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital social es especialmente importante para las empresas no locales. Las sociedades multinacionales utilizan cada vez más estas relaciones para cimentar la integración de sus filiales en los distintos mercados en que están presentes. El conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar.

Las instituciones financieras pueden desempeñar un papel especial a nivel local mediante la inversión en la comunidad, es decir, la inversión directa en proyectos que benefician en concreto a algunas comunidades o circunscripciones, sobre todo en zonas económicamente desfavorecidas. Esta inversión adopta normalmente la forma de préstamos para proyectos de vivienda de coste reducido o depósitos en bancos de desarrollo local con tipos de interés iguales o inferiores a los del mercado.

Del mismo modo, reconociendo que garantizar un acceso universal a los servicios de interés económico general a precios razonables está en la base del modelo social europeo, algunas empresas intentan asegurar tal acceso, cuando la legislación no lo garantiza, en el marco de su responsabilidad social, como sucede por ejemplo en el ámbito de los servicios bancarios básicos. Además, la CES (Confederación Europea de Sindi-

catos) y el CEEP (Centro Europeo de empresas de participación pública y de empresas de interés económico general) formularon una propuesta conjunta de Carta de servicios de interés general en junio de 2000.

2.2.2. Socios comerciales, proveedores y consumidores

47. Al colaborar estrechamente con sus socios comerciales, las empresas pueden reducir la complejidad y los costes y aumentar la calidad. Los proveedores no siempre se seleccionan mediante un procedimiento de concurso. Las relaciones con los socios de alianzas y empresas de riesgo compartido, así como con los franquiciados, son igualmente importantes. A largo plazo, las relaciones establecidas pueden traducirse en precios, cláusulas y expectativas equitativas y suministros fiables y de calidad. No obstante, cuando adoptan prácticas responsables en el ámbito social y medioambiental, todas las empresas deben respetar la legislación comunitaria y la normativa nacional en materia de competencia.
 48. Las grandes empresas son al mismo tiempo socios comerciales de las empresas más pequeñas, ya sea en calidad de clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción. Los efectos de las medidas de responsabilidad social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En particular, este es el caso de las grandes empresas que han subcontratado una parte de su producción o servicios y que, por lo tanto, pueden haber asumido una responsabilidad social suplementaria por lo que respecta a dichos proveedores y a su personal, teniendo en cuenta que, en ocasiones, el bienestar económico de los proveedores depende mayoritariamente o totalmente de una única gran empresa.
 49. Algunas empresas de gran tamaño demuestran su responsabilidad social fomentando el espíritu de empresa en su región de ubicación. Cabe citar, a título de ejemplo, los sistemas de tutoría ofrecidos por las grandes empresas a las empresas de nueva creación y las PYME locales, o la asistencia proporcionada a pequeñas empresas sobre la redacción de informes sociales o la divulgación de sus actividades en el ámbito de la responsabilidad social.
 50. La aportación de capital riesgo (*corporate venturing*) es otra posibilidad al alcance de las grandes compañías para facilitar la expansión de nuevas empresas innovadoras, a través de la adquisición de una par-
-

te minoritaria del capital de empresas incipientes prometedoras y el fomento de su desarrollo. Las ventajas para ambos socios son múltiples, la gran empresa tiene así un mejor acceso a los avances innovadores y la pequeña empresa puede acceder con mayor facilidad a los recursos financieros y al mercado.

51. Como parte de su responsabilidad social, se espera que las empresas intenten ofrecer de manera eficaz, ética y ecológica los productos y servicios que los consumidores necesitan y desean. Se espera que las empresas que establecen relaciones duraderas con sus clientes, centrandó toda su organización en la comprensión de lo que estos desean y ofreciéndoles una calidad, seguridad, fiabilidad y servicio superiores, obtengan mayores beneficios. La puesta en práctica del principio según el cual los productos se diseñan pensando en que puedan ser utilizados por el mayor número de personas posible, incluidos los consumidores afectados por una discapacidad, es un ejemplo importante de la responsabilidad de las empresas en el ámbito social.

2.2.3. Derechos humanos

52. Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Esto se reconoce en instrumentos internacionales, como la Declaración tripartita de la OIT sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo (*ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work*) y las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (*OECD Guidelines for Multinational Enterprises*). Los derechos humanos son una cuestión muy compleja que plantea problemas políticos, jurídicos y éticos. Las empresas se enfrentan a cuestiones complicadas, por ejemplo el modo de determinar qué responsabilidades caen dentro de su competencia y no de los gobiernos, cómo asegurarse de que sus socios comerciales están respetando los valores que ellas consideran fundamentales, y cuál es el enfoque que deben adoptar y cómo trabajar en países donde son frecuentes las violaciones de los derechos humanos. La propia Unión Europea tiene la obligación, en el marco de su política de cooperación, de garantizar el respeto de las normas laborales y la protección del medio ambiente y los derechos humanos, y se enfrenta al reto de asegurar una plena coherencia entre su política de desarrollo, su política comercial y su estrategia para el desarrollo del sector privado en los países en vías de desarrollo, en particular a través del fomento de las inversiones europeas.

53. Una innovación esencial del acuerdo de Cotonú es el reconocimiento de la lucha contra la corrupción como «elemento fundamental» y la referencia explícita a la corrupción como uno de los principales problemas pendientes en el ámbito del desarrollo. Los casos graves de corrupción, «incluidos los sobornos que llevan a esa corrupción», pueden justificar la suspensión de la cooperación. La inclusión de una cláusula semejante en el acuerdo no sólo pretende dar una señal inequívoca a los receptores de ayuda, sino también fomentar una mayor transparencia en las actividades de los inversores europeos y otros agentes. La UE y los países ACP han acordado un procedimiento específico de resolución de tales casos de corrupción (art. 9).
54. Bajo la creciente presión de ONG y grupos de consumidores, cada vez hay más empresas y sectores que adoptan códigos de conducta en materia de condiciones laborales, derechos humanos y aspectos medioambientales, dirigidos en particular a sus subcontratistas y proveedores. Lo hacen por diversas razones, especialmente para mejorar su imagen empresarial y reducir el riesgo de que los consumidores reaccionen negativamente. No obstante, los códigos de conducta no pueden sustituir las legislaciones nacionales, comunitarias e internacionales ni las normas de obligado cumplimiento: estas garantizan niveles mínimos aplicables a todos, mientras que los códigos de conducta y otras iniciativas voluntarias sólo pueden completarlas y fomentar la introducción de niveles de protección más elevados por parte de quienes las suscriben.

La confederación danesa de empresarios ha adoptado una serie de directrices en materia de derechos humanos que instan a las empresas a asumir el mismo nivel de responsabilidad social en sus países de acogida que en su país de origen.

Cada vez hay más empresas multinacionales que manifiestan su compromiso con los derechos humanos en sus códigos de conducta y un número creciente de minoristas europeos exigen la aplicación de normas éticas en la producción de los bienes que importan. En 1998, Eurocomercio adoptó una Recomendación sobre las condiciones sociales de la compra, que abarca el trabajo infantil, el trabajo forzado y el trabajo en las cárceles.

Hay también varios ejemplos de códigos de conducta firmados por los interlocutores sociales a nivel europeo en el sector textil y de la confección y el sector del comercio, que la Comisión acoge con satisfacción.

55. También es cada vez mayor el convencimiento de que la repercusión de las actividades de una empresa en los derechos humanos de sus empleados y de las comunidades locales sobrepasa el ámbito de los derechos laborales. Así sucede, por ejemplo, en las situaciones de inseguridad en que las empresas trabajan con fuerzas de seguridad públicas con un historial de violación de los derechos humanos.

El Gobierno británico, en cooperación con los Estados Unidos, creó un grupo de trabajo en el que participaban algunas de las principales empresas de los sectores petrolífero, gasístico y minero, así como ONG de derechos humanos. Su labor culminó en la aprobación, en diciembre de 2000, de una serie de principios voluntarios sobre la seguridad y los derechos humanos para las empresas de los sectores extractivo y energético.

56. A pesar de que los códigos de conducta voluntarios pueden contribuir a fomentar el cumplimiento de las normas internacionales de trabajo, sólo son eficaces si se aplican y controlan adecuadamente. Por ejemplo, los códigos de conducta pueden obligar a los subcontratistas que trabajen para varias empresas multinacionales a cumplir numerosos criterios diferentes en materia de salarios, jornada laboral y otras condiciones sociales. Así pues, tales códigos deberían basarse en los convenios fundamentales de la OIT, tal como se determinan en la Declaración de la OIT de 1998 relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y las directrices de la OCDE para empresas multinacionales, y prever la participación de los interlocutores sociales y las partes interesadas de los países en vías de desarrollo en que se apliquen.

57. En todos los niveles de la organización y de la cadena de producción deberían aplicarse códigos de conducta. Es importante que las empresas faciliten información completa sobre dicha aplicación, en particular a las comunidades locales, en el marco de un diálogo continuo con las mismas. También es esencial que faciliten formación sobre su aplicación a los directivos, los trabajadores y las comunidades locales. Además, debe hacerse hincapié en la necesidad de «perfeccionamiento», es decir en la mejora progresiva y continua del propio código y de los niveles de protección. En el caso del trabajo infantil, las empresas no sólo deberían respetar la letra de los convenios de la OIT descartando a los contratistas que emplean niños, sino que deberían también, por ejemplo, ayudar a combatir la pobreza infantil apoyando la educación de los niños.

58. Por lo que respecta a los derechos humanos, es necesario un control continuo de la aplicación y el respeto de los códigos. Dicho control debería diseñarse y realizarse ateniéndose estrictamente a las normas y reglas aplicables a las organizaciones y personas que llevan a cabo la denominada «auditoría social». Un control en el que participen los interesados, por ejemplo, las autoridades públicas, los sindicatos y las ONG, es importante para garantizar la credibilidad de los códigos de conducta. Lograr un equilibrio entre los sistemas internos y externos de control podría aumentar su rentabilidad, especialmente en el caso de las PYME. En consecuencia, debe garantizarse una mayor transparencia y una mejora de los mecanismos de información de los códigos de conducta.

El 15 de enero de 1999, el Parlamento Europeo aprobó una «Resolución sobre la adopción de normas por la Unión Europea para las empresas europeas que operan en países en desarrollo: Hacia un código de conducta europeo», que insta a establecer un código de conducta europeo, basado en las normas internacionales, que contribuya a estandarizar en mayor medida los códigos de conducta voluntarios y a crear una plataforma de seguimiento europea, e incluya disposiciones sobre los procedimientos de denuncia y las medidas correctoras.

2.2.4. Problemas ecológicos mundiales

59. Debido al efecto transfronterizo de muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo de recursos en el mundo entero, éstas son también actores en el medio ambiente mundial. Por ello, pueden tratar de obrar con arreglo a su responsabilidad social tanto a nivel europeo como internacional. Por ejemplo, pueden fomentar la reducción del impacto ambiental de sus actividades a lo largo de su cadena de producción en el marco del planteamiento PIP y hacer mayor uso de herramientas europeas e internacionales vinculadas a la gestión y a los productos. La inversión y las actividades sobre el terreno de las empresas en terceros países pueden tener efectos directos sobre el desarrollo económico y social de dichos países.

60. El debate sobre el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible está cobrando mayor importancia en la escena internacional. El Secretario General de las Naciones Unidas ha lanzado la iniciativa «pacto mundial» con el objeto de que las empresas colaboren en la consecución de mejoras sociales y medioambientales a nivel mundial. Las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales fomentan también el desarrollo sostenible. La Comunicación

de la Comisión «Diez años después de Río. Preparación de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de 2002» (COM 2001/53) contiene datos adicionales sobre el modo en que las empresas pueden contribuir al desarrollo sostenible en todo el mundo.



3. Enfoque global de la responsabilidad social de las empresas

61. Aunque cada vez hay más empresas que reconocen su responsabilidad social, muchas de ellas aún no han adoptado las prácticas de gestión pertinentes. Cuando las empresas tienen que integrar la responsabilidad social en la gestión cotidiana de toda su cadena de producción, sus trabajadores y directivos necesitan medidas de formación y reciclaje para adquirir las cualificaciones y competencias necesarias. Las empresas pioneras pueden ayudar a generalizar las prácticas socialmente responsables difundiendo las mejores prácticas.
62. Aunque la responsabilidad social sólo puede ser asumida por las propias empresas, las demás partes interesadas, en particular los trabajadores, los consumidores y los inversores pueden desempeñar un papel fundamental en su propio interés o en nombre de otros interesados en ámbitos tales como los de las condiciones laborales, el medio ambiente o los derechos humanos, instando a las empresas a adoptar prácticas socialmente responsables. Esto requiere una verdadera transparencia sobre el comportamiento social y ecológico de las empresas.

3.1. Gestión integrada de la responsabilidad social

63. La forma en que las empresas abordan sus responsabilidades y sus relaciones con sus interlocutores varía en función de diferencias sectoriales y culturales. En un primer momento, las empresas tienden a adoptar una declaración de principios, un código de conducta o un manifiesto donde señalan sus objetivos y valores fundamentales, así como sus responsabilidades hacia sus interlocutores. A continuación, estos valores han de traducirse en medidas en toda la empresa, de las estrategias a las decisiones cotidianas. Esto les obliga a añadir una dimensión social o ecológica a sus planes y presupuestos, evaluar los resultados en estos ámbitos, crear «comités consultivos locales», realizar auditorías sociales o medioambientales y establecer programas de formación continua.
64. A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores deben adoptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que se añaden a los que aprendían tradicionalmente a tener en cuenta. Los modelos tradicionales de comportamiento empresarial, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionan una formación suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno.

65. Para responder a la necesidad de incluir la responsabilidad social en la formación de los directivos y trabajadores actuales y de prever las cualificaciones que necesitarán los directivos y los trabajadores en el futuro, es normal ofrecer en las carreras de empresariales cursos y módulos de ética empresarial, aunque sólo suelen abarcar una parte de lo que se entiende por responsabilidad social de las empresas.

CSR Europe y el *Copenhague Centre* han puesto en marcha un programa cuyo objetivo es reunir al mundo de la empresa y el mundo académico para identificar y atender las necesidades de formación del sector empresarial en materia de responsabilidad social e incluir y diversificar los cursos sobre este tema en todos los niveles académicos. (http://www.csreurope.org/csr_europe/Activities/programmes/Universities/universities.htm)

3.2. Informes y auditorías sobre la responsabilidad social

66. Muchas empresas multinacionales publican informes sobre su comportamiento en materia social. Al contrario que los informes sobre salud y seguridad, que son corrientes, escasean los que abordan temas como los derechos humanos y el trabajo infantil. Además, el enfoque de los informes sociales adoptado por las empresas es tan variado como su comportamiento en el ámbito de la responsabilidad social. Para que dichos informes sean útiles, es preciso un acuerdo general sobre el tipo de información que debe facilitarse, el formato de presentación y la fiabilidad del procedimiento de evaluación y auditoría.
67. Pocas facilitan detalles sobre sus políticas y comportamiento en el ámbito de los recursos humanos y en cuestiones de empleo tales como la negociación y el reconocimiento, la consulta y formación del personal o la responsabilidad de los consejos de administración. En 1998, el Grupo de alto nivel sobre las consecuencias económicas y sociales del cambio industrial, creado a petición del Consejo Europeo, invitó a las empresas con más de 1 000 trabajadores a publicar por propia iniciativa un «Informe sobre la gestión del cambio», es decir un informe anual sobre el empleo y las condiciones laborales. El Grupo indicó que el Informe debería elaborarse después de consultar a los trabajadores y a sus representantes con arreglo a las prácticas nacionales. El Grupo propuso un marco para abordar las políticas, prácticas y resultados en el ámbito del empleo y las condiciones laborales, en particular la previsión del cambio estructural, la comunicación, la parti-

cipación de los trabajadores y el diálogo social, la educación y la formación, la salud y seguridad en el lugar de trabajo y la igualdad de oportunidades.

