

PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

PAPELES
DE ECONOMÍA ESPAÑOLA

108

2006

ISSN: 0210-9107



FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

PATRONATO

| | |
|---|------------------------|
| JUAN R. QUINTÁS SEOANE (<i>Presidente</i>) | ALEIX GIMBERNAT MARTÍ |
| JOSÉ MARÍA MÉNDEZ ÁLVAREZ-CEDRÓN (<i>Secretario</i>) | ROBERTO LÓPEZ ABAD |
| JOSÉ MARÍA BUENO LIDÓN | ANTONIO MARTÍN JIMÉNEZ |
| JULIO FERNÁNDEZ GAYOSO | JESÚS MEDINA OCAÑA |
| | PERE RIFÀ PUJOL |
| | ATILANO SOTO RÁBANOS |

PRESIDENTE DE HONOR

ENRIQUE FUENTES QUINTANA

PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA

CONSEJO DE REDACCIÓN

| | |
|--|------------------------------|
| VÍCTORIO VALLE SÁNCHEZ (<i>Director</i>) | MANUEL LAGARES CALVO |
| JULIO ALCAIDE INCHAUSTI | JUAN ANTONIO MAROTO ACÍN |
| JOSÉ ANTONIO ANTÓN PÉREZ | CARMELA MARTÍN GONZÁLEZ |
| SANTIAGO CARBÓ VALVERDE (<i>Subdirector</i>) | FERNANDO PAMPILLÓN FERNÁNDEZ |
| FRANCISCO CASTELLANO REAL | JORGE PEREIRA RODRÍGUEZ |
| FERNANDO GONZÁLEZ OLIVARES (<i>Redactor-jefe</i>) | JOSÉ LUIS RAYMOND BARA |
| | JOSÉ VILLAVÉRDE CASTRO |

COORDINACIÓN GRÁFICA

Pilar López Isarría

PORTADA

Bravo-Lofish

EDITA

Fundación de las Cajas de Ahorros
Caballero de Gracia, 28. 28013 Madrid

PREIMPRESIÓN

VERSAL COMPOSICIÓN, S.L.
Gamonal, 19, 1.º B. 28031 Madrid

IMPRIME

Raíz Técnicas Gráficas, S.L.
Gamonal, 19. Polígono Industrial de Vallecas. 28031 Madrid

| | |
|-------------------------------|--|
| <i>Depósito legal:</i> | M. 402-1980 |
| <i>ISSN:</i> | 0210-9107 |
| <i>Distribuye:</i> | G&M.-Madrid |
| <i>Precio del número 108:</i> | 17 € |
| <i>Periodicidad:</i> | Trimestral |
| <i>Materia:</i> | Economía social |
| <i>Base de datos:</i> | www.funcas.es |

© FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, así como la edición de su contenido por medio de cualquier proceso reprográfico o fónico, electrónico o mecánico, especialmente imprenta, fotocopia, microfilm, offset o mimeógrafo, sin la previa autorización escrita del editor.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN EDITORIAL

Responsabilidad social corporativa: Una «idea fuerza» en busca de precisión

V

I. MERCADO Y SOCIEDAD

| | | |
|---|----|--|
| Economía de mercado y responsabilidad social de la empresa: | 2 | <i>Antonio Argandoña</i> |
| Valor accionarial y orientación <i>stakeholder</i> : Bases para un nuevo gobierno corporativo: | 10 | <i>José Miguel Rodríguez Fernández</i> |
| Ética y confianza en los mercados financieros: | 27 | <i>Vicente Salas Fumás</i> |
| De la responsabilidad social de la empresa (RSE) a la empresa responsable y sostenible (ERS): | 40 | <i>Josep M. Lozano</i> |
| Derecho, mercado y responsabilidad social corporativa: | 63 | <i>José Miguel Embid Irujo</i> |
| Mecanismos de verificación de la información sobre responsabilidad social corporativa: | 75 | <i>José Mariano Moneva</i> |

II. NUEVAS ORIENTACIONES EMPRESARIALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

| | | |
|---|-----|------------------------------|
| Las empresas de economía social y la responsabilidad social corporativa: | 92 | <i>Marcos de Castro Sanz</i> |
| Responsabilidad social de la empresa: Un nuevo modelo empresarial: | 106 | <i>Emilio Tortosa Cosme</i> |
| Cómo aumentar el impacto de las inversiones sociales. Experiencias internacionales: | 117 | <i>Ramón Forn Argimón</i> |

III. SISTEMA FINANCIERO, CAJAS DE AHORROS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

| | | |
|--|-----|--|
| Las cajas de ahorros en el ámbito de la responsabilidad social corporativa: | 128 | <i>Juan R. Quintás Seoane</i> |
| La obra social de las cajas, un paso siempre por delante en RSC: | 144 | <i>Carlos Balado García</i> |
| Preferencias de los españoles sobre la composición de la obra social de las cajas de ahorros: | 161 | <i>Alejandro Esteller-Moré, Jonatan Jorba Giménez y Albert Solé-Ollé</i> |
| Responsabilidad social del sector bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible: | 173 | <i>Marta de la Cuesta González</i> |

IV. DOCUMENTO

Pacto Mundial de las Naciones Unidas
en materia de responsabilidad social de las empresas
(*Global Compact*)

194

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA «IDEA FUERZA» EN BUSCA DE PRECISIÓN

En las sociedades actuales, la mayoría de los ciudadanos está convencida de que las empresas, que constituyen el eje del sistema productivo, tienen que asumir algunos compromisos para lograr una convivencia armónica entre sus actividades lícitas, encaminadas a obtener beneficios y crear valor para sus socios y partícipes, y los objetivos globales de la sociedad enraizados en las ideas de solidaridad entre personas y sostenibilidad del crecimiento económico a largo plazo en el necesario marco de conservación de los recursos naturales.

Pero los márgenes entre los que pueden oscilar las diferentes interpretaciones de ese compromiso social son muy amplios. Para unos, la responsabilidad básica de quienes interpretan la gestión de la empresa es obtener el máximo beneficio, aunque incluso los defensores de estas posiciones más drásticas, como la sostenida por Milton Friedman en 1970, admiten que esa actuación empresarial debe respetar «las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la Ley como las incluidas en las costumbres éticas». Para otros —tal vez mayoría en la actualidad— la consideración de los aspectos sociales en la vida empresarial adquiere un papel prioritario, tal como sugiere el *Pacto Mundial* de las Naciones Unidas.

No podía faltar, entre las preocupaciones económicas y sociales que inspiran la elaboración de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA, el tema de la responsabilidad social corporativa (en adelante RSC), que en este volumen ve atendida, en forma monográfica, la demanda social sobre este

**ORIENTACIÓN
CONCEPTUAL**

tema. En su tratamiento, PAPELES ha elegido un sesgo conceptual, y aunque en sus artículos y colaboraciones no faltan referencias prácticas, la mayor parte de su contenido se orienta hacia la precisión del concepto de RSC, su caracterización y sus formas de valoración.

Se ha dicho, con razón, que el indiscutible éxito de la idea de responsabilidad social de la empresa ha corrido parejo con la falta de unidad del propio concepto. Es una «idea fuerza», en el sentido tópico de la expresión, pero carente aún de la precisión que parece exigible para orientar su utilización en un sentido unívoco.

TRES ÁREAS TEMÁTICAS

En ese marco de referencia que acaba de describirse, el presente número se estructura en tres amplias áreas temáticas.

La primera de ellas, la más extensa, se integra por seis colaboraciones que ofrecen reflexiones de gran interés sobre cuatro interrogantes centrales de la responsabilidad social corporativa:

- ¿Hace falta algo más que el mercado como criterio orientador de la actividad empresarial?
- ¿Deben tener naturaleza de norma jurídica las exigencias de la RSC?
- ¿Se puede verificar la información sobre RSC?
- ¿Reduce el comportamiento responsable, conforme a criterios éticos, los costes de transacción?

La segunda línea de trabajo incluye tres artículos, y trata de ofrecer respuestas a tres cuestiones importantes:

- ¿Debería cambiar el modelo tradicional de empresa hacia la economía social?
- ¿Se está produciendo, de hecho, ese tránsito?
- ¿Cómo puede incrementarse el impacto de las actuaciones sociales de las empresas sobre el conjunto de la sociedad?

Finalmente, una tercera sección avanza en el sentido de la concreción, ofreciendo en sus cuatro colaboraciones reflexiones sobre la RSC referidas a las entidades que operan en el sistema financiero. Se pregunta, en primer término, hasta dónde llega la RSC en las cajas de ahorros y cómo este concepto emergente se combina con la tradicional obra social característica de estas entidades. Y, en segundo término, ¿contribuyen los valores éticos en el sector bancario en general a lograr un desarrollo más sostenible?

El número se cierra con la reproducción de los diez principios que componen el *Pacto Mundial* en materia de responsabilidad social de las empresas, que PAPELES ha considerado de utilidad incorporar al texto, dado su carácter de referencia común, para hacer más asequible su contenido a los lectores.

En el contexto de la RSC, muchos consideran que el establecimiento de normas de «buen gobierno» constituye un instrumento básico. Este número de PAPELES no integra en su contenido artículos o colaboraciones que aborden directamente este tema. Y ello por dos razones principales. La primera es que el tema del gobierno de la empresa y los intentos de «codificar» sus principios óptimos tienen sustantividad propia como para dar contenido, por sí mismos, a un futuro número de PAPELES. La segunda razón es que se trata de un tema abierto actualmente en España a una intensa polémica a raíz del lanzamiento del proyecto de código de gobierno elaborado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (código Conthe), y que ha generado una fuerte reacción crítica por parte de los empresarios y sus instituciones representativas. Parece, por ello, prudente esperar a que se produzca un asentamiento de las ideas, antes de proceder a su estudio sistemático.

No sería justo concluir esta parte introductoria sin dejar constancia de la gratitud de FUNCAS a los profesores **Vicente Salas Fumás** (Universidad de Zaragoza) y **José Miguel Rodríguez Fernández** (Universidad de Valladolid) por su asesoramiento y decisiva ayuda en el diseño y realización de este número 108 de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA.

En sentido genérico, la responsabilidad social corporativa es la respuesta de las empresas a compromisos adquiridos con la sociedad en su adecuación a valores sociales ampliamente compartidos. La Comisión Europea, en 2001, la definía como «integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones mercantiles y en las relaciones con sus interlocutores».

Sobre esa visión general es necesario avanzar para acotar un concepto útil y equilibrado de RSC. Ésa es la tarea que aborda la mayoría de las colaboraciones de esta primera parte.

El profesor **Antonio Argandoña** ataca de frente el núcleo central del problema que plantea la responsabilidad social corporativa (RSC). Partiendo del análisis de la ya citada posición de Friedmann, según la cual la empresa lo que ha de conseguir es la maximización de los beneficios actuando dentro de los límites legales y de las reglas éticas propias de una economía de mercado, sin que sea necesario plantearse otro tipo de preocupaciones, el autor se pregunta si esta afirmación es suficiente o si, por el contrario, ha de darse entrada a otras matizaciones que permitan atribuir un papel significativo a la responsabilidad social corporativa.

**RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA,
MERCADO Y
SOCIEDAD**

A través de la exposición de las diferentes teorías que han tratado de determinar el objetivo de la empresa desde la perspectiva económica, y que han buscado la respuesta bien en la maximización del valor para el propietario, bien en la maximización del valor social, bien en la consideración de la empresa como nexo de contratos, intenta determinar si es suficiente la explicación que las teorías señaladas ofrecen o si existe margen para atribuir un papel determinante a la responsabilidad social corporativa. Para ello, parte de los conceptos que han sido formulados por la Comisión de las Comunidades Europeas y por David Vogel. En ambos casos, la nota definitoria viene dada por la inclusión en el marco empresarial de preocupaciones sociales y medioambientales que sirvan de respuesta a presiones y expectativas de la sociedad. La existencia de estas otras dimensiones —al margen de la maximización del beneficio, aunque no sean absolutamente independientes de ésta— puede tener un cierto valor económico, pero también un componente ético que va más allá de la aceptación del conjunto de normas sociales necesarias para la convivencia. Como guía de las decisiones humanas, la ética de mínimos no es suficiente. Las decisiones empresariales han de ser, a la vez, éticas y eficientes.

El segundo de los trabajos que integran esta sección, debido al profesor **José Miguel Rodríguez Fernández**, de la Universidad de Valladolid, aborda la compleja cuestión de las relaciones entre la forma en que se considere estructurado el gobierno de las empresas y la responsabilidad social corporativa. La forma tradicional de considerar el gobierno de las empresas lo contempla como un sistema en el que los directivos trabajan para los accionistas en busca del mayor beneficio en favor de éstos. Este modelo organizativo, conocido como modelo financiero o «principal-agente», atribuye la clara primacía a los accionistas (*stockholders*) y considera a la sociedad como una ficción legal que, en esencia, es una asociación de personas (Von Jhering). Frente a esta posición, Von Gierke entiende que la sociedad es una persona individualizada frente a los socios o accionistas que tiene una existencia real y propia (teoría orgánica).

Es evidente que, desde la perspectiva del gobierno corporativo, de la forma en que se organiza el esquema de poderes empresarial, el llamado modelo *stakeholder* encuentra su último apoyo en la visión de Von Gierke. La empresa trasciende la mera relación entre los directivos y los accionistas, y ha de ser considerada como un complejo entramado de relaciones en el que se han de considerar los intereses de cuantos están relacionados, de una u otra forma, con la empresa. Los proveedores, la clientela, los trabajadores, e incluso el medio social en el que opera, tienen interés en el comportamiento empresarial.

No olvida el autor que el nuevo marco económico, caracterizado por la mejora de la posición de los consumidores, gracias a los avances de

las telecomunicaciones y la globalización, y el aumento del poder de las grandes compañías, que ha hecho perder significado al sector público en la economía, ha determinado una mayor intensidad en la consideración de los grupos interesados en la marcha empresarial; en definitiva, del enfoque *stakeholders* frente al de «principal-agente».

Claro es que este modelo de empresa pluralista trae consigo una mayor complejidad en el análisis, hasta el punto de que precisa de un mayor desarrollo. Es preciso delimitar quiénes han de considerarse partícipes relevantes, cómo se articulan sus relaciones con la empresa —mediante contratos explícitos o implícitos—, cómo se resolverán los problemas prácticos de la adopción de decisiones y tantas otras cuestiones, entre las que cabe integrar las que suscita la responsabilidad social corporativa.

Uno de los debates con mayor tradición es el que plantea el problema del posible choque entre el comportamiento ético empresarial y la maximización del beneficio. Un autor tan reputado como el profesor de la Universidad de Zaragoza **Vicente Salas Fumás** señala en su artículo que, pese a que pueda entenderse que un comportamiento ético de las empresas tiene siempre efectos negativos sobre el principio de maximización del beneficio, una conducta basada en este principio puede ser explicada en términos de análisis económico. En efecto, una actuación ética, en cuanto que aporte confianza y mejore la reputación de los agentes implicados, aporta seguridad a las relaciones económicas, evitando el recurso a una formalización exhaustiva de los contratos y, en consecuencia, reduciendo los costes de transacción.

Ética vs. eficiencia

La colaboración del profesor Salas se estructura, tras unas reflexiones iniciales, en tres partes. En la primera aporta un marco conceptual que integra ética y racionalidad económica a través del papel que juega la confianza y su valor económico en las transacciones. En la segunda sintetiza las actuaciones y mecanismos en que la reputación tiene efectos económicos relevantes sobre agentes o sectores que operan en los mercados financieros. La tercera parte da un paso más, al distinguir entre el comportamiento de las organizaciones y el de las personas que las integran. Unas reflexiones finales cierran esta importante colaboración, subrayando que se trata de establecer un «punto de partida para indagar sobre explicaciones que entronquen con valores humanos más profundos que el del enriquecimiento personal».

En un agudo trabajo, el profesor **Josep M. Lozano** plantea la conveniencia de pasar del concepto «responsabilidad social de la empresa», al de «empresa responsable y sostenible» (ERS). Es éste un artículo lleno de sugerencias que trata de dar entrada a las crecientes preocupaciones por la sostenibilidad del crecimiento económico en el compor-

De la RSE a la ERS

tamiento socialmente responsable de las empresas. En primer término, ha de partirse de la idea básica de «sostenibilidad». Referida en un primer momento a la necesidad de no emplear más recursos que los que el entorno natural puede regenerar, se habla ya de un desarrollo que satisfaga las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para dar respuesta a sus propias necesidades.

Pues bien, si cuando se habla de responsabilidad social de las empresas se alude a la necesidad de que la estrategia empresarial ha de tener en cuenta los aspectos económicos, sociales y medioambientales, este último término está haciendo una referencia explícita, aunque indirecta, a la sostenibilidad del desarrollo. Primera exigencia del comportamiento empresarial en la esfera en que ahora nos movemos es, pues, el cumplimiento del requisito de una actuación respetuosa con el principio señalado.

En segundo lugar, el trabajo del profesor de ESADE centra su atención en la ambigüedad del término «social», distinguiendo entre la filantropía y la acción social y la responsabilidad social empresarial, considerando a esta última como una manera de entender la gestión empresarial, en el sentido de un cambio de perspectiva en relación con lo que la sociedad espera de la empresa. Cambio que ha de manifestarse en aquel punto en que la empresa contacta con la sociedad, y que no es otro que el de su relación con los *stakeholders*, o personas interesadas en la marcha de la empresa, de modo tal que, atendiendo a su estructura, el autor considera que la responsabilidad social empresarial consiste en gestionar las relaciones de la empresa con todos sus *stakeholders*, de donde se deriva que, considerando la RSE como un proceso de innovación y aprendizaje, deja de ser una actividad para considerarse como un modelo de excelencia empresarial. La conclusión de los razonamientos anteriores lleva al profesor Lozano a la conclusión de que, más que hablar de «responsabilidad social empresarial» (RSE), habría que pasar a la consideración de «empresa responsable y sostenible» (ERS).

Responsabilidad social corporativa y Derecho

Por su parte, el catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Valencia **José Miguel Embid Irujo** aporta la visión jurídica de la responsabilidad social corporativa. Frente a la amplia bibliografía que se ha producido en el ámbito de la economía y de la ética de los negocios, la perspectiva jurídica ha sido escasamente tratada, lo que atribuye un mayor valor a la aportación del profesor Embid. La razón del parco tratamiento jurídico parece deberse a la nota de voluntariedad propia de las actividades en que se plasma la responsabilidad social corporativa. Parece, pues, moverse en un campo metajurídico, ya que faltarían elementos esenciales en el campo del Derecho, como la coactividad o la posibilidad de aplicar sanciones.

Con agudeza, el autor señala que ésta sería una posición simplista, pues la voluntariedad puede venir matizada por una doble vía. Por una parte, una cierta conducta reiterada puede convertirse en una costumbre que determine obligaciones exigibles y, por otra, el anuncio público de un comportamiento puede suponer, igualmente, el nacimiento de obligaciones por voluntad unilateral del agente.

El segundo tema analizado en este artículo es el carácter, vinculante o no, de los códigos de carácter privado en materia de responsabilidad social corporativa. Estos códigos, que han proliferado en los últimos años también en materia de gobierno de las empresas, no pueden considerarse, según la opinión dominante, como vinculantes, pues sólo afectarán a quienes libre y voluntariamente decidan asumir sus normas. Pero ello no significa que no tengan valor alguno. Entran en la categoría de lo que se ha dado en llamar *soft law*, y pueden tener un apreciable valor interpretativo.

En el ámbito del Derecho de sociedades existe una clara conexión entre las actividades propias de la responsabilidad social corporativa y el concepto de «interés social», recogido en la legislación de sociedades mercantiles. ¿Cómo ha de interpretarse la llamada al «interés social»? ¿Como interés de los socios en la consecución del máximo beneficio? ¿Como un interés institucional, de la sociedad, de contenido más amplio, en el que pueden incluirse los interesados (*stakeholders*) en la gestión social? En opinión del autor, cabe el mantenimiento en nuestro Derecho de una interpretación moderadamente pluralista en la que pueda tener acomodo la responsabilidad social corporativa.

En el ámbito del Derecho del mercado, la responsabilidad social corporativa puede contribuir a la mejora de la reputación de la empresa, y en cuanto al Derecho de la competencia, puede originar conflictos de competencia desleal.

El último de los artículos que integran esta primera sección de la revista es el que el profesor de la Universidad de Zaragoza **José Mariano Moneva** ha elaborado para exponer cuáles son los sistemas que se utilizan en la actualidad para contrastar la transparencia y veracidad de los informes que, sobre sostenibilidad, elaboran las empresas.

La verificación de la información sobre RSC

La responsabilidad social corporativa supone, necesariamente, que las empresas ofrezcan datos fiables a los grupos de interés sobre su comportamiento en materia económica, social y medioambiental. Aparece así una nueva forma de auditoría, distinta y más compleja que la tradicional auditoría financiera, que ha supuesto un importante esfuerzo de elaboración de criterios que conduzcan a resultados dignos de confianza por parte de los interesados.

Para ayudar a la elaboración de este conjunto de criterios, el Programa de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente (PNUMA) y la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) promovieron la *Iniciativa de Reporting Global* (GRI), que, aunque en una primera versión planteó principios simétricos a los de las auditorías financieras, muy pronto trató de dar primacía a los principios de transparencia sobre los aspectos de la fiabilidad.

Por otra parte, el Institute for Social and Ethical Accountability (ISEA) ha desarrollado el llamado *Marco de Actuación AA1000 de Accountability* como instrumento para promover las mejores prácticas a través de la información y la verificación.

Por último, el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) y la Federation des Experts Comptables Européens (FEE) también han aportado análisis para emitir opinión sobre la información no financiera y, en especial, sobre la información de sostenibilidad.

El trabajo del profesor Moneva constituye un pormenorizado análisis de estos distintos instrumentos de auditoría, en el que concluye señalando cuáles son los modelos de aseguramiento de la información vigentes en la actualidad y los problemas que aún quedan por resolver en un ámbito nuevo, cual es el de los informes de sostenibilidad.

LA RSC Y LAS NUEVAS ORIENTACIONES DE LA EMPRESA

La segunda parte de este número de PAPELES se hace eco de la transformación que supone en el mundo empresarial el nuevo enfoque que contempla a las unidades empresariales como algo más trascendente que un mero aparato generador de beneficios económicos para sus propietarios. La ampliación de los efectos de la actividad empresarial a lo social y a lo medioambiental determina la necesidad de fijar la atención en aquellas otras unidades de gestión económica que incardinan, por sus propias características internas, en su propia naturaleza intereses sociales que exceden del marco estrictamente económico.

En este sentido, **Marcos de Castro Sanz**, presidente de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social, aborda el futuro que se abre ante las empresas de economía social en un nuevo entorno económico. Con lucidez y rigor, no duda en señalar los duros problemas a los que se enfrenta el mundo en los momentos actuales.

En primer lugar, la fractura social que han puesto de manifiesto la globalización y sus mecanismos de comunicación. Las terribles desigualdades que existen entre países ricos y pobres —como las diferencias de expectativas de vida entre Japón (85 años) y Sierra Leona (36 años), o entre niveles de ingresos y riqueza (la quinta parte más rica del mundo posee el 80 por 100 de los recursos, y la más pobre, el 0,5 por 100)— muestran un desequilibrio social inaceptable.

No es, pues, extraño que haya de plantearse el agotamiento de la sociedad industrial y el necesario paso a una nueva era organizada mediante formas sustancialmente diversas. El autor señala como ejemplo de transformación lo ocurrido en el mercado laboral, en el que de un empleo fijo y duradero se ha pasado a una situación en la que la precariedad y la flexibilidad son regla general, con lo que se admite la posibilidad de que se pueda crecer económicamente y, al tiempo, generar desempleo.

Por último, en esta panorámica general, ha de subrayarse el deseo de que la empresa ajuste su comportamiento a reglas respetuosas con las personas y con el entorno. Es la reacción inevitable ante los últimos escándalos financieros provocados por la conducta de algunas empresas (Parmalat y ENRON, por ejemplo).

En esta situación cobra fuerza el fomento de la responsabilidad social empresarial, por una parte; y por otra, la aparición de una nueva forma de empresa que encarna en la que se denomina «economía social», la cual, fomentando los principios de solidaridad y responsabilidad social, estabilidad y pluralismo, puede aportar soluciones a los problemas sociales y territoriales. Cooperativas, sociedades laborales, mutualidades, asociaciones y fundaciones son las nuevas formas empresariales que claramente pueden colaborar a la mejora futura de las condiciones de vida de nuestro mundo actual.