68. Además, tal como sugirió este Grupo de alto nivel, la Comisión propuso en su Agenda de Política Social que se creara un observatorio de los cambios industriales a fin de establecer un enfoque proactivo para prevenir y gestionar el cambio. La Fundación de Dublín ha incluido ahora esta iniciativa en su programa de trabajo de cuatro años y ha puesto de relieve el papel que le corresponde en la comprensión y previsión del cambio para adoptar las decisiones más adecuadas y para ayudar a los principales agentes a comprender, prever y gestionar el cambio industrial mediante la puesta a disposición de informaciones fiables y objetivas.

69. Cada vez hay más iniciativas públicas que apoyan la elaboración de informes sociales y medioambientales.

Se espera que la Recomendación de la Comisión relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas, que se adoptó el 30 de mayo de 2001, contribuya de manera importante a elaborar información útil y comparable sobre cuestiones de medio ambiente en la UE. (http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/company/account/news/01-814.htm)

En el contexto de las negociaciones comerciales, la Comisión ha emprendido una evaluación del impacto, en términos de desarrollo sostenible, de la nueva ronda de negociaciones de la OMC, y se ha comprometido a llevar a cabo evaluaciones similares de otras negociaciones comerciales, por ejemplo de las celebradas actualmente entre la UE y Chile-Mercosur.

El índice social danés es un instrumento de autoevaluación elaborado por el Ministerio de Asuntos Sociales para determinar en qué medida una empresa asume sus responsabilidades sociales. Cuando este índice se expresa en forma de una cifra que va del 0 al 100, es fácil comunicar a los trabajadores y a los interlocutores externos el nivel de responsabilidad social de la empresa.

El artículo 64 de la ley francesa relativa a la nueva normativa económica obliga a las empresas a tener en cuenta los «efectos sociales y medioambientales» de su actividad en su informe anual. Este texto se aplicará, en el caso de las empresas del primer mercado, a los informes de 2001 y en el caso de las demás empresas a los informes de 2002. El contenido de dichos informes se definirá en el decreto de aplicación.

70. Diversas organizaciones elaboran normas para la rendición de cuentas, la presentación de informes y la auditoría en materia social. El enfoque adoptado varía de unas normas a otras. Hay normas sobre los procesos y los resultados, normas voluntarias u obligatorias, normas relativas a uno o varios temas, y sólo algunas cubren todas las cuestiones relacionadas con la responsabilidad social.
71. Hay iniciativas internacionales importantes como la norma Responsabilidad Social 8000 y la *Global Reporting Initiative*, que se centran en la internacionalización de las normas sociales, la información pública, y la elaboración de informes sociales. No obstante, la complejidad que supone la elaboración de normas aplicables en cualquier medio cultural y país ha provocado grandes controversias. Las normas internacionalmente acordadas, tales como los convenios fundamentales de la OIT, identificados en la Declaración de 1998, son, por su carácter universal, la base más apropiada para dichas iniciativas.

Frente a los muchos códigos de conducta existentes, SAI (*Social Accountability International*) ha elaborado una norma sobre las condiciones de trabajo y un sistema de control independiente de su cumplimiento en las fábricas. Dicha norma: (*Social Accountability 8000 (SA8000)*) (<http://www.cepaa.org/introduction.htm>), y su sistema de control se basan en estrategias probadas de garantía de la calidad (como las utilizadas para la norma ISO 9000) y añaden varios elementos que los expertos internacionales en derechos humanos consideran fundamentales para la auditoría social.

En el ámbito del medio ambiente, la *Global Reporting Initiative* se considera actualmente el modelo a seguir. Sus directrices sobre la elaboración de informes relativos al desarrollo sostenible permiten realizar comparaciones entre empresas, e incluyen también directrices ambiciosas sobre la elaboración de informes sociales. En la Comunicación de la Comisión sobre una estrategia de desarrollo sostenible se indica que todas las empresas que cotizan en bolsa, con una plantilla de al menos 500 empleados, deberán publicar un «triple balance» en sus informes anuales a los accionistas que mida sus resultados en materia económica, medioambiental y social.

72. Además, es necesario facilitar a las empresas, sobre todo a las PYME, orientación e instrumentos que les permitan informar de manera eficaz sobre sus políticas, procedimientos y resultados en el campo de la responsabilidad social. Las grandes empresas pioneras en la materia pueden ayudar en este ámbito a las PYME compartiendo su experiencia y sus conocimientos técnicos.
-

73. La comprobación por terceros independientes de la información publicada en los informes de responsabilidad social es también necesaria para no dar la impresión de que los informes son meros ejercicios de relaciones públicas sin contenido real. De hecho, ya empieza a haber empresas que ofrecen dichos servicios, que deberían prestarse con arreglo a normas acordadas. La participación de distintos interlocutores, incluidos sindicatos y ONG, podría aumentar la calidad de dicha verificación.

3.3. Calidad en el trabajo

74. Los trabajadores son interlocutores importantes de las empresas. Además, la asunción de la responsabilidad social requiere un compromiso por parte de la dirección de la empresa, pero también una visión innovadora y, por consiguiente, nuevas cualificaciones y una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo bilateral que permita estructurar las reacciones y los ajustes. El diálogo social con los representantes de los trabajadores, que es el principal mecanismo para definir la relación entre una empresa y sus trabajadores, desempeña por lo tanto un papel fundamental en el marco más amplio de la adopción de prácticas socialmente responsables.

75. Por añadidura, como las cuestiones sobre responsabilidad social de las empresas son múltiples y afectan prácticamente a todas las actividades empresariales, debe consultarse ampliamente a los representantes de los trabajadores sobre las políticas, programas y medidas, como se prevé en el proyecto de Directiva de la Comisión por la que se establece un marco general relativo a la información y la consulta de los trabajadores en la Comunidad Europea (COM(98)612). Además, debe ampliarse el diálogo social a las cuestiones sociales y medioambientales de las empresas y los instrumentos para mejorarlas mediante, por ejemplo, la sensibilización de la dirección y los trabajadores, programas de formación, programas de orientación de las empresas en los ámbitos social y ecológico, y sistemas de gestión estratégica que incluyan consideraciones económicas, sociales y ecológicas.

76. Algunas empresas reconocen también el vínculo existente entre los resultados conseguidos por lo que respecta al medio ambiente y el aumento de la calidad de los empleos. La adopción de tecnologías limpias puede propiciar la mejora de dichos resultados. De por sí, estas tecnologías están asociadas normalmente a empleos relacionados con la tecnología punta y más gratificantes para los trabajadores. Por tanto, su adopción puede mejorar simultáneamente los logros de la empresa en lo tocante a la protección del medio ambiente y la satisfacción laboral de los trabajadores, aumentando al mismo tiempo la rentabilidad.

77. En un momento en que la escasez de personal cualificado representa un problema en algunos sectores y en que cada vez hay más candidatos que piden información sobre las políticas de empleo de las empresas, diversos instrumentos pueden ayudar a mejorar la información y la transparencia sobre las mejores prácticas de gestión de los recursos humanos. Algunos países contribuyen ya al fomento de las empresas que constituyen buenos lugares de trabajo mediante la publicación de listas de empresas modélicas en este ámbito.

La encuesta sobre las 50 mejores empresas del Reino Unido (*50 Best Companies to Work For in the UK*), patrocinada por el Ministerio de comercio e industria y la unidad *LearnDirect de la University for Industry* (UFI), muestra que las pequeñas empresas familiares pueden ser tan responsables en lo social como las empresas multinacionales del sector de la alta tecnología.

Posible iniciativa a nivel de la UE: la publicación anual de una lista de las mejores empresas europeas podría ser un instrumento eficaz para premiar a las empresas que, gracias a la actitud y las acciones de su dirección, intentan convertirse en buenos lugares de trabajo.

78. A petición del Consejo Europeo de Lisboa, que insistió en la importancia de invertir en recursos humanos, la Comisión está estudiando cómo introducir un premio europeo para las empresas más activas en este ámbito y dar así más importancia al aprendizaje permanente como un componente básico del modelo social europeo. Premios similares recompensarán a las empresas que hayan desarrollado prácticas adecuadas para fomentar la igualdad entre hombres y mujeres o proporcionar empleo a personas con discapacidad.

3.4. Etiquetas sociales y ecológicas

79. Las encuestas⁴ muestran que los consumidores no sólo quieren productos buenos y seguros, sino también tener la seguridad de que se producen de manera responsable desde el punto de vista social. Para la mayoría de los consumidores europeos, el comportamiento social de una empresa influye en las decisiones de compra de un producto o servicio. Esto crea perspectivas comerciales interesantes, ya que un número considerable de consumidores afirma estar dispuesto a pagar más por tales productos, aunque por el momento sólo lo haga efectivamente una minoría. Las cuestiones que más preocupan a los consumidores europeos son la protección de la salud y la seguridad de los

4. Fuente: MORI (2000).

trabajadores, el respeto de los derechos humanos en el funcionamiento de la empresa y en toda la cadena de suministros (por ejemplo, la no utilización del trabajo infantil) y la protección general del medio ambiente, sobre todo la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

80. En respuesta a esta tendencia, cada vez es más corriente la creación de etiquetas sociales por parte de distintos fabricantes (marcas autodeclaradas), sectores industriales, ONG o administraciones. Se trata de incentivos que tienen su origen en el mercado (no normativos) y que pueden contribuir a un cambio social positivo de las empresas, los minoristas y los consumidores. No obstante, las iniciativas de etiquetado social y ecológico tienen un alcance y un impacto potencial limitados, porque se circunscriben a nichos específicos del mercado de la venta al por menor, y, por lo que respecta a las etiquetas sociales, se restringen normalmente a productos importados y sólo al alcance de consumidores de alto poder adquisitivo. En consecuencia, su cuota de mercado está creciendo pero sigue siendo relativamente reducida, lo que indica que debe mejorarse la eficacia de dichas etiquetas.
81. Por lo general, las etiquetas sociales y ecológicas —que conllevan la garantía de que en la fabricación de los productos no ha habido explotación o abusos— adolecen de falta de transparencia y sus afirmaciones no son objeto de verificación independiente. A diferencia del etiquetado relativo al contenido o que incluye advertencias de seguridad, la información no puede verificarse probando el propio producto. Para ser creíbles, las etiquetas sociales y ecológicas requieren un control continuo de los lugares de trabajo efectuado con arreglo a normas acordadas.

La etiqueta ecológica europea garantiza las características ecológicas de determinados productos. El número de empresas cuyos productos llevan dicha etiqueta está aumentando rápidamente. (<http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/>)

82. Además, la multiplicación de los sistemas de etiquetas sociales en Europa podría perjudicar su eficacia, ya que la diversidad de criterios utilizados en las etiquetas y la falta de claridad de su significado podría inducir a confusión al consumidor.

Fairtrade Labelling Organizations International es una organización creada para coordinar las iniciativas nacionales de comercio justo y equitativo, realizar programas de seguimiento más eficaces e introducir una etiqueta internacional única en este ámbito.

83. Por otro lado, cada vez es más necesario debatir el valor y la conveniencia —en el contexto del mercado interior y los acuerdos internacionales— de realizar acciones públicas para conseguir que las etiquetas sociales y ecológicas sean más eficaces. A modo de ejemplo pueden citarse las iniciativas de información y sensibilización sobre las condiciones de trabajo, la promoción de las prácticas más adecuadas mediante el patrocinio de premios para las empresas, el fomento de la creación de asociaciones pluripartitas, el desarrollo de normas de etiquetado social y la utilización de la contratación pública y los incentivos fiscales para promover los productos etiquetados.

3.5. Inversión socialmente responsable

84. En los últimos años ha aumentado mucho la popularidad de la inversión socialmente responsable (ISR) entre los grandes inversores. Las políticas responsables en los ámbitos social y ecológico son para los inversores un indicador de buena gestión interna y externa. Dichas políticas contribuyen a minimizar los riesgos anticipando y previendo crisis que pueden dañar la reputación y provocar caídas espectaculares del valor de las acciones. La demanda de fondos ISR está aumentando rápidamente en Europa y las empresas de inversión más importantes responden a este incremento de la demanda sacando al mercado más fondos de este tipo, pero se ha publicado poca información sobre su número, su importancia y sus resultados, salvo en el Reino Unido, donde la inversión socialmente responsable constituye el 5 % de todos los fondos invertidos.

85. Los fondos ISR invierten su capital en empresas que cumplen criterios sociales y ecológicos específicos. Dichos criterios pueden ser negativos, lo que excluye a las empresas tabaqueras y productoras de bebidas alcohólicas y armas. Los criterios pueden ser también positivos y dirigirse a empresas activas en el ámbito social y medioambiental. Otra posibilidad importante con la que cuentan los inversores para conseguir que la dirección de una empresa adopte prácticas socialmente responsables es el «activismo accionarial». Se espera que este activismo cobre mayor relevancia a medida que aumente la importancia otorgada a las cuestiones de gobernanza empresarial y el desarrollo de los fondos de pensiones.

86. No obstante, para que la ISR aumente más, los mercados financieros deben ser más conscientes de sus posibilidades de rentabilidad. A semejanza del Social Investment Forum, que se creó en 1991 en el Reino Unido, recientemente se han establecido foros de inversión social (FIS) en Francia, Alemania, los Países Bajos e Italia para ofrecer información sobre las políticas de responsabili-

dad social de las empresas y favorecer y promover el desarrollo de la ISR. Se espera que el foro de inversión social europeo, una red de FIS nacionales, apoye la expansión futura de la ISR.

En mayo de 2000, la Comisión Europea organizó la primera Conferencia europea sobre la inversión con arreglo al triple balance en Europa. Esta Conferencia se celebró en Lisboa. (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_conf_lisbon.htm)

En 2000, se creó en el Reino Unido el grupo de trabajo sobre la inversión social (*UK Social Investment Taskforce*) para identificar los obstáculos a la inversión socialmente responsable y buscar soluciones para eliminarlos.

Desde julio de 2000, la ley británica «*Trustee Act*» exige que todos los administradores de fondos de pensiones comuniquen su política en materia de inversión socialmente responsable.

La ley francesa de planes de ahorro salarial requiere que los fondos de inversión colectiva que recogen dinero de los planes de ahorro salarial, los planes de ahorro interempresariales y los planes colectivos de ahorro salarial voluntario informen sobre sus políticas de inversión socialmente responsable.

87. La ISR es un nuevo mercado con muchas agencias especializadas de selección (analistas no financieros) que utilizan diversas herramientas e instrumentos de medición. A consecuencia de ello, las empresas tienen que hacer frente a un ingente número de solicitudes de información divergentes. Así pues, la expansión de la ISR puede llegar a provocar una aversión creciente en las empresas y hacer que éstas se nieguen a cooperar. Para solucionar este problema, se están realizando los primeros intentos de armonizar la elaboración de los informes sociales, a los que se han sumado las agencias de selección más importantes. No obstante, debe haber mayor convergencia entre los indicadores elaborados por las empresas y los criterios utilizados por los analistas para evaluar los resultados sociales de las compañías y su comportamiento ecológico. Además, la falta de transparencia de los métodos utilizados por las agencias de selección pueden también disuadir a los grandes inversores de realizar inversiones significativas desde un punto de vista social. Debe, por tanto, impulsarse en mayor medida la normalización, la armonización y la transparencia de las herramientas e instrumentos de medición utilizados por las agencias de selección.

En agosto de 2000, once grupos investigadores en materia de inversiones asociaron sus capacidades en el Grupo SIRI para publicar perfiles armonizados de empresas en un formato comparable.

En septiembre de 2000, la asociación *Global Partners for Corporate Responsibility Research* presentó diez requisitos para la consecución de niveles superiores de información en el siglo XXI (*Ten requirements for higher standards of disclosure in the 21st century*), que proponen una combinación de enfoques voluntarios, normativos y de mercado para mejorar de manera importante el acceso a los datos sobre las empresas y la integridad y exhaustividad de la información, que son condiciones indispensables para realizar auditorías y evaluaciones comparativas adecuadas.

88. El Consejo Europeo de Estocolmo reconoció la necesidad de crear un mercado europeo de valores dinámico y eficiente para finales de 2003. En este contexto, los índices del mercado que identifican a las empresas con mejores resultados sociales y medioambientales serán cada vez más necesarios para lanzar fondos de ISR y comparar los resultados en que se basa este tipo de inversión. Para garantizar la calidad y la objetividad de estos índices, la evaluación de los resultados sociales y medioambientales de las empresas debería basarse en la información presentada no solamente por la dirección de la empresa, sino también por las partes interesadas. Además, las auditorías externas y los procedimientos internos de garantía de la calidad deberían utilizarse para controlar y mantener la precisión de los datos facilitados, los procedimientos de evaluación y los resultados.



4. Proceso de consulta

89. El presente Libro Verde invita a las autoridades públicas de todos los niveles, incluidas las organizaciones internacionales, las empresas (desde las PYME hasta las multinacionales), los interlocutores sociales, las ONG y a cualquier parte afectada o persona interesada a expresar su opinión sobre la manera de establecer una asociación para crear un nuevo marco destinado a fomentar la responsabilidad social de las empresas, teniendo en cuenta los intereses tanto de las empresas como de las distintas partes involucradas. Las empresas deben colaborar con las autoridades públicas para encontrar maneras innovadoras de desarrollar esa responsabilidad social. Dicha asociación podría contribuir considerablemente a la promoción de un modelo de responsabilidad social de las empresas basado en valores europeos.
90. La palabra «marco» debe interpretarse en sentido amplio. Las propuestas deben tener en cuenta que la responsabilidad social tiene carácter voluntario y mostrar de qué manera puede contribuir a conseguir un desarrollo sostenible y un modo de gobernanza más eficaz. El nivel y el contenido de dicho marco deberían precisarse durante los debates previstos en el proceso de consulta del presente Libro Verde.
91. Las instituciones europeas —Parlamento, Consejo de Ministros, Comisión—, así como el Comité Económico y Social y el Comité de las Regiones, pueden promover el debate, aportar apoyo político y organizar el intercambio de informaciones y conocimientos sobre la responsabilidad social de las empresas.
92. Las principales cuestiones son las siguientes:

El papel de la UE

- ¿Qué podría hacer la Unión Europea para fomentar el desarrollo de la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional? En particular, ¿debería la UE aportar un valor añadido a las actividades socialmente responsables y completarlas:
 - elaborando un marco europeo general, en asociación con los principales agentes en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas, tendente a promover la transparencia, la coherencia y las buenas prácticas en materia de responsabilidad social;

– fomentando el consenso sobre las buenas prácticas en materia de evaluación y control de la responsabilidad social de las empresas y apoyando dichas prácticas;

– o por qué otro medio?

Empresas y responsabilidad social

- ¿Cuál es el papel de la responsabilidad social de las empresas en sus estrategias comerciales?
- ¿Cuáles son las razones que pueden llevar a las empresas a asumir su responsabilidad social? ¿Qué expectativas subyacen tras tales compromisos? ¿En qué ámbitos se centran dichos compromisos? ¿Qué beneficios obtienen las empresas?
- ¿Cuáles son los principales procedimientos de buenas prácticas que permiten a las empresas asumir y gestionar su responsabilidad social? ¿Qué buenas prácticas existen para las PYME?
- ¿Cuál es el mejor método a nuestro alcance para que progrese la solicitud dirigida a las empresas en la propuesta de la Comisión sobre una estrategia de desarrollo sostenible; a saber, que publiquen, en sus informes anuales para los accionistas, un «triple balance» que mida sus resultados en relación a criterios económicos, medioambientales y sociales?
- ¿Cuáles son las mejores maneras de establecer vínculos entre las dimensiones social y ecológica de la responsabilidad social de las empresas?
- ¿Cuáles son las mejores formas de fomentar la profundización en el conocimiento de los argumentos comerciales en favor de la responsabilidad social de las empresas y de su valor añadido?

Agentes e interlocutores principales

- ¿Cuáles son las mejores maneras de establecer y desarrollar un proceso de diálogo estructurado entre las empresas y sus diversos interlocutores en materia de responsabilidad social empresarial?
 - ¿Qué papel deberían desempeñar los principales agentes, es decir las empresas, los interlo-
-

cutores sociales, las autoridades públicas y las ONG, para fomentar la responsabilidad social de las empresas?

- ¿Cómo puede fomentar la Unión Europea una mayor aplicación de los principios de la responsabilidad social de las empresas a través de sus políticas, tanto a nivel europeo como internacional, incluido en el marco de su diálogo político y sus acuerdos de asociación, sus programas y su presencia en los foros internacionales?

Evaluación y eficacia

- ¿Cuál es la mejor manera de elaborar, evaluar y garantizar la eficacia y la fiabilidad de instrumentos de responsabilidad social empresarial tales como los códigos de conducta, los informes y auditorías sociales, las etiquetas sociales y ecológicas y la inversión socialmente responsable?

Acciones de fomento de la responsabilidad social de las empresas

- ¿Qué acciones son las más adecuadas para fomentar el desarrollo de la responsabilidad social de las empresas? ¿Qué niveles (empresarial, local, regional, sectorial, nacional, europeo e internacional) son los más apropiados para realizar las acciones mencionadas?
- Dichas acciones podrían incluir:
 - el fomento de la formación y el reciclaje, para garantizar que los directivos tengan las habilidades y competencias necesarias a fin de desarrollar y promover la responsabilidad social de las empresas;
 - la difusión y el intercambio de información, en particular sobre las buenas prácticas en materia de responsabilidad social de las empresas, el establecimiento de normas, la evaluación comparativa y el seguimiento, la contabilidad, la auditoría y la elaboración de informes;
 - los análisis y la investigación sobre la política social a medio plazo;
 - el análisis del papel del marco jurídico.

93. Como se indicó en la introducción, el principal objetivo del presente Libro Verde es sensibilizar y estimular el debate sobre los nuevos modos de fomentar la responsabilidad social de las empresas. En esta fase, la Comisión no desea prejuzgar los resultados de dicho debate formulando propuestas concretas de acción. El presente Libro Verde se difundirá ampliamente y esperamos que se debata a nivel local y nacional, así como a nivel europeo.

94. Los comentarios pueden enviarse por escrito antes del 31 de diciembre de 2001 a la siguiente dirección:

- European Commission
CSR Green Paper Consultation
Rue de la Loi/Wetstraat 200
B - 1049 Bruxelles/Brussel
E-mail: csr@cec.eu.int



ANEXO

CONCEPTOS

- **Auditoría ecológica:** la aplicación de criterios ecológicos no financieros a las decisiones de inversión.
 - **Auditoría ética:** la aplicación de criterios éticos no financieros a las decisiones de inversión.
 - **Auditoría social:** evaluación sistemática del impacto social de una empresa en relación con ciertas normas y expectativas.
 - **Capital social:** conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. El capital social es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero.
 - **Ciudadanía corporativa:** la gestión de todas las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida a nivel local, nacional y mundial.
 - **Código de conducta:** declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.
 - **Comercio ético:** tiene por objeto garantizar que las condiciones de trabajo de las grandes cadenas de producción cumplan las normas mínimas fundamentales y erradicar las formas de explotación de la mano de obra tales como el trabajo infantil y el trabajo forzado, y eliminar los talleres de economía sumergida. Los criterios de etiquetado se basan normalmente en los convenios fundamentales de la OIT.
-

- **Comercio justo y equitativo:** se define como una solución alternativa al comercio internacional tradicional. Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización y realizando campañas al efecto. Los criterios que deben cumplir los productos de este tipo de comercio varían según el producto, pero incluyen aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus cooperativas.
- **Derechos humanos:** Los derechos humanos se basan en el reconocimiento de que la dignidad intrínseca y la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo. Estos derechos se definen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. A nivel europeo, el artículo 6 del Tratado de la Unión Europea establece que la Unión Europea «se basa en los principios de libertad, democracia, respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales y el Estado de Derecho, principios que son comunes a los Estados miembros». Además, el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos, adoptado por el Consejo de Europa, es jurídicamente vinculante en todos los Estados miembros. Por último, la Carta Europea de los Derechos Fundamentales que se adoptó en Niza en diciembre de 2000 es el instrumento en el que se basan las instituciones europeas y los Estados miembros en materia de respeto de los derechos humanos, cuando actúan en virtud de la legislación comunitaria.
- **Eficiencia ecológica:** la noción de que mediante la mejora del modo en que se utilizan los recursos es posible reducir el deterioro medioambiental y los costes.
- **Espíritu empresarial responsable:** concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas pueden gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la protección del medio ambiente y se promueve la responsabilidad social.
- **Etiqueta social:** palabras y símbolos sobre un producto con las que se intenta influir en las decisiones de compra de los consumidores garantizando el impacto social y ético de una operación empresarial en otras partes interesadas.

- **Evaluación del impacto medioambiental:** análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el medio ambiente.
 - **Evaluación del impacto social:** análisis sistemático del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre la situación social y cultural de las comunidades afectadas.
 - **Gobernanza de la empresa:** conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. La gobernanza de la empresa facilita también la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados (Código de la OCDE, 1999).
 - **Influencia de los accionistas:** voluntad de los accionistas de mejorar el comportamiento ético, social o ecológico de una empresa a través del diálogo, ejerciendo presión, apoyando una gestión responsable y votando en las asambleas generales anuales.
 - **Informe social:** documento que comunica los resultados de una evaluación del impacto social.
 - **Inversión solidaria o en favor de la colectividad:** apoyo a una causa o actividad particular mediante una inversión para financiarla. A diferencia de una donación, este tipo de inversión requiere la devolución mediante reembolso (en el caso de los préstamos) o de transacción (en el de las acciones).
 - **Norma:** conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente.
 - **Partes interesadas/Interlocutores:** persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas (por ejemplo los trabajadores) o externas (por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financiadores, la comunidad local).
 - **Seguimiento:** proceso de recopilación periódica de información para controlar los resultados con arreglo a determinados criterios.
 - **Selección ética:** inclusión o exclusión de acciones en carteras de inversión por razones éticas, sociales o ecológicas.
-

- **Triple balance:** la idea de que el funcionamiento general de una empresa debería evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social.
- **Verificación:** certificación por un auditor externo de la validez, la pertinencia y la exhaustividad de los registros, informes o declaraciones de una empresa.

ENLACES ÚTILES DE INTERNET

Organizaciones internacionales

- Pacto mundial de las Naciones Unidas (<http://www.unglobalcompact.org/>): código de conducta para las grandes empresas, lanzado por Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, en 2000. Los nueve principios de las Naciones Unidas para las empresas multinacionales y transnacionales incluyen propuestas sobre derechos humanos, derechos laborales y derechos ecológicos.
 - Programa de investigación de las Naciones Unidas sobre la responsabilidad social de las empresas (<http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm>): proyecto que tiene por objeto promover la investigación y el diálogo político sobre cuestiones de responsabilidad social y ecológica de las empresas en los países en vías de desarrollo.
 - Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social. (<http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm>)
 - Base de datos de la OIT sobre empresas e iniciativas sociales (<http://oracle02.ilo.org:6060/vpi/vpi-search.first>): Esta base de datos sobre iniciativas sociales de empresas incluye información exhaustiva sobre iniciativas del sector privado que tratan de condiciones de trabajo y de empleo así como sobre iniciativas sociales que afectan a la comunidad donde operan las empresas más en general.
 - Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (<http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/>): recomendaciones a las empresas formuladas por los gobiernos de los países miembros de la OCDE, así como de Argentina, Brasil y Chile, sobre
-

cuestiones de responsabilidad social de las empresas, desde las relaciones laborales a la competencia, la fiscalidad y la corrupción (2000).

- Principios de la OCDE para la gobernanza empresarial (<http://www.oecd.org/daf/governance/principles.htm>): normas y directrices sobre los derechos de los accionistas y otras cuestiones de gobernanza (1999).

Instituciones de la Unión Europea

- DG Empleo y Asuntos Sociales: sitio web sobre responsabilidad social de las empresas (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm)
- DG Comercio: sitio web sobre responsabilidad social de las empresas y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (<http://www.europa.eu.int/comm/trade/miti/invest/oecd.htm>)
- Secretaría General: sitio web sobre desarrollo sostenible (<http://www.europa.eu.int/comm/environment/eussd/index.htm>)
- DG Medio Ambiente: sitio web sobre el sexto programa de acción de la Comunidad Europea en materia de medio ambiente (2001-2010) «El futuro está en nuestras manos» (<http://europa.eu.int/comm.environment/newprogr/index.htm>)
- DG Medio Ambiente: sitio web sobre la política integrada de productos (PIP) (<http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>)

Organizaciones pluripartitas

- *Copenhagen Centre* (<http://www.copenhagencentre.org/>): institución internacional autónoma establecida por el Gobierno danés en 1998 a fin de promover las asociaciones voluntarias entre el Gobierno y las empresas para fomentar la cohesión social.

- *Business Partners for Development* (<http://www.bpdweb.org/>): red internacional informal en la que participan representantes del mundo empresarial, el sector gubernamental y la sociedad civil, cuyo objetivo es promover en el mundo buenos ejemplos de asociación tripartita para el desarrollo social y económico.
- CERES (<http://www.ceres.org/>): asociación sin ánimo de lucro de inversores, fondos de pensión públicos, sindicatos y grupos de interés público que trabajan en colaboración con las empresas para apoyar en todo el mundo el objetivo común de la responsabilidad ecológica de las empresas.
- El sitio *Business and Sustainable Development* (BSD) del *International Institute for Sustainable Development* (www.iisd.ca) es una fuente de múltiple información sobre el desarrollo sostenible para el sector privado.
- *Tomorrow: The Sustainable Business Toolkit* (www.tomorrow-web.com): sitio que contiene las últimas noticias mundiales sobre el medio ambiente, vínculos con informes ecológicos empresariales y otros datos de interés para las empresas.
- *Sustainable Business.com* (www.sustainablebusiness.com): sitio detallado con recursos útiles para todos los interesados en las actividades económicas que fomentan el desarrollo sostenible.