Precisamente en la línea marcada en el sentido de la «nueva empresa» que surge de las actuales condiciones económicas, **Emilio Tortosa Cosme**, presidente de la Fundación ÉTNOR (Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones), quien, adicionalmente, cuenta con la amplia experiencia adquirida durante los años que ha dirigido el Grupo Bancaja, analiza la trayectoria que ha llevado al nuevo modelo empresarial, de carácter plural, en el que la simple búsqueda del mayor beneficio se ha visto superada por la imperiosa necesidad de tener en cuenta a los distintos grupos de intereses (proveedores, clientes, empleados, entorno general de la empresa) para fijar un nuevo modo de gestión.

Este enfoque, que supone potenciar la responsabilidad social de la empresa, significa, como se viene reiterando en los diversos trabajos que integran este número, una triple línea de actuación que se corresponde con la necesidad de obtener beneficios, actuar en consonancia con los intereses sociales generales y mantener el principio de sostenibilidad, favoreciendo una actitud respetuosa con el medio ambiente. Comportamiento que supone, en definitiva, el respeto a la ética empresarial, y que se convierte en una ética de la responsabilidad frente a los diversos grupos de interés o, dicho de otra forma, en un modo ético de gestión de la empresa.

Señala con acierto el autor que cuando hablamos de «responsabilidad» se está haciendo alusión a dos significados distintos. Por una parte, responsabilidad significa «dar cuenta», es decir, información de la actividad de que se trate. Por otra, «dar respuesta», es decir, reaccionar ante las expectativas legítimas de los *stakeholders*.

Por ello es preciso, en primer término, no minusvalorar la necesidad de obtener beneficios, indispensables para cubrir las necesidades y expectativas de quienes integran los grupos de interés.

En segundo lugar, la necesidad del desarrollo ético de las empresas se está planteando por diferentes instituciones. Así, el *Pacto Mundial* de las Naciones Unidas, como iniciativa de compromiso ético empresarial, determina los principios de conducta en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, para promover una ciudadanía corporativa global y, por su parte, la Comisión Europea presentó en 2001 su libro verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa*, en el que se definen como prácticas socialmente responsables aquellas que cumplen tres requisitos: voluntariedad, integración en la estrategia empresarial y ser acordadas con los diferentes grupos de interés. Por último, el gobierno español ha puesto en marcha el Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa con el objetivo de desarrollar el debate para el establecimiento de políticas públicas que fomenten aquélla.

El artículo finaliza exponiendo las razones de justicia, de prudencia y de eficacia que avalan la asunción de la responsabilidad social de la empresa.

El impacto de la inversión social

El último de los trabajos que integran esta sección segunda, debido a **Ramón Forn Argimón**, socio director de McKinsey and Company, trata de examinar hasta qué punto se obtiene el máximo resultado social de las inversiones que se realizan en este campo. La cuestión es especialmente importante para las cajas de ahorros españolas, a la vista de la cuantía de su gasto en obras sociales. Pero es, precisamente, por sus peculiares características por lo que resulta difícil encontrar entidades semejantes en el ámbito internacional que permitan comparaciones homogéneas.

El autor ha optado por buscar el elemento comparativo en un conjunto de fundaciones extranjeras que, por las tareas que desempeñan y el volumen de recursos que a ellas dedican, pueden aportar algunas ideas a la gestión de la obra social de nuestras cajas.

Conseguir el óptimo resultado de las que cabe llamar inversiones sociales exige el cumplimiento de algunas tareas previas.

La primera es, sin duda, precisar debidamente los objetivos que se pretende alcanzar y determinar las prioridades de actuación para, en un tercer momento, concretar las aspiraciones que orienten la toma de decisiones concretas.

En segundo lugar, las fundaciones más importantes se han profesionalizado, en el sentido de que sus rectores son ejecutivos altamente especializados en la gestión de entes con fines sociales. Medir los resultados de la actividad que desarrollan estos entes no es tarea sencilla, pero caben métodos indirectos que permiten enjuiciar la labor de las fundaciones, de la misma forma que gestionar de forma activa el conocimiento que se tiene de lo que cada entidad hace constituye otro elemento fundamental en su desarrollo.

Por último, una definición clara de las funciones de los distintos órganos a través de los cuales actúa la fundación determinará un gobierno eficiente de ésta.

Reflexiones que, planteadas en el ámbito de las cajas de ahorros, ofrecen un amplio campo para el diseño y gestión más eficaces de su propia obra social.

La tercera y última de las secciones en que aparece dividido este número de PAPELES centra el análisis de la responsabilidad social corporativa en el ámbito de las entidades financieras. Las especiales características de estas instituciones —y muy especialmente, como se pone de manifiesto en la colaboración del presidente de CECA, **Juan R. Quintás**, en el caso de las cajas de ahorros— hacen que la repercusión de su actividad en la economía y el número de personas con las que traban relaciones exija una especial atención a su comportamiento ético.

Los aspectos relacionados con las cajas de ahorros son objeto de atención en tres colaboraciones. Juan R. Quintas ofrece una amplia panorámica del funcionamiento y estructura de estas entidades, subrayando las muy diversas facetas que muestran el compromiso de las cajas con la sociedad civil en que desarrollan sus funciones. Carlos Balado García, director de Obra Social y Relaciones Institucionales de la CECA, aborda el estudio de la obra social de las cajas, quizá el exponente más claro del compromiso que estas entidades han asumido desde su origen en relación con la sociedad, lo que las convierte, sin duda, en pioneras en la superación de la obtención de beneficios como función empresarial. En tercer lugar, el equipo formado por los profesores de la Universidad de Barcelona Alejandro Esteller Moré, Jonatan Jorba Jiménez y Albert Solé-Ollé estudian en qué medida existe consonancia entre la obra social de las cajas y las demandas de la sociedad. A continuación, se comenta sucintamente cuál es el contenido de estos trabajos.

CAJAS DE AHORROS, SISTEMA FINANCIERO Y RSC

Juan R. Quintás Seoane, presidente-director general de la CECA, subraya que la responsabilidad social de las cajas de ahorros se manifiesta en cuatro ámbitos: en el ámbito del gobierno corporativo, en la dimensión social y medioambiental en las relaciones internas y externas, en los efectos sociales de su actividad financiera y en su obra social.

En primer término, la estructura y el funcionamiento de los órganos de gobierno de las cajas de ahorros bien puede decirse que constituyen un ejemplo del modelo plural, de empresa o enfoque *stakeholder*. La configuración de la Asamblea General y del Consejo de Administración, con la participación de empleados, impositores, entidades fundadoras y entidades científicas, culturales o benéficas con arraigo en su territorio, significa la presencia en los órganos de gobierno de los grupos de interés más significativos en relación con la actividad de las cajas, máxime cuando el equilibrio entre tales grupos se consigue a través del impedimento de mayorías absolutas. Y otro tanto cabe decir de otros órganos, como la comisión de control, con facultades superiores a las comisiones de auditoría en el ámbito de las sociedades mercantiles.

En segundo lugar, en lo que a las relaciones internas con sus empleados se refiere, la política laboral de las cajas es pionera en la atención a las relaciones humanas con sus trabajadores. Tanto por la mayor estabilidad en el empleo como por el esfuerzo en la creación de éste y la plena equiparación entre los sexos o la previsión social complementaria, puede afirmarse que las cajas han cubierto ampliamente objetivos tradicionalmente deseados en el mundo laboral.

En relación con la clientela, dos factores son especialmente significativos: el menor número de reclamaciones que se han planteado en materia financiera y crediticia y, por otra parte, lo que las cajas significan en la lucha contra la exclusión financiera. Otro tanto cabe decir en cuanto al medio ambiente: en ocho años, los recursos de la obra social destinados a él se han multiplicado por trece.

En cuanto a los efectos sociales de la propia actividad financiera, la lucha contra la exclusión financiera, que se pone de manifiesto no sólo en el hecho de que territorialmente las cajas se han preocupado de llegar a todos los rincones del país, sino también en que atienden a sectores que, sin ellas, tendrían graves dificultades de acceso a las actividades financieras. Un ejemplo claro es, sin duda, su labor en el ámbito del microcrédito. Y otro tanto cabe decir en cuanto a su apoyo al desarrollo regional. Todo ello, además, potenciado porque este conjunto de características determina que las cajas de ahorros garanticen un alto grado de competencia en el mercado español. Por último, la obra social, que voluntariamente desarrollan las cajas desde su origen, cierra el cuadro que permite afirmar el alto grado de cumplimiento de estas instituciones respecto de la sociedad civil.

De esta última se ocupa ampliamente **Carlos Balado**. Tras un amplio análisis de la situación socioeconómica de España y del sentido de la actividad de las cajas desde su aparición, hace ya más de trescientos años, brinda algunos datos que, por su relevancia, son suficientemente significativos de lo que es la obra social de las cajas.

La obra social de las cajas de ahorros

En el año 2004 se invirtieron 1.163 millones de euros, que se han dedicado en un 45 por 100 a cultura y tiempo libre, en un 29 por 100 a asistencia social y sanitaria, en un 17 por 100 a educación e investigación y en un 9 por 100 a patrimonio histórico, artístico y natural. Se han realizado más de 114.000 actividades que han llegado a unos 123 millones de beneficiarios.

A través de estos recursos, se evitan situaciones de exclusión social, se genera capital social y se crean riqueza y empleo, complementando así de forma significativa los servicios sociales prestados por los entes públicos.

Novedoso resulta el planteamiento que realizan los profesores **Esteller-Moré, Jorba Giménez y Solé-Ollé** en su colaboración. En ella analizan la evolución y la composición actual del gasto social de las cajas, y examinan el grado de adecuación entre los destinos de la obra benéfico-social (OBS) y las preferencias de los ciudadanos españoles al respecto, obtenidas éstas a partir de la aplicación de una muestra propia a una muestra representativa de todo el territorio nacional.

Su análisis pone de manifiesto la existencia de diferencias entre la composición real y socialmente deseada del gasto en OBS, ya que, si bien cultura y tiempo libre ha sido el área que más recursos ha recibido durante el período 1997-2004, las actividades más valoradas por los ciudadanos son las relativas a los ámbitos asistencial y sanitario. En este sentido, el esfuerzo de las cajas para aproximar la obra social a las demandas sociales se ha materializado en un importante incremento del gasto asistencial y de preservación del entorno natural desde el año 2001, en detrimento del educativo y cultural.

No hay que olvidar, sin embargo, que las características inherentes a algunas de las actividades de la obra social de las cajas, así como la existencia de preferencias sociales diferenciadas según las características personales de los individuos, son factores que, tal y como señalan los autores del trabajo, dificultan que se pueda conseguir una convergencia total entre las composiciones socialmente deseada y real del gasto en obra social.

La profesora de la UNED **Marta de la Cuesta González** se ocupa de la responsabilidad social de los intermediarios bancarios, mostrando su gran efecto en la medida en que, a través de su actividad financiadora, pueden influir de manera decisiva en comportamientos éticamen-

Ética y sistema financiero

te aceptables o reprobables. Entre los efectos reprobables, la autora enumera la exclusión financiera y el racionamiento del crédito, el fomento del sobreendeudamiento a través de nuevos productos financieros y la manipulación de los mercados de valores.

Estos efectos han propiciado la reacción a través de directrices de carácter voluntario, que tratan de prevenir estas prácticas malsanas y conseguir dar primacía a las buenas prácticas en la banca comercial, en la banca de inversión y en la gestión de activos. Así, incrementar el volumen de préstamos con alto impacto social o el favorecimiento de la inclusión financiera.

Pero, quizá, las dos actividades más destacables en materia de responsabilidad social financiera sean los programas de microcrédito y los fondos de inversión socialmente responsables, que son desarrollados con detenimiento en este trabajo.

El artículo concluye haciendo una referencia a la denominada «banca ética», que define como aquella que está especializada en financiar actividades económicas con impacto social positivo, dando cobertura financiera a los sectores de la sociedad más desfavorecidos, al tercer sector y a la economía social, reinvertiendo cuando sea necesario los beneficios obtenidos.

Como el lector puede observar, este número de PAPELES presenta una notoria variedad en sus colaboraciones dentro del habitual carácter monográfico de esta revista. En todo caso, sus trece colaboraciones permitirán a quien las lea hacerse una clara composición de lugar del «estado de la cuestión» sobre un tema importante y con un irresistible auge en la moderna economía empresarial.

COLABORACIONES

I. MERCADO Y SOCIEDAD

Resumen

¿Existe algún papel para la responsabilidad social corporativa en una economía de mercado? Los economistas suelen argumentar que la única responsabilidad de la empresa es la maximización del valor para sus propietarios, y que cualquier otra restricción o demanda es innecesaria, e incluso perjudicial, para el funcionamiento eficiente de una economía de mercado. Este artículo discute las fortalezas y debilidades de la argumentación de los economistas, y propone un papel para la responsabilidad social corporativa, pero identificándola con la responsabilidad ética propia de toda persona y organización.

Palabras clave: contratos, eficiencia, ética, maximización del valor, responsabilidad social corporativa, valor social.

Abstract

Is there a role for corporate social responsibility in a free market economy? Economists usually argue that the company's sole responsibility is the maximization of value for its owners and that any other restriction or demand is unnecessary and even harmful for the efficient working of a market economy. This article discusses the strengths and weaknesses of the line of argument used by economists and puts forward a role for corporate social responsibility, but identifying it with the ethical responsibility pertaining to every person and organization.

Key words: contracts, efficiency, ethics, maximization of value, corporate social responsibility, social value.

JEL classification: M14.

ECONOMÍA DE MERCADO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Antonio ARGANDOÑA

IESE, Universidad de Navarra

I. INTRODUCCIÓN (*)

LA revista *The Economist* publicó en enero de 2005 un *survey* sobre la responsabilidad social corporativa (RSC), uniéndose al debate sobre el sentido y la necesidad de ésta en una economía de mercado. Su tesis, ampliamente compartida entre los economistas, fue enunciada hace años por Milton Friedman (1962, 1970): una empresa que maximiza sus beneficios, actuando dentro de la ley y de las reglas éticas que son propias de una economía de mercado, está cumpliendo todas sus responsabilidades sociales y morales, y no tiene por qué someterse a otro tipo de restricciones o demandas. Pero esta tesis es discutida por otros muchos autores.

Este artículo trata de responder a la pregunta de si hay un papel para la RSC. En el apartado II se discuten los argumentos económicos acerca de la maximización del valor para el propietario y para la sociedad, y el tratamiento de la empresa como nexo de contratos. En el apartado III se discuten los distintos argumentos acerca del posible papel de la RSC en el paradigma económico. El artículo acaba con las conclusiones.

II. EL OBJETIVO DE LA EMPRESA EN EL PARADIGMA ECONÓMICO

1. La maximización del valor para el propietario

En la teoría de la empresa es común partir de la hipótesis de

que la empresa actúa «como si» el objetivo de sus directivos fuese la maximización de los beneficios o del valor de la empresa para el propietario (Friedman, 1953). Lo que a nosotros nos interesa es la vertiente normativa de esa proposición. ¿Por qué, por ejemplo, Friedman (1962: 133) afirma que «hay una y sólo una responsabilidad de la empresa: usar sus recursos en actividades encaminadas a maximizar sus beneficios, en la medida en que observe las reglas del juego, es decir, que actúe dentro de la libre competencia, sin engaño ni fraude»?

La respuesta hay que buscarla en un supuesto de la conducta humana que es básico en el paradigma de la ciencia económica (1): el «principio económico» (Mises, 1949) o principio de eficiencia, de acuerdo con el cual el ser humano trata siempre de conseguir los mejores resultados con los recursos escasos disponibles, o de minimizar los recursos necesarios para alcanzar un objetivo deseado. Este principio se basa en la concepción del agente económico como alguien con recursos, evaluador y maximizador (Meckling, 1976), y podemos aceptarlo, al menos, como un componente importante de la conducta humana.

Esto se aplica también a las instituciones y organizaciones de carácter económico, tanto las creadas como órdenes espontáneos (el mercado) como las debidas a la inventiva del hombre (las empresas): deben perseguir la máxima eficiencia, medida como la diferencia (o cociente) entre los

resultados conseguidos y el coste de oportunidad de los recursos empleados. De ahí que se afirme que la función social de las instituciones y organizaciones económicas sea la mayor creación de riqueza posible, dadas las restricciones vigentes (los recursos y la información disponibles y las preferencias de los agentes económicos).

¿Cómo se consigue esto? La ciencia económica muestra que, bajo ciertas condiciones, la máxima eficiencia (un óptimo de Pareto) se consigue cuando las empresas maximizan sus beneficios (Winch, 1971), o mejor, cuando los directivos maximizan el valor del capital para los propietarios (2). De ahí la conclusión de que las empresas *deben* maximizar dicho valor: como instituciones económicas que son, ésta es su única responsabilidad porque, al cumplirla, optimizan su aportación a la sociedad. Y cualquier otra responsabilidad que les impida maximizar el valor será indeseable (3).

Las condiciones que deben cumplirse para que la maximización de valor lleve al óptimo son, principalmente, la existencia de competencia perfecta en todos los mercados (los bienes y factores son idénticos en cada mercado; hay libertad de intercambio, de entrada y de salida; compradores y vendedores tienen información perfecta sobre el precio, así como las características y la disponibilidad de los bienes y factores, y tanto los compradores como los vendedores no pueden afectar al precio) y la ausencia de bienes públicos y de efectos externos (de modo que los precios reflejen plenamente todos los costes y beneficios sociales).

Obviamente, estas condiciones no se cumplen nunca, pero los resultados pueden ser corregidos mediante regulaciones que reduzcan

el poder de mercado, amplíen la información disponible, eliminen barreras de entrada y salida, provean públicamente los bienes públicos, corrijan los efectos externos, etc.; regulaciones que, al menos en teoría, pueden acercarse al óptimo conseguido en condiciones competitivas. En todo caso, si, debido a fallos en las regulaciones, no se cumplen las condiciones para un óptimo, no hay motivos para pensar que los instrumentos de la RSC (que sustituyen las regulaciones públicas por acuerdos privados, códigos voluntarios de conducta, supervisión por organizaciones no gubernamentales, etc.) vayan a mejorar el resultado social.

La tesis de Friedman no es, por tanto, arbitraria. En definitiva, equivale a afirmar que el objetivo de la empresa como institución económica es contribuir a la máxima eficiencia del sistema, y esto se consigue cuando la diferencia entre el valor generado por la empresa y el coste de oportunidad de los recursos empleados por ella es máxima; y esa diferencia, bajo ciertas condiciones, es el beneficio generado para el propietario del capital.

2. La maximización del valor social

Las condiciones para el óptimo competitivo implican la maximización del «valor social» (Jensen, 2001), que vendrá dado por la diferencia entre el valor (subjetivo) que el consumidor atribuye al bien consumido y el coste de oportunidad de producirlo, cuando aquel valor incluye todas las características positivas (netas) para la sociedad, y el coste incluye todos los costes de oportunidad en que haya incurrido la sociedad (Salas, 2004). O sea, el máximo valor social vendrá a coincidir (aproximadamente) con la maximización de

los excedentes del consumidor y del productor en todos los mercados de bienes, servicios y recursos, independientemente de quién o quiénes se apropien esos excedentes.

El excedente del consumidor se maximiza cuando, dados las preferencias del consumidor y el precio del producto, la utilidad que se deriva de cada unidad consumida es máxima. Y el excedente del productor se maximiza cuando, dados la tecnología disponible y los precios del producto y de los factores, los costes sociales de producción son mínimos. Ahora bien, la maximización del valor para el propietario se lleva a cabo mediante la apropiación de al menos una parte de ambos excedentes, y esto puede implicar la no optimización del valor social. Sin pretensiones de abarcar todos los casos posibles, veamos cómo esto puede tener lugar en cuatro situaciones concretas.

La primera hace referencia a la apropiación del excedente del consumidor por el productor. Esa apropiación es máxima con una discriminación de precios perfecta, que sólo es posible en condiciones de monopolio. Ahora bien, toda limitación de la competencia implica la reducción de la cantidad ofrecida para hacer subir el precio, y esto reduce el excedente del consumidor, lo cual nos aleja del óptimo. De ahí la condición de competencia perfecta.

El segundo caso es paralelo al primero, referido ahora a la apropiación del excedente del productor por el vendedor. La apropiación total sólo es posible en condiciones de discriminación de precios con monopsonio en los mercados de factores. Pero esto implica limitar la demanda de factores para reducir su precio, lo que es incompatible con el óptimo social. De

nuevo, este caso invoca la condición de competencia perfecta en todos los mercados.

El tercer caso hace referencia a la generación del excedente del productor cuando existen efectos externos (positivos o negativos) en la producción, de modo que el productor no carga con todos los costes (o no recibe todos los beneficios) derivados de su acción, sino que traslada parte de sus costes (o de sus beneficios) a terceros, como el medio ambiente (contaminación), la comunidad local (congestión del tráfico) o la sociedad en general (efectos desbordamiento de la investigación llevada a cabo por la empresa). Esto explica que se exija la coincidencia entre los costes sociales y privados.

El cuarto caso hace referencia a formas complejas de colaboración entre factores y entre unidades productivas para la creación de capacidades que permitan maximizar los excedentes del consumidor y del productor. En la economía convencional, la existencia de información perfecta elimina toda ventaja competitiva, de modo que todo producto se puede sustituir perfectamente por otros en condiciones competitivas, y todos los factores se remuneran de acuerdo con su aportación a la producción.

Pero cuando se elimina el supuesto de conocimiento perfecto, la posibilidad de generar innovaciones que aporten valor social lleva a la colaboración de factores productivos que invierten en activos (físicos, humanos u organizativos) específicos, formando equipos en los que participan clientes, proveedores, empleados, directivos, inversores, etc. Esto permite optimizar la creación de valor y la reducción de los costes (obtención de ventajas competitivas), pero

plantea problemas: de apropiación de las cuasi-rentas generadas, de gestión de los riesgos y de toma de decisiones en la empresa.

Supongamos, por ejemplo, que un empleado o directivo ha acumulado capital humano específico (por ejemplo, el conocimiento de los procesos internos de la empresa o de las preferencias de sus clientes), aumentando el excedente del consumidor (que está dispuesto a pagar más por los bienes) o el del productor (porque se reducen los costes o aumenta la productividad). Ese capital humano genera, pues, cuasi-rentas, cuya cuantía vendrá dada, en términos estáticos, por la diferencia entre el valor de la productividad marginal del empleado y el salario que éste podría recibir en otra ocupación alternativa.

El ejemplo del empleado que invierte en capital humano específico es fácilmente generalizable. En la empresa se acumula también capital físico específico, cuya rentabilidad caería considerablemente si se emplease en la producción de otros bienes, en otra localización o con otra tecnología u otra forma organizativa. Los proveedores desarrollan también capital específico que perdería rentabilidad si se emplease fuera de la relación con la empresa, y otro tanto ocurre con los clientes. Incluso los inversores desarrollan capital específico cuando utilizan su conocimiento de la empresa para comparar su capacidad de crear valor con otras alternativas.

Y tanto la empresa como los demás partícipes tendrán incentivos para apropiarse las cuasi-rentas así creadas. En el ejemplo del empleado que había adquirido capital humano específico, la empresa puede ofrecerle el mínimo salario necesario para que no se marche a otra empresa y siga acumulando

capital específico, y el empleado puede exigir el salario máximo que le permita mantener su puesto de trabajo sin ser despedido y sustituido por otro. ¿Qué efectos tendrá esa lucha sobre la creación de valor social y, por tanto, sobre la tesis de que la maximización del valor maximiza ese valor social? La respuesta se ha intentado desde la teoría de los contratos.

3. La empresa como nexo de contratos

Si la empresa debe ser gobernada de modo que se maximice el valor para los propietarios, ¿no significa eso que se concede a éstos un trato privilegiado? La respuesta de la ciencia económica es negativa: lo que se pretende es conseguir la máxima eficiencia económica, y ése es el medio para lograrlo. En todo caso, las demás partes interesadas (partícipes o *stakeholders*) están protegidas, mediante contratos suscritos con la empresa, como empleados, prestamistas, proveedores, clientes, etc., incluyendo contratos implícitos, como los que ligan a la empresa con la comunidad local o la sociedad en general; de ahí que el cumplimiento de la ley que regula los contratos sea condición necesaria para la maximización de la eficiencia.