Diseño de productos y utilización eficiente de los recursos

- *The Centre for Sustainable Design* (www.cfsd.org.uk): facilita el debate y la investigación sobre el diseño ecológico y otras consideraciones de mayor alcance relacionadas con la sostenibilidad en el desarrollo de productos y servicios.
 - *Working Group on Sustainable Product Design*, UNEP (<http://unep.frw.uva.nl/>): investiga sobre productos y servicios sostenibles, e incluye una base de datos sobre los mismos.
 - *The Rocky Mountain Institute* (www.rmi.org): origen del «factor 4» y del capitalismo natural.
 - *Greening of Industry* (www.greeningofindustry.org): red internacional e instituto de investigación y concepción de políticas centrado en aspectos de la industria, el medio ambiente y la sociedad.
-

Organizaciones de empresas

- *WorldCSR* (<http://www.worldcsr.com>): portal compartido que enlaza los sitios web de grandes organizaciones de empresas que se interesan por la responsabilidad social.
- *CSREurope* (<http://www.csreurope.org/>): red europea de empresas asociadas creada en 1996 a raíz del Manifiesto europeo de las empresas contra la exclusión social, elaborado por iniciativa de Jacques Delors, antiguo presidente de la Comisión Europea, y 20 grandes grupos.
- Hay organizaciones nacionales de empresas que promueven la responsabilidad social en Bélgica; Finlandia; Francia; Grecia; Irlanda; Italia; los Países Bajos; Portugal; Reino Unido y Suecia.
- *Social Venture Network (SBN) Europe*: red de empresas y grupos empresariales comprometidos a nivel social y medioambiental.
- Fundación Europea de Gestión de la Calidad (EFQM) (<http://www.efqm.org/>): organización sin ánimo de lucro apoyada por la Comisión Europea que tiene por objeto contribuir a desarrollar las actividades de mejora de la calidad centradas en la satisfacción de los clientes y los trabajadores, la incidencia social y los resultados empresariales.
- *Business Impact Taskforce* (<http://www.business-impact.org/>): grupo de trabajo creado en 1998 para ofrecer una referencia sobre los argumentos empresariales, las buenas prácticas y los métodos de medición relacionados con todos los aspectos de la responsabilidad social de las empresas.
- *Conference Board* (<http://www.conference-board.org/>): red de empresas asociadas y de investigación cuyo objetivo es reforzar la iniciativa empresarial y la contribución de las empresas a la sociedad.
- *International Business Leaders Forum (IBLF)* (<http://www.csforum.com/>): organización internacional sin ánimo de lucro creada en 1990 para promover las prácticas responsables de las empresas que benefician al mismo tiempo a estas últimas y a la sociedad y que contribuyen a un desarrollo social, económico y ecológico sostenible, en particular en las nuevas economías de mercado.

- *The European Bahá'í Business Forum* (EBBF) (<http://www.ebbf.org/framinfo.htm>): red mundial de empresas centrada en Europa.
- *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (<http://www.wbcsd.ch/>): organización internacional de empresas creada en 1995 para establecer una cooperación más estrecha entre las empresas, los gobiernos y todas las demás organizaciones interesadas en la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.
- *Business for Social Responsibility* (BSR) (<http://www.bsr.org/>): red internacional de empresas creada en 1992 para ofrecer a sus miembros productos y servicios innovadores que les ayuden a asentar su éxito comercial en el respeto de los valores éticos, personales, sociales y ecológicos.
- *Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA) (<http://www.acca.co.uk/index.html>): organismo internacional que reúne a expertos en contabilidad y que promueve normas éticas y de gobernanza en todos los aspectos de la contabilidad financiera, social y medioambiental.
- *Society and Business* (<http://www.societyandbusiness.gov.uk>): guía —lanzada en marzo de 2001 por el Ministerio británico de comercio e industria— que explica los argumentos comerciales en favor de la responsabilidad social de las empresas e indica los recursos disponibles de las empresas y el Gobierno.
- *International Chamber of Commerce* (www.iccwbo.org/home/menu_environment.asp): la Carta empresarial de desarrollo sostenible proporciona a las empresas las bases de una gestión adecuada del medio ambiente.

ONG

- *Human Rights Watch* (<http://www.hrw.org/>): ONG dedicada a proteger los derechos humanos en todo el mundo.
 - *Transparency International* (<http://www.transparency.de/>): ONG que combate la corrupción nacional e internacional.
-

- *International Alert* (IA) (<http://www.international-alert.org/>): ONG sita en el Reino Unido que apoya a las personas que intentan resolver pacíficamente los conflictos facilitando el diálogo en todos los niveles.
- *International Corporate Governance Network* (<http://www.icgn.org/>): red internacional para intercambiar de puntos de vista e información sobre cuestiones de gobernanza empresarial y para elaborar directrices en este ámbito.
- *European Corporate Governance Network* (<http://www.ecgn.ulb.ac.be/ecgn/>): red europea de investigación sin ánimo de lucro que realiza estudios europeos y comparativos sobre la gobernanza empresarial.

Códigos de conducta

- *Codes of conduct* (<http://www.codesofconduct.org/>): sitio web que ofrece recursos útiles a los interesados en conocer el texto completo de diversos códigos de conducta y sus disposiciones, patrocinadores y efectos en las prácticas empresariales.
 - *European Initiative for Ethical Production and Consumption* (IEPCE) (<http://www.iepce.org/>): foro europeo que reúne a los principales agentes sociales y económicos que desean fomentar la producción y el consumo éticos (empresarios, sindicatos, ONG, instituciones públicas).
 - *Social Accountability 8000* (SA8000) (<http://www.cepaa.org/sa8000.htm>): norma voluntaria de responsabilidad social de las empresas lanzada en 1997 por el *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), que se llama desde hace poco *Social Accountability International* (SAI). Se centra sobre todo en las prácticas laborales, por ejemplo el trabajo infantil, la libertad de asociación, el tiempo de trabajo y la remuneración. Este código internacional de responsabilidad civil se basa en la norma ISO 9000 e incluye la acreditación de los auditores y un control independiente.
 - *Caux Round Table Principles for Business* (<http://www.cauxroundtable.org/>): código de conducta, adoptado por una organización tripartita de empresas, que se centra en la responsabilidad mundial de las empresas.
-

- *Global Sullivan Principles* (<http://www.globalsullivanprinciples.org/>): conjunto de principios elaborados por el Reverendo Leon H. Sullivan para servir de guía a las políticas sociales, económicas, políticas y medioambientales de las empresas.
- *Basic Code of Labour Practice* (ICFTU) (<http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN>): Código tipo de la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres sobre los derechos de los trabajadores (1997).
- *Investors in People* (<http://www.iipuk.co.uk/>): norma de calidad del Reino Unido que establece un nivel de buenas prácticas para mejorar los resultados de una empresa gracias a su recursos humanos.
- *Ethical Trading Initiative* (ETI) (<http://www.eti.org.uk/>): código del Reino Unido elaborado en el marco de una asociación entre minoristas, empresas productoras de bienes de consumo, ONG, sindicatos y el Gobierno del Reino Unido.
- *Amnesty International's Human Rights Principles for Companies* (<http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm>): código internacional que insta a las empresas a proteger los derechos humanos y a cumplir las normas laborales en los países donde estas tienen establecimientos.
- *Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices for the Apparel Industry* (<http://www.cleanclothes.org/codes/ccccode.htm>): código tipo que incluye normas laborales y un sistema de control del sector de la confección.

Etiquetas sociales

- *International Federation of Alternative Trade* (IFAT) (<http://www.ifat.org/>): federación de productores y organizaciones de comercio «alternativo».
 - *European Fair Trade Association* (EFTA) (<http://www.eftafairtrade.org/>): red europea de organizaciones de comercio justo y equitativo que importan productos de grupos de productores económicamente desfavorecidos de África, Asia y América Latina.
-

- *Network of European World Shops (NEWS!)* (<http://www.shared-interest.com/cust/news.htm>): red que se ocupa al mismo tiempo de los aspectos comerciales y educativos del comercio justo y equitativo.
- *Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)* (<http://www.fairtrade.net/>): organización paraguas que tiene por objeto coordinar el trabajo de las iniciativas nacionales de comercio justo y equitativo, aplicar de manera más eficaz los programas de seguimiento e introducir una etiqueta única para el comercio de estas características. Las iniciativas nacionales se ocupan de la comercialización y la promoción del comercio justo y equitativo en sus respectivos países.
- *The Fairtrade Mark* (<http://www.gn.apc.org/fairtrade/>): etiqueta de comercio justo y equitativo concedida a productos que cumplen los requisitos de este tipo de comercio por una fundación que tiene por objeto mejorar las condiciones comerciales de los productores del tercer mundo.
- *Max Havelaar* (<http://www.maxhavelaar.nl/english/>): etiqueta de comercio justo y equitativo concedida por una fundación neerlandesa cuyo objetivo es que los agricultores y los trabajadores de las regiones desfavorecidas del tercer mundo accedan al comercio internacional en condiciones satisfactorias (1986).
- *Transfair International* (<http://www.transfair.org/>): iniciativa de etiquetado de comercio justo y equitativo de la AELC y Transfair Alemania.
- *Rattvisemarkt* (<http://www.raettvist.se/>): etiqueta sueca de comercio justo y equitativo.

Informes sociales

- *Social & Ethical Reporting Clearinghouse* (<http://cei.sund.ac.uk/ethsocial/index.htm>): página Internet que facilita enlaces sobre las directrices, organizaciones y encuestas de los informes sociales y éticos.
- *Global Reporting Initiative (GRI)* (<http://www.globalreporting.org/>): iniciativa internacional de distintas partes interesadas para crear un marco común para la elaboración voluntaria de informes sobre el conjunto de prácticas económicas, ecológicas y sociales de las empresas. CERES y el Programa

de las Naciones Unidas para el medio ambiente lanzaron esta iniciativa en 1997. En junio de 2000, la GRI publicó las nuevas directrices para la elaboración de informes sobre el desarrollo sostenible.

- *AccountAbility 1000* (AA1000) (<http://www.accountability.org.uk/>): norma que permite medir los resultados sociales y éticos de las empresas con arreglo a criterios objetivos; publicada en noviembre de 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability, sito en el Reino Unido.

Inversión socialmente responsable

- *UK Social Investment Forum* (<http://www.uksif.org/>): red británica de organizaciones asociadas que trabajan en favor de la inversión socialmente responsable.
- *Dow Jones Sustainability Group Index* (DJSGI) (<http://www.sustainability-index.com/>): índice de empresas que apoyan el desarrollo sostenible facilitado por Dow Jones en colaboración con *SAM Sustainable Asset Management*.
- *FTSE4Good* (<http://www.ftse4good.com/frm0101.asp>): índice de empresas responsables desde un punto de vista ético lanzado por FTSE en colaboración con *Ethical Investment Research Service* (EIRIS) y la UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia).
- *Sustainable Investment Research International Group* (SIRI) (<http://www.sirigroup.org/>): asociación de diez organizaciones de investigación que tiene por objeto facilitar y promover en todo el mundo productos y servicios de calidad derivados de la investigación social.



**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN
relativa a
la responsabilidad social de las empresas:
una contribución empresarial al desarrollo
sostenible**

Comisión de las Comunidades Europeas
Bruselas, 2.7.2002
COM(2002) 347 final

1. Introducción

En julio de 2001, la Comisión presentó el Libro Verde «Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas»,¹ cuyos objetivos eran, en primer lugar, estimular el debate sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas (RSE) y, en segundo lugar, definir los medios para desarrollar una asociación con vistas a la instauración de un marco europeo para la promoción de la RSE.

El concepto de responsabilidad social de las empresas se define en el Libro Verde 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»*, pues las empresas son cada vez más conscientes de que un comportamiento responsable genera éxitos comerciales duraderos. Sin embargo, la responsabilidad social consiste también en gestionar los cambios dentro de la empresa de una manera socialmente responsable, lo que ocurre cuando una empresa procura reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todas ellas. Una gestión socialmente responsable de los cambios generará efectos positivos para las empresas a nivel macroeconómico.

La responsabilidad social de las empresas puede, por tanto, ayudar a la consecución del objetivo estratégico establecido en marzo de 2000 en la cumbre de Lisboa, de convertir a la Unión Europea en 2010 en *«la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social»*, y puede también contribuir a la estrategia europea de desarrollo sostenible.

El proceso de consulta sobre el Libro Verde ha servido para apoyar la acción comunitaria en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas. En la presente Comunicación, elaborada en seguimiento del Libro Verde adoptado el pasado año, la Comisión expone a lo largo de seis capítulos su propuesta de estrategia de promoción de la RSE. En el primer capítulo se resumen brevemente los resultados del proceso de consulta; en el segundo se describe la propuesta de estrategia europea destinada a promover la responsabilidad social de las empresas, que incluye una definición del concepto de RSE, el examen del lugar que ocupa en el contexto del desarrollo sostenible y sus repercusiones en las empresas y la sociedad. Los capítulos 3 a 6 describen propuestas de acciones conexas.

La presente Comunicación va dirigida a las instituciones europeas, a los Estados miembros y a los interlocutores sociales, pero también a las asociaciones de empresas y de consumidores, a las empresas individuales y a otros agentes interesados, en la medida en que la estrategia europea de promo-

1. COM(2001) 366.

ción de la RSE sólo podrá desarrollarse y aplicarse a través de la acción conjunta de todas las partes. La Comisión invita a las empresas y a sus partes interesadas, así como a los interlocutores sociales de los países candidatos, a que se asocien a esta iniciativa.



2. Resumen de la consulta sobre el Libro Verde relativo a la RSE

La Comisión ha recibido más de 250 respuestas al Libro Verde, que pueden consultarse en el sitio Europa (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_responses.htm). Cerca de la mitad proceden de organizaciones patronales, empresas individuales o asociaciones de empresas y, el resto, de sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, así como de organizaciones locales, regionales, nacionales, europeas e internacionales, el mundo académico y otras personas interesadas.

Las instituciones europeas —Consejo, Parlamento, Comité Económico y Social y Comité de las Regiones— también han adoptado dictámenes sobre el Libro Verde. Por último, varios Estados miembros han enviado sus observaciones a la Comisión.

Todas las respuestas acogen con satisfacción el Libro Verde y confirman la utilidad de mantener un debate abierto sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas. Casi todas las partes —interlocutores sociales y otros— se muestran favorables a una acción de la Comunidad en este ámbito.

Sin embargo, se observan también algunas divergencias importantes en las posiciones expresadas:

- Las empresas subrayan la naturaleza voluntaria de la responsabilidad social, su integración en el contexto del desarrollo sostenible y la necesidad de definir su contenido a escala global. Destacan que no cabe esperar soluciones «únicas e universales» y que cualquier tentativa de regular la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo sería contraproducente, en la medida en que anularía la creatividad y el carácter innovador de las empresas, que constituyen el motor del desarrollo con éxito de la RSE. Además, podría generar conflictos de prioridades para las empresas que operan en distintas áreas geográficas.
- Los sindicatos y las organizaciones de la sociedad civil advierten de que las iniciativas voluntarias no son suficientes para salvaguardar los derechos de los trabajadores y los ciudadanos y propugnan el desarrollo de un marco reglamentario que establezca normas mínimas y garantice unas reglas de juego equitativas. Insisten además en que, para ser creíbles, las prácticas de responsabilidad social no pueden ser definidas, aplicadas y evaluadas de manera unilateral por las propias empresas y que es necesaria la participación de todas las partes interesadas. Exigen, además, la introducción de mecanismos eficaces que obliguen a las empresas a responsabilizarse de las consecuencias sociales y medioambientales de sus actividades.

- Los inversores señalan la necesidad de mejorar la divulgación de la información y la transparencia de las prácticas empresariales, así como la metodología utilizada por las agencias de calificación y la gestión de los fondos de inversión socialmente responsable (ISR) y de los fondos de pensiones.
- Las organizaciones de consumidores insisten en la importancia de disponer de información exhaustiva y fiable sobre las condiciones éticas, sociales y ecológicas de producción y comercialización de los bienes y los servicios, que les oriente en sus decisiones de compra.
- En su Resolución de 3 de diciembre de 2001, el Consejo señaló que un enfoque europeo de la responsabilidad social de las empresas podría servir para desarrollar el concepto y para completar las medidas existentes a nivel local y nacional, aportándoles un valor añadido. El Consejo mencionó asimismo que la responsabilidad social podría contribuir no sólo a fomentar un elevado nivel de cohesión social, de protección del medio ambiente y de respeto de los derechos fundamentales, sino también a mejorar la competitividad para todos los tipos de empresas, desde PYME a multinacionales, y en todos los sectores de actividad.
- El Comité Económico y Social ha subrayado que los principios de acción voluntaria y de sostenibilidad medioambiental, económica y social, junto con las orientaciones incluidas en los acuerdos suscritos en el ámbito de las organizaciones internacionales, deben servir de marco de referencia para las nuevas iniciativas europeas destinadas a apoyar los esfuerzos de las empresas en el ámbito de la responsabilidad social.
- El Comité de las Regiones considera que la acción a nivel europeo debe proporcionar un marco que permita aumentar la sensibilización, promover principios responsables y ayudar a las empresas y autoridades públicas a integrar la responsabilidad social en sus actividades.
- Por último, el Parlamento Europeo ha propuesto integrar el concepto de responsabilidad social de las empresas en todos los ámbitos de competencia de la UE, en particular en la financiación de las medidas sociales y regionales, y establecer una plataforma multilateral sobre este tema. Aboga por que las empresas incluyan en sus informes un triple balance que mida sus resultados en materia social y medioambiental, incluida la dimensión de los derechos humanos.

3. Un marco de acción europeo para la RSE

Definir la responsabilidad social de las empresas

La RSE es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y ecológicas en sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores.

La principal función de una empresa consiste en crear valor con la producción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar de este modo beneficios para sus propietarios y accionistas, así como bienestar para la sociedad en general, en particular gracias a un proceso continuo de creación de empleo. Sin embargo, las nuevas presiones sociales y de mercado transforman progresivamente los valores y las perspectivas de la actividad empresarial.

Hoy en día, los empresarios están cada vez más convencidos de que el éxito comercial y los beneficios duraderos para sus accionistas no se obtienen únicamente con una maximización de los beneficios a corto plazo, sino con un comportamiento orientado por el mercado, pero responsable. Así pues, las empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico y aumentar su competitividad, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores.

En este contexto, son cada vez más las empresas que adoptan una cultura de responsabilidad social. Pese a la amplia gama de enfoques relativos a la RSE, existe un consenso generalizado sobre sus principales características:

- la responsabilidad social consiste en un comportamiento que adoptan las empresas voluntariamente, más allá de sus obligaciones jurídicas, por considerar que redundará a largo plazo en su propio interés;
 - la responsabilidad social está intrínsecamente vinculada al concepto de desarrollo sostenible: las empresas deben integrar en sus operaciones las consecuencias económicas, sociales y medioambientales;
 - la RSE no es algo que pueda «añadirse» optativamente a las actividades principales de la empresa, sino que afecta a su propia gestión.
-

Existe en Europa una larga tradición de iniciativas empresariales socialmente responsables. No obstante, lo que distingue al concepto actual de responsabilidad social es el intento de gestionar dicha responsabilidad de manera estratégica y dotarse con los instrumentos adecuados para ello. Es decir, se trata de un enfoque comercial que sitúa las expectativas de las partes interesadas y el principio de perfeccionamiento e innovación continuos en el núcleo de la estrategia empresarial. El contenido mismo de la responsabilidad social depende de la situación particular de cada empresa y del contexto específico en el que opera, ya sea en Europa u otros lugares del mundo. En la perspectiva de la ampliación es, además, importante fomentar una percepción del concepto común a los Estados miembros y a los países candidatos.

Un mayor reconocimiento de la responsabilidad social de las empresas

Las empresas, los responsables políticos y otras partes interesadas reconocen la responsabilidad social como un elemento importante de las nuevas formas de gobernanza, que puede ayudarles a responder a los siguientes cambios fundamentales:

- la mundialización ha creado nuevas oportunidades para las empresas, pero ha aumentado también el grado de complejidad organizativa, al tiempo que la creciente expansión de sus actividades en el extranjero hace surgir nuevas responsabilidades a escala global, en particular en los países en desarrollo;
- aspectos como la imagen y el prestigio desempeñan un papel cada vez más importante para la competitividad en el contexto empresarial, ya que tanto las ONG como los consumidores exigen más información sobre las condiciones de producción de bienes y servicios, así como su impacto en la sostenibilidad, y tienden a premiar con su comportamiento a las empresas social y ecológicamente responsables;
- en parte como consecuencia de estos factores, los accionistas exigen que la divulgación de información no se limite a los tradicionales informes financieros a fin de poder identificar mejor los factores de éxito y de riesgo inherentes a una empresa, así como su capacidad de responder a la opinión pública;

- a medida que aspectos como el conocimiento y la innovación cobran mayor relevancia para la competitividad, aumenta el interés de las empresas por mantener una mano de obra competente y altamente cualificada.

La dimensión global de la RSE

Las respuestas al Libro Verde han puesto de manifiesto la naturaleza global de las cuestiones y preocupaciones vinculadas a la responsabilidad social de las empresas, reflejando el hecho de que un número cada vez mayor de empresas, incluidas las PYME, operan a nivel mundial en consonancia con la liberalización de los mercados y la integración comercial, y recurren a filiales y proveedores de países en desarrollo.

La gobernanza mundial y la interrelación entre el comercio, la inversión y el desarrollo sostenible son aspectos cruciales del debate sobre la responsabilidad social de las empresas. En efecto, una toma de conciencia de las cuestiones e inquietudes suscitadas por la RSE permitiría promover inversiones de carácter más sostenible, así como políticas de cooperación al desarrollo y transferencias tecnológicas más eficaces.

Ambos procesos de liberalización del comercio y de los mercados financieros deberían ir acompañados de un sistema eficaz de gobernanza mundial que tenga en cuenta la dimensión social y ecológica. Con la mundialización, las empresas se han visto cada vez más expuestas a la delincuencia económica transfronteriza, situación que exige una respuesta internacional.

Las empresas multinacionales que cumplan las normas acordadas internacionalmente podrán contribuir a un funcionamiento más sostenible de los mercados comerciales internacionales, por lo que es importante que la promoción de la RSE a ese nivel se base en normas internacionales y en instrumentos consensuados.

Estos instrumentos son, actualmente, de dos tipos. En primer lugar, las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, que constituyen el conjunto más exhaustivo de normas acordadas internacionalmente sobre las actividades de las multinacionales. Al promover la RSE en los países en desarrollo, las empresas de la UE deberán demostrar y divulgar su plena adhesión a dichas normas en todo el mundo. En segundo lugar, independientemente de la RSE, existen acuerdos internacionales cuyo cumplimiento deben fomentar los gobiernos. En su Comunicación titulada «Promover las normas fun-

damentales del trabajo y mejorar la gobernanza social en el contexto de la mundialización»,² la Comisión subrayó la necesidad de garantizar el respeto de dichas normas en el contexto de la mundialización y, en particular, el carácter universal de las mismas, así como la necesidad de adoptar códigos de conducta que integren los convenios fundamentales de la OIT.

Paralelamente, la definición de marcos comunes para fomentar la dimensión global de la RSE constituye un reto habida cuenta de la diversidad de las políticas nacionales, la protección de los trabajadores y la reglamentación en materia de medio ambiente. Varias iniciativas en las que participan empresas europeas, como *Investors for Africa*, *World business at the global level*, *Council for Sustainable Development* y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas tienen por objeto definir prácticas y principios básicos. El enfoque que subyace a estas iniciativas es que, tanto a nivel global como Europeo, la aplicación de los principios de responsabilidad social debe rebasar las obligaciones legales de las empresas e incluir la consulta con los interlocutores locales.

Las respuestas al Libro Verde pusieron de relieve asimismo el importante papel que desarrollan los gobiernos, las organizaciones internacionales y la sociedad civil para aumentar la sensibilización y supervisar la aplicación de las normas sociales y medioambientales acordadas internacionalmente. El valor añadido de la actividad de la UE en esta área y en la promoción de la dimensión internacional de la RSE se desarrolla en la sección 7.6.

Los desafíos que plantea la difusión generalizada de la RSE

Los desafíos que plantean la sensibilización, la divulgación y la adopción generalizada de prácticas socialmente responsables en las empresas se derivan de:

- la falta de información sobre la relación que existe entre la responsabilidad social y los resultados económicos de las empresas («el argumento comercial»);
- la ausencia de consenso entre las distintas partes interesadas en torno a una definición adecuada de responsabilidad social, que tenga en cuenta su dimensión global, en particular la diversidad de los marcos políticos nacionales;

2. COM(2001) 416.

- la escasa educación y formación sobre el papel de la RSE, en particular en las escuelas de comercio y de gestión empresarial;
- la insuficiente sensibilización de las PYME y sus recursos limitados;
- la falta de transparencia, que se deriva de la inexistencia de instrumentos ampliamente reconocidos para diseñar, administrar y divulgar las políticas en materia de responsabilidad social;
- el escaso reconocimiento y apoyo de los consumidores e inversores con respecto a los comportamientos socialmente responsables de las empresas;
- la falta de coherencia de las políticas públicas.

Hacia un marco de acción europeo en favor de la responsabilidad social de las empresas

En principio, la adopción de una actitud de responsabilidad social corresponde a las propias empresas en interacción dinámica con sus interlocutores. Sin embargo, puesto que todo indica que la responsabilidad social de las empresas aporta un valor a la sociedad contribuyendo a un desarrollo más sostenible, las autoridades públicas deben fomentar las prácticas empresariales responsables desde un punto de vista social y ecológico.

La necesidad de una acción pública se deriva también de la gestión inadecuada a nivel mundial y nacional. En su Comunicación «Hacia una asociación global en favor del desarrollo sostenible», de 13 de febrero de 2002, la Comisión destacó las posibles consecuencias negativas de una globalización incontrolada. Las políticas públicas en el ámbito de la responsabilidad social pueden imprimir una evolución positiva a la globalización, fomentando las buenas prácticas en las empresas como complemento de los esfuerzos realizados por las autoridades públicas en favor del desarrollo sostenible.

La acción comunitaria en el ámbito de la RSE debe apoyarse en los principios fundamentales establecidos en los acuerdos internacionales y deberá llevarse a cabo respetando plenamente el principio de subsidiariedad. En este contexto, existen al menos dos razones que justifican la oportunidad y necesidad de una acción comunitaria en el ámbito de la RSE. En primer lugar, la responsabilidad social de las

empresas puede resultar un instrumento útil para reforzar las políticas comunitarias. En segundo lugar, la proliferación de distintos instrumentos en este ámbito (normas de gestión, sistemas de etiquetado y certificación, notificación, etc.) dificulta la comparación y puede confundir a las empresas, los consumidores, los inversores y otras partes interesadas, así como al público en general, además de provocar distorsiones en el mercado. Por lo tanto, la acción comunitaria podría servir para facilitar la convergencia de los instrumentos utilizados a fin de asegurar un funcionamiento adecuado del mercado interno y garantizar unas reglas de juego equitativas.

Las prácticas e instrumentos de responsabilidad social de las empresas cobrarán mayor eficacia si se inscriben en un esfuerzo concertado de todas las partes interesadas en pos de unos objetivos comunes. Además, dichas prácticas e instrumentos deberían ser transparentes y basarse en criterios o parámetros de referencia claros y verificables. Las políticas públicas pueden contribuir al desarrollo de un marco de acción que promueva la transparencia y, por ende, la credibilidad de las prácticas de responsabilidad social de las empresas.

Principios de la acción comunitaria

La Comisión propone una estrategia de promoción de la RSE fundada en los siguientes principios:

- reconocimiento de la naturaleza voluntaria de la RSE;
- prácticas de responsabilidad social creíbles y transparentes;
- focalización en las actividades en las que la intervención de la Comunidad aporte un valor añadido;
- enfoque equilibrado y global de la RSE que incluya los aspectos económicos, sociales y ecológicos, así como los intereses de los consumidores;
- atención a las necesidades y características de las PYME;
- apoyo y coherencia con los acuerdos internacionales existentes (normas fundamentales del trabajo adoptadas por la OIT, directrices de la OCDE para las empresas multinacionales).

La Comisión propone centrar su estrategia en las siguientes acciones:

- 1) dar a conocer mejor el impacto positivo de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad, tanto en Europa como en el resto del mundo, en particular en los países en desarrollo;
- 2) fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre las empresas;

- 3) promover el desarrollo de las capacidades de gestión en el ámbito de la RSE;
- 4) fomentar la adopción de prácticas de responsabilidad social entre las PYME;
- 5) facilitar la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de responsabilidad social;
- 6) crear a nivel de la UE un foro multilateral en este ámbito;
- 7) integrar la responsabilidad social en las políticas comunitarias.

La Comisión desea que los países candidatos participen lo más activamente posible en la aplicación de esta estrategia y fomentará la RSE como un estímulo para mejorar el desarrollo sostenible y la buena gobernanza en los países en desarrollo.



4. Dar a conocer mejor la RSE y facilitar el intercambio de experiencias y de buenas prácticas

4.1. Dar a conocer mejor el impacto de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad

Las respuestas al Libro Verde reflejan un amplio consenso entre las empresas en relación con la importancia estratégica de la responsabilidad social para garantizar su éxito comercial a largo plazo.

El potencial de las políticas de responsabilidad social para reforzar la relación simbiótica entre las empresas y la sociedad ya ha quedado demostrado en ámbitos como el crecimiento sostenible, la educación y la cohesión social. En efecto, la RSE puede contribuir a crear en las empresas un clima de confianza, que se traduciría en un mayor compromiso de los empleados y mejores resultados en términos de innovación. Un clima similar de confianza en las relaciones de cooperación con otras partes interesadas (socios comerciales, proveedores y consumidores) puede aumentar los resultados externos en cuanto a la innovación. La RSE puede estimular la confianza de los consumidores y contribuir de manera fundamental al crecimiento económico. En concreto, al asumir un comportamiento de responsabilidad social, las empresas pueden desempeñar un papel importante para prevenir y combatir la corrupción y los sobornos y evitar que las empresas se utilicen para el blanqueo de dinero y la financiación de actividades delictivas.

Por otro lado, las políticas de responsabilidad social pueden también multiplicar las ventajas que aportan las empresas a la sociedad en términos de innovación. Entre los ejemplos de esta contribución cabe destacar las prácticas innovadoras dirigidas a mejorar la calidad del empleo, ofrecer lugares de trabajo más seguros y mejor adaptados a los trabajadores, integrar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y facilitar la transferencia de innovación o tecnología hacia las comunidades locales y los países en desarrollo, factores que favorecen un desarrollo económico y social más equitativo entre el Norte y el Sur. De hecho, la RSE puede desempeñar un papel positivo y estimular el desarrollo de terceros países facilitando el diálogo entre las autoridades públicas, los interlocutores sociales y la sociedad civil de estos países y las empresas extranjeras.

El deseo de las empresas de mejorar su gestión de los riesgos constituye un importante factor de aceptación de la responsabilidad social. Las empresas reconocen, en general, que la RSE les permite gestionar mejor los riesgos, los bienes inmateriales, los procesos internos y las relaciones con sus interlocutores, tanto internos como externos. Algunas opinan que las oportunidades y ventajas que

obtienen las empresas que respetan los convenios, las normas y otros instrumentos internacionales no vinculantes en el ámbito social y medioambiental pueden compensar los costes. Si bien la mayoría de las empresas están de acuerdo en el impacto positivo de la RSE en la competitividad a largo plazo, no están en condiciones, sin embargo, de cuantificar dicho efecto.