La existencia de contratos debe resolver simultáneamente: 1) el problema de la toma de decisiones (quién decide qué hay que hacer para maximizar el valor) y el consiguiente control de todos los partícipes (el problema del «gobierno de la empresa»); 2) el del reparto del valor producido, y 3) el de la asunción de los riesgos por todos los partícipes (Boatright, 2002, Bradley *et al.*, 1999).

De acuerdo con la teoría contractual de la empresa, los pro-

pietarios contratan con los partícipes las condiciones en las que ellos contribuirán a la producción, a cambio de una remuneración cuyas condiciones están fijadas de antemano. De este modo, se resuelve el problema del reparto del valor del producto: si los contratos son voluntarios y libres, cada partícipe contractual recibe la parte pactada y los propietarios reciben el residuo. Otro tanto ocurre con los riesgos ordinarios: los partícipes contractuales reciben su remuneración sin riesgo, y todo el riesgo residual cae sobre los propietarios. Y si éstos asumen el beneficio y el riesgo residual, a ellos debe corresponder la toma de decisiones (que delegarán en los directivos a través de un contrato de agencia) y la correspondiente monitorización de los demás partícipes a través de mecanismos de mercado o de control interno (Jensen, 2001).

Pero la respuesta no es tan sencilla cuando hay contratos incompletos (por asimetrías de información, fraude, etc., que la ley no es capaz de evitar), cuando hay efectos externos (los contratos afectan a partícipes que no entran en la relación contractual) o cuando se producen inversiones en capital específico, porque el reparto de las cuasi-rentas tendrá efectos sobre los incentivos de las partes implicadas. Por ejemplo, en un equipo, la aportación de cada miembro al resultado total no puede determinarse si no es considerando el resultado conjunto del equipo: no se puede remunerar a cada uno de acuerdo con el valor de su productividad marginal, porque ésta no es independiente de la de todo el equipo y aun de la de toda la empresa. El contrato deberá, pues, mantener el incentivo para cooperar, de modo que se maximice el valor y no se perjudique a los partícipes.

Por otro lado, todos los que aportan capitales específicos, sea cual sea su naturaleza, corren un riesgo que no siempre puede diversificarse (trasladándolo, por ejemplo, a los propietarios del capital de la empresa), porque todos han llevado a cabo inversiones específicas que pierden valor fuera de la empresa y que, como hemos visto, pueden ser apropiadas por otros partícipes (Kaufman *et al.*, 2003).

En todo caso, los contratos deben ser completos en el sentido de que todos los afectados por las decisiones estén incluidos en el entramado de contratos que constituye la empresa. Y esto puede no cumplirse cuando los partícipes no contractuales cargan con parte de los costes (y beneficios) externos y asumen un riesgo en sus activos, y también cuando hay partes no representadas en esos contratos (por ejemplo, las generaciones futuras).

En definitiva, la tesis de que la toma de decisiones y el control de su ejecución debe correr a cargo de los propietarios supone que hay una estructura óptima de contratos que minimiza los costes de transacción, que resuelve los conflictos sobre el reparto de las cuasi-rentas y que es compatible con la optimización del valor social (4). Ahora bien, la distribución de las cuasi-rentas no puede llevarse a cabo a priori, antes de la aportación de capital específico, porque genera conductas de *free-rider*. Ni puede dejarse para una negociación a posteriori, cuando la producción ya se ha llevado a cabo, porque promueve la reapertura continua de la batalla por la distribución de las cuasi-rentas. Ni, desde luego, tiene en cuenta los intereses de los no incluidos en los contratos, salvo que los proteja la ley.

Se han propuesto varias soluciones para este problema. Una

de ellas es establecer mecanismos de gobierno de la empresa en que participen todos los afectados por el problema (por lo menos los que aportan capitales, humanos o físicos, específicos, así como los partícipes extracontractuales afectados, por ejemplo, por las externalidades), lo que quiebra la tesis de que la monitorización debe correr a cargo de los propietarios atendiendo únicamente a la maximización del valor para ellos (5).

Otra solución es ampliar la maximización del valor para incluir no sólo al capturado por los propietarios del capital, sino también a todos los derechos financieros de la empresa, incluidos los de prestamistas, inversores, etc. (Jensen, 2001). Sin embargo, esto no resuelve el problema de los propietarios de capital humano, o (no necesariamente) el de los proveedores y clientes externos.

Y otra solución son los «contratos relacionales» (Baker *et al.*, 2002), acuerdos informales entre las partes, que están motivadas a cumplirlos por los altos costes que su incumplimiento tiene para ellas respecto a sus relaciones futuras, aunque no serían exigibles ante, por ejemplo, un tribunal. Hay muchas relaciones de este tipo, tanto dentro de las empresas como con otros partícipes: códigos de conducta no escritos, acuerdos implícitos, relaciones informales entre proveedores y clientes o entre empresas de un mismo sector, etcétera; y todas ellas se basan, de algún modo, en la confianza.

III. ¿HAY UN PAPEL PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA?

Si la anterior discusión recoge suficientemente las fortalezas y debilidades del paradigma económico, ¿puede haber un papel

para la RSC? La discusión sobre este tema viene complicada por la existencia de posturas muy variadas, basadas en concepciones muy distintas de lo que cabe esperar de la empresa y de su papel en la sociedad.

Tomaré como punto de partida provisional un par de definiciones amplias, parecidas entre sí, de RSC. La primera, de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001: 7): «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores». Y la segunda, de David Vogel (2004: 3): «las políticas y programas de las empresas privadas que van más allá de los requisitos legales, como respuesta a las presiones y a las expectativas de la sociedad». Como veremos a lo largo de la exposición, esa «integración voluntaria» y esas «políticas y programas», también voluntarios, vienen a representar una exigencia ética para la empresa, más allá de las «preocupaciones sociales y medioambientales» y de las «presiones y expectativas de la sociedad».

1. Responsabilidad social y objetivo de la empresa

En el paradigma económico, el objetivo de la empresa es la eficiencia. Pero ¿debe regirse sólo por ese criterio o hay otras dimensiones que son relevantes? La producción de bienes y servicios con eficiencia económica es, sin duda, una importantísima función social de la empresa, pero ¿es su único objetivo?

La respuesta es, probablemente, negativa. No hay instituciones puramente económicas, sino instituciones u organizaciones con dimensiones económicas,

políticas, éticas, ... (Pérez López, 1993). La empresa es, pues, una institución económica, pero también sociológica, cultural, política, ética, ... estudiada por diversas disciplinas, con enfoques y modelos distintos, en términos de eficiencia, pero también de poder, conflicto, legitimidad, demandas sociales, sentido, cultura, ... (Lozano, 2000).

Desde este punto de vista, la RSC vendría a ser el recordatorio, en el plano normativo, de esas otras dimensiones, como el respeto a la dignidad de los empleados, la resolución de conflictos dentro de la empresa y con su entorno, etc. De algún modo, se podría decir que éstas son exigencias a la empresa como organización humana, anteriores a su consideración como organización económica. Y esto nos acerca a un concepto de RSC que viene a coincidir con el de la ética, enlazando con la tesis de Friedman (6).

En todo caso, este criterio no se aplicaría a las versiones de la RSC en las que se subraya su función filantrópica y su carácter voluntario, que serían admisibles sólo en cuanto los directivos de la empresa tengan la autorización, explícita o implícita, de sus propietarios para llevarlas a cabo (7).

2. Responsabilidad social y eficiencia

El argumento que acabamos de presentar puede formularse de otro modo, a propósito del concepto de eficiencia. En el paradigma económico, la eficiencia en la empresa se define y se mide en términos de la cuenta de resultados, es decir, incluyendo todo, y sólo, lo que figura en los flujos presentes y futuros de ingresos y gastos —de fines y medios—, medidos en términos monetarios o

convertibles a ellos. Y ésta sería la medida adecuada si esos fuesen los únicos relevantes, es decir, si no hubiese otros fines distintos de los que pueden evaluarse por los ingresos de la empresa, y otros medios que aquellos cuyos costes figuran en el cálculo del resultado económico, es decir, si no hubiese que tener en cuenta aspectos no mensurables, como los aprendizajes de actitudes y valores de los agentes o sus deterioros morales (8).

Desde este punto de vista, el papel de la RSC podría ser el de recordatorio de la existencia de otros fines y otros medios, de otros «ingresos» y otros «costes», incluyendo, por ejemplo, los cambios en la función de preferencias inducidos por las decisiones humanas o los efectos externos (medioambientales, por ejemplo, pero también morales) de las decisiones. Dicho de una manera más tajante: la maximización de la eficiencia sería realmente un óptimo absoluto si se pudiesen tener en cuenta todos los efectos positivos o negativos —económicos, políticos, sociales y morales— sobre el agente que decide y sobre todos los demás agentes, presentes y futuros, de las decisiones, en un horizonte temporal ilimitado. Pero esto no es posible. Necesitamos, pues, un marco moral que les oriente sobre cómo actuar. Y ése es el papel de la ética (9). O sea, la RSC vuelve, de nuevo, a identificarse con la ética.

3. Responsabilidad social y beneficios

El caso más sencillo de aceptación de la RSC sería aquel en que la empresa ejerce su responsabilidad social llevando a cabo acciones que favorecen, o al menos no impiden, la maximización del valor para los propietarios (Avi-Yonah,

2005). Esto puede tener lugar, por ejemplo, cuando los consumidores están dispuestos a pagar un precio más alto porque perciben un valor mayor en los bienes obtenidos (por ejemplo, porque la empresa cuida el medio ambiente más allá de lo que exige la ley, o porque practica reglas de comercio justo), o cuando los costes se reducen como consecuencia de las acciones de RSC (por ejemplo, por una mayor dedicación de los empleados, o por la reducción de los costes de regulación gracias a la auto-regulación). Pero si las empresas actúan tratando de maximizar el valor y la RSC concurre a ese resultado, la RSC no añade nada relevante, salvo que se interprete como un medio (entre otros) para identificar oportunidades de negocio, lo que supone dejar de considerarla como un ejercicio de responsabilidad social.

Por otro lado, sostener que las empresas con RSC maximizan el valor tan bien como las demás, o incluso mejor que ellas, es un argumento dudoso. En la realidad encontramos todo tipo de combinaciones entre eficiencia y responsabilidad; los resultados empíricos no son concluyentes (10). Además, si todas las empresas fuesen socialmente responsables, desaparecerían las ventajas (en términos de diferenciación de producto, por ejemplo, o de menores costes de producción) que cada una recibiría de su actuación responsable.

4. La responsabilidad social y las condiciones de un óptimo competitivo

De acuerdo con la argumentación de los economistas, si se cumplen las condiciones de un óptimo competitivo no hay lugar para la RSC. Y si no se cumplen esas con-

diciones, la regulación podrá garantizar la consecución de aquellos resultados óptimos, y de nuevo la RSC sería innecesaria. Pero si no lo garantiza, cabe un papel para la RSC. Por ejemplo, la ley suele ser reactiva, mientras que la RSC puede ser proactiva; la ley suele ser incompleta, y no considera todos los detalles relevantes que la RSC puede tener en cuenta; la regulación puede presentar problemas, como el de la «captura del regulador», que la RSC puede evitar, etc. Pero esto nos lleva, en definitiva, a la RSC como un ejercicio de responsabilidad, es decir, como un deber moral.

La RSC sería, pues, un sustituto o un complemento de la ley y la regulación, compensando la falta de competencia en los mercados (por ejemplo, pagando salarios competitivos en un mercado de trabajo en el que la empresa tiene poder monopsonístico), internalizando los efectos externos (reduciendo la contaminación, mejorando la seguridad de los productos, etc.) o proveyendo bienes públicos de forma privada (mediante acciones filantrópicas) (11).

Esta propuesta no carece, sin embargo, de problemas. El primero de ellos es el de los incentivos: ¿por qué una empresa ha de aplicar criterios de RSC cuando esto contradice el objetivo de maximización del valor? Aquí habría que invocar la ética como una fuerza obligatoria de carácter interno (acompañada quizá de la «coactividad» de las normas sociales).

Pero, además, ¿están las empresas en mejores condiciones que el legislador a la hora de determinar las causas de las desviaciones del óptimo, y disponen de los medios necesarios para corregirlas? En principio, la RSC es inferior a la regulación en eficacia y en efi-

ciencia, porque la empresa no siempre tiene los medios de análisis y la visión de conjunto necesarios para tomar decisiones que afectan a toda la sociedad, ni puede superar fácilmente las conductas oportunistas que se pueden presentar en situaciones de auto-regulación, de modo que la RSC no pueden garantizar la consecución de la eficiencia máxima, y a menudo ni siquiera un efecto positivo sobre el bienestar social (Kapstein, 2001).

Con todo, la RSC puede complementar la regulación, sobre todo en casos que la norma general no puede recoger, o cuando, debido a fallos del Estado, la ley o la regulación llevan lejos del óptimo social. Y esto nos lleva, de nuevo, a la consideración de la RSC como una manifestación más de la responsabilidad que toda persona e institución tiene por las consecuencias de todas sus acciones, una responsabilidad, ante todo, ética que puede ser también legal (cuando la ley la recoge) y social (cuando la sociedad la exige), pero que no tiene por qué coincidir con ellas.

5. La responsabilidad social en el nexo de contratos

En teoría, el reparto de tareas y cuasi-rentas dentro de la empresa y con sus partícipes externos, y la coordinación de las tareas, podrían encomendarse a los contratos. En la práctica, como ya sugerimos, hay razones para pensar que los contratos pueden no ser suficientes para desarrollar las capacidades distintivas que necesita la empresa mediante inversiones en capital específico, en el entorno de cooperación y confianza, aprendizaje e innovación que es necesario para la creación de valor social.

Esta confianza se basará, por ejemplo, en la convicción de que las relaciones en la empresa vienen presididas por criterios de justicia en el reparto de las cuasi-rentas generadas. Cuando los contratos no puedan generar esa confianza, entonces puede haber un papel para la RSC, que viene a coincidir, de nuevo, con el de la ética (12), en la medida en que la creación de valor social suponga la cooperación entre clientes, proveedores, empleados, directivos, instituciones financieras y empresa.

Hay aún otro sentido en el que la RSC puede tener un lugar dentro de la praxis de la dirección de empresas. Porque la maximización del valor para los propietarios es un supuesto metodológico para explicar cómo actúan las empresas («como si» maximizasen ese valor), e incluso podría ser considerado un criterio para la evaluación de la actuación de los directivos, pero no es un principio operacional para dirigirlos. Por tanto, los directivos pueden necesitar una variedad de criterios, principios y reglas, entre los cuales puede tener cabida la RSC. Y, de hecho, algunas propuestas sobre la RSC la entienden como una técnica de dirección o un área de gestión. Pero esto implica despojarla de su función normativa.

IV. CONCLUSIONES

Friedman (1970: 138) afirmaba que la responsabilidad de la persona a la que se atribuye la gestión de la empresa es «llevarla a cabo de acuerdo con sus deseos [de los propietarios], que generalmente serán ganar tanto como sea posible, actuando de acuerdo con las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incluidas en las costumbres éticas». Se trata de un argumento normativo de carácter privado: eso

es lo que los directivos tienen obligación de hacer, de acuerdo con criterios de justicia, porque eso es lo que los propietarios esperan. Pero si «la responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios», estamos ante un argumento normativo de carácter social. La función social de la empresa es la eficiencia económica: la creación del máximo valor posible, más allá del que sus participantes pueden conseguir individualmente y a través del intercambio en el mercado.

A pesar de las numerosas críticas que se le han dirigido, la posición de Friedman no es arbitraria. La empresa es una institución económica y, como tal, debe actuar con criterios de eficiencia que forman parte de su función social. Pero, como ya hemos mostrado, esos criterios no son suficientes. ¿Significa esto que hay un papel para la RSC? Nos parece que la respuesta es afirmativa, pero no tal como se entiende a menudo en los libros y artículos sobre este tema. Como técnica de gestión, o como actividad voluntaria consentida por los propietarios, la RSC no necesita justificación, pero tampoco tiene una función normativa. Y cuando se le atribuye esa función normativa, cuando se sostiene que las empresas *deben* tener en cuenta la RSC, la estamos identificando con la ética. Por decirlo de una manera tajante, no existe la RSC; existe la responsabilidad que la empresa tiene, lo mismo que todas las personas y todas las organizaciones. Y esa responsabilidad es de naturaleza ética.

¿Volvemos, pues, a la tesis de Friedman de que la responsabilidad de la empresa es la eficiencia, siempre dentro de lo establecido por la ley y por la ética? No exactamente, por dos razones. Primera: Friedman considera a la ética como un conjunto de normas so-

ciales aceptadas para la convivencia, para evitar el engaño y el fraude (un complemento de la ley, porque ésta no puede abarcar todas las situaciones relevantes), y no como un conjunto de criterios, valores y virtudes para la toma de decisiones. Su concepto de ética es, pues, insuficiente como guía de las decisiones humanas.

Y segunda, porque Friedman considera que la decisión económica es autónoma e independiente de la ética, que, junto con la ley, es sólo una restricción externa. Mientras que el punto de vista que aquí presentamos es que las decisiones tienen varias dimensiones que están siempre interconectadas. No se trata de tomar decisiones eficientes una vez tenidas en cuenta las restricciones señaladas por la ley y por la ética, sino de tomar decisiones que sean, a la vez, éticas y eficientes. La ética de mínimos no es suficiente cuando estamos analizando el comportamiento óptimo del directivo.

NOTAS

(*) Este trabajo forma parte de las investigaciones de la cátedra Economía y Ética, del IESE. Agradezco la financiación de la Fundación José y Ana Royo, y los comentarios de los profesores S. Ramakrishna Velamuri y Joan Enric Ricart.

(1) No hay «un» paradigma económico, sino muchos. El que aquí presentamos es el de la «economía neoclásica», de acuerdo con la tesis de Friedman. La alternativa austriaca merece especial mención; véase HUERTA DE SOTO (1999).

(2) Esto se aplica en un entorno con incertidumbre cuando la toma de decisiones en la empresa está separada de la propiedad, el *stock* de capital es endógeno y la decisión forma parte de un proceso intertemporal.

(3) El primer teorema del bienestar, que muestra que un equilibrio competitivo es un óptimo paretiano, equivale a introducir la «mano invisible» en el proceso. A partir de él, dado que cualquier distribución de recursos puede llevar a un óptimo paretiano, se puede llevar a cabo una «división del trabajo» entre el criterio de eficiencia (garantizado por las condiciones del equilibrio competitivo) y el de justicia (variando la distribución inicial

de recursos de modo que se consiga el óptimo con la distribución de la renta deseada). Esto resuelve (al menos en teoría) el problema de la justicia en la distribución (HAUSMAN, 2003).

(4) La estructura de contratos puede resolver las disputas sobre el capital físico (alienable), pero no sobre el capital humano ni sobre los incentivos de los contratistas ajenos a la empresa (proveedores y clientes), que poseen activos específicos cuyo valor se ve alterado por las decisiones de la empresa, y ese valor no puede protegerse en un contrato (GIBBONS, 2004).

(5) Ésta es la propuesta de KAUFMAN *et al.* (2003).

(6) Para un resumen de las teorías de la RSC, incluidas las éticas, *cfr.* GARRIGA y MELÉ (2004).

(7) Aquí tendría vigencia el criterio deontológico, de acuerdo con el cual los directivos tendrían con los propietarios una obligación fiduciaria de actuar de acuerdo con los deseos y las instrucciones de éstos (HASNAS, 1998).

(8) Como explica ILLANES (1994: 31), «la eficiencia es una cualidad de la que se habla cuando se considera “lo útil para”, lo “válido en orden a”, es decir, cuando nos situamos en el contexto de la conexión o relación entre medios y fines. De ahí la complejidad de toda afirmación de eficiencia, y particularmente toda afirmación de eficiencia que vaya más allá del nivel técnico en sentido estricto o restringido, es decir, que no se limite a señalar la capacidad de un determinado medio para producir un determinado fin (...). Un discurso que se desarrolla en términos de eficiencia es, por eso, un discurso incompleto, suspendido en el vacío; o bien, en otros casos, un discurso que no pone de manifiesto sus implícitos, pues está presuponiendo un determinado fin, aunque a veces no lo manifieste de forma clara».

(9) Por eso, ARGANDOÑA (1989) afirma que la ética es la condición de equilibrio de todos los sistemas humanos.

(10) MARGOLIS y WALSH (2003) hacen un excelente resumen de los intentos de encontrar una relación entre RSC y beneficios, y de los problemas metodológicos y prácticos que ese intento plantea.

(11) Véase en REINHARDT (2004) un estudio de los problemas creados cuando se intenta internalizar los efectos externos y la provisión privada de bienes públicos.

(12) ROSANAS (2004) explica las condiciones que se deben dar para que, con racionalidad limitada (*bounded rationality*), se cree confianza en una organización, cuando los agentes actúan movidos por «intereses elevados» y resisten la tentación del oportunismo. En estas

condiciones, la RSC (entendida de nuevo como responsabilidad ética) puede permitir una aproximación al óptimo social a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

ARGANDOÑA, A. (1989), «Relaciones entre economía y ética», IESE, *Working paper*, n.º 166.

AVI-YONAH, R. S. (2005), «The cyclical transformations of the corporate form: a historical perspective on corporate social responsibility», University of Michigan Law School, *Working paper*, n.º 38.

BAKER, G.; GIBBONS, R., y MURPHY, K. J. (2002), «Relational contracts and the theory of the firm», *Quarterly Journal of Economics*, 117.

BOATRIGHT, J. R. (2002), «Ethics and corporate governance: justifying the role of shareholder», en BOWIE, N. E. (ed.), *The Blackwell Guide to Business Ethics*, Blackwell, Oxford.

BRADLEY, M.; SCHIPANI, A.; SUNDARAM, A. K., y WALSH, J. P. (1999), «The purposes and accountability of the corporation in the contemporary society: corporate governance at the crossroads», *Law and Contemporary Problems*, Duke University, 62.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001), Libro Verde: *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.

FRIEDMAN, M. (1953), «The methodology of positive economics», en FRIEDMAN, M., *Essays in Positive Economics*, University of Chicago Press, Chicago.

— (1962), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago.

— (1970), «The social responsibility of business is to increase its profits», *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre. Reproducido en HOFFMAN, W. M., y FREDERICK, R. E. (eds.), *Business Ethics. Readings and Cases in Corporate Morality*, McGraw-Hill, Nueva York, 1995, tercera edición.

GARRIGA, E., y MELÉ, D. (2004), «Corporate social responsibility: mapping the territory», *Journal of Business Ethics*, 53.

GIBBONS, R. (2004), «Four formal(izable) theories of the firm?», MIT Department of Economics, *Working paper*, 04-34.

HASNAS, J. (1998), «The normative theories of business ethics: a guide for perplexed», *Business Ethics Quarterly*, 8, 1.

HAUSMAN, D. M. (2003), «Philosophy of economics», en ZALTA, E. N. (ed.), *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, <http://plato.stanford.edu/entries/economics> (consultado en abril de 2005).

HUERTA DE SOTO, J. (1999), «The ethics of capitalism», *Journal of Markets and Morality*, 2, 2.

ILLANES, J. L. (1994), «El mercado: ética y eficiencia», en MELÉ, D. (ed.), *Ética, mercado y negocios*, Eunsa, Pamplona.

JENSEN, M. C. (2001), «Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function», *Journal of Applied Corporate Finance*, 14.

KAPSTEIN, E. (2001), «The corporate ethics crusade», *Foreign Affairs*, septiembre/octubre.

KAUFMAN, A.; ENGLANDER, E., y WOOD, C. H. (2003), «A team production model of corporate governance revisited», George Washington University School of Business and Public Management, *SMPP Working paper*, 03-03.

LOZANO, J. M. (2000), «Companies and society. Ethical responsibilities», en VERSTRAETEN, J. (ed.), *Business Ethics. Broadening the Perspectives*, Peeters, Leuven.

MARGOLIS, J. D., y WALSH, J. P. (2003), «Misery loves companies: rethinking social initiatives by business», *Administrative Science Quarterly*, 48.

MECKLING, W. H. (1976), «Values and the choice of the model of the individual in the social sciences», *Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik*, otoño.

MISES, L. (1949), *Human Action. A Treatise on Economics*, Yale University Press, New Haven.

PÉREZ LÓPEZ, J. A. (1993), *Fundamentos de la dirección de empresas*, Rialp, Madrid.

REINHARDT, F. L. (2004), «Environmental protection and the social responsibility of firms: Perspectives from the business literature», Harvard Business School, mimeo.

ROSANAS, J. M. (2004), «Bounded rationality, value systems and time-inconsistency of preferences as rational foundations for the concept of trust», IESE, *Working paper*, n.º 567.

SALAS, V. (2004), «El buen “performance” de la empresa», en *Segundas Jornadas sobre la singularidad de las Cajas de Ahorro españolas*, Federación de Usuarios de Cajas, Zaragoza.

THE ECONOMIST (2005), «The good company. A survey of corporate social responsibility», 22 de enero.

VOGEL, D. (2004), «Is there a market for virtue? A critical appraisal of corporate social responsibility», presentado a la *Transatlantic Business Ethics Conference*, Barcelona, 1-3 de octubre de 2004.

WINCH, D. (1971), *Analytical Welfare Economics*, Penguin Books, Harmondsworth.

Resumen

Desde hace tiempo, se debate periódicamente acerca de la finalidad última del gobierno de la empresa. La controversia principal gira alrededor del modelo financiero y la orientación *stakeholder*, la cual, a su vez, puede ser un fundamento sólido para la «responsabilidad social corporativa». Aquí se presentan algunos argumentos estrictamente económicos para justificar la progresiva relevancia teórica y práctica del modelo *stakeholder*, sobre todo a la vista de los cambios en el entorno empresarial actual. Se vislumbran unas firmas en régimen de multiagencia, basadas en redes de recursos críticos, con diversos participantes sujetos a riesgos específicos, atentas a internalizar efectos externos y más orientadas hacia la creación de riqueza neta total.

Palabras clave: gobierno de la empresa, modelo principal-agente, teoría *stakeholder*, responsabilidad social corporativa.

Abstract

For some time now there has been periodic discussion on the ultimate purpose of corporate governance. The main controversy revolves around the financial model and the stakeholder approach, which may in turn be a sound foundation for «corporate social responsibility». Some strictly economic arguments are presented here to justify the theoretical and practical importance of the stakeholder model, especially in the light of the changes in the current business environment. Firms are envisaged on a multi-agency basis, supported by networks of critical resources, with various stakeholders subject to specific risks, concerned to internalize externalities and more geared to the creation of total net wealth.

Key words: corporate governance, principal-agent model, stakeholder theory, corporate social responsibility.

JEL classification: G34, M14.

VALOR ACCIONARIAL Y ORIENTACIÓN *STAKEHOLDER*: BASES PARA UN NUEVO GOBIERNO CORPORATIVO

José Miguel RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ

Universidad de Valladolid

I. INTRODUCCIÓN (*)

DIARIOS de información económica, direcciones de Internet, revistas académicas y publicaciones profesionales debaten con frecuencia en torno al modelo de gobierno de la empresa (1), en especial de las grandes compañías, donde suele ser mayor la separación entre la propiedad y la dirección (el control). A la vez, aportan numerosas noticias dentro del ámbito de la responsabilidad social corporativa y la «ciudadanía empresarial».

Así, está de moda aludir a los participantes (*stakeholders*) o partes interesadas en la buena marcha de la compañía y, consiguientemente, en paralelo, se habla de un esquema de empresa pluralista, comunitario o estratégico, el cual: a) toma como guía la creación de riqueza neta total para el conjunto de las diversas partes o grupos que de alguna forma invierten en la empresa y/o son afectados por ella (accionistas, acreedores, clientes, directivos, empleados, proveedores,...); b) articula ciertas formas de participación en la dirección y gestión de la compañía («voz»), al menos para los principales *stakeholders*. Los más atentos a la economía política de las corporaciones y su función social no dudan en utilizar incluso la expresión «democracia *stakeholder*», presentándola, tal vez con cierta desmesura, como una tercera vía entre las dos tradicionales para

organizar la propiedad de los medios de producción y los sistemas económicos.

Sin embargo, en la práctica, detrás de la proliferación de la palabra *stakeholder* se sitúan enfoques algo diversos en torno a los fundamentos de dicha orientación de las compañías, así como a su organización y consecuencias prácticas. Además, el modelo financiero, o «principal-agente», goza de muy buena salud, como lo evidencia que algunos den por cierto su triunfo definitivo, es decir, crean que se ha alcanzado el «fin de la historia» también en el ámbito del gobierno de la empresa (Hansmann y Kraakman, 2001). Por ello, siguen abundando quienes consideran que el eje central del gobierno de las corporaciones se sitúa en el control de los problemas de agencia entre accionistas (principales) y directivos (agentes) y aportan razones en contra de la citada visión pluralista. Estiman que la única responsabilidad social de la empresa es generar beneficios con el fin de crear valor para los accionistas y «maximizar» el precio en Bolsa de sus títulos. El énfasis en esos problemas de agencia enlaza con el parecer de Adam Smith al referirse a la administración de las compañías por acciones:

Como los Directores de semejantes Compañías no manejan más que el fondo ageno sin tener parte inmediata en sus intereses, no es regular prometerse el que pongan en

su negociación la vigilancia que cualquiera Miembro de una Compañía que vela sobre su caudal propio [...]. No puede menos de prevalecer por ello la negligencia y la profusión en el manejo de los negocios de tales Compañías (Smith, 1794, tomo IV: 86) (2).

El largo debate entre ambos modelos de organización empresarial continúa, pues, abierto y muy vivo. Las páginas que siguen van a intentar ofrecer un examen de los argumentos que se manejan en la controversia. En lo fundamental, se hablará sólo desde el análisis económico, aunque a veces «deconstruyendo» los razonamientos, en el sentido de Jacques Derrida, para conocer mejor los materiales de la edificación lógica, cómo se ensamblan los elementos y cuáles son sus pilares menos evidentes.

En último término, se percibirá que, en nuestros días, la puesta en duda del modelo financiero, y el consiguiente atractivo del enfoque *stakeholder*, tienen mucho que ver con:

a) La relevancia de los contratos implícitos, la confianza y la reputación dentro de las actuales economías, en un entorno en que el «capital social» o relacional de las compañías ayuda a mantener su competitividad y es preciso adoptar una visión «multiagencia», más amplia que la simple conexión accionistas-directivos.

b) La importante función que tienen las inversiones específicas (3), los activos coespecializados y las redes de conocimientos, elementos fundamentales para fomentar la innovación, respecto a los cuales la nueva (o «moderna») teoría de los derechos de propiedad y el enfoque cognitivo de la organización nos han abierto otras perspectivas.

c) El hecho de que, en función de lo anterior, parece vislumbrarse una manera distinta de apreciar quiénes soportan riesgos residuales (específicos) y, por tanto, están probablemente legitimados para participar de algún modo en el control de la dirección y la gestión de la empresa.

d) La existencia de «externalidades» (efectos externos o sobre terceros) que las corporaciones han de acostumbrarse a «internalizar» —interiorizar o tener en cuenta— en sus cálculos, según nos enseña la economía del bienestar, dentro de un contexto en el cual ha de valorarse la sostenibilidad en el uso de los recursos disponibles y no parece creíble la existencia de un «orden espontáneo» conducente al bienestar óptimo.

Todo ello permite deducir los fundamentos económicos de la tan mencionada responsabilidad social de las empresas, en cuanto organizaciones de las que habría de esperarse una preocupación básica: crear valor para el conjunto de sus «partes interesadas», en términos financieros, no financieros y a lo largo del tiempo, fomentando el diálogo con los *stakeholders* y asegurando su participación en las decisiones importantes. Esta afirmación tiene una triple vertiente. Sin duda, quiere decir que no sólo son relevantes los resultados económicos, sino también los sociales y medioambientales. Pero además implica que, junto con el capital tangible y los recursos financieros, también debe preservarse el capital organizacional, basado en activos intangibles, que determina la competitividad a largo plazo, a la vez que ha de protegerse el capital natural o medioambiental transmisible a las generaciones futuras. Y, por último, significa no identificar la responsabilidad social de las compa-

ñas con la mera «acción social empresarial», de carácter voluntario, altruista y externo, ni con la «filantropía estratégica» o el *marketing* social corporativo.

El presente artículo está organizado así. De entrada, se perfilan los antecedentes históricos del debate al que se viene aludiendo, junto con los diferentes modelos de gobierno de la empresa habitualmente analizados en la literatura especializada. A continuación, nos centraremos en el estudio de los dos modelos fundamentales ya mencionados, el financiero y el pluralista, tras esbozar, como marco de referencia general, los principales rasgos del nuevo entorno económico y empresarial. De modo sucesivo, se discutirá desde diferentes ángulos la lógica económica de cada uno de esos modelos: naturaleza de la empresa y función del capital relacional; consecuencias de tener en cuenta la importancia de las inversiones específicas y las redes de conocimientos; el problema de la asignación de los derechos residuales de control, y la relación entre modelos de gobierno de la empresa y bienestar general. Algunas consideraciones finales pondrán término a estas páginas.

II. EL GOBIERNO DE LA EMPRESA: ANTECEDENTES Y PERSPECTIVAS

Parece que ha de atribuirse a Eells (1960: 108) la autoría de la expresión «gobierno de la empresa» (*corporate governance*), entendido como «la estructura y funcionamiento del sistema político [*polity*] corporativo». Dentro de su perspectiva, diversos grupos de partícipes contribuyen con sus aportaciones a la buena marcha de la empresa y constituyen a la vez «partes acreedoras» (*claimants*), es decir, lo que ahora de-

nominamos partes interesadas o *stakeholders*. En dicho marco, el propósito de las compañías se orienta simultáneamente hacia la rentabilidad a largo plazo y la completa toma en consideración de sus compromisos con la sociedad.

Desde ese prisma, cabe entender el gobierno de las compañías en un sentido muy amplio. En concreto, como conjunto de estructuras, reglas y procedimientos institucionales que determinan el ejercicio del poder de control, los incentivos de los diversos participantes (accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, proveedores, etc.), la realización de inversiones y la distribución de riesgos, así como la generación y el posterior reparto del excedente logrado por la firma.

No obstante, pese a la clara visión dentro de la que Eells inserta su referencia al gobierno corporativo, la puesta en circulación del nuevo término se vio bastante pronto condicionada por el resurgir de las tesis liberales en el campo de la economía y los negocios. En consecuencia, poco más de diez años después ese concepto de gobierno empieza a ser convenientemente reinterpretado y reducido, para limitarlo a los esquemas jurídicos, instrumentos y mecanismos de actuación mediante los cuales los aportantes de capital financiero se aseguran que la dirección y gestión de la compañía se realiza en función de sus intereses (véase, entre otros, Shleifer y Vishny, 1997). A este respecto, por lo general, el énfasis pasa a recaer en garantizar que los directivos trabajen en beneficio (nunca mejor dicho) de los accionistas (Mayer, 1996).

En realidad, tras estas dos interpretaciones tan distintas del sistema político empresarial emer-

gen asuntos importantes que desde hace largo tiempo se vienen discutiendo en la literatura económica y jurídica: la naturaleza y, por ende, el objetivo general de las compañías en las economías de mercado, los intereses legítimos correspondientes, los mecanismos para encauzar esos intereses y reflejarlos en las decisiones, etcétera.

Por ejemplo, a lo largo del siglo XIX, los juristas debatieron largamente acerca de la naturaleza legal de la personalidad otorgada a las compañías por el derecho de sociedades.

De una parte, el alemán Von Jhering (1818-1892), secundado por el estadounidense Nohfeld (1879-1918), defendió la teoría de la corporación como una «ficción», creada y protegida por la ley, cuya esencia se reduce a una asociación privada entre sus accionistas, quienes agregan y unen mediante contrato sus derechos de propiedad individuales y devienen propietarios de la compañía bajo un nombre colectivo: de ahí el posible problema de agencia y la consiguiente obligación fiduciaria de los directivos para actuar en interés de los mencionados accionistas. Su posición, basada en la tradición legal romana, es una defensa del orden jurídico-liberal, la propiedad privada, los intereses individuales y la eficiencia económica.

En cambio, otro alemán, Von Gierke (1841-1921), historiador del derecho, sigue lo que se denomina «teoría orgánica»: entiende la corporación como una persona legal distinta y separada de sus accionistas o socios, expresión de un nivel intermedio de actividad económica entre el Estado y el mercado, con una existencia real y reconocida que va más allá de una mera ficción legal. La com-

pañía no es una simple agregación de los derechos de propiedad de los socios. Más bien constituye una entidad responsable de sus actuaciones y consecuencias, con derechos y obligaciones en cuanto tal, de modo que existe un interés general propio de la empresa, independiente de los intereses de sus accionistas. Unas ideas recogidas después en la teoría jurídica de la institución y la teoría institucional de la empresa, desarrolladas en Francia por los juristas Hauriou y Ripert, respectivamente, donde se niega a los directivos y administradores la función de agentes de los accionistas (véase Capilla Roncero, 1993: 44-78; Mayson y otros, 1996: 142-143; Aglietta y Rebérioux, 2004: 65-66).

En los comienzos de siglo XX el contraste de posiciones siguió siendo evidente. Tras el artículo pionero de Clark (1916) acerca de la responsabilidad social de las compañías, la doctrina establecida en 1919 por el Tribunal Supremo de Michigan en el caso *Dodge vs. Ford Motor Co.* sugiere algo muy distinto: una corporación se organiza y administra fundamentalmente en beneficio de sus accionistas; los directivos sólo tienen capacidad discrecional en cuanto a la elección de los medios para alcanzar ese fin.

Y, años después, en plena digestión de la gran crisis de 1929, retorna el debate en el ámbito jurídico. Así, Dodd (1932) entendía que los derechos de propiedad y los negocios gozan de protección legal en cuanto benefician y están al servicio del conjunto de la sociedad. Defendió la importancia de las aportaciones realizadas a la empresa por los participantes —en su terminología, *constituencies*— distintos a los accionistas y, en consecuencia, presentó la figura de los administradores de una compañía como fiduciarios

de todos los *stakeholders*. Rebatía de este modo a su colega Berle (1931), quien era reacio, por razones prácticas, a apartarse de la visión clásica, según la cual la responsabilidad fiduciaria de los directivos de las compañías estriba en «maximizar» las rentas y cuasirentas económicas (4) de los accionistas. Berle creía que todavía no se había perfilado un esquema claro y realmente aplicable que permitiese un enfoque alternativo del gobierno de la empresa. Y esto aun cuando, hacia la misma época, en su conocido libro *The Modern Corporation and Private Property*, escrito junto con Means, admitió como imaginable que el control de las grandes compañías debiera evolucionar para quedar en manos de una tecnocracia neutral, encargada de equilibrar los derechos de las diversas partes interesadas (Berle y Means, 1932: iiiii).

Tres décadas más tarde, en los años sesenta, se reemprende la discusión. Hayek (1960) propuso centrar a las empresas en el objetivo básico de maximizar el rendimiento a largo plazo del capital confiado a los directivos por parte de los accionistas, para evitar los probables efectos indeseables derivados de «la moda» de guiarse por consideraciones sociales. En una línea similar, Friedman (1962) intentó zanjar cualquier debate asegurando que la única responsabilidad social de las compañías es incrementar sus beneficios, dentro del respeto al marco legal y a la ética de la competencia leal. La lógica del modelo de empresa «principal-agente» que ahí subyace quedaba bien refrendada cuando, en paralelo, Rostow (1959) y Manne (1964) presentaban el mercado de control corporativo y sus ofertas públicas de adquisición como un instrumento útil para conseguir orientar a las empresas hacia tal dirección. Frente a ellos, tras la reflexión de Bowen (1953) en torno

a las responsabilidades de los directivos más allá de los estrechos intereses de los accionistas, Galbraith (1967) presentó a las corporaciones modernas en manos de una *tecnocultura* cuyos objetivos son múltiples y complejos. Y, precisamente por el poder de mercado de esas corporaciones y su impacto social, se requiere una Administración pública y unas organizaciones sociales que actúen como un «poder compensador» (Galbraith, 1952).

Pues bien, durante la segunda mitad de la década de los noventa ha vuelto a emerger la polémica, esta vez como reacción frente a una literatura teórica y unas prácticas empresariales que, a lo largo de los últimos veinticinco años, han insistido en la creación de valor para el accionista como referencia única y última de la actividad mercantil. Y es que, por un lado, aprovechándose de enfoques en buena medida derivados de la nueva economía institucional (5), en los últimos tiempos el modelo financiero de empresa ha sido ampliamente propagado por académicos, consultores, auditores, grupos de presión, etc., defendiéndolo incluso como un objetivo normativo imprescindible para fomentar el bienestar del conjunto de la sociedad (Jensen, 2001). Sin embargo, por otra parte, las debacles de Enron, WorldCom y Parmalat —más sus derivaciones vía el caso Andersen—, con sus prácticas de «contabilidad creativa» y «gestión de las ganancias», han reintroducido las dudas acerca de ese enfoque «principal-agente» y la eficacia de los muchos códigos convencionales de buen gobierno corporativo recomendados insistentemente durante los pasados años.

Existen ocasiones en que la literatura especializada alude a otros modelos de empresa. En este

sentido, con cierta frecuencia se habla también del esquema político y el enfoque de la actuación leal (*stewardship*), como señalan Hawley y Williams (1996). Sin embargo, el primero no se sale del marco del modelo financiero. Simplemente insiste en que, además de aprovechar la vigilancia por parte de los mercados de capitales, también podrían emplearse «vías políticas» —activismo de los accionistas, coordinación entre ellos, democratización de las asambleas generales de las compañías, etc.— para lograr que los directivos trabajen al servicio de los accionistas. El segundo enfoque mencionado también responde al análisis principal-agente. Eso sí, considera que los directivos se orientan por sus deseos de autorrealización y responsabilidad profesional. Por tanto, cooperan lealmente, pese a sus posibles intereses particulares, para alcanzar la maximización de la riqueza de los accionistas. Son buenos y diligentes «mayordomos» al servicio de sus «señores».

Desde un ángulo diferente, Keasey y otros (1997) aluden a un modelo de mercado miope y al paradigma de abuso del poder ejecutivo. No obstante, de hecho, tampoco el énfasis en la miopía del mercado nos sitúa fuera del esquema principal-agente. Tan sólo viene a resaltar que existen dudas acerca del grado concreto de eficiencia de los mercados de capitales a la hora de valorar las acciones. Su posible miopía puede conducir a infravalorar sistemáticamente los rendimientos esperados de las inversiones a largo plazo en capital fijo, I+D+i (investigación, desarrollo e innovación), formación, etcétera. En consecuencia, cabe que los directivos de las compañías se guíen sólo por el precio de la acción en cada momento y sus reacciones previsibles a corto término, olvidando la creación de valor a largo plazo para los accionistas.

Por su parte, el modelo de abuso del poder ejecutivo comparte la base de la perspectiva *stakeholder*: la empresa ha de administrarse de acuerdo con los intereses del conjunto de los partícipes. Ahora bien, se caracteriza por subrayar que un poder excesivo en manos de los directivos puede ser utilizado por éstos para poner la firma al servicio de sus exclusivos intereses, aprovechando la ausencia de un control efectivo sobre ellos y la dificultad para evaluar la justificación global de sus decisiones.

Se observa, pues, que cabe centrar el núcleo del análisis en los dos arquetipos corporativos a los que se viene aludiendo desde páginas atrás. A continuación, se presentan los principales elementos que perfilan cada uno de ellos, junto con sus respectivos argumentos económicos. Es cierto que no falta quien intenta combinar los dos enfoques, hablando así del modelo financiero «matizado» o «ilustrado» o, lo que es lo mismo, la orientación *stakeholder* «matizada» o «ilustrada» (*enlightened*). Sin embargo, conviene advertir que en realidad no se abandona el modelo financiero. Se dice adoptar la teoría *stakeholder*, pero es sólo desde una perspectiva puramente instrumental: los accionistas conservan su soberanía absoluta, si bien tienen presentes las demandas de las demás partes interesadas en cuanto son medios para alcanzar un mayor valor a largo plazo para los propios accionistas (Phillips y otros, 2003; Rodríguez Fernández, 2003: 86-88).

III. LA VISIÓN FINANCIERA Y LA PERSPECTIVA STAKEHOLDER: PUNTOS DE DEBATE

El modelo financiero, o «principal-agente», se corresponde con

la visión estándar de la firma como nexo contractual, dentro del cual los accionistas ejercen la primacía, tienen derecho a controlar en exclusiva el Consejo de Administración y supervisan las acciones de la dirección para lograr que la compañía no se desvíe del objetivo general de crear valor para ellos. Esto lleva implícita la búsqueda continua de un beneficio extraordinario o puro, es decir, de una «superrentabilidad», pues la mencionada creación de valor exige, finalmente, que los accionistas alcancen un rendimiento superior al coste de oportunidad o rentabilidad mínima exigida a su inversión.

En contraste, en el modelo *stakeholder* la firma se entiende como una organización que, mediante la producción de bienes y servicios, desea satisfacer las necesidades de los diferentes grupos que la integran, y de los cuales depende para su supervivencia. Cada partícipe tendrá su propio objetivo personal, pero sólo lo alcanzará a través de su compromiso con la acción colectiva realizada a través de la firma. En dichas condiciones, se considera que el objetivo económico general de esta última estriba en promover la creación y el crecimiento en el tiempo de la *riqueza neta total* para el conjunto de los partícipes, incluyendo el cómputo de los efectos externos positivos y negativos. Dicho en otras palabras, generar rentas y cuasi-rentas económicas para los diversos *stakeholders*, teniendo en cuenta precios y costes de oportunidad (6). De ahí que se intente facilitar algunas vías para la intervención de, al menos, los principales partícipes en la dirección y gestión de la compañía, a la vez que han de equilibrarse todos los intereses involucrados en la firma —como en una coalición o cámara de compensación—, aun admitiendo que dichos intereses, a

veces, pueden ser contrapuestos. Esto último es reflejo de una dinámica general de la vida económica, caracterizada por la presencia simultánea del conflicto y de la cooperación entre los actores sociales. Se trata de una situación en que es aplicable la idea de un «juego cooperativo con negociación» (Sacconi, 2004).

Hasta aquí, grosso modo, los perfiles generales de ambos enfoques del gobierno corporativo. Ahora hemos de preguntarnos cuáles son los postulados esenciales y los planteamientos económicos adoptados en cada uno. Como respuesta, puede ser útil el resumen recogido en el cuadro número 1, el cual nos guiará en lo que sigue. Un comentario más amplio de todo ello se ofrece en Rodríguez Fernández (2003), donde además se presenta una breve justificación de la teoría *stakeholder* con diversos argumentos éticos (a este respecto, véase también Phillips y otros, 2003).

IV. EL NUEVO MARCO ECONÓMICO

Para entender mejor el debate actual entre uno y otro modelo de empresa, resulta obligado recordar en pocas líneas los cambios fundamentales que hoy caracterizan el entorno económico (Rodríguez Fernández, 2003: 45-50; Asher y otros, 2004).

Primero, la combinación de desregulación, avances en las telecomunicaciones y globalización ha mejorado la posición de los consumidores. Es el resultado de un acceso rápido y fácil a gran variedad de fuentes de información y a multitud de suministradores de bienes y servicios. La reputación, la imagen y la identidad empresarial refuerzan su importancia a medida que la relación precio-calidad-

CUADRO N.º 1

COMPARACIÓN ENTRE LOS DOS PRINCIPALES MODELOS DE GOBIERNO DE LA EMPRESA

| <i>Elemento teórico</i> | <i>Modelo financiero o accionarial</i> | <i>Modelo pluralista o stakeholder</i> |
|--------------------------------|--|--|
| Propiedad y mercados | Instituciones naturales | Construcciones sociales |
| Naturaleza de la empresa | Ficción legal | Coalición de intereses |
| Contratos | Sobre todo explícitos | Explícitos e implícitos |
| Comportamiento personal | Oportunista y doloso | Valora confianza y coopera |
| Inversiones específicas | Accionistas | Diversos partícipes |
| Importancia de los recursos | Sólo instrumentos | Críticos para sobrevivir |
| Partícipes sujetos a riesgos | Accionistas | Diversos partícipes |
| Clave del gobierno corporativo | Problema de agencia | Compromiso de los partícipes |
| Objetivo de la empresa | Crear valor para los accionistas | Crear riqueza neta total |
| Función de los directivos | Agentes de los accionistas | Fiduciarios de los partícipes |
| Funcionamiento del mercado | Sin efectos externos apreciables | Efectos externos relevantes |
| Criterio para asignar recursos | Eficiencia | Eficiencia y equidad |

prestaciones de los productos llega a ser más difícil de evaluar y diferenciar en el actual marco.