La demostración fehaciente de que la responsabilidad social y ecológica favorece la competitividad y el desarrollo sostenible, en particular de las PYME, sería el argumento más firme y eficaz para incitar a las empresas a adoptar un enfoque socialmente responsable. Esto podría hacerse mediante:

- el examen de los medios y las condiciones que permiten a las empresas socialmente responsables contribuir al objetivo de una mayor competitividad y de un desarrollo más sostenible: la introducción de un ámbito prioritario relativo a los ciudadanos y la gobernanza en una sociedad basada en el conocimiento en el programa marco de la Comunidad Europea para acciones de investigación, desarrollo tecnológico y demostración (2002-2006) permitirá reunir la información necesaria a tal efecto;*
- el apoyo de las actividades desarrolladas por las empresas, los interlocutores sociales, los centros de enseñanza y de formación y otras partes interesadas con el fin de aumentar la sensibilización y mejorar los conocimientos sobre este tema;*
- el análisis y la difusión de información sobre las prácticas socialmente responsables y sus repercusiones en las empresas y los países de acogida.*

4.2. Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre las empresas

En sus respuestas al Libro Verde, las organizaciones patronales y las empresas individuales subrayaron la importancia que reviste el intercambio de experiencias y de buenas prácticas en materia de responsabilidad social como medio fundamental para profundizar en la definición del concepto, ya que permitiría a las empresas familiarizarse con el mismo, comparar su situación con la de sus competidores y lograr un consenso sobre los instrumentos que deben utilizarse, tales como las normas para la elaboración de informes y los procedimientos de verificación. Estos intercambios podrían resultar especialmente útiles a nivel sectorial, ya que contribuirían significativamente a definir los desafíos comunes y las posibilidades de cooperación entre competidores. Dicha cooperación permitiría reducir los costes derivados de la adopción de prácticas de responsabilidad social y contribuiría a garanti-

zar unas reglas de juego equitativas. Permitiría también dar a conocer la RSE en las cadenas de producción.

Las cooperativas y otras empresas de tipo mutualista y asociativo tienen una larga tradición en combinar viabilidad económica y responsabilidad social gracias al diálogo entre las partes interesadas y a la gestión participativa, y pueden servir de referencia a otras organizaciones.

La eficacia de los foros de intercambio de buenas prácticas y experiencias a nivel local, regional, nacional y europeo podría reforzarse a través de una mejor conexión en red y la coordinación de sus actividades.

La integración de la RSE en el trabajo de las redes europeas de apoyo a las empresas facilitaría el diálogo y la cooperación entre estas últimas.

4.3. Fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de RSE entre los Estados miembros

Las políticas en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas que han adoptado algunos Estados miembros difieren unas de otras en función de las tradiciones, las situaciones y los desafíos de cada país. Con el objeto de facilitar el intercambio de información sobre las políticas nacionales y apoyar su trabajo en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas, la Comisión ha establecido un grupo de representantes sociales de alto nivel de los Estados miembros, que se ha reunido regularmente.

La Comisión seguirá facilitando el intercambio de información y la difusión de buenas prácticas con respecto a las estrategias y actividades de sensibilización, centrándose en particular en las PYME, así como las iniciativas encaminadas a estudiar y establecer sistemas de gestión de la calidad total y otras medidas (legislación y apoyo en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas). Propondrá también una revisión por pares de las prácticas de responsabilidad social en los Estados miembros con vistas a evaluar los resultados y el valor añadido de los marcos reglamentarios y los sistemas de control.

4.4. Desarrollar las capacidades de gestión en materia de RSE

La mayoría de las respuestas al Libro Verde insisten en la importancia de la educación y la formación del personal de dirección, los empleados y otros agentes para la promoción de la responsabilidad social de las empresas. El sistema educativo, a todos los niveles, tiene una misión fundamental en la promoción de la responsabilidad social entre los ciudadanos, incluidos los que trabajan, o van a trabajar, en la esfera empresarial o fuera de ella. Entre los principales medios de que dispone para cumplir este papel cabe señalar las acciones que permiten a los ciudadanos comprender y apreciar los valores sociales, ecológicos o éticos y les ofrecen las herramientas adecuadas para decidir con conocimiento de causa. A este respecto, la educación y la formación en el ámbito de la administración de empresas presenta un interés particular con relación a la RSE. Impulsar un verdadero diálogo sobre este tema entre el mundo de la empresa y el de la educación puede contribuir a fomentar los principios y prácticas socialmente responsables.

Los sistemas educativos, las empresas, los representantes de los trabajadores y otras partes interesadas, incluidos los consumidores, podrían ampliar sus intercambios de buenas prácticas con respecto a la integración de los principios de la RSE en la educación general y en la formación en materia de administración de empresas.

Los Fondos Estructurales aportan una ayuda financiera significativa para la recuperación económica y social de zonas con dificultades estructurales, así como para la adaptación y modernización de los sistemas y políticas de enseñanza, formación y empleo, en particular con vistas a aumentar la adaptabilidad y las oportunidades de empleo de los trabajadores. A este respecto, el Fondo Social Europeo podría contribuir a fomentar la responsabilidad social en la formación destinada al personal de dirección y otros trabajadores, así como elaborar, en colaboración con las empresas, material didáctico y cursos para los centros de enseñanza, en especial aquellos que trabajan en el ámbito del aprendizaje permanente.

4.5. Fomentar la responsabilidad social entre las PYME

El concepto de responsabilidad social de las empresas fue desarrollado principalmente por y para las multinacionales. En consonancia con la estrategia de la Comisión de «pensar a pequeña escala»

(Think small first), el concepto, las prácticas y los instrumentos de la RSE deberían adaptarse a la situación específica de las PYME, que representan la gran mayoría de las empresas europeas. En virtud de su menor complejidad y del papel destacado que desempeña el propietario, las PYME gestionan a menudo su impacto en la sociedad de manera más intuitiva y más informal que las grandes empresas. En realidad, muchas PYME ya aplican prácticas social y ecológicamente responsables sin estar familiarizadas con el concepto o divulgar sus actividades. Con frecuencia, las PYME asimilan estas prácticas a un espíritu empresarial responsable.

La mitad de las PYME europeas encuestadas³ indican que ya operan con prácticas social y ecológicamente responsables en beneficio de sus interlocutores externos. Puede decirse que su compromiso social o en favor de la comunidad se caracteriza por tener un alcance local y un carácter ocasional y no estar asociado a ninguna estrategia empresarial. La principal motivación sería la concepción ética del propietario/director de la empresa, aunque numerosas PYME reconocen que obtienen ventajas comerciales, tales como mejores relaciones con sus clientes y la comunidad local. Además, puede establecerse una correlación positiva entre la prioridad estratégica de las PYME y sus actividades socialmente responsables: las PYME orientadas hacia la innovación, la calidad y el crecimiento presentan resultados más prometedores en términos de compromisos sociales presentes o futuros. Los principales obstáculos a la responsabilidad social, sobre todo en las PYME de menor tamaño, parecen ser la falta de sensibilización y los recursos limitados. Las asociaciones de pequeñas empresas, así como sus organizaciones y redes de apoyo, pueden desempeñar un papel fundamental para aumentar la sensibilización, proporcionando información y herramientas de fácil uso y difundiendo ejemplos de buenas prácticas.

Puesto que las PYME no obtienen los mismos beneficios de su compromiso social que una gran empresa, es esencial ayudar a las pequeñas empresas a adoptar un enfoque más estratégico. A fin de lograr una mejor comprensión y una mayor participación de las PYME, son necesarias pruebas que respalden el argumento comercial en favor de la RSE para los distintos tipos de pequeñas y medianas empresas que operan en contextos culturales diferentes. En el futuro, es probable que las presiones para adoptar prácticas socialmente responsables provengan, en gran parte, de grandes empresas clientes, quienes a su vez podrían ayudar a las pequeñas empresas a afrontar este desafío a través de la formación, los sistemas de tutoría y otras iniciativas.

3. Encuesta realizada por la ENSR en 2000 a más de 7 000 PYME, que figura en un informe sobre las PYME europeas y la responsabilidad social y medioambiental, publicado en la 7ª edición del Observatorio de las PYME europeas en 2002, DG Empresa de la Comisión Europea (http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory.htm)

A fin de facilitar la adopción generalizada de prácticas empresariales responsables por parte de las PYME, conviene sensibilizar más a estas empresas sobre sus ventajas económicas y presentarlas como herramientas de gestión del riesgo. Es necesario asimismo:

- procurar entender mejor el compromiso actual de las PYME en el ámbito social y ecológico, en particular estudiando las características específicas de la responsabilidad social de las PYME y los argumentos comerciales en su favor;*
- fomentar el intercambio y la difusión de buenas prácticas definidas en colaboración con los expertos de los Estados miembros y los países candidatos, las organizaciones representativas de las PYME, las estructuras de apoyo a las empresas y las asociaciones de consumidores (por medio de publicaciones, recopilaciones en línea de buenas prácticas, etc.);*
- facilitar el desarrollo y la difusión de herramientas de fácil uso y adaptadas a las PYME que deseen adoptar de forma voluntaria acciones socialmente responsables (material informativo, kit de herramientas dirigidas a las PYME, etc.);*
- llamar la atención de las asociaciones de PYME y de las estructuras de apoyo a las empresas sobre la responsabilidad social con vistas a su integración en los servicios que apoyan las iniciativas de gestión responsable en las PYME;*
- facilitar la cooperación entre las grandes empresas y las PYME en la gestión de su responsabilidad social y ecológica (por ejemplo, gestión de la cadena de suministro, programas de tutoría, etc.) en consonancia con las normas nacionales y comunitarias de competencia;*
- sensibilizar a las PYME en relación con el impacto de sus actividades en los países en vías de desarrollo y promover políticas anticipatorias para estas empresas, en especial en ámbitos como las normas fundamentales del trabajo, la erradicación del trabajo infantil, la igualdad entre hombres y mujeres, la educación, la formación y la asistencia y el seguro sanitarios.*



5. Promover la convergencia y la transparencia de las prácticas y los instrumentos de RSE

La responsabilidad social de una empresa atañe a una amplia gama de las actividades que realiza. Esto ocurre sobre todo en el caso de las empresas que operan en varios países y que deben adaptar sus actividades a las situaciones particulares de cada uno de ellos. Esta diversidad ha dado lugar a una enorme proliferación de iniciativas empresariales voluntarias, que presentan a menudo elementos innovadores junto con importantes desafíos, en especial la falta de transparencia y de comparabilidad.

La transparencia es un componente esencial del debate sobre la responsabilidad social de las empresas puesto que contribuye a mejorar sus prácticas y su comportamiento, al tiempo que permite a las empresas y a terceras partes cuantificar los resultados obtenidos.⁴ Por consiguiente, es útil establecer parámetros de referencia que permitan medir y comparar los resultados de las empresas en el ámbito social y medioambiental a fin de garantizar la transparencia y facilitar una evaluación comparativa real y creíble. El interés que suscita el establecimiento de estos parámetros de referencia se ha plasmado en un aumento de directrices, principios y códigos durante la última década. No todos estos instrumentos son comparables en cuanto a su alcance, propósito, implementación o aplicabilidad en empresas, sectores o industrias específicas, ni responden a la exigencia de una verdadera transparencia sobre los resultados de las empresas en el ámbito social y medioambiental. A medida que se definen las expectativas en torno a la RSE, se hace necesaria una cierta convergencia de los conceptos, los instrumentos y las prácticas que, sin poner freno a la innovación, aporte una mayor transparencia y redunde en beneficio de todas las partes. Los parámetros de referencia con respecto a la RSE deben basarse en valores fundamentales y tener como punto de partida acuerdos internacionales como, por ejemplo, las normas fundamentales de trabajo de la OIT o las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales.

En estos momentos existen a escala internacional varias iniciativas orientadas por el mercado que trabajan en favor de la convergencia y la transparencia en el ámbito de la RSE. Los Estados miembros han adoptado varias iniciativas para apoyarlas, de acuerdo con su propio enfoque de la responsabilidad social. La Comisión pretende aportar su contribución en favor de la convergencia y la transparencia de la RSE, facilitando el desarrollo, la difusión y la aceptación de estas iniciativas internacionales multilaterales por parte de las empresas y las partes interesadas.

4. Una mayor transparencia evita también que las empresas pueden ser utilizadas por el crimen organizado y los grupos terroristas para blanquear u obtener fondos en beneficio propio.

Es preciso fomentar la convergencia y la transparencia en los siguientes ámbitos:

- (1) Códigos de conducta
- (2) Normas de gestión
- (3) Contabilidad, auditoría y elaboración de informes
- (4) Etiquetas
- (5) Inversión socialmente responsable.

5.1. Códigos de conducta

El interés creciente del público por el impacto social y ecológico y por las normas éticas de la industria ha llevado a numerosas empresas, en particular en el sector de los bienes del consumo, a adoptar códigos de conducta sobre los derechos de los trabajadores, los derechos humanos o la protección del medio ambiente.

Los códigos de conducta constituyen instrumentos innovadores importantes para la promoción de los derechos humanos, laborales y medioambientales, así como de las medidas contra la corrupción, en especial en aquellos países en los que las autoridades públicas no aplican normas mínimas. Sin embargo, conviene destacar que estos códigos completan las legislaciones nacionales, comunitarias e internacionales, así como los convenios colectivos, pero no los sustituyen.

El principal desafío que plantean los códigos de conducta reside en asegurar su aplicación, verificación y control eficaces. A este respecto, la Comisión preconiza la adhesión de las empresas a los códigos de conducta definidos por las organizaciones internacionales. Deberá prestarse especial atención a la aplicación de estos códigos a los trabajadores del sector informal y a los subcontratistas, así como en las zonas de libre comercio.

La Comisión considera necesario que los códigos de conducta:

- tengan como normas mínimas comunes de referencia los convenios fundamentales de la OIT y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales;
- incluyan mecanismos adecuados de evaluación y control de su aplicación, así como un sistema de evaluación de la conformidad;

- impliquen en su elaboración, aplicación y control a los interlocutores sociales y otras partes interesadas, inclusive de los países en desarrollo;
- divulguen las experiencias y prácticas correctas de las empresas europeas.

La Comisión invita al foro multilateral europeo sobre la RSE (véase infra) a que examine la eficacia y credibilidad de los actuales códigos de conducta y la manera de fomentar la convergencia a nivel europeo.

5.2. Normas de gestión

Confrontadas, a través de sus organizaciones, a una gama cada vez más amplia de cuestiones complejas en ámbitos como las prácticas laborales y las relaciones con sus proveedores, las empresas, independientemente del sector en el que operan, así como de su tamaño, estructura o antigüedad, se beneficiarían del hecho de integrar los aspectos sociales y medioambientales en sus actividades diarias. En este contexto, los sistemas de gestión de la responsabilidad social, al igual que los sistemas de gestión de la calidad total, permitirían a las empresas tener una visión clara de las repercusiones de sus operaciones en el ámbito social y medioambiental, además de identificarlas y gestionarlas más eficazmente.

Por ejemplo, el sistema de gestión y auditoría medioambiental (SGAM) permite la participación voluntaria en un programa de gestión medioambiental de las empresas y otras organizaciones dispuestas a asumir el compromiso de evaluar, gestionar y mejorar sus resultados económicos y medioambientales. Además, la participación activa de los trabajadores constituye el motor de dicho sistema y contribuye a la gestión social de las organizaciones participantes.

La Comisión fomentará la participación en el sistema SGAM como instrumento de responsabilidad social y estudiará la pertinencia de utilizar este sistema para abordar los resultados sociales de las empresas y otras organizaciones. Invita al Foro multilateral europeo (véase infra) a que examine esta cuestión.