Además, ha aumentado el poder y la influencia de las grandes compañías, a la par que ha perdido peso el sector público en la economía. Los ciudadanos, preocupados por la falta de cohesión social, vuelven sus ojos hacia esas empresas y les exigen responsabilidad y transparencia. Por tanto, la dirección estratégica corporativa percibe la necesidad de generar confianza y legitimarse ante la sociedad, a la vez que afronta complejos problemas de distribución de rentas y cuasi-rentas económicas entre los diversos *stakeholders*.

En tercer lugar, los activos físicos han llegado a ser menos específicos para las organizaciones y, en consecuencia, ya no constituyen las fuentes principales de rentas y cuasi-rentas económicas, como solían serlo. Han contribuido a ello la reducción de los costes de comunicación y el mejor funcionamiento de los mercados de capitales. Pasan a ser más relevantes que nunca los activos intangibles y las inversiones específicas realizadas en ellos. Se da la circunstancia de que unos activos

físicos menos específicos conducen a apostar por una dirección y gestión empresarial más sometida a la valoración «objetiva» del mercado de capitales, pero unos activos intangibles más específicos parecen exigir dar mayor cabida a la «proximidad», esto es, a la supervisión derivada de una activa participación de determinados *stakeholders* no financieros en las grandes decisiones (Boot y otros, 2005; Osterloh y Frey, 2005).

Por otro lado, en un mundo globalizado, aumenta la competencia y se refuerza la necesidad de innovar los procesos de producción y mejorar la calidad de los bienes y servicios. Esto exige empleados con talento, un saber que se comparte y multiplica. Las redes de información pasan a ser elemento clave para la competitividad. Es la empresa «desmaterializada». En vez de grandes conglomerados corporativos, emergen organizaciones de no muy elevado tamaño, en las cuales la preocupación clave comienza a ser cómo facilitar y potenciar el trabajo de profesionales altamente capacitados, los cuales a su vez mantienen relaciones cruciales y continuas con otras organizaciones similares.

Por último, la mayor competencia en los mercados de bienes intermedios ha animado la reducción del grado de integración vertical de las compañías: se renuncia al control directo de los proveedores, sustituyéndolo por formas menos rígidas de colaboración. La gestión de relaciones adquiere gran relevancia. Se desdibujan las fronteras entre las firmas a medida que emergen organizaciones en red con largas cadenas de suministradores, alianzas estratégicas, etc. En cierto modo, las empresas no tienen ya una «estructura localizada», pues trabajan conjuntamente y en interacción con otras, dentro de un marco de colaboraciones donde la confianza es un elemento relevante.

Estas mutaciones en el entorno económico de las firmas plantean serios interrogantes para su gobierno y afectan a elementos clave del mismo: incentivos para realizar inversiones específicas, sistemas de cálculo del valor *total/neto* creado, mecanismos de reparto de riesgos y resultados, estructuras para articular la participación de los diferentes «grupos interesados» e instrumentos institucionales para orientar el comportamiento de los directivos y establecer sus retribuciones.

V. LA EMPRESA Y SU CAPITAL RELACIONAL

Como se pondrá de manifiesto en varias ocasiones a lo largo de estas páginas, de hecho las bases del modelo «principal-agente» derivan de la filosofía del individualismo posesivo y propietario articulada por el inglés Locke y el escocés Hume durante los siglos XVII y XVIII. Los seres humanos, libres, autónomos, movidos por su propio interés hedonista y repletos de necesidades y demandas, se enfrentan a un mundo de penurias, de limitaciones naturales. Esta situación requiere sacrificio y disciplina (no malgastar), lo que, a su vez, exige la capacidad para apropiarse de los bienes y sitúa en primer término la preocupación por la eficiencia (relación resultado-esfuerzo).

En tal marco, la asignación de los recursos escasos del conjunto de la sociedad exige la definición y atribución de los derechos de propiedad para utilizar esos recursos (Demsetz, 1967). Es la propiedad privada como dato o «situación de la naturaleza», protegida por un derecho sagrado, inviolable e imprescriptible, del mismo carácter e importancia que la libertad. Las personas forman parte de la sociedad con el propósito de gozar de sus bienes en paz y seguridad, de modo que la defensa de la propiedad privada es el único fin del Gobierno o, más exactamente, del Estado (Locke, 1764, cap. II, sec. 6; cap. VII, sec. 94; cap. XI, secs. 134 y 138). A decir verdad, se considera que el Estado fue establecido para defender al rico frente al pobre (Smith, 1794, tomo IV: 40). A su vez, la delimitación de derechos introducida por la propiedad requiere del mercado en cuanto institución natural que actúa como espacio de coordinación y de reasignación de recursos, de intercambio y de apro-

piación: todo es comercializable, real o potencialmente.

Esta perspectiva de la propiedad privada y de los mercados ha sido vigorosamente rebatida, de modo que, en un enfoque *stakeholder*, habría que entender más bien que ambas son construcciones sociales. Así, Etzioni (1998) y Heilbroner (1974, caps. 2 y 3), entre otros, han señalado que no hay razones a priori para argumentar que el actual esquema de relaciones de propiedad y contratos vía mercados es más «natural» que cualquier posible alternativa, salvo que se quiera desafiar todo un cúmulo de experiencia histórica, análisis antropológico y evidencia sociológica. Con mayor razón todavía, las compañías mercantiles, como las actuales sociedades anónimas, son una construcción social que responde a los intereses y necesidades de una comunidad en una época histórica. Recuérdese que en sus momentos iniciales, y debido a su responsabilidad patrimonial limitada, la creación de las sociedades anónimas se entendía como un privilegio concedido a unos particulares por el poder público.

Organizada conforme a un esquema jerárquico, la firma del modelo financiero queda perfilada como un ente cuya esencia es una estructura contractual, un entramado de contratos que rige las relaciones entre sus miembros. En consecuencia, es sólo una ficción legal, una institución jurídica que sirve como nexo para articular las relaciones entre individuos con objetivos en conflicto (Jensen y Meckling, 1976). A estos efectos, dicho modelo financiero de empresa se detiene mucho en el análisis de los contratos «explícitos», formales, prestando menos atención a los contratos «relacionales» o implícitos, a los cuales nos referiremos más adelante. Aquí, la firma

no puede valer más que la suma de los contratos individuales que la componen (Zingales, 2000). El énfasis se sitúa en los acuerdos voluntarios y en las fuerzas del mercado, a la vez que se supone una negociación justa entre todas las partes afectadas (Boatright, 2002). De ahí la exigencia del menor intervencionismo legal o gubernamental posible, salvo para proteger los derechos de propiedad, facilitar la realización de contratos y obligar al cumplimiento de los mismos.

Los individuos son, pues, los sujetos básicos del análisis, caracterizándose por su racionalidad, en el sentido de ser coherentes en sus elecciones y moverse por el propio interés. En concreto, el comportamiento humano queda definido como «listo, calculador y maximizador». Por tanto, la motivación y los incentivos de los actores económicos resultan ser fundamentales, admitiéndose conductas oportunistas (se busca dolosamente el propio interés). Ello trae a la memoria el paradigmático planteamiento utilitarista de Bentham (1907), quien presentó al ser humano vasallo de dos señores: el placer y el sufrimiento, siendo la propiedad privada una vía para alcanzar felicidad y seguridad, en una visión donde la comunidad o sociedad se considera un ente ficticio cuyo interés es sólo la suma de los intereses de las personas individuales que la componen.

Frente a todo ello, en la perspectiva pluralista o *stakeholder*, la empresa no se considera una entidad abstracta, sino una institución social con personalidad jurídica propia, independiente de la de sus partícipes, con derechos y obligaciones en cuanto tal, al igual que las personas físicas. Es decir, se percibe la firma como una organización social en la cual, admitiendo mayor grado de ho-

lismo metodológico, los diversos grupos de *stakeholders* cooperan e interactúan desde una dimensión de relaciones múltiples y complementarias. Además, en contraposición a una pretendida igualdad en la negociación, cabe admitir que las diferencias en el valor de los derechos poseídos afectan al substrato del contrato (capacidad de esperar y no firmarlo, posibilidades de elegir otro interlocutor, oportunidades para distribuir riesgos, etcétera).

Por otro lado, incluso entendiendo la firma como un nexo de contratos, hay que caer en la cuenta de que no todos los contratos que la definen son explícitos. También existen contratos implícitos con trabajadores, clientes, proveedores, etc., que no son susceptibles de hacerse cumplir por los tribunales de justicia ni son fácilmente reproducibles e imitables, de modo que no están disponibles a voluntad. De hecho, son acuerdos informales y códigos de conducta tácitos, fundamentados en la confianza y la reputación, las pautas culturales, las convenciones sociales o los vínculos personales. Por lo general, se establecen en el marco de una relación mantenida a largo plazo, en el sentido de continuada y repetida («contratos relacionales»). En consecuencia, adquieren gran relevancia la cooperación voluntaria y las evaluaciones subjetivas del rendimiento, mientras que disminuye el peso de los resultados objetivos y los incentivos explícitos, competitivos y potentes propios del mercado.

A medida que se va reforzando la confianza entre las partes, crece la eficiencia de los contratos relacionales para gobernar transacciones, sobre todo en situaciones de alto grado de especificidad y riesgo de expolio. Es decir, la cooperación induce más cooperación,

porque se generan expectativas de reciprocidad, según se pone muchas veces de manifiesto en, por ejemplo, el interior de las organizaciones. Esto potencia la realización de nuevas inversiones específicas para la relación, en la creencia de que la contraparte no se conducirá de modo oportunista. Así se crean interdependencias, de suerte que se comparten mejor los riesgos y, en paralelo, disminuyen los costes de transacción, sobre todo en su apartado de costes de información.

Todo esto determina la creación de un «capital social o relacional», entendiendo por tal un conjunto de redes, normas y relaciones de confianza que facilitan la resolución de los dilemas de la acción colectiva. Dicho capital se forma mediante procesos acumulativos, derivados de experiencias de colaboración mutua. Favorece una mejor cooperación y coordinación en las organizaciones sociales, al potenciar los valores compartidos, la convergencia de comportamientos, la comunicación, la comprensión mutua y la reputación, en el marco de un proceso que se auto-refuerza e incrementa (véase Putnam, 1995). En el caso concreto de la empresa, su capital social está constituido por un conjunto de recursos (tangibles o virtuales) acumulado a través de las relaciones sociales externas e internas mantenidas por la organización y por sus partícipes, de suerte que facilita el logro de los objetivos de la compañía. No es una mercancía que pueda ser negociada e intercambiada en un mercado; más bien es un recurso moral, de modo que se amplía con el uso, en vez de reducirse. Crea valor por varias vías: menores costes de transacción, de entrenamiento y de ruptura de relaciones, mayor conocimiento compartido y coherencia en las acciones. En último término, el rendimiento del capital so-

cial depende positivamente de la amplitud y densidad de la red de relaciones creada y de la consiguiente generalización de la confianza (Cohen y Prusak, 2001; Pérez García, 2005: 17-41).

Se vislumbra, pues, la empresa como una combinación singular, «única», de recursos que puede valer más o menos que la suma de sus partes, según que esos contratos implícitos, la confianza y las redes sociales así articuladas, generen o destruyan valor. Estamos ante un capital social o relacional que, junto al capital humano y al capital estructural (7), constituye el núcleo del «capital organizacional» de la firma o, como también se dice, su «capital intelectual». Las características de la organización interna empresarial no pueden ser reproducidas a través de una mera amalgama de contratos formales celebrados en los mercados.

En un entorno que empieza a ser, en buena medida, «relacional», no cabe pensar en incrementar el poder o el beneficio particular debilitando a otros partícipes con los que se mantienen complementariedades y conexiones en red. La misma teoría de la agencia puede generalizarse («multiagencia») para presentar un modelo *stakeholder* de firma con contratos explícitos e implícitos entre todos los grupos de partícipes, sin limitarse sólo a la relación accionistas-directivos, típica del modelo financiero de empresa (Hill y Jones, 1992).

VI. LAS INVERSIONES ESPECÍFICAS Y LAS REDES DE CONOCIMIENTOS EN UN MARCO DE CONTRATOS INCOMPLETOS

Precisamente por lo que precede, y en contraste con el modelo

financiero de empresa, la nueva o «moderna» teoría de los derechos de propiedad —en denominación de Asher y otros (2004), y Kim y Mahoney (2005)— ofrece otras perspectivas. Se deriva de los trabajos de Grossman y Hart (1986) y Hart y Moore (1990).

Ante todo, supone un mundo de contratos incompletos, es decir, un entramado contractual con lagunas, omisiones, cláusulas ambiguas o diseñadas grosso modo, etcétera. Esto es el resultado de un entorno complejo, altamente impredecible y con costes de transacción, donde no es fácil negociar y redactar a un coste razonable contratos que, *ex ante*, especifiquen bien todos los derechos y obligaciones de las partes ante cada una de las diversas contingencias futuras observables. En ese contexto, la atribución de la propiedad es relevante: constituye una fuente de poder y autoridad, por cuanto proporciona unos derechos residuales de control. Estos derechos se ejercen *ex post*, facilitan un margen de discrecionalidad, permiten impedir a otros el uso de un activo y facultan para tomar decisiones, incluso sobre distribución de cuasi-rentas económicas, ante sucesos no previstos en los contratos iniciales ni en la ley o la costumbre. Pues bien, Grossman, Hart y Moore sostienen que, entonces, la propiedad de los activos físicos debería atribuirse al agente económico capaz de realizar *ex ante* las inversiones en *capital humano específico* que proporcionen mayor excedente a la firma. De esta manera quedará mejor asegurado frente al riesgo de «expolio» por otros agentes (esas inversiones específicas son muy difíciles de reflejar y proteger a priori mediante contratos susceptibles de hacerlos cumplir). Es el modo de lograr la mejor alineación entre los incentivos *ex ante* para efectuar inversiones es-

pecíficas y la distribución *ex post* del excedente.

Ahora bien, cabe subrayar una observación importante: la asignación a una determinada parte de los derechos de propiedad sobre la empresa no sólo puede servir para proteger su inversión específica, sino también para «expoliar» a las demás partes que realizan inversiones específicas; o hasta para engañar a esas otras partes, sin efectuar realmente la propia inversión. Las inversiones específicas en juego pueden ser muy diversas: en formación y adiestramiento por parte del capital humano, en confianza por los clientes, en bienes de capital o tecnología por los proveedores, etcétera.

A partir de tal observación, Rajan y Zingales (1998) profundizan en el análisis y resaltan lo que cabe denominar el «lado oscuro de la propiedad». En la negociación en torno a cómo distribuir las cuasi-rentas generadas por la empresa, la posición de una parte contratante es más débil cuanto más específico para la correspondiente relación contractual resulta ser el capital del que es propietaria. Y este problema no puede resolverse en el proceso de contratación *ex ante*. Consecuentemente, cabe que esa parte reduzca sus inversiones específicas, su esfuerzo para especializarse, y, en definitiva, perjudique la competitividad de la compañía. Justo por ello, Zingales (1998, 2000) apunta que la firma requiere la contribución de muy diversos partícipes, al constituir un nexo de inversiones específicas y complementarias articulado en torno a una colección «particular» o «única» de recursos críticos mantenidos en común (activos físicos, talento, ideas) junto con las personas que tienen «acceso» a dichos recursos.

Aquí la empresa es una estructura compleja que no puede ser imitada de inmediato; y, dentro de ella, todas las partes están mutuamente especializadas. De ahí que se establezca una relación entre, por un lado, la estructura de los derechos residuales de control, que determina la distribución *ex post* del excedente logrado por la firma, y por otro, los incentivos *ex ante* necesarios para invertir con el propósito de generar dicho excedente. La supervivencia de la organización exige alcanzar unos resultados suficientes y repartirlos de forma que los diferentes *stakeholders* se vean animados a efectuar inversiones específicas para tal organización y mantenerse dentro de ese entramado de activos y personas coespecializados. En caso contrario, se realizaría a priori un nivel subóptimo de inversiones específicas, o habría a posteriori conflictos y comportamientos desleales, dada la existencia de asimetrías o desigualdades en la información, lo que perjudicaría el bienestar colectivo (Sacconi, 2004).

Por cierto, cabe deducir que este argumento económico respalda una visión del modelo pluralista en la cual se aplica una definición estricta de *stakeholders*: en concreto, se alude a los partícipes primarios, en el sentido de que efectúan inversiones específicas, asumen riesgos residuales y su colaboración es estratégicamente relevante para la supervivencia, competitividad y éxito a largo plazo de la compañía. Asunto distinto será que, por otras razones, incluyendo los efectos externos positivos o negativos comentados en un epígrafe posterior, las empresas tengan también en cuenta a otros «afectados» o «interesados» complementarios, dentro de un concepto global de la responsabilidad social corporativa (Rodríguez Fernández, 2003: 89-90).

Llegados a este punto, procede aclarar que no basta con hacer hincapié en la necesidad de reducir las pérdidas de eficiencia derivadas de los conflictos asociados con la distribución del excedente empresarial, el posible expolio o «expropiación» de unos partícipes por otros y, como consecuencia, las eventuales reticencias de los diversos partícipes a realizar inversiones específicas en provecho del conjunto de la organización. Todo esto suena todavía demasiado próximo al individualismo propietario y a los comportamientos oportunistas tan destacados en el modelo financiero de firma. Y, así, desde el enfoque cognitivo, en sentido amplio, del gobierno corporativo, se da un paso más y se pone énfasis en que la creación de valor depende sobre todo de los recursos y competencias de la empresa, concebida como un conjunto coherente concretamente orientado a generar conocimientos y alcanzar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Entonces, la firma ya no es sólo un nexo de contratos o de inversiones específicas, sino también un procesador de conocimientos, que es la base del aprendizaje organizacional, de la innovación y de la búsqueda de nuevas oportunidades de inversión. Esa colección de conocimientos tiene, en buena medida, un carácter tácito y social, lo cual la convierte en difícil de imitar y exige preocuparse por su protección. Eso sí, es obligado subrayar que el conocimiento es algo más que reunir informaciones: exige su tratamiento e interpretación, e incluso unos modelos de evaluación, lo que añade una dimensión política a la firma. El enfoque adoptado pasa desde una eficiencia estática a una eficiencia adaptativa y dinámica, poniendo el acento en la creación sostenible de valor para todos los interesados.

Estamos ante unas empresas que constituyen conjuntos de competencias esenciales y activos específicos y complementarios, en las cuales la coordinación hay que verla en el contexto de los procesos de innovación, y donde las inversiones específicas cabe entenderlas en cuanto resultantes de procesos de aprendizaje de las organizaciones (Charreaux, 2004). Esto obliga a redefinir el gobierno corporativo para ajustarlo a un modelo de «producción en equipo» que tenga presente la función esencial del conocimiento y la noción de las capacidades organizacionales, dado el nuevo entorno económico en que se mueven las compañías (McInerney, 2004). Las «empresas basadas en los recursos» parecen requerir en mayor grado un gobierno «interno» controlado desde la organización.

VII. LA ASIGNACIÓN DE LOS DERECHOS RESIDUALES DE CONTROL

Dado que, dentro del modelo financiero, se habla de la firma como «ficción legal» y nexo de contratos, no falta quien sugiera que, en sentido estricto, sólo las partes contratantes tendrán objetivos propios (e individuales), pero no así la empresa en cuanto tal, como organización. De hecho, en rigurosos términos legales, los activos tangibles e intangibles que constituyen el negocio ni siquiera son propiedad de los accionistas, al menos directamente, sino que pertenecen a la compañía en cuanto persona jurídica. En realidad, los accionistas sólo son propietarios de sus títulos-valores.

Sin embargo, lo cierto es que en ese modelo se razona detalladamente por qué asignar al capital la propiedad efectiva de la compañía, el derecho a percibir el excedente o renta residual y la

facultad de vender su participación en la firma. Por de pronto, se supone un mundo de contratos por lo general completos: sólo los accionistas no tienen perfectamente especificadas *ex ante* las compensaciones que recibirán en todas y cada una de las diversas contingencias futuras observables. El hecho de que esos tenedores de acciones no gocen a priori de una plena protección contractual está relacionado con su ventaja comparativa en cuanto a la diversificación del riesgo que asumen; en paralelo, constituye la razón por la cual tienen asignado el control en última instancia de la empresa y reciben el excedente residual *ex post*.

Más en detalle, dos son los principales argumentos sugeridos para justificar tal control a favor de los accionistas: a) porque financian la compra de los bienes de capital, pagan retribuciones fijas al resto de los partícipes y corren los mayores riesgos de ser perjudicados en su excedente residual (beneficio) a través de conductas oportunistas y despilfarradoras por parte esos otros *stakeholders*; b) por cuanto, como aportantes de fondos, pueden quedar «atrapados» y ser expoliados en su inversión en bienes de capital debido a dificultades para rentabilizarla una vez efectuada, máxime si es muy específica o especializada y no resulta susceptible de ser dedicada a otro uso. En consecuencia, los accionistas tienen incentivos adecuados para conseguir que los directivos actúen con energía, competencia profesional y orientación hacia el beneficio. Por ello, no sólo han de ser los propietarios efectivos de la empresa y únicos titulares de los derechos residuales de control, sino que, además, deben poder recuperar libremente y en cualquier momento su dinero, como vía para que no sean reacios a financiar la adquisición de

unos bienes de capital que, por definición, son una inversión real a largo plazo (Alchian y Demsetz, 1972; Klein y otros, 1978; Jensen y Meckling, 1979; Williamson, 1985: 304-305).

A continuación, de modo implícito o explícito, suele establecerse que el objetivo de la empresa debe ser maximizar el beneficio, aunque ahora técnicamente mejor descrito a través de la maximización de la riqueza de los propietarios, los accionistas (8). Frente a esto último, la responsabilidad social es sólo un término que «disimula lo que realmente se tiene en mente, esto es, que los directivos deberían adoptar de manera deliberada acciones que afectan negativamente a los inversores, para beneficiar a otros individuos» (Meckling y Jensen, 1983: 8).

Luego la firma aparece como una *web* de contratos privados, pero con los accionistas-propietarios en el centro de esa *web*, y con unos directivos cuya legitimidad proviene de su nombramiento por dichos propietarios. El análisis se centra en esta concreta relación de agencia y, por tanto, en el control por el capital accionarial de la delegación del uso de sus derechos de propiedad. Así, el Consejo de Administración de una compañía debe ser un instrumento para la salvaguardia de las inversiones de los accionistas. Se sigue fielmente el sentido del ensayo VI de Hume (1987) sobre la independencia del Parlamento: puesto que toda persona actúa por propio interés y debe suponerse que tiene comportamientos oportunistas («pícaros»), se hace necesario establecer unos sistemas de supervisión para que los gobernantes actúen al servicio de los ciudadanos, es decir, de las personas con propiedades materiales; en el presente caso, los miembros de la «república de ac-

cionistas» llamada compañía. Coincide también con el espíritu de la relación legal entre «amo y criado» a la que se refiere el último apartado del artículo de Coase (1937).

De ahí que sea básico el control del mercado de capitales, como institución en la que convergen las informaciones y que efectúa la valoración de la firma a partir de sus resultados financieros. Si los directivos no intentan «maximizar» la riqueza de los accionistas, se arriesgan a perder su cargo por una posible oferta pública de adquisición de las acciones de la compañía. Según se dice, este enfoque «no es perfecto, pero así es la naturaleza del mundo», un mundo donde se impone la selección natural, que conduce espontáneamente a la supervivencia de los mejores (Jensen, 2001: 310). Es un retorno al siglo XIX, cuando se decía que la corporación representaba sólo un ente ficticio, artificial, de manera que, para casi todos los efectos, «los accionistas eran la compañía» (Ireland, 2000: 165).

Pero si se tiene presente la idea de la organización empresarial como entramado de contratos explícitos e implícitos y red de inversiones específicas y complementarias, a la vez que procesadora de conocimientos, entonces la compañía ha de velar por los intereses de cuantos contribuyen a la creación general de valor, potencian el aprendizaje de la organización y asumen riesgos no diversificables (específicos) a través de la realización de inversiones específicas en la empresa.

Los defensores del modelo de firma «principal-agente» atribuyen en exclusiva a los accionistas los excedentes residuales (beneficios) en función de que sólo ellos soportan los riesgos residuales. Sin

embargo, para que esto fuera cierto, los demás suministradores de factores de producción deberían ser retribuidos a su coste de oportunidad social y por medio de contratos completos, que especificasen exactamente lo que ocurre en cada circunstancia, al menos en todas las observables; lo que no suele ser el caso. Además, las compañías modernas casi siempre están constituidas conforme a normativas legales que limitan la responsabilidad patrimonial de los propietarios: éstos no responden ante terceros más allá del importe que pueda obtenerse con la venta de los activos de la propia empresa.

Por otro lado, los modelos teóricos y las prácticas profesionales de gestión de carteras permiten suponer que el riesgo asumido por los accionistas se reduce a través de la diversificación; y el riesgo sistemático, no diversificable, ya es compensado mediante la correspondiente prima, incluida en la rentabilidad exigida por el mercado de capitales (o sea, en el coste del capital propio, como se dice desde la empresa). La creciente presencia de inversores institucionales (fondos de inversión, fondos de pensiones, compañías de seguros, etc.) en los mercados financieros ha reforzado las oportunidades para que los ahorradores dispongan de hecho de una cartera bien diversificada. A todo esto cabe añadir que, generalmente, los accionistas tienen derecho a vender sus títulos sin especiales restricciones, «lo cual significa que los accionistas, quizá más que cualquiera de los demás partícipes en las empresas, tienen la opción de 'salir' si están insatisfechos con el rendimiento de la firma» (Blair, 1995: 229).

Desde luego, la principal función que hoy cumplen los accionistas, o los gestores de sus car-

teras, es actuar como guardianes de la capacidad empresarial para crear riqueza. Pero su presencia en el Consejo de Administración no viene exigida tanto por el riesgo residual que soportan cuanto por el riesgo que sufren en términos de información: hay problemas de información asimétrica entre los directivos y los accionistas y, sin embargo, éstos necesitan información correcta y precisa para poder apreciar los resultados (*performance*) futuros de la compañía en relación con inversiones alternativas (Kaufman y otros, 2003).

En consecuencia, no parece que los accionistas puedan ser los exclusivos titulares de todos los derechos de control, incluida la facultad de apropiarse del total del beneficio. Los acreedores también asumen riesgos específicos relevantes. Igualmente los clientes y proveedores, pues los primeros pueden depender de los suministros de la firma y los segundos de sus compras, estando en juego, por ejemplo, importantes inversiones tecnológicas y en bienes de capital difícilmente reempleables. En general, soportan riesgos no diversificables todos cuantos efectúan inversiones específicas para contribuir más eficientemente a las actividades colectivas en el marco de la compañía, incluidos, desde luego, los empleados o los directivos (9). De esta manera, las inversiones específicas y los activos co-especializados implican que sus titulares son «acreedores residuales»: al final lograrán unos rendimientos que, de hecho, no serán fijos, sino variables, en función del excedente global alcanzado por la firma y el resultado del proceso de negociación entre las partes involucradas.

Incluso *stakeholders* contextuales o no contractuales, como las administraciones públicas o las comunidades territoriales, pueden

asumir un riesgo no diversificable aunque no contribuyan directa o indirectamente con inversiones específicas a la creación de valor para la compañía: las actividades de ésta pueden hacerles soportar unas externalidades negativas. De ahí que también por esta vía surjan unas obligaciones de la firma hacia su entorno.

En dicho marco, cabe entender que el poder y las rentas están esparcidos a lo largo de toda la organización, incluso más allá de los límites legales de lo que se entiende por compañía en sentido estricto. A medida que el poder es más difuso, la firma se parece más a una empresa cooperativa, y el problema relevante es impedir los conflictos entre partícipes que pudieran paralizar o destruir la corporación. Entonces, el objetivo básico del sistema de gobierno de la compañía debería ser proteger la integridad de la empresa y de su capital organizacional (Zingales, 2000). A partir de esta perspectiva, Blair (1995, caps. 6 y 7) cree que las reformas de los sistemas de gobierno de la empresa encaminadas a asegurar el trabajo de los directivos en provecho exclusivo de los accionistas pueden destruir la capacidad de crear riqueza para el conjunto de la sociedad.

Por tanto, ya no se trata sólo de un asunto de equidad: la misma eficiencia y el crecimiento de la productividad exigen unas estructuras y mecanismos de gobierno de mayores miras, con más amplia participación de todos los que realmente aportan recursos específicos, asumen riesgos, intervienen en el aprendizaje de la organización y, en definitiva, gozan de un legítimo derecho para influir en el futuro de la firma. En cierto modo, se trata de generalizar a todos los *stakeholders* el viejo principio según el cual el control de los beneficios o las pérdi-

das resultantes de un activo debe asignarse a quien disfrute de esos beneficios o pueda sufrir dichas pérdidas.

En otras palabras, la creación de riqueza exige reunir capitales humanos, financieros, físicos, etcétera, específicos para la empresa. En consecuencia, «la incertidumbre radical que pesa sobre la evolución temporal de esta combinación de recursos (en el lenguaje de la teoría de los contratos, la incompletitud contractual), así como la dificultad de poner en marcha una acción colectiva, abogan por un ejercicio del poder que favorezca el compromiso de los diferentes partícipes. Por el contrario, el valor accionarial se arriesga a deteriorar la calidad de estos compromisos y, por tanto, la competitividad de las firmas, al enviar a dichos partícipes la señal de que la resolución de las contingencias no previstas se hará sólo en interés de los accionistas» (Aglietta y Rebérioux, 2004: 347).

VIII. MODELOS DE GOBIERNO DE LA EMPRESA Y BIENESTAR GENERAL

A decir de la teoría financiera moderna y del modelo «principal-agente» estándar, maximizar la riqueza de los accionistas conduce a una asignación óptima de los recursos económicos desde la perspectiva del conjunto de la sociedad. Se cree que es la mejor vía para favorecer los intereses de todos los partícipes y la única forma en que las compañías pueden contribuir al bienestar colectivo. No en balde el modelo financiero de empresa supone que no hay obstáculos para que la maximización de beneficios sea condición suficiente en el logro de un óptimo de bienestar paretiano (Keasey y otros, 1997). Es tanto como admitir que existe un precio para to-

dos y cada uno de los bienes, servicios y flujos de capitales que pueden diferenciarse en una economía, con competencia perfecta en los mercados de todos ellos. Además, se da por sentado que los inversores son racionales y los mercados evalúan correctamente el riesgo. Y, en realidad, se descarta que las fricciones o imperfecciones en los mercados y los efectos externos sean verdaderamente relevantes (véase Jensen, 2001).

Una vez más, estamos ante un «orden espontáneo» derivado, de hecho, de los teólogos españoles de la Escuela de Salamanca, en el siglo XVI, y de la posterior armonía preestablecida típica de la teodicea del alemán Leibniz: «el mejor de los mundos posibles» (y donde «todo en él es un mal necesario», como añadió irónicamente F. H. Bradley). Un enfoque panglosiano recogido por el escocés Adam Smith, en su obra cumbre, bajo la metafórica alusión a la «mano invisible» —para unos intérpretes, todavía divina; para otros, ya secular— que, felizmente y sin intencionalidad humana, conduce al bienestar colectivo.

Sin embargo, es difícil entender que la creación permanente de valor para los accionistas pretenda justificarse por esa asignación óptima de recursos en tal «mundo ideal». Obsérvese que, como nos dicen los modelos neoclásicos agregados que se interesan por los problemas de distribución, en las condiciones teóricas de equilibrio perfecto y competencia pura, todos los factores de producción, incluido el capital financiero de cualquier tipo, serían retribuidos exactamente a su coste de oportunidad. Ningún grupo (accionistas, acreedores, trabajadores, propietarios de otros recursos, consumidores, etc.) sería favorecido frente a otro. En

consecuencia, ni se crearía ni se destruiría valor para el accionista, el cual no obtendría beneficios extraordinarios.

La continua creación de valor de la que se habla exige aceptar la existencia de fricciones y asimetrías de información en los mercados de capitales, además de mercados de productos y/o factores también imperfectos, determinantes de un crecimiento empresarial ininterrumpidamente rentable. Entonces, es probable que haya de ponerse en duda la hipótesis de que esos mercados de capitales son altamente eficientes (véase Langevin y otros, 1999) y además queda en entredicho la argumentación utilizada para defender la relación entre la búsqueda del máximo valor para los accionistas y la eficiencia económica en la asignación general de recursos.

A decir verdad, cabe entender la empresa como una «subeconomía» (Holmström, 1999). Y, de manera semejante a lo que ocurre en la política económica de un país, si existe una restricción que impide el cumplimiento de una de las condiciones exigidas para alcanzar un óptimo paretiano, entonces, de acuerdo con el teorema del óptimo de segundo rango (*second best*) de Lipsey y Lancaster (1956), la mejor situación alcanzable sólo puede ser conseguida, en general, apartándose de todas las demás condiciones paretianas, aunque estas últimas pudieran cumplirse. Dicho de otro modo, cuando no cabe satisfacer todas las condiciones paretianas, habitualmente no será eficiente cumplir sólo algunas de ellas.

Así, en el «mundo real» de la empresa, con fricciones, imperfecciones, efectos externos y problemas de coordinación o de incentivos —todo ello análogo,

aunque a escala limitada, a lo que sucede en el nivel macroeconómico— los directivos de las compañías han de aplicar ese principio del óptimo de segundo rango, dada la imposibilidad de satisfacer todas las condiciones que el mundo económico «ideal» exige para que la maximización de la riqueza de los accionistas coincida con el interés colectivo. Por tanto, no hay garantías de que sean eficientes los mecanismos de gobierno empresarial orientados a crear valor para los accionistas, lo cual permite percibir la visión errada de quienes definden el modelo financiero «ilustrado», o *stakeholder* «ilustrado», con el argumento de que, a largo plazo, aquello que conviene a los accionistas es también, de paso, lo mejor para los restantes partícipes. En realidad, para asegurar la eficiencia será preciso tener en cuenta explícitamente los intereses de los *stakeholders* no accionistas (Becht y otros, 2002).

Esto es mucho más evidente cuando nos detenemos a reflexionar sobre la posible existencia de efectos externos derivados de la actividad empresarial. Tirole (2001) ha insistido en ello para presentar las insuficiencias de modelo financiero de firma y redefinir el sentido del gobierno de las compañías. Subraya que la existencia de dichas externalidades no resulta muy congruente con la exclusiva preocupación por crear valor para el accionista. Así, las decisiones de los directivos afectan a los inversores financieros, pero también tienen consecuencias para los restantes grupos de partícipes. No cabe negar que estos efectos externos pueden ser importantes, como en el caso del cierre de una gran factoría en un área deprimida. Y desde hace mucho tiempo se viene argumentando a favor de interiorizar —tener en cuenta— las externalidades. Es de

creer que esta forma del abordar el problema constituye un enfoque razonable para cualquier economista, conjugando eficiencia y equidad. Otra cosa será cuando se haya de entrar en el debate de las vías a aplicar para su puesta en práctica (Salas Fumás, 2003).

Boatright (2002) no duda en afirmar que el problema de los efectos externos es probablemente el argumento más serio que el enfoque de los partícipes presenta en contra del modelo financiero de empresa. Implica poner en tela de juicio la «hipótesis de la asimetría en la protección»: se dice que los *stakeholders* financieros cuentan con garantías contractuales más bien inefectivas, mientras que, curiosamente, los partícipes no financieros (o sea, los empleados, los proveedores, los clientes, ...) están ya protegidos por unos contratos de mercado muy eficaces. Como es obvio, tal hipótesis da por cierto que ningún obstáculo o imperfección del mercado hace técnicamente complicado para estos últimos *stakeholders* llegar a gozar de contratos justos.

Y así, en la realidad, dentro de un mundo con información asimétrica, racionalidad limitada, contratos implícitos, inversiones específicas, costes de transacción, efectos externos, etc., tenemos razones para creer que las variaciones en el precio en Bolsa de una acción seguramente no pueden constituir indicadores razonables de los cambios en el bienestar colectivo. Ni aun en la hipótesis de que, pese a todas las imperfecciones citadas, los mercados de capitales fueran eficientes en forma fuerte por lo que se refiere a la correcta y rápida formación del precio de los títulos.

Como consecuencia, resulta difícil entender que, en ocasiones,

se tilde de «puro juicio de valor» abogar por la creación de riqueza neta total en las compañías, es decir, para el conjunto de sus *stakeholders*; y, sin embargo, no merece comentario ni etiqueta alguna propugnar la mayor creación posible de valor para sus accionistas. La aceptación de las mejoras paretianas como criterio para impulsar cambios deseables respaldaría a quienes defienden la primera posición (Asher y otros, 2004).

IX. CONSIDERACIONES FINALES

El gobierno estándar de la empresa se ha venido asociando durante los últimos años con el modelo financiero (accionistas-directivos), sin tener suficiente en cuenta que en las compañías de nuestro actual entorno resulta fundamental considerar los efectos externos generados, respetar los contratos implícitos, facilitar el aprendizaje organizacional y promover las inversiones específicas de los otros partícipes distintos a los tradicionales aportantes de capital financiero. De ahí el actual énfasis en el modelo de empresa pluralista o *stakeholder*, dentro del cual cabe ver el enfoque financiero como un caso especial.

Ahora bien, es verdad que la literatura económica en la perspectiva *stakeholder* está pendiente de un mayor desarrollo. La visión pluralista de la firma requiere aún mucho esfuerzo de estudio desde la economía para profundizar en la delimitación de los partícipes relevantes, estudiar su concreta articulación estructural en cada caso, resolver problemas prácticos en la adopción de decisiones, avanzar en el cálculo e información de sus resultados y elaborar hipótesis más precisas y empíricamente contrastables acer-

ca de las relaciones entre los diversos partícipes. En particular, pese a que un proceso de deliberación no necesariamente conduce a enfrentamientos irreconciliables, ha de analizarse si, como a veces se dice, el enfoque pluralista implica unos costes elevados por heterogeneidad de intereses a la hora de adoptar decisiones, pero sin olvidar que también el modelo financiero tiene costes de ese tipo.

Eso sí, seguramente cabe ya entrever que la aplicación de la perspectiva *stakeholder* ha de tener presentes las muy diferentes circunstancias que rodean a cada empresa, de modo que no es preciso que las vías y mecanismos de participación de los *stakeholders* sigan un único modelo. En una determinada firma, partícipes diferentes pueden tener derechos distintos, ejercidos mediante formas de intervención diversas. Parece obligado adoptar un punto de vista contingente. Nada exige tratar a todos por igual, pues habrán de sopesarse sus respectivas contribuciones, costes y riesgos (Phillips y otros, 2003). Tampoco nada implica que todos los *stakeholders* deban estar igualmente involucrados en el conjunto de procesos y decisiones (Donaldson y Preston, 1995). Lo relevante es delimitar bien facultades y responsabilidades, de suerte que cada partícipe cuente con información, incentivos, poder y capacidad para actuar. Como regla general, un *stakeholder* tiene menor necesidad de «voz» a medida que se reduce su coste de «salida». Precisamente, es el mantenimiento y protección de su inversión lo que justifica que deba escuchársele.

Por tanto, en la orientación *stakeholder* cabe elegir dentro de una extensa red o cartera de mecanismos de gobierno comple-

mentarios entre sí: asignación de derechos de propiedad formales; presencia con voto en el Consejo de Administración; posibilidad de veto a través de la participación en algún comité de supervisión y control; capacidad para designar, proponer, recomendar u oponerse al nombramiento de un cierto número de miembros del Consejo de Administración o de un órgano análogo; procedimientos de información y consulta; retribuciones en función del excedente empresarial; percepción de compensaciones en ciertas circunstancias; garantías de calidad; certificados de sostenibilidad medioambiental, etcétera.

Junto a todo ello, se ha de avanzar en el diseño de mecanismos para inducir a los administradores y gerentes a interiorizar el bienestar de todos los *stakeholders*, de forma que se maximice la suma de los «excedentes» correspondientes a éstos, lo que obliga a repensar las vías para incentivar a esos directivos, de suerte que se conviertan en fiduciarios de todos los partícipes. Y exige encontrar nuevos instrumentos prácticos para estimar el conjunto de la riqueza creada por la compañía, asunto muy importante. Probablemente, obligará a reconsiderar lo que se entiende por costes y beneficios para no excluir del cálculo muchos «efectos colaterales» que ahora omitimos.

Finalmente, por lo dicho hasta aquí puede ponerse en duda el «fin de la historia» del gobierno corporativo al que se aludía al inicio de estas páginas. Tal vez haya que hablar más bien de alternancia de los modelos de gobierno de la empresa, de modo que los años noventa y su predominio del modelo financiero pueden representar sólo un extremo de la oscilación, en cierta medida favorecido por factores ideológicos (Grando-

ri, 2004). No en balde hemos visto que el debate viene de lejos, e incluso se utilizan argumentos derivados de postulados filosóficos enunciados hace varios siglos. Por ello, cabe que ahora, de nuevo, se recupere la visión pluralista del gobierno empresarial que ya vislumbraba Keynes en su ensayo de 1926 sobre «El final del *laissez-faire*», cuando subrayó la tendencia de las grandes compañías privadas a aproximarse al *status* de las corporaciones públicas y escribió lo siguiente:

Uno de los desarrollos más interesantes e inadvertidos de las recientes décadas ha sido la tendencia de la gran empresa a socializarse. En el crecimiento de una gran institución [...] se llega a un punto en el que los propietarios del capital, es decir, los accionistas, están casi enteramente disociados de la dirección, con el resultado del que el interés personal directo de la última en la persecución del mayor beneficio viene a ser completamente secundario. Cuando se alcanza este estadio, la estabilidad general y el prestigio de la institución son más tenidos en cuenta por la dirección que el beneficio máximo para los accionistas. A éstos debe bastarles con percibir dividendos convencionalmente adecuados; pero, una vez que esto queda asegurado, el interés directo de la dirección consiste a menudo en evitar las críticas del público y de los clientes de la empresa (Keynes, 1986: 83).

NOTAS

(*) Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación UVA 78/01, subvencionado por la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León y el FEDER, a quienes el autor agradece su ayuda financiera.

(1) Por lo general, en estas páginas se utilizarán como equivalentes los términos compañía, empresa, firma y corporación, salvo cuando precisamente se desee apuntar alguna diferencia entre ellos en el marco de un contexto específico.

(2) La cita se atiene al texto de la primera edición en castellano del libro, manteniéndose la ortografía y el lenguaje propios de finales del siglo XVIII.

(3) Un activo o una inversión se califica como «específico» o «idiosincrásico» cuando su valor depende positiva y significativamente de la continuidad de su empleo en el marco de una determinada relación contractual.

(4) Se denomina renta económica a la retribución por encima del importe necesario para lograr que un factor de producción acepte participar en una actividad, realizando nuevas inversiones con el fin de ofertar cantidades adicionales de bienes y servicios. Cuasi-renta económica es la retribución que supera el nivel indispensable para inducirlo a que se mantenga en su actividad actual, considerando que las inversiones requeridas ya han sido efectuadas.

(5) A estos efectos, teoría clásica de los derechos de propiedad (DEMSETZ, 1967; ALCHIAN y DEMSETZ, 1972), economía de los costes de transacción (WILLIAMSON, 1985) y teoría de la agencia (JENSEN y MECKLING, 1976).

(6) Con cierta frecuencia se dice que este objetivo general es impreciso. Pero no parece que lo sea en mucha mayor medida que el objetivo general típico del modelo financiero. Uno y otro exigen inexcusablemente complejos juicios gerenciales sobre un amplio conjunto de sub-objetivos y medios para alcanzarlos (THOMSEN, 2004).

(7) *Know-how*, sistemas, procedimientos, rutinas, bases de datos, cultura, etc., de la organización.

(8) Naturalmente, existen partidarios del modelo financiero de empresa que no creen que se pueda «maximizar» el valor para los accionistas. Se conforman con hablar de «crear valor» o «buscar valor». No obstante, este matiz no es relevante para el trasfondo del presente análisis.

(9) Recuérdese que la literatura sobre economía del trabajo parece concluir que las inversiones en capital humano específico no pueden ser adecuadamente protegidas mediante contratos explícitos y completos, por las dificultades que entraña su redacción (BLAIR, 1999).

BIBLIOGRAFÍA

- AGLIETTA, M., y REBÉRIOUX, A. (2004), *Dérives du capitalisme financier*, Albin Michel, París. Existe traducción al inglés: *Corporate Governance adrift*, Elgar, Cheltenham, 2005.
- ALCHIAN, A. A., y DEMSETZ, H. (1972), «Production, information cost, and the economic organization», *American Economic Review*, volumen 62: 777-795.
- ASHER, C. C.; MAHONEY, J. M., y MAHONEY, J. T. (2004), «Towards a property rights foundation for a stakeholder theory of the firm», *Documento de trabajo*, número 04-0116, College of Business, University of Illinois at Urbana-Champaign, Champaign (IL).