5.3. Medición, elaboración de informes y validación

En el transcurso de la última década, el número de empresas que ha empezado a hacer públicos sus resultados en el ámbito social y medioambiental ha aumentado notablemente. Los informes de «triple balance» relativos a los resultados económicos, sociales y medioambientales se imponen como ejemplo de prácticas correctas. En esta fase inicial de exploración, la flexibilidad actual puede facilitar la adecuación de estos informes a cada empresa. Sin embargo, un mayor consenso sobre el tipo de información que debe revelarse, la presentación formal de los informes, los indicadores utilizados y la fiabilidad del procedimiento de evaluación y auditoría permitiría una evaluación comparativa y una difusión de los resultados de las empresas más pertinentes en sectores específicos o para empresas de tamaño similar. Las directrices definidas por la *Global Reporting Initiative* (GRI) constituyen un buen ejemplo de orientaciones a partir de las cuales se puede desarrollar dicho consenso para la elaboración de informes.

En el informe Gyllenhammar sobre la gestión del cambio ya se mencionaba la necesidad de elaborar los informes sociales en consulta con los representantes de los trabajadores y de incluir información estructurada sobre las prácticas y las políticas relativas al empleo y a las condiciones de trabajo.

En su Comunicación sobre una estrategia comunitaria en favor del desarrollo sostenible, de 15 de mayo de 2001, la Comisión invitó a todas las empresas con un mínimo de 500 empleados y que cotizaran en bolsa a publicar en sus informes anuales a los accionistas un «triple balance» que midiera sus resultados con arreglo a criterios económicos, ecológicos y sociales.⁵

La Comisión invita el Foro europeo multilateral sobre la RSE (véase infra) a que establezca, para mediados de 2004, directrices y criterios comunes en materia de medición, elaboración de informes y validación.

5. En su reciente propuesta de modificación de la Cuarta (78/660/CEE) y Séptima (83/349/CEE) Directivas del Consejo, adoptada el 28 de mayo de 2002, (COM(2002) 259), la Comisión propone modificar dichas directivas a fin de fomentar la inclusión, en los informes anuales, de información no financiera que permita comprender los resultados de las empresas y su situación al término del ejercicio, —en otras palabras, los informes anuales no deberían limitarse a los aspectos financieros de los resultados o a la situación al término del ejercicio.

5.4. Etiquetas

El derecho de los consumidores a la información está recogido en el Tratado CE. Para ser útil a los consumidores, la información debe ser precisa y accesible. A medida que aumenta su preferencia por los productos y los servicios responsables desde un punto de vista social y ecológico, los consumidores deben poder acceder a la información pertinente sobre las condiciones sociales y medioambientales de producción a fin de elegir con conocimiento de causa. Esta información está disponible bajo distintas formas y de diversas fuentes, e incluye declaraciones de los productores, información de las asociaciones de consumidores y etiquetas certificadas por terceros.

El respeto de determinados criterios comunes a la hora de formular y evaluar unilateralmente declaraciones sociales o ecológicas, mejoraría la eficacia y credibilidad de las mismas. En este sentido es esencial que los Estados miembros y las partes interesadas supervisen la veracidad de dichas declaraciones. Con el objeto de evitar la publicidad engañosa y fomentar las prácticas correctas en este ámbito, la Comisión prepara actualmente, conforme a la norma ISO 14021:1999, directrices aplicables a la formulación y evaluación de las autodeclaraciones medioambientales realizadas por los productores y distribuidores.

Los consumidores reciben también información a través de los sistemas de reconocimiento, tales como galardones, premios, etiquetas, etc. que identifican las prácticas correctas en determinadas categorías de productos. La etiqueta ecológica comunitaria,⁶ así como las iniciativas y etiquetas de comercio justo son ejemplos de sistemas de etiquetado de productos certificados por organismos independientes. Sin embargo, este tipo de etiquetas existe únicamente para un número limitado de categorías de productos y no es fácil obtener información pertinente sobre los aspectos sociales y medioambientales para la mayor parte de los productos de consumo.

Los movimientos en favor del comercio justo participan actualmente en acciones conjuntas encaminadas al establecimiento de criterios transparentes y verificables de etiquetado y certificación. La Comisión acoge con satisfacción estos esfuerzos, así como la racionalización de las etiquetas existentes por medio de iniciativas como la nueva etiqueta común de comercio equitativo que llevan a cabo las FLO (*Fair-Trade Labelling Organisations*), y examinará la pertinencia de adoptar medidas adicionales para promover el comercio justo.

6. La etiqueta ecológica comunitaria («la flor») se concede a productos de la máxima calidad ecológica. Se trata de una etiqueta que responde a criterios de transparencia y credibilidad certificados, verificados y controlados por un organismo independiente. El consumidor puede estar seguro de que el producto que lleva esa etiqueta es óptimo con respecto a su impacto medioambiental.

La participación en los sistemas de etiquetado deberá ser voluntaria. Las etiquetas deben responder a criterios objetivos, transparentes, no discriminatorios y conformes a las obligaciones internacionales de la UE, así como a las normas de competencia en vigor. Estos sistemas deberían adoptar como nivel mínimo de referencia los convenios fundamentales de trabajo de la OIT, cuyo trabajo en favor de iniciativas voluntarias privadas ha recibido el respaldo de la UE.

A través de la educación en favor de un consumo informado, el sistema de enseñanza podría contribuir a una mejor comprensión de la necesidad de disponer de productos y servicios socialmente responsables.

En el contexto de su nueva estrategia relativa a la política de los consumidores (2002-2006), la Comisión se ha comprometido a examinar los actuales sistemas privados de etiquetado, tales como el etiquetado orgánico, el comercio justo y las prácticas de RSE, a fin de evaluar su eficacia y la necesidad de adoptar medidas adicionales para alcanzar los objetivos de transparencia e información de los consumidores y promover el desarrollo sostenible.

La Comisión invita al Foro multilateral europeo sobre la RSE (véase infra) a que procure establecer orientaciones comúnmente acordadas para los sistemas de etiquetado, que tengan en cuenta los convenios fundamentales de la OIT y las normas de protección del medio ambiente.

5.5. Inversión socialmente responsable (ISR)

A fin de que la ISR contribuya a la promoción de la responsabilidad social, es primordial que las agencias de calificación (consultores independientes o departamentos de IRS de los bancos de inversión) establezcan criterios e indicadores que determinen los factores generadores de las ventajas competitivas y del éxito empresarial de las empresas socialmente responsables.

Con el objeto de fomentar la sensibilización en materia de ISR, varios Estados miembros han adoptado disposiciones legales que obligan a los fondos de pensiones a desvelar si tienen en cuenta, y de qué manera, los factores sociales, medioambientales y éticos en sus decisiones de inversión. Si bien la finalidad de estas medidas no es obligar a los administradores de los fondos de pensiones a adoptar políticas de ISR, el resultado es una mayor transparencia en este ámbito. Dado que los fondos de pen-

siones exigen cada vez más información a las empresas en las cuales invierten, éstas consideran ventajoso publicar datos sobre sus resultados sociales y medioambientales.

Las declaraciones de registro y los folletos publicados con motivo de una oferta pública inicial (OPI) pueden constituir otra fuente útil de información sobre los riesgos sociales y medioambientales, que permite a los futuros inversores evaluar el riesgo global asociado a una empresa.

La Comisión invita los regímenes de pensiones profesionales y a los fondos de inversión a que indiquen si tienen en cuenta, y de qué manera, los factores sociales, medioambientales y éticos en sus decisiones de inversión. La Comisión apoya las iniciativas encaminadas a supervisar y evaluar comparativamente los fondos de pensiones y de inversión con respecto a la RSE, e invita al Foro multilateral europeo (véase infra) a que estudie la viabilidad de adoptar un enfoque europeo común.



6. Creación de un foro multilateral europeo sobre la RSE

En el capítulo anterior se mencionaban una serie de ámbitos (códigos de conducta, normas de gestión, contabilidad, auditoría y elaboración de informes, etiquetas e inversión socialmente responsable) en los que convendría aumentar la transparencia y la convergencia a fin de fomentar el desarrollo de prácticas socialmente responsables a escala comunitaria, basadas en valores europeos, y que contribuyan a la consecución, en 2010, del objetivo estratégico para la UE establecido en la cumbre de Lisboa.

La adopción de enfoques comunes y soluciones únicas y universales en todos los ámbitos no será posible en la medida en que el concepto de RSE es intangible y los distintos interlocutores tienen intereses diferentes y, en ocasiones, enfrentados. En cualquier caso, como ya se señaló en el Libro Verde, es posible desarrollar un enfoque estructurado y asociativo entre las empresas y sus interlocutores, que permita aprovechar las experiencias prácticas, facilitar el consenso en la medida de lo posible y promover la innovación.

El éxito de la acción de la Unión Europea en favor de la promoción de la RSE dependerá en última instancia de la aceptación generalizada de los principios de responsabilidad social por parte de las empresas, los interlocutores sociales, la sociedad civil y las autoridades públicas, inclusive de terceros países. Dicha aceptación deberá ir acompañada de una asociación global con los representantes de la sociedad en general, habida cuenta de que la participación de todos los agentes es crucial para garantizar el éxito y la credibilidad de la RSE, así como un respeto riguroso de sus principios. En sus respuestas al Libro Verde, algunos de los participantes en la consulta solicitaron a la Comisión que facilitara el diálogo entre las empresas y sus interlocutores.

Por consiguiente, la Comisión propone la creación de un Foro multilateral europeo sobre la RSE con el objeto de promover la transparencia y la convergencia de las prácticas y los instrumentos de responsabilidad social, mediante:

- el intercambio de experiencia y prácticas correctas entre los agentes a nivel europeo;*
- la asociación de las iniciativas existentes en la UE y el posible establecimiento de un enfoque europeo y unas directrices comunes que faciliten el diálogo a escala internacional con terceros países;*
- la identificación y exploración de los ámbitos en los que es necesario reforzar la acción a nivel europeo.*

El Foro propuesto, que será presidido por la Comisión, reunirá a cerca de cuarenta organizaciones europeas de representantes de los empresarios, los trabajadores, los consumidores y la sociedad civil, así como a asociaciones profesionales y redes de empresas. La Comisión velará por asegurar una representación equilibrada de todas las partes. Las otras instituciones de la UE serán invitadas en calidad de observadoras.

El Foro estará estructurado en dos niveles:

- se celebrarán anualmente dos reuniones plenarios a nivel político, en las que se adoptarán las orientaciones generales, las normas de procedimiento y el programa de trabajo, y se evaluarán los progresos realizados;
- se organizarán mesas redondas temáticas con una composición más restringida que habrá de definir el propio Foro, y cuya tarea será la ejecución del programa de trabajo. En función de los temas específicos que se traten, deberán participar en dichas mesas redondas las partes interesadas pertinentes, así como expertos, a quienes se consultará y solicitará información a través de internet siempre que los costes impidan su participación directa. Se fomentará asimismo la participación de los países en desarrollo.

La gestión diaria del Foro correrá a cargo de un grupo director formado por representantes de la Comisión y de las principales organizaciones participantes.

El programa de trabajo, los documentos presentados y los resultados de las mesas redondas se harán públicos en el sitio Europa. La Comisión asignará recursos, financieros, humanos y administrativos propios para apoyar las actividades del Foro.

La Comisión invita al Foro multilateral europeo sobre la RSE a que, en la medida de lo posible, examine y apruebe para mediados de 2004 orientaciones sobre los siguientes temas:

- relación entre la RSE y la competitividad (argumento comercial);
 - contribución de la RSE al desarrollo sostenible, en particular en los países en desarrollo, y a la integración de la igualdad entre hombres y mujeres;
-

- aspectos específicos de las PYME (herramientas, programas de formación y tutoría por las grandes empresas, aspectos relativos a la cadena de suministro);
- eficacia y credibilidad de los códigos de conducta, que tendrán en cuenta los principios acordados internacionalmente, como, por ejemplo, las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales;
- desarrollo de orientaciones y criterios comunes para medir, informar y validar las prácticas de RSE;
- definición de principios comúnmente acordados para los sistemas de etiquetado, que tengan en cuenta los convenios fundamentales de la OIT y las normas medioambientales;
- divulgación de información sobre las políticas de ISR adoptadas por los fondos de pensiones y los fondos de inversión individuales.

El Foro podrá añadir otras cuestiones cuyo examen considere necesario.

El Foro multilateral europeo deberá presentar a la Comisión, antes del verano de 2004, un informe sobre el trabajo realizado. A continuación, la Comisión evaluará los resultados, decidirá acerca del futuro del Foro y estudiará la conveniencia de desarrollar otras iniciativas de promoción de la RSE con la participación de empresas particulares y otras partes interesadas.



7. Integración de la RSE en todas las políticas de la UE

En el marco de la estrategia en favor del desarrollo sostenible adoptada por la Unión Europea en la cumbre de Gotemburgo de junio de 2001 y de la Carta de los Derechos Fundamentales proclamada en Niza en diciembre de 2000, la Unión Europea se ha comprometido a integrar plenamente en sus políticas y acciones consideraciones de tipo económico, social y medioambiental, además de derechos fundamentales, como las normas fundamentales de trabajo y la igualdad entre hombres y mujeres, respetando su dimensión tanto interna como externa.

Las prácticas de RSE pueden contribuir a los objetivos establecidos en las políticas comunitarias, en particular en el ámbito del desarrollo sostenible, complementando los actuales instrumentos políticos, por ejemplo, los acuerdos comerciales y los acuerdos de cooperación al desarrollo.

A fin de asegurar la coherencia de las políticas de la UE, la Comisión se compromete a:

- seguir fomentando, cuando corresponda, la integración de los principios de responsabilidad social en las políticas comunitarias;*
- publicar en 2004 un informe sobre la RSE en el que se examinen los resultados del trabajo del Foro multilateral europeo, así como la integración de la RSE en todas las políticas de la UE;*
- establecer en el seno de la Comisión un grupo interservicios en materia de RSE, con objeto de intercambiar información y garantizar la coherencia entre las distintas acciones de la Comisión en este ámbito.*

7.1. Política de empleo y asuntos sociales

Dentro de la empresa, la responsabilidad social afecta a cuestiones como la calidad del empleo, el aprendizaje permanente, la información, la consulta y la participación de los trabajadores, la igualdad de oportunidades, la integración de las personas con discapacidad, la anticipación de los cambios y las reconversiones industriales. El diálogo social se considera un instrumento sumamente valioso para tratar las cuestiones relacionadas con el empleo.

La política social y de empleo integra los principios de RSE, en particular a través de la Estrategia Europea de Empleo, la iniciativa relativa a las reestructuraciones socialmente responsables, la estrategia europea de inclusión social, las iniciativas encaminadas a fomentar la igualdad y la diversidad en el lugar de trabajo, la estrategia de la UE en favor de las personas con discapacidad y la estrategia en el ámbito de la salud y la seguridad.

En su documento «La prevención y la gestión del cambio: un enfoque dinámico sobre los aspectos sociales de la reestructuración de empresas», la Comisión hace hincapié en que una consideración apropiada del impacto social de la reestructuración facilita su aceptación y refuerza su potencial positivo. La Comisión desea recabar la opinión de los interlocutores sociales en relación con la utilidad de establecer a nivel comunitario una serie de principios de acción que apoyen las buenas prácticas de las empresas durante los procesos de reestructuración.

En su Comunicación «Cómo adaptarse a los cambios en la sociedad y en el mundo del trabajo: una nueva estrategia comunitaria de salud y seguridad (2002-2006)»,⁷ la Comisión ha manifestado su intención de desarrollar instrumentos que promuevan nuevas vías de progreso, animar a los agentes pertinentes a adoptar posiciones de vanguardia y asociar a todas las partes interesadas en la consecución de los objetivos generales de la estrategia, especialmente en aquellos ámbitos que, por su novedad, no se prestan fácilmente a un enfoque normativo.