| | | |
|--|---|--|
| <p>BECHT, M.; BOLTON, P., y RÖELL, A. (2002), «Corporate governance and control», <i>Documento de trabajo</i>, n.º 9371, National Bureau of Economic Research, Cambridge (MA).</p> <p>BENTHAM, J. (1907), <i>An Introduction to the Principles of Morals and Legislation</i>, Clarendon Press, Oxford. Edición original, 1823.</p> <p>BERLE, A. A. (1931), «Corporate powers as powers in trust», <i>Harvard Law Review</i>, volumen 44: 1049-1074.</p> <p>BERLE, A. A., y MEANS, G. C. (1932), <i>The Modern Corporation and Private Property</i>, Macmillan, Nueva York.</p> <p>BLAIR, M. M. (1995), <i>Ownership and Control</i>, The Brookings Institution, Washington (DC).</p> <p>— (1999), «Firm-specific human capital and theories of the firm», en BLAIR, M. M., y ROE, M. J. (eds.), <i>Employees and Corporate Governance</i>, Brookings Institution Press, Washington (DC): 58-90.</p> <p>BOATRIGHT, J. R. (2002), «Contractors and stakeholders: reconciling stakeholder theory with the nexus-of-contract firms», <i>Journal of Banking and Finance</i>, vol. 26: 1837-1852.</p> <p>BOOT, A. W. A.; MACEY, J. R., y SCHMEITS, A. (2005), «Towards a new theory of corporate governance: objectivity versus proximity», <i>Documento de trabajo</i>, Faculty of Economics and Econometrics, University of Amsterdam, Amsterdam.</p> <p>BOWEN, H. (1953), <i>Social Responsibilities of the Businessman</i>, Harper and Row, Nueva York.</p> <p>CAPILLA RONCERO, F. (1993), <i>La persona jurídica: funciones y disfunciones</i>, Tecnos, Madrid.</p> <p>CHARREAUX, G. (2004), «Les théories de la gouvernance: de la gouvernance des entreprises à la gouvernance des systèmes nationaux», <i>Documento de trabajo</i>, número 1040101, Centre de Recherche en Finance, Architecture et Gouvernance des Organisations (FARGO), Université de Bourgogne, Dijon.</p> <p>CLARK, J. M. (1916), «The changing basis of economic responsibility», <i>Journal of Political Economy</i>, vol. 24: 209-229.</p> <p>COASE, R. H. (1937), «The nature of the firm», <i>Economica</i>, vol. 4: 386-405.</p> <p>COHEN, D., y PRUSAK, L. (2001), <i>In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work</i>, Harvard Business School Press, Boston (MA).</p> <p>DEMSETZ, H. (1967), «Toward a theory of property rights», <i>American Economic Review</i>, vol. 57: 347-359.</p> <p>DODD, E. M. (1932), «For whom are corporate managers trustees?», <i>Harvard Law Review</i>, vol. 45: 1145-1163.</p> | <p>DONALDSON, T., y PRESTON, L. E. (1995), «The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, implications», <i>Academy of Management Review</i>, vol. 20: 65-91.</p> <p>EELS, R. (1960), <i>The Meaning of Modern Business: An Introduction to the Philosophy of Large Corporate Enterprise</i>, Columbia University Press, Nueva York.</p> <p>ETZIONI, A. (1998), «A communitarian note on stakeholder theory», <i>Business Ethics Quarterly</i>, vol. 8: 679-691.</p> <p>FRIEDMAN, M. (1962), <i>Capitalism and Freedom</i>, University of Chicago Press, Chicago.</p> <p>GALBRAITH, J. K. (1952), <i>American Capitalism: The Concept of Countervailing Power</i>, Houghton Mifflin, Boston (MA).</p> <p>— (1967), <i>The New Industrial State</i>, Houghton Mifflin, Boston (MA).</p> <p>GRANDORI, A. (2004), «Reframing corporate governance: behavioral assumptions, governance mechanisms, and institutional dynamics», en GRANDORI, A. (ed.), <i>Corporate Governance and Firm Organization: Microfoundations and Structural Forms</i>, Oxford University Press, Oxford: 1-27.</p> <p>GROSSMAN, S. J., y HART, O. D. (1986), «The costs and benefits of ownership: a theory of vertical and lateral integration», <i>Journal of Political Economy</i>, vol. 94: 671-719.</p> <p>HANSMANN, H., y KRAAKMAN, R. (2001), «The end of history for corporate law», <i>Georgetown Law Journal</i>, vol. 89: 439-468.</p> <p>HART, O., y MOORE, J. (1990), «Property rights and the nature of the firm», <i>Journal of Political Economy</i>, vol. 98: 1119-1158.</p> <p>HAWLEY, J. P., y WILLIAMS, A. T. (1996), «Corporate governance in the United States: the rise of fiduciary capitalism», <i>Documento de trabajo</i>, Saint Mary's College of California, Moraga (CA).</p> <p>HAYEK, F. A. (1960), «The corporation in a democratic society: in whose interest ought it and will it be run?», en ANSHEN, M., y BACH, G. L., <i>Management and Corporation 1985</i>, McGraw-Hill, Nueva York: 99-117.</p> <p>HEILBRONER, R. L. (1974), <i>La formación de la sociedad económica</i>, Fondo de Cultura Económica, México, tercera edición (traducción de la cuarta edición en inglés).</p> <p>HILL, C. W. L., y JONES, T. M. (1992), «Stakeholder-agency theory», <i>Journal of Management Studies</i>, vol. 29: 131-154.</p> <p>HOLMSTRÖM, B. (1999), «The firm as a subeconomy», <i>Journal of Law, Economics, and Organization</i>, vol. 15: 74-102.</p> <p>HUME, D. (1987), <i>Essays, Moral, Political, and Literary</i>, Liberty Fund, Indianápolis (IN). Edición original, 1777.</p> | <p>IRELAND, P. (2000), «Defending the <i>rentier</i>: Corporate theory and the reprivatization of the public company», en PARKINSON, J.; GAMBLE, A., y KELLY, G., <i>The Political Economy of the Company</i>, Hart, Oxford: 141-173.</p> <p>JENSEN, M. C. (2001), «Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function», <i>European Financial Management</i>, vol. 7: 297-317.</p> <p>JENSEN, M. C., y MECKLING, W. H. (1976), «Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure», <i>Journal of Financial Economics</i>, vol. 3: 305-360.</p> <p>— (1979), «Rights and production functions: an application to labor-managed firms and codetermination», <i>Journal of Business</i>, volumen 52: 469-506.</p> <p>KAUFMAN, A.; ENGLANDER, E., y WOOD, C. H. (2003), «A team production model of corporate governance revisited», <i>Documento de trabajo</i>, SMPP 03-03, Department of Strategic Management and Public Policy, School of Business and Public Management, George Washington University, Washington (DC).</p> <p>KEASEY, K.; THOMPSON, S., y WRIGHT, M. (1997), «The corporate governance problem: competing diagnoses and solutions», en KEASEY, K.; THOMPSON, S., y WRIGHT, M. (eds.), <i>Corporate Governance: Economical and Financial Issues</i>, Oxford University Press, Oxford: 1-17.</p> <p>KEYNES, J. M. (1986), <i>Ensayos sobre intervención y liberalismo</i>, Orbis, Barcelona, segunda edición.</p> <p>KIM, J., y MAHONEY, J. T. (2005), «Property rights theory, transaction costs theory, and agency theory: an organizational economics approach to strategic management», <i>Managerial and Decision Economics</i>, volumen 26: 223-242.</p> <p>KLEIN, B.; CRAWFORD, R. G., y ALCHIAN, A. A. (1978), «Vertical integration, appropriate rents and the competitive process», <i>Journal of Law and Economics</i>, vol. 21: 297-326.</p> <p>LANGEVIN, P.; MAHERAULT, L., y ROMANET, Y. (1999), «Faut-il adhérer sans réserve au concept de création de valeur?», <i>Revue du Financier</i>, n.º 120: 69-79.</p> <p>LIPSEY, R. G., y LANCASTER, K. (1956), «The general theory of second best», <i>Review of Economic Studies</i>, vol. 24: 11-32.</p> <p>LOCKE, J. (1764), <i>Two Treatises of Government</i>, Libro II: <i>Essay Concerning of Civil Government</i>, A. Millar y otros, Londres. Edición original, 1689.</p> <p>MANNE, H. G. (1964), «Some theoretical aspects of share voting», <i>Columbia Law Review</i>, vol. 64: 1427-1445.</p> <p>MAYER, C. (1996), «Gouvernement d'entreprise, concurrence et performance», <i>Revue Économique de l'OCDE</i>, n.º 27: 7-37.</p> |
|--|---|--|

| | | |
|---|---|--|
| <p>MAYSON, S. W.; FRENCH, D., y RYAN, C. L. (1996), <i>Company Law</i>, Blackstone Press, Londres, 13.ª edición.</p> <p>MCINERNEY, T. (2004), «Implications of high performance production and work practices for theory of the firm and corporate governance», <i>Columbia Business Law Review</i>, volumen 2004: 135-196.</p> <p>MECKLING, W. H. y JENSEN, M. C. (1983), «Reflections on the corporation as a social invention», <i>Midland Corporate Finance Journal</i>, vol. 1: 6-15.</p> <p>OSTERLOH, M., y FREY, B. S. (2005), «Shareholders should welcome employees as directors», <i>Documento de trabajo</i>, n.º 228, Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich, Zurich.</p> <p>PÉREZ GARCÍA, F. (dir.) (2005), <i>La medición del capital social: una aproximación económica</i>, Fundación BBVA, Bilbao.</p> <p>PHILLIPS, R. A.; FREEMAN, R. E., y WICKS, A. C. (2003), «What stakeholder theory is not», <i>Business Ethics Quarterly</i>, vol. 13: 479-502.</p> | <p>PUTNAM, R. D. (1995), «Bowling alone: America's declining social capital», <i>Journal of Democracy</i>, vol. 6: 65-78.</p> <p>RAJAN, R. G., y ZINGALES, L. (1998), «Power in a theory of the firm», <i>Quarterly Journal of Economics</i>, vol. 113: 387-432.</p> <p>RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, J. M. (2003), <i>El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo</i>, Akal, Madrid.</p> <p>ROSTOW, E. V. (1959), «To whom and for what ends are corporate managements responsible?», en Mason, E. S. (ed.), <i>The Corporation in Modern Society</i>, Harvard University Press, Cambridge (MA): 46-72.</p> <p>SACCONI, L. (2004), «A social contract account for CSR as extended model of corporate governance (part I): rational bargaining and justification», <i>Documento de trabajo</i>, número 10, Dipartimento de Economia, Università degli Studi di Trento, Trento.</p> <p>SALAS FUMÁS, V. (2003), «La regulación del gobierno de la empresa», <i>XVI Simposio de Moneda y Crédito</i>, Madrid, 26-27 de noviembre.</p> | <p>SHLEIFER, A., y VISHNY, R. W. (1997), «A survey of corporate governance», <i>Journal of Finance</i>, vol. 52: 737-783.</p> <p>SMITH, A. (1794), <i>Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones</i>, Oficina de la Viuda e Hijos de Santander, Valladolid. Traducción de la edición original de 1776.</p> <p>THOMSEN, S. (2004), «Corporate governance and corporate objectives», <i>Documento de trabajo</i>, Department of International Economics and Management, Copenhagen Business School, Copenhagen.</p> <p>TIROLE, J. (2001), «Corporate governance», <i>Econometrica</i>, vol. 69: 1-35.</p> <p>WILLIAMSON, O. E. (1985), <i>The Economic Institutions of Capitalism</i>, Free Press, Nueva York.</p> <p>ZINGALES, L. (1998), «Corporate governance», en NEWMAN, P. (ed.), <i>The New Palgrave Dictionary of Economics and the Law</i>, Macmillan, Londres: 497-503.</p> <p>— (2000), «In search of new foundations», <i>Journal of Finance</i>, vol. 55: 1623-1653.</p> |
|---|---|--|

Resumen

La responsabilidad social se relaciona con el comportamiento ético de las empresas y, como tal, a veces entra en conflicto con la conducta orientada a hacer máximo el benéfico. El trabajo demuestra que determinadas conductas que identificamos como éticas son explicables desde la racionalidad económica. Para ello se tiene en cuenta el papel de la ética para generar confianza en situaciones donde los contratos formales no dan la seguridad necesaria para que las transacciones prosperen. Las oportunidades para incorporar la ética y la confianza a la gestión de la empresa que ofrece el capital reputación se ilustran a partir de ejemplos extraídos de los mercados financieros.

Palabras clave: responsabilidad social, comportamiento ético, racionalidad económica.

Abstract

Social responsibility and ethical behaviour of business firms are often viewed as conflicting with profit maximising conduct and decisions. The paper shows that behaviour often described as ethical can be compatible with economic rationality. This is true in situations where ethics contributes to build trust and trust is needed to provide safeguards in transactions where legally supported contracts have high transaction costs. The opportunities for managing ethics and trust through reputation capital are illustrated with examples drawn from financial markets.

Key words: social responsibility, ethical behaviour, economic rationality.

JEL classification: M14, Z13.

ÉTICA Y CONFIANZA EN LOS MERCADOS FINANCIEROS

Vicente SALAS FUMÁS

Universidad de Zaragoza

I. INTRODUCCIÓN (*)

LAS reflexiones sobre el buen gobierno y la responsabilidad social, las dos grandes cuestiones que protagonizan el debate alrededor de la relación de la empresa con la sociedad en los últimos años, terminan siempre con la apelación a la ética de las personas como la más eficaz medicina para la corrupción y los abusos de poder que salpican al mundo de los negocios, con ejemplos de todos conocidos. Los abusos provocan crisis de confianza, tanto en empresas concretas como en el sistema legal que regula sus relaciones con todos los grupos de interés, de manera que el reforzamiento de la ética es la solución más recomendable para recuperar la confianza perdida. El buen gobierno y la responsabilidad social ofrecen recomendaciones para poner a salvo la reputación de cada empresa en particular, dentro de un contexto general de desconfianza, de manera que actuar de acuerdo con las buenas prácticas que se prescriben desde estas escuelas de pensamiento implica también, en la mayoría de los casos, adoptar determinados códigos éticos de conducta (1).

El objetivo de este trabajo es presentar la relación entre ética y confianza desde la racionalidad económica y con ilustraciones extraídas de los mercados y las entidades financieras. Nuestra tesis principal es que la ética es un calificativo de la conducta que observamos en las personas en determinados contextos de elección, por ejemplo honrar la confianza

que otros depositan en ellas, sin que necesariamente deba atribuirse el calificativo a la persona que se comporta de ese modo, pues en otros contextos de elección la misma persona puede actuar de forma distinta, abusando de la confianza por ejemplo. Cuando una persona honra la confianza —actúa de forma ética— puede estar preservando una reputación, es decir, desea transmitir a los demás unas expectativas de comportamiento honrado en las relaciones que van a surgir en el futuro. Esto no se hace por razones altruistas, sino porque la reputación que se salvaguarda actúa a modo de fianza de que las promesas de honradez se van a cumplir. Cuando la fianza que se deposita es suficientemente importante las promesas se hacen creíbles para quienes las reciben y, en respuesta, otorgan la confianza que se les pide.

La buena reputación adquiere un valor económico porque permite a quien la posee hacerse merecedor de confianza, y con ello crear riqueza que de otro modo se perdería. Por tanto, debe ser gestionada como un activo más. La ética y la confianza, por su relación como causa y consecuencia de la reputación, pueden estudiarse formando parte del paradigma de la racionalidad económica. Tal vez la ética signifique algo más que preocupación por salvaguardar la reputación, pero precisamente por ello conviene tener claro dónde termina la ética racional para no confundirla con la dimensión moral que indiscriminadamente se le atribuye (2).

El comportamiento ético en las relaciones económicas inspira confianza y transmite seguridad. Esta palabra, seguridad, es la que más frecuentemente se asocia con confianza. Transmite seguridad saber que el médico que nos atiende está bien formado y tiene una amplia experiencia profesional, como nos transmite seguridad como inversores saber que el equipo profesional de la empresa cuyas acciones compramos en Bolsa es competente en las tareas de gestión que recibe el encargo de realizar. Cuando nuestro bienestar queda en manos de decisiones que van a ser tomadas por otros queremos que quienes decidan tengan la máxima competencia profesional en el ámbito concreto de la decisión, medicina o gestión. Pero para poner nuestra salud en manos del médico o nuestro dinero en manos de los directivos de la empresa pedimos también buena fe en su comportamiento. Es decir, sabemos que en ambos casos el buen hacer profesional no siempre lleva a un resultado positivo, pues ni la medicina ni la gestión son infalibles, pero queremos tener la seguridad de que, precisamente porque existe la posibilidad de que no nos curemos o que el riesgo natural de los negocios nos genere pérdidas en la inversión, los profesionales no van a utilizar esos riesgos como coartada para su negligencia o enriquecimiento personal.

Lo que estamos sugiriendo es que en las relaciones económicas existen conflictos de interés entre las partes que intervienen en aquéllas. Para superarlos, y conseguir que a pesar de ello las potenciales ganancias del intercambio terminen por materializarse, recurrimos a los contratos, es decir pactamos de antemano las contrapartidas que se van a derivar de la transacción, pactamos las compensaciones derivadas de incumplir el con-

trato y establecemos quién determinará cuándo el contrato se ha incumplido y por quién (generalmente los jueces o tribunales de justicia). Sin embargo, redactar y hacer cumplir contratos explícitos (escritos en un documento que tiene protección legal) y completos (donde queden previstas todas las contingencias que puedan surgir a lo largo de una relación) tiene costes, hasta el punto de que cuando se tienen en cuenta los costes de contratar a veces no compensa realizar la transacción. Una forma de evitar estos costes es renunciando a contratos explícitos y completos, sustituyéndolos por otros implícitos, promesas no escritas, e incompletos, dejando las decisiones ante las contingencias para el momento en que estas ocurran (3). Las limitaciones de la protección legal para contratos implícitos e incompletos obligan a recurrir a otros mecanismos más informales para garantizar unas expectativas mutuas de cumplimiento de los compromisos adquiridos; sólo así los contratos implícitos e incompletos, menos costosos de utilizar, saldrán adelante.

Hacerse merecedor de la confianza significa, en este contexto, convencer a terceros de que está en el propio interés cumplir las promesas y ser equitativo en las decisiones que se han pospuesto en el momento de redactar el contrato incompleto. La confianza es, pues, una institución que suple las limitaciones de la contratación formal y completa, especialmente los altos costes de transacción en que a veces se incurre con ella. La confianza es más importante en aquellas transacciones donde los contratos son más incompletos y están más jerarquizados, es decir, sólo una de las partes tiene la información y/o la competencia profesional necesarias para la eficiencia en las decisiones que se van a tomar. Por ejemplo, cuando el pa-

ciente no puede suplantar al médico, porque no sabe medicina, o el inversor no puede sustituir al empresario a la hora de decidir en qué invierte el dinero que le entrega cuando compra las acciones de la empresa. Por otra parte, ¿quién no ha oído reiteradamente que la banca y los mercados financieros funcionan a base de confianza, y que cuando ésta se pierde se termina cualquier posibilidad de seguir en el negocio?

Esquemáticamente, puede decirse que el movimiento alrededor del buen gobierno de las sociedades, sobre todo de las que cotizan en Bolsa, tiene como objetivo último mantener o recuperar la confianza de los inversores financieros, principalmente los pequeños accionistas. Éstos son conscientes de la dificultad para saber si la calidad de los activos que compran justifica realmente el precio que pagan (selección adversa) y de su incapacidad para influir en el destino final de los fondos una vez entregados a la sociedad (riesgo moral). La confianza, pagar el precio que se pide y aceptar la imposibilidad del control sobre los fondos, se otorgará cuando la empresa se haga merecedora de ello, y con el buen gobierno se articulan recomendaciones sobre cómo proceder para hacerse merecedor de la confianza y financiarse a través del mercado de capitales. La responsabilidad social, por su parte, busca extender la capacidad para hacerse merecedor de confianza a las relaciones con todos los interesados, trabajadores, clientes, proveedores, así como conseguir la legitimidad delante de la sociedad en su conjunto (4). Desde esta perspectiva, el buen gobierno y la responsabilidad social forman parte de un problema común, activar la confianza, si bien un análisis más pormenorizado de cada uno aporta nuevos matices (5).

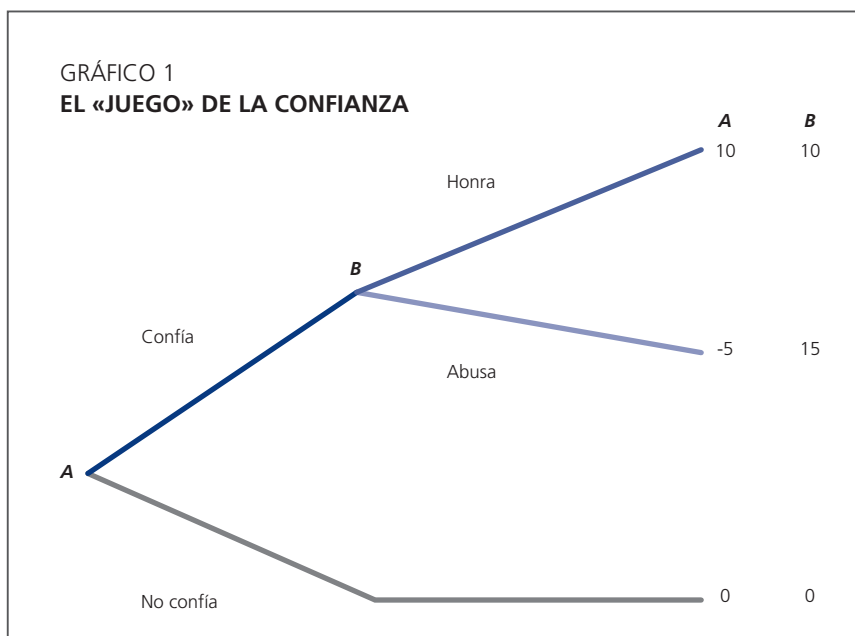
El resto de la exposición incluye, en el apartado II, un análisis general del problema de la confianza desde la racionalidad económica, donde se pone de manifiesto el origen y los determinantes del valor económico de la reputación y de su relación de consecuencia y causa con la ética y la confianza; el apartado III aplica las ideas expuestas en el marco teórico a algunas de las instituciones que emergen en los mercados financieros; el IV explora la influencia sobre la ética y la reputación de determinadas decisiones de organización interna de las empresas; finalmente, en las conclusiones se resumen las principales ideas expuestas.

II. EL JUEGO DE LA CONFIANZA

Este apartado contiene una ilustración sobre los dilemas de comportamiento que se han sugerido, desde el análisis económico de las transacciones, para una mejor comprensión de la relación entre ética y confianza (6). Para ello se propone una situación de decisión secuencial entre dos agentes ficticios, A y B, resumida en el gráfico 1.

En la situación descrita existe un agente A que debe elegir entre «confiar» y «no confiar» en otro agente que llamamos B. Por ejemplo, el inversor A que decide acudir a la oferta pública de venta de acciones que hace la empresa B (confiar), o no acudir a ella y guardar el dinero directamente bajo su tutela (no confiar). Si A confía, B tiene la oportunidad de elegir entre «honrar» esa confianza, actuar de buena fe y con la máxima profesionalidad en la gestión de los fondos recibidos del inversor, o «abusar» de ella, apropiarse de parte de la riqueza del inversor bajo el engaño de que las

GRÁFICO 1
EL «JUEGO» DE LA CONFIANZA



condiciones del negocio han sido peores de lo razonable y no se han podido cumplir las expectativas marcadas. Los pagos que cada una de las partes recibe como consecuencia de las decisiones que sucesivamente se toman aparecen en las dos columnas finales en forma de pagos monetarios.

La solución que hace máxima la riqueza total es que A confíe y B honre la confianza, $10 + 10 = 20$ (frente a $10 [-5 + 15]$ si honra y abusa y cero si no confía). Sin embargo, como A decide primero, su decisión depende de lo que va a hacer B. Una vez A confía, B obtiene 15 si abusa y 10 si honra, por lo que B obtiene una riqueza mayor abusando. A anticipa que si confía en B y B elige la alternativa que le maximiza la riqueza (actúa racionalmente), obtendrá -5, mientras que si no confía se asegura un pago de 0. La decisión de A es obvia, no confiar, con lo que el resultado final es un pago de 0 para cada uno, cuando existe un potencial de riqueza total de 20.

Situaciones como la descrita ponen de relieve una más de las

muchas situaciones en las que la racionalidad individual lleva a un resultado final de ineficiencia colectiva, es decir, a un resultado distinto del que hace máxima la riqueza social. Otras situaciones donde ocurre algo parecido son las que conocemos como «dilema de los prisioneros». Desde el punto de vista de los intereses particulares de los agentes afectados y de la sociedad en su conjunto, en ambos casos es deseable encontrar mecanismos que superen la ineficiencia y eviten la pérdida de riqueza potencial.

El ejemplo representado en la figura puede incorporar una etapa anterior donde A y B pactan las contrapartidas de una transacción cuyo cumplimiento implica unas ganancias mutuas de 10. Cuando el pacto puede quedar reflejado en un contrato formal, una de cuyas cláusulas contempla la compensación por daños y perjuicios para quien incumple el contrato, entonces el cumplimiento del contrato quedaría asegurado por las garantías que ofrece el sistema legal de que, efectivamente, las denuncias de incumpli-

miento del contrato serán debidamente atendidas. El entrar en la transacción implica un riesgo, pero, gracias a la garantía del contrato respaldado por la ley, ese riesgo desaparece.

Para que la institución de la confianza juegue un papel relevante en la transacción descrita, tal como vamos a mostrar enseguida, debe darse la circunstancia de que el contrato explícito donde se pacta confiar, para *A*, y honrar, para *B*, con unas contrapartidas de 10 para cada uno, no sea viable por los costes de transacción que acarrea; por ejemplo, elevados costes para conseguir que el juez que tiene que dirimir las disputas pueda verificar quién tiene razón al plantearse una denuncia de incumplimiento. En estas circunstancias, tiene sentido preguntarse por las condiciones que pueden inducir al agente *A* a que elija confiar y al *B* para que honre esa confianza. Adviértase que, al elegir no confiar, pierden los dos, y por tanto *B* tiene tanto interés en hacerse merecedor de la confianza como *A* de convencerse de que *B* va a honrarla si se la otorga.

Desde los contratos implícitos podemos introducir en el análisis la promesa de *B* de que honrará la confianza si se le otorga, de manera que, de existir esa promesa, *A* le otorga credibilidad y, después de recibirla, elige confiar; diríamos que *A* *confía* en *B* porque acepta la promesa como garantía de que el abuso no se va a producir. Si supiéramos que detrás de la elección de confiar existe la protección de un contrato formal, respaldado por la justicia, no hablaríamos de confianza. Por otra parte, una vez *B* tiene la confianza, la hipótesis de racionalidad sugiere que actuará abusando porque le permite obtener una ganancia de 15 frente a las 10 de honrar. Si, por el

contrario, elige honrar la confianza, calificaríamos su comportamiento como ético, por vincularlo a una promesa y renunciar a una ganancia cierta manteniendo su cumplimiento a posteriori. Si *B* se limitara a cumplir el contrato explícito, su comportamiento no se calificaría como ético.

Cumplir las promesas y no abusar de la confianza forma parte del conjunto de comportamientos que llamamos *éticos*. Muchas veces hablamos también de personas éticas o íntegras para referirnos a quien se comporta de ese modo. Si la ética fuera un atributo intrínseco de todas las personas, el comportamiento ético sería algo natural, y con él el cumplimiento de las promesas. Los contratos formales serían innecesarios, y con ellos el sistema legal creado para conseguir que se cumplan. En el supuesto de que unas personas tuvieran el atributo de la ética y otras no, y quienes lo tienen pueden demostrarlo de forma inequívoca, pero quienes no lo tienen no, entonces el contrato informal sería viable siempre que *B* fuera una «persona ética». La existencia de personas éticas junto a otras que no lo son no tendría ninguna eficacia si quien no es ético puede fácilmente parecerlo delante de los demás.