Las prácticas de RSE deben reflejar cambios sociales profundamente enraizados, como la creciente participación de las mujeres en el mercado de trabajo, adaptando a tal efecto los cambios estructurales y transformando el entorno de trabajo de modo que puedan crearse condiciones más equilibradas para hombres y mujeres mediante el reconocimiento de la valiosa contribución de estas últimas, lo que beneficiará a la sociedad y a la propia empresa.

El Año Europeo de las Personas con Discapacidad (2003) ofrece a las empresas la oportunidad de intercambiar experiencias sobre buenas prácticas y estrategias en el ámbito de la responsabilidad social, y de emprender acciones que propicien un comportamiento socialmente responsable con respecto a las personas con discapacidad, por lo que se refiere a la igualdad de oportunidades laborales, el diseño de productos adaptados a sus necesidades y la mejora del acceso a las tecnologías de asistencia.

7. COM(2002) 118 final.

7.2. Política empresarial

Sólo las empresas competitivas y que generan beneficios son capaces de contribuir a largo plazo al desarrollo sostenible creando riqueza y empleo sin poner en peligro las necesidades sociales y medioambientales de la sociedad. De hecho, únicamente las empresas rentables son sostenibles, con más oportunidades de adoptar y llevar a cabo prácticas socialmente responsables.

El papel de la política de empresa consiste en ayudar a crear un entorno empresarial favorable al objetivo de Lisboa de convertir a la UE en la economía del conocimiento más dinámica del mundo, que estimule el espíritu empresarial y fomente un crecimiento económico sostenible. Su objetivo es garantizar un enfoque equilibrado del desarrollo sostenible, que maximice las sinergias entre su dimensión económica, social y medioambiental.

Otro aspecto clave es ayudar a las empresas a mejorar su competitividad y a responder a los desafíos derivados de la transición a una economía del conocimiento. La política de empresa presta una atención especial a las PYME y al espíritu empresarial responsable, áreas en las que se llevan a cabo proyectos con los Estados miembros con objeto de definir las políticas y medidas de apoyo más apropiadas. Otras acciones prioritarias se centran en el estudio del impacto de la RSE y el desarrollo sostenible en los resultados de las empresas, los aspectos inherentes a determinados sectores (TIC, turismo, economía social), la RSE y la innovación, y, por último, la gestión de los activos intangibles de las empresas.

7.3. Política medioambiental

Las medidas de protección del medio ambiente han evolucionado en el transcurso de los últimos veinticinco años, pasando a ser de naturaleza horizontal y aplicarse a todas las políticas comunitarias, como pone de manifiesto el artículo 6 del Tratado CE. Al mismo tiempo, la RSE incluye principios medioambientales sólidos y progresivos. La experiencia demuestra que las empresas que desarrollan prácticas de protección medioambiental son, a medio y largo plazo, más competitivas en el mercado internacional, en la medida en que el respeto de las normas en este ámbito estimula la innovación y la modernización de los procesos y los productos, y fomenta el uso de tecnologías más limpias. Del mis-

mo modo, las empresas internacionalmente competitivas están en mejores condiciones de invertir en nuevas tecnologías, más eficaces y limpias.

El papel de las empresas en la promoción del desarrollo medioambiental sostenible es un aspecto clave del recién adoptado Sexto Programa de acción en materia de medio ambiente, que se basa en una serie de acciones comunitarias que tratan las diversas dimensiones de la responsabilidad de las empresas con respecto al medio ambiente.

– El Sistema de gestión y auditoría medioambientales (SGAM), antes mencionado, promueve mejoras continuas en los resultados medioambientales de las actividades industriales animando a las empresas a evaluar y mejorar su propio comportamiento medioambiental.

– La Comisión también apoya activamente la iniciativa europea de eficiencia ecológica (*European Eco-Efficiency Initiative, EEEI*), una iniciativa del *World Business Council for Sustainable Development* y los *European Partners for the Environment*, que tiene por objeto integrar la eficiencia ecológica en las empresas europeas y en las políticas industriales y económicas de la Unión Europea.

– La Recomendación de la Comisión Europea relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas establece normas comunitarias para la presentación de información fiable, comparable y útil sobre el comportamiento ecológico de las empresas.

– En su Comunicación «La tecnología medioambiental en pro del desarrollo sostenible»,⁸ la Comisión ha destacado la importancia de las tecnologías medioambientales y su capacidad de contribuir a la rentabilidad de las empresas individuales y a la competitividad de la economía en general. En particular, el uso de tecnologías integradas más limpias se asocia, en ocasiones, a procesos más eficientes, que permiten a la empresa reducir gastos gracias a la mejora de la eficiencia de los recursos, a la reducción de los residuos, etc. En la Comunicación se ofrecen orientaciones claras de acción para las empresas que desean mejorar su comportamiento ecológico. La Comisión tiene la intención de abordar este tema en el contexto del próximo Plan de acción para fomentar las tecnologías «verdes».

8. COM(2002) 122.

Como parte de sus estrategias en el ámbito de la responsabilidad social, se invita a las empresas a que adopten los principios y enfoques antes mencionados. El sistema SGAM puede constituir un instrumento fundamental a tal efecto.

7.4. Política de protección de los consumidores

La RSE ha evolucionado, en parte, como respuesta a las expectativas y demandas de los consumidores. En sus hábitos de consumo, éstos exigen cada vez más información y garantía de que se tienen en cuenta sus intereses, principalmente en materia social y ecológica. Por su parte, las empresas son cada vez más sensibles a estas exigencias, tanto para conservar a sus consumidores habituales, como para atraer nuevos clientes.

Los consumidores y sus organizaciones representativas pueden desempeñar un papel fundamental en la evolución de la RSE. Por consiguiente, si se quiere que la responsabilidad social siga cumpliendo sus objetivos, es imprescindible establecer canales de comunicación sólidos entre las empresas y los consumidores.

Por lo que se refiere a las prácticas de comercio justo, la Comisión consulta actualmente a las partes interesadas sobre el contenido de una posible directiva-marco dirigida a armonizar las disposiciones nacionales que regulan las prácticas entre empresas y consumidores en este ámbito (publicidad, técnicas de comercialización agresivas, servicio posventa, etc.).⁹

7.5. Política de contratación pública

Aunque de naturaleza esencialmente económica, la legislación comunitaria en materia de contratación pública debe considerarse también a la luz del requisito de sostenibilidad recogido en el artículo 2 del Tratado CE. Las comunicaciones interpretativas de la Comisión sobre las disposiciones comunitarias aplicables a los contratos públicos y la integración de aspectos sociales¹⁰ y medioambientales¹¹ en los mismos han servido para clarificar el abanico de posibilidades que ofrece el marco jurídico comunitario a los compradores públicos que deseen incluir consideraciones sociales y medioambientales en los procedimientos de contratación pública, respetando al mismo tiempo el principio de la oferta más ventajosa para los contribuyentes y la igualdad de acceso para todos los proveedores comunitarios.¹²

9 . COM(2002) 289 final; COM(2001) 531 final.

10 . COM (2001) 566 final de 15.10.2001.

11 . COM (2001) 274 final de 4.7.2001.

12 . Por otro lado, el comprador podrá rechazar la participación de un contratista en un contrato en caso de incumplimiento, por parte de este último, de la legislación pertinente, por ejemplo en el ámbito social o medioambiental.

En los casos en que los contratos públicos no están incluidos en el ámbito de aplicación de las directivas comunitarias en la materia, los compradores públicos tienen más libertad para integrar los aspectos sociales y medioambientales en sus procedimientos, a condición de que sean compatibles con las normas y principios generales del Tratado CE y las legislaciones de los Estados miembros. Sin embargo, los compradores públicos no suelen disponer de información específica con respecto a las características sociales y medioambientales que pueden exigir en un determinado producto. A fin de responder a la dimensión medioambiental de esta cuestión, los servicios de la Comisión publicaron en noviembre de 2001 una serie de orientaciones para introducir la dimensión medioambiental en la contratación pública por medio de los criterios de la etiqueta ecológica europea. Se están desarrollando actualmente otras iniciativas relativas a la contratación pública y el medio ambiente, entre las que cabe destacar un manual práctico sobre la introducción de la dimensión medioambiental en la contratación pública y una base de datos con información sobre las características ecológicas de productos y servicios fundamentales, dirigida a los compradores públicos y a las empresas.

Tal como señala la Comisión en su Comunicación, el intercambio de experiencias sobre las posibilidades de tener en cuenta los aspectos sociales en la contratación pública contribuiría en gran medida a aumentar la sensibilización entre los compradores públicos.

7.6. Política exterior, incluida la política comercial y de cooperación al desarrollo

La Unión Europea puede contribuir a la promoción de la RSE a nivel internacional a través de la serie de acuerdos que mantiene con terceros países y asociaciones regionales, entre otros, el acuerdo de Cotonú con países de África, el Caribe y el Pacífico. Desde 1994, se ha incorporado en estos acuerdos una cláusula que consagra los derechos humanos como elemento fundamental y que sirve de base del diálogo con los gobiernos de terceros países en este ámbito. Otro elemento es el respeto de las normas fundamentales del trabajo como condición esencial del éxito de las prácticas socialmente responsables de las empresas que invierten en los países en desarrollo.

El enfoque de la UE en este ámbito se expone en las Comunicaciones relativas al papel de la UE en el fomento de los derechos humanos y la democratización en terceros países¹³ y a la promoción de las

13. COM (2001) 252 final.

normas fundamentales del trabajo y la mejora de la gobernanza social en el contexto de la mundialización.¹⁴ Dicho enfoque contempla el recurso al diálogo bilateral con los gobiernos y la ayuda al desarrollo como medios para reforzar las capacidades, así como incentivos comerciales adicionales en el marco del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) de la UE en virtud del cual los países deben cumplir normas sociales y ambientales mínimas. El SPG establece asimismo la posibilidad de una suspensión temporal de las ayudas en caso de violación grave y sistemática de cualquiera de las normas fundamentales del trabajo incluidas en la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

La UE también puede desempeñar una misión primordial en la promoción del diálogo con las sociedades civiles de los terceros países, incluidas las empresas, y puede contribuir de este modo a una amplia divulgación de los principios de la responsabilidad social. Los sindicatos, las asociaciones de consumidores, las organizaciones en favor de los derechos humanos y otros mecanismos de control ocupan un lugar destacado para fomentar y garantizar el respeto de los derechos fundamentales. A través del intercambio de experiencias y de buenas prácticas entre homólogos de la Unión y los países en desarrollo, la UE puede contribuir al desarrollo de las capacidades con objeto de supervisar la aplicación sobre el terreno de los principios de RSE por parte de los inversores, tanto extranjeros como nacionales. Un debate de esta naturaleza puede facilitar, asimismo, la convergencia de estrategias. Los programas de ayuda de la UE también pueden contribuir a apoyar este diálogo y a desarrollar las capacidades en el ámbito de la RSE.

La promoción del debate sobre la responsabilidad social de las empresas puede revestir una importancia particular en los países en desarrollo, en los que este concepto es poco conocido o suscita recelos por considerarlo una forma de proteccionismo o de barrera a las inversiones, en lugar de verlo como una oportunidad de mercado (por ejemplo, a través de los sistemas de etiquetas sociales) o un instrumento para atraer inversiones directas extranjeras (IDE). No obstante, a fin de promover enfoques convergentes, globales y eficaces, también puede resultar útil para la UE incluir la responsabilidad social como tema de diálogo con los gobiernos, empresas y sociedad civil de los países desarrollados, en particular cuando éstos representan importantes fuentes de IDE.

La Unión Europea puede asumir un papel destacado en la promoción de la RSE en los foros multilaterales y mundiales, como, por ejemplo, en la OCDE o en la próxima Cumbre mundial sobre el desarrollo sostenible, que se celebrará en Johannesburgo en agosto de 2002.

14. COM (2001) 416

La UE puede trabajar directamente con las multinacionales y animarlas a comprometerse en favor del respeto de los derechos humanos y las normas fundamentales del trabajo, incluida la igualdad entre hombres y mujeres, fundamentalmente cuando sus operaciones pueden desempeñar un papel influyente en los países que registran resultados insuficientes en ese ámbito.

Por otro lado, la concesión de ayuda pública a las empresas implica una corresponsabilidad del gobierno con las actividades que realizan. Por ello, deben respetar las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales y excluir, entre otras cosas, las acciones de corrupción, de contaminación del medio ambiente y de trabajo forzoso o infantil. Los Estados miembros y otros países firmantes de la Declaración de la OCDE sobre inversiones internacionales podrían examinar la posibilidad de condicionar el acceso a las subvenciones para la promoción del comercio internacional, las inversiones y las garantías en materia de créditos a la exportación, así como el acceso a los contratos públicos, al cumplimiento de las orientaciones de la OCDE para las multinacionales, respetando plenamente los compromisos internacionales de la UE.

A raíz de la adopción del Convenio de la OCDE de 1977 contra la corrupción de funcionarios públicos extranjeros en las transacciones comerciales internacionales, el soborno de un funcionario público extranjero constituye un delito punible (incluida la responsabilidad de las empresas) en todas las jurisdicciones nacionales (incluidos todos los Estados miembros de la UE). A fin de contribuir a la prevención de este fenómeno, es necesario sensibilizar a todo el sector privado sobre las consecuencias negativas que tienen las prácticas de corrupción en las empresas y en su prestigio.

Con objeto de fomentar los principios y prácticas de RSE a nivel internacional, en particular en los países en desarrollo, la Comisión:

- Proseguirá con la estrategia descrita en su Comunicación «Promover las normas fundamentales del trabajo y mejorar la gobernanza social en el contexto de la mundialización». Reitera además su llamamiento al Consejo para que adopte lo antes posible una estrategia destinada a mejorar la gobernanza social a nivel mundial y promover las normas fundamentales del trabajo como fundamento necesario de la presente iniciativa en materia de RSE.*
- En consonancia con dicha estrategia, contribuirá al desarrollo de las capacidades en los países en desarrollo y les prestará la ayuda técnica necesaria para facilitar el cumplimiento de las normas internacionales vigentes en materia de empleo y de medio ambiente, contribuyendo de este modo al desa-*

rollo sostenible y estableciendo una base sólida para la aplicación de los principios de RSE tanto por inversos extranjeros como nacionales.

- Divulgará y fomentará la aplicación de los principios de RSE en el extranjero, inclusive a través de sus delegaciones, facilitando el debate y el intercambio de buenas prácticas entre las partes interesadas europeas y terceros países, así como entre estos últimos.*
- Apoyará y fomentará el compromiso de la Comunidad y de los Estados miembros de la UE con las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, incluyendo en sus acuerdos de relaciones exteriores la siguiente frase: «Las Partes (o la Comunidad y sus Estados miembros) recuerdan a las empresas multinacionales la recomendación de respetar las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales dondequiera que desarrollen sus actividades.»*

7.7. Administraciones públicas

Las administraciones públicas, incluida la Comisión, deben integrar los principios de responsabilidad social en sus propios sistemas de gestión y en las relaciones con sus «interlocutores».

La Comisión ha decidido aplicar un enfoque más integrado y sistemático de la gestión de las cuestiones sociales y medioambientales en su propia administración. A tal fin, ha decidido participar en el sistema SGAM e invita a otras autoridades públicas a seguir su ejemplo.

La Comisión tiene la intención de:

- integrar más las prioridades sociales y medioambientales en su gestión, inclusive en sus propios procedimientos de contratación pública;
- evaluar sus resultados sociales y medioambientales con la publicación de un informe a este respecto en 2004;
- lanzar en 2003 una campaña de sensibilización dirigida a los agentes de la Comisión.

La Comisión invita a las administraciones públicas a nivel nacional, regional y local a que examinen también sus prácticas con vistas a la integración de consideraciones de tipo social y medioambiental.