No existe, que sepamos, una forma de señalar de forma inequívoca quien es ético y quien no lo es. Pero esto no significa que no podamos observar comportamientos éticos, es decir, situaciones donde alguien confía en otra persona (se cree la promesa) y esa otra persona honra la confianza. Por otra parte, si hay otras causas distintas al hecho de ser una «persona ética» por las que se decide honrar la confianza, entonces cuando alguien efectivamente honra la confianza en situaciones

como la descrita, a esa persona no se le puede aplicar de forma inequívoca el calificativo de «persona ética», pues no existe una correspondencia estricta entre características de las personas y su forma de comportarse. Llegados a este punto, la reflexión podría continuar bien en la línea de preguntarnos si existen «personas éticas» y cómo identificarlas, o bien por la línea de indagar sobre los mecanismos que promueven conductas éticas, es decir, promueven honrar la confianza cuando ésta se otorga. En la presente exposición optamos por el segundo de los caminos, lo que significa que nos interesa indagar acerca de los mecanismos que hacen viables los contratos implícitos e informales, basados en la confianza mutua, para gobernar transacciones (7).

1. Normas sociales

Las personas tenemos necesidad de vivir en sociedad, formando parte de grupos humanos que satisfacen nuestras necesidades de tipo social. Los grupos promueven normas y valores sobre lo que está bien y lo que está mal, de manera que quien actúa «mal», según las normas, recibe un castigo psicológico, bien porque el grupo le expulsa y ya no puede satisfacer las necesidades gregarias, o bien porque experimenta sentimientos de culpabilidad por transgredir ciertos principios morales adquiridos a través de la educación y la experiencia. Las conductas acordes con las normas dominantes refuerzan la integración en el grupo con el que nos identificamos. La «presión social» llega así a determinar la conducta sin que medien premios o castigos monetarios (8).

Supóngase que, en el ejemplo anterior, *A* sabe que *B* pertenece a un grupo social que ha desarro-

llado normas que promueven el cumplimiento de las promesas, de manera que quien las incumple soporta un coste psicológico suficientemente alto como para no compensar las ganancias monetarias que el incumplimiento le reporta. *A* sabe que la presión social, evitar el coste psicológico de incumplir la promesa, lleva a *B* a honrar la confianza y por ello confía en *B*. El observador externo de la conducta «confiar (*A*) y honrar la confianza (*B*)» difícilmente conocerá la magnitud precisa de los premios y castigos psicológicos que soportan los agentes que participan en las transacciones, y por tanto le costará «racionalizar» determinadas conductas. Pero no debemos confundir la dificultad del observador externo para determinar la influencia de la presión social sobre la conducta con el hecho real de que la conducta de confiar y honrar la confianza responde de verdad al seguimiento de ciertas normas sociales.

La vida en sociedad puede generar otros sentimientos, como por ejemplo la amistad, que engendra solidaridad. Esto significa que las personas podemos incorporar en nuestras preferencias el bienestar propio y el ajeno. La relación afectiva entre padres, hijos, hermanos y otras relaciones de parentesco, así como el sentimiento de amistad con otras personas, nos lleva a un comportamiento solidario con ellas. La solidaridad lleva a un comportamiento ético (cumplir las promesas) porque cumplir significa, en última instancia, más bienestar que incumplir cuando se tienen en cuenta beneficios propios y ajenos. La solidaridad cambia la función de utilidad sobre la que pivota nuestro comportamiento racional porque, con ella, en la función de utilidad propia entra el bienestar propio y el ajeno de aquellas personas con las que nos sentimos solidarios.

En la ilustración del gráfico 1 bastaría con que la utilidad de *B* fuera igual a su riqueza más un medio de la riqueza de *A* para que la mejor decisión de *B*, en el sentido de hacer máxima su utilidad de persona solidaria, fuera honrar la confianza. Si *A* conoce la solidaridad de *B* hacia su persona, anticipa que la decisión racional de *B* es honrar la confianza, y por tanto decide racionalmente otorgársela. Esta sencilla ilustración nos ayuda a entender por qué acostumbra a establecerse una asociación entre ética (conducta) y solidaridad (preferencias).

La presencia de normas sociales no implica cuestionar la racionalidad de la conducta humana. Ésta existe desde el momento en que el comportamiento de las personas es coherente con sus preferencias, y tanto la presión social como la solidaridad terminan por desembocar en conductas racionales porque, en ambos casos, la conducta es predecible a partir de las preferencias. Efectivamente, éstas se han modificado, en un caso, para tener en cuenta los premios y/o castigos psicológicos propios de la presión social, y en el otro, para recoger el sentimiento de solidaridad. Nos desviamos pues de las preferencias sobre pagos monetarios y totalmente egoístas de la representación inicial. Pero la racionalidad no presupone una forma de función de utilidad determinada (no puede asociarse racionalidad con egoísmo y pagos estrictamente monetarios por ejemplo), sólo coherencia de la conducta con la función de utilidad, fuera cual fuere.

2. Capital reputación

¿Qué ocurriría si la relación entre *A* y *B* descrita en la ilustración del gráfico 1 pudiera repetirse en el tiempo indefinidamente? Si *B*

hace hoy una promesa y la incumple, ahora debe ponderar las consecuencias de esa decisión para la transacción corriente y para las transacciones futuras. Estas consecuencias dependerán, a su vez, de cuál es la reacción de *A* en encuentros futuros ante ciertos comportamientos de *B* en el presente; por ejemplo, cómo responde *A* ante los abusos de *B* cuando le otorga su confianza.

La reacción de *A* ante la conducta de *B*, honrar o abusar, puede estar dictada por las normas sociales dominantes en el entorno en el cual la transacción tiene lugar. Considérese, por ejemplo, que una de esas normas es la de la «reciprocidad», es decir, cada persona aplica a las demás un trato similar al que recibe de ellos (9). Por tanto, *B* sabe que *A* sigue esa norma social, de manera que le otorgará la confianza mientras le sea honrada, pero la retirará para siempre si se produce un solo abuso. En un contexto de relaciones repetidas, *B* sabe que su conducta hoy, cumplir o incumplir la promesa de honrar, condicionará la conducta futura de *A*, y por tanto, indirectamente, los pagos que va a recibir en el futuro de la relación con *A*. Honrar la confianza asegura un pago indefinido de 10, porque la reciprocidad lleva a que *A* repita confiar; abusar de la confianza significa un pago de 15 hoy, pero un pago de 0 para siempre después, porque la misma reciprocidad lleva a retirar la confianza para siempre. Este cambio en la expectativa de pagos de *B*, como consecuencia de la repetición de la transacción y de la vigencia de la institución de la reciprocidad, es conocido por *A*, quien, a la hora de decidir si confía o no en *B*, podrá calcular los incentivos de éste para honrar la confianza.

Si *r* es el tipo de interés al que se descuentan rentas futuras, una

regla de reciprocidad donde se confía mientras se honra la confianza, pero no se confía nunca más si se abusa de ella, hace creíble para *A* la promesa de *B* de que honrará la confianza si se cumple la condición,

$$10/r > 15 - 10 + 0/r$$

Es decir, si el valor presente de las rentas futuras que se consiguen honrando la confianza, $10/r$ (recuérdese que suponemos un horizonte infinito) es mayor o igual que la ganancia a corto plazo de abusar de esa confianza, 5 ($15 - 10$), más el valor presente de los pagos que se van a recibir después de abusar y no participar nunca más en transacciones similares, cero en la ilustración del gráfico 1.

Mantener una conducta de cumplir las promesas permite beneficiarse de la confianza de otros en transacciones futuras, pues actúa el mecanismo de la reciprocidad. En otras palabras, preservar la reputación de ser una persona que cumple las promesas se premia con la confianza que permite completar transacciones que sin ella no serían factibles. La reputación tiene así un valor económico que depende de las oportunidades de transacciones futuras, basadas en la confianza, a que da acceso (10). Visto desde la perspectiva de la persona *A*, ésta estará dispuesta a confiar en *B* si la reputación de *B* tiene un valor económico positivo, pues ésta es la condición para que *B* honre la confianza. Escribiendo de nuevo la condición que se obtiene de la aplicación de la regla de la reciprocidad, el valor económico de la reputación (VER) se expresa como:

$$VER = (10 - 0)/r - (15 - 10)$$

Es decir, la diferencia entre el valor presente de lo que se deja

de ganar en el futuro por no poder participar en transacciones de confianza y la ganancia inmediata por abusar de la confianza.

El resultado puede generalizarse. Llamamos u_1 a los pagos que recibe el agente que honra la confianza cada vez que se repite la transacción. Llamamos u_2 a los pagos en el momento en que abusa de la confianza. Como esa confianza después se retira, el pago sólo se obtiene un período. Después se volverá a la situación de no confiar, la cual genera unos pagos de u_3 , también para siempre. El VER será, por tanto:

$$VER = [(u_1 - u_3)/r] - (u_2 - u_1)$$

El VER recuerda al valor actual neto de una inversión, VAN. Cuando se honra la confianza se sacrifica una ganancia inmediata igual a $(u_2 - u_1)$; este sacrificio equivale al desembolso inicial de la inversión. A cambio de esa renuncia, se asegura un pago repetido en el tiempo igual a $(u_1 - u_3)$, la diferencia entre lo que se obtiene mientras se sigue renovando la confianza y lo que se obtendría sin ella. Descontado a su valor presente al tipo de interés r el pago anual tiene el valor $(u_1 - u_3)/r$. Para que *A* otorgue la confianza, *B* tiene que demostrarle que el valor económico de su reputación es positivo, es decir, que obtiene una ganancia mayor cumpliendo la promesa que incumpléndola.

Las personas, como *B* en nuestro ejemplo, que dependen de contratos implícitos para gobernar transacciones tendrán interés en mantener un valor económico de la reputación no negativo, pues de éste depende que otras personas las hagan merecedoras de su confianza y, con ello, completar transacciones mutuamente beneficiosas. Al honrar la confianza, tener un comportamiento ético, se re-

fuerza la reputación, y con ella la posibilidad de merecer la confianza, lo cual vuelve a posibilitar el comportamiento ético, ... Hacer lo más grande posible el valor económico de la reputación es una forma de aumentar la «fianza» con la que una persona garantiza el buen fin de una transacción. Con este objetivo, es de esperar que las personas inviertan recursos y tomen iniciativas encaminadas a aumentar ese valor; es decir, podemos hablar de una *gestión de la reputación* en unos términos similares a como hablamos de la gestión de cualquier activo productivo. Esta gestión tendrá dos pilares básicos: reducir las ganancias a corto plazo de abusar de la confianza ajena $(u_2 - u_1)$, y aumentar las penalizaciones futuras por incumplir las promesas $(u_1 - u_3)/r$.

III. MERCADOS FINANCIEROS

Si es cierto, como reiteradamente se afirma, que los mercados financieros están basados en la confianza, el fomento de la ética como un medio de fomentar la confianza ocupará un lugar destacado en estos mercados. Los mercados financieros realizan, entre otras, la función de canalizar fondos monetarios desde quienes ahorran hacia quienes invierten, es decir, desde quienes tienen unos recursos excedentes después del consumo hacia quienes van a controlar y decidir sobre el uso final de ellos a través de las inversiones. Quien ahorra y entrega sus ahorros al «mercado» pierde cualquier control sobre el destino final de éstos; los fondos monetarios son totalmente fungibles y se agregan en un *pool* común, sin que pueda identificarse el destino concreto de los fondos suministrados por una persona u otra.

El compromiso que se suscribe, entre quienes ahorran y el

mercado que canaliza ese ahorro hacia inversiones productivas, es que se velará por el buen fin de las inversiones, de manera que se podrá recuperar el capital invertido y una renta adicional suficiente para compensar al ahorrador por haber retrasado su consumo en el tiempo o sacrificando otras rentas de oportunidad. Es impensable, por los altos costes de transacción a que da lugar, redactar un contrato completo y formal donde se pacte el uso final que se hace de cada euro ahorrado.

El carácter altamente fungible del bien que interviene en las transacciones financieras, y la discrecionalidad con la que puede usarse el dinero por quien lo controla debido a las dificultades de muchos de quienes ahorran para supervisar ese uso, puede bloquear el desarrollo de los mercados financieros, porque quienes tienen los excedentes monetarios no están dispuestos a transferirlos al mercado debido a que no se sienten suficientemente seguros con ello. En casos extremos, esto puede significar que la única circunstancia en la que se producirán inversiones es cuando quien tiene el dinero está en condiciones de invertirlo controlando directamente el uso que se hace de él. Estudios recientes hacen hincapié en que el desarrollo de los mercados financieros en los diferentes países depende en gran manera de la protección efectiva que reciben los ahorradores (La Porta y otros, 1997). Por otra parte, si creemos que el desarrollo de los mercados financieros es importante para el desarrollo económico y la creación de riqueza, surgirá un interés colectivo por impulsar instituciones que estimulen la confianza de los ahorradores en el mercado de capitales como paso previo a su participación en los mismos.

Otro aspecto importante a tener en cuenta en la reflexión sobre ética en los mercados financieros se refiere a los importantes efectos externos que tienen las decisiones individuales en ellos. Cuando algún agente que interviene en transacciones de carácter financiero abusa de la confianza que se ha depositado en él, se pone en peligro la confianza en el conjunto del sistema. La gravedad de la crisis de Enron no se limita a las pérdidas directas que la gestión de la empresa supuso para accionistas y trabajadores (estos últimos a través de sus planes de pensiones), sino que va mucho más lejos, porque el escándalo transmitió la sensación de que el fraude y el engaño podían estar generalizados, poniéndose finalmente en peligro la credibilidad de todo el sistema financiero.

Las iniciativas tendentes a preservar la confianza en los mercados financieros tendrán por tanto una dimensión privada e individual, que compete a agentes concretos desarrollar, y otra dimensión colectiva, que se instrumentará a través de regulaciones y normas legales que responden al deseo de limitar los daños a intereses de toda la sociedad.

La regulación de los mercados financieros desarrollados es muy prolija, y las leyes se extienden a lo largo y ancho de muchas actividades. La propia existencia de intermediarios financieros como los bancos puede interpretarse como una fórmula para dar más seguridad a los ahorradores y facilitar las transferencias de fondos desde el ahorro a la inversión, aunque obviamente ahora hay que asegurar que los bancos se hagan merecedores de la confianza que pedíamos inicialmente a los mercados. La regulación bancaria no es menos prolija que la regulación de los mercados de valores. En

esta presentación no vamos a centrarnos en las iniciativas legales y reguladoras que tienen por objeto dar seguridad y protección a quienes ahorran, aunque ello no significa que no nos parezcan importantes y necesarias para la viabilidad de unos mercados financieros desarrollados y, en definitiva, para el crecimiento económico. Nuestro interés es sobre todo por los mecanismos informales que se diseñan e implantan con el propósito de complementar a las leyes y las regulaciones, en el objetivo último de generar la suficiente confianza entre los que invierten sus ahorros a través de los mercados financieros.

Este tipo de mecanismos de control de carácter informal adquieren especial importancia en sociedades menos desarrolladas en sus mecanismos de protección formal. Por ejemplo, el banco Grameen de Bangladesh funciona a través de la presión social que ejerce la comunidad local sobre los acreedores del banco para lograr que el prestatario devuelva al banco lo que éste le entregó. Muhammad Yunus, el fundador del banco, decía lo siguiente en una entrevista en respuesta a una pregunta sobre cómo consiguen que, al no existir avales, se devuelvan los créditos: «Nuestro aval son las relaciones humanas. Si dejan de pagar sufrirán la presión del grupo al que pertenecen en el banco. Nos basamos en una relación de confianza y funciona» (*El País*, 24-XI-2002).

Las estadísticas sobre creación de empresas revelan que los familiares y amigos son los principales proveedores de fondos financieros cuando se inicia la actividad empresarial. El parentesco y la amistad sustentan la confianza en un emprendedor al que se le reconoce la buena fe necesaria para que no abuse de quienes le hacen

merecedor de su confianza, al entregarle el dinero que les pide. En estos casos, la confianza significa que, tanto si el empresario tiene éxito y devuelve el préstamo como si no lo hace porque el negocio fracasa, nadie pondrá en duda su honestidad personal.

Otra cuestión interesante, y a la que dedicaremos más tiempo, es la de cómo lograr confianza a través de la reputación, de acuerdo con las ideas generales expuestas en el apartado anterior. La reputación es una forma de ganarse la confianza necesaria para que los mercados financieros, intermediados o no, funcionen y se desarrollen. Es de esperar que si en los mercados financieros la confianza ocupa un lugar destacado, la reputación será un activo especialmente relevante que será necesario gestionar de forma adecuada.

En el cuadro n.º 1 se ha resumido una lista de actuaciones y mecanismos mediante los cuales se puede gestionar la reputación a través de influir en su valor económico, agrupados en aquellos que reducen las ganancias inmediatas de abusar de la confianza y aquellos que hacen más altas las penalizaciones que se van a derivar de ese abuso.

El ejemplo más ilustrativo de cómo generar confianza a través de la *forma de propiedad de la empresa* es el caso de las cajas de ahorros. Estudiosos de este tipo de organizaciones en el mundo sugieren que las cajas de ahorros, al asumir una forma de propiedad de organización sin ánimo de lucro, generaron suficiente confianza en la incipiente población asalariada de los años iniciales de la industrialización como para que empezaran a considerar al ahorro una fórmula válida cuando se desea asegurar el futuro. A me-

| CUADRO N.º 1 | |
|--|--|
| INSTRUMENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN | |
| Reducir ganancias inmediatas de abusar de la confianza | Aumentar las pérdidas futuras por abusar de la confianza |
| Forma de propiedad | Horizonte temporal |
| Árbitros externos | Transparencia |
| Poder compartido | Barreras a la salida |
| Solvencia | |
| Códigos de conducta | |
| Gobierno corporativo | |

diados del siglo XIX los bancos generaban desconfianza entre los pequeños ahorradores porque asumían muchos riesgos en sus decisiones de inversión con el dinero ajeno, y sólo las grandes fortunas podían controlar ese riesgo interviniendo en el control de los intermediarios financieros. Puesto que la responsabilidad frente a terceros se limita a los fondos propios, los propietarios de una empresa altamente endeudada, como ocurre con las entidades financieras, tienen incentivos a asumir riesgos más allá de los que hacen máxima la riqueza conjunta de acreedores y accionistas. Ello es así porque en caso de que las cosas salgan bien obtienen unas ganancias muy elevadas (los acreedores se limitan a recibir el principal y el interés pactado), mientras que si salen mal sólo pierden el capital, que es relativamente pequeño, pues es la única garantía que ofrecen a los acreedores. Las cajas, como entidades sin fin lucrativo, limitan las ganancias potenciales de quienes deciden sobre las inversiones a realizar porque esas ganancias, si se producen, no repercuten en quienes toman las decisiones. Por ello, al optar por una organización sin ánimo de lucro, se auto-limitan las ganancias de abusar de la confianza, segundo término de la ecuación de VER, y es más fácil que esta confianza se haga efectiva (11).

En España, las cajas de ahorros, en sus orígenes, se beneficiaron enormemente de la reputación que tenían los montes de piedad, a los que se asocian desde los primeros instantes de su creación. Los mismos estudiosos explican las mutualidades y las cooperativas de crédito como un mecanismo institucional que aprovecha la presión social y el conocimiento mutuo como mecanismos de control para recuperar los préstamos que se conceden a los asociados.

La historia de las cajas de ahorros es, por otra parte, una fuente de dilemas éticos para el presente. Las cajas asumen, entre otras, la misión de evitar la exclusión financiera, y existen evidencias de que lo han conseguido. Sin embargo, la presión de la competencia después de la liberalización de los mercados financieros y las rebajas en los tipos de interés están dañando su cuenta de resultados, y presionan para aumentar los ingresos y reducir los costes. Algunas decisiones de las cajas, por las cuales se empieza a cobrar comisión por el mantenimiento de cuentas y libretas de ahorro o por la prestación de determinados servicios, han sido cuestionadas por grupos sociales que consideran que son contrarias a los objetivos fundacionales de las cajas de ahorros. Los subsidios cruzados entre cuentas con saldos más altos y cuentas con

saldos más bajos, y entre zonas urbanas más pobladas y ricas y zonas rurales más pobres, serán difíciles de mantener en el futuro con una competencia cada vez más intensa en los mercados. Las presiones sobre destinos alternativos de los recursos destinados a obra social serán cada vez mayores, y las cajas habrán de decidir entre destinar esos recursos a actuaciones filantrópicas dirigidas a mantener fieles a los clientes de clase media alta, los que más aportan al beneficio, o contribuir a un reparto más equitativo de la riqueza favoreciendo relativamente más a los menos favorecidos.

La renuncia al lucro privado por parte de quienes administran la organización reduce las ganancias de abusar de la confianza porque, si el abuso se produce, existe una ganancia que la persona que abusa tiene restricciones a la hora de hacerla suya. El recurso al *arbitraje externo*, cuando se han de tomar decisiones que pueden beneficiar mucho a una parte en detrimento de quien ha de otorgar la confianza, es otra forma de reducir voluntariamente las ganancias de quien tiene originalmente el poder de decisión. Presumiblemente, la tercera persona, el árbitro en quien se delega la decisión más conflictiva, tendrá una reputación personal que preservar y dará credibilidad a la promesa de que, llegados a esa situación, será ecuánime en la decisión que se toma. La institución del defensor del cliente puede conseguir este objetivo de generar confianza entre los clientes de una entidad financiera. Las empresas que cotizan en Bolsa, incluidos los propios bancos, recurren a *consejeros independientes* de prestigio a la hora de decidir la composición de los consejos de administración, con el propósito de aumentar la confianza de los accionistas pequeños y anónimos

que no tienen ningún medio eficaz para controlar la gestión de la empresa y el destino final de los fondos con los que la financian. Los consejeros independientes tienen poco que ganar personalmente si la empresa obtiene beneficios con conductas poco éticas (sobre todo si se respeta la recomendación de que su remuneración sea relativamente baja y se desvincule de los resultados económicos de la empresa), por lo que es de esperar que procuren evitarlas, pues sí arriesgan con ellas su propia reputación personal. Finalmente, los *códigos de buenas prácticas* en el gobierno corporativo, y de responsabilidad social, se pueden interpretar como un conjunto de límites a la conducta de los ejecutivos de la empresa, a modo de contrato implícito entre ellos y los interesados de la organización, que se hace público con el fin de poder comprobar más fácilmente cualquier trasgresión del mismo.

El valor económico de la reputación disminuye cuando la probabilidad de que la transacción se repita en el futuro también disminuye, y se hace negativo cuando se sabe que la transacción tiene un período final. Si es así, la racionalidad económica predice que en ese momento final la decisión será abusar de la confianza, porque ya no hay una reputación que salvaguardar. Quien ha de otorgar la confianza lo sabe, y por tanto no la otorga. Cuando las decisiones de mañana están totalmente predestinadas, sea cual sea la decisión que tomemos hoy, entonces la conducta de hoy es irrelevante y la racionalidad vuelve a llevarnos a la decisión de abusar si alguien confía. *Aumentar la probabilidad de que la transacción se repita* y evitar que exista un momento en el tiempo conocido acerca de cuándo la relación va a terminar,

constituyen iniciativas clave para fomentar la confianza.

La interposición de personas jurídicas, sustituyendo a las personas físicas, en las transacciones económicas sirve al propósito de aumentar el horizonte temporal de las relaciones comerciales y fomenta la confianza. En efecto, la persona física tiene un horizonte temporal finito, y la probabilidad de que la relación se termine aumenta con la edad, tal como nos dicen las tablas de mortalidad. Sin embargo la persona jurídica trasciende a la persona física, y la reputación asociada a su nombre comercial es independiente del propietario físico, para muchos desconocido. Además, la persona jurídica, aunque con responsabilidad limitada, puede influir en la probabilidad de supervivencia tomando decisiones que refuercen su solvencia patrimonial.

El horizonte temporal y los beneficios futuros que se van a recibir a lo largo del mismo tienen que ver también con el *tipo de interés* al que se descuentan esos beneficios para calcular su valor actual. Un tipo de interés alto disminuye el valor presente de las rentas futuras, y con ello el valor económico de la reputación. El tipo de interés de descuento depende de factores institucionales ajenos a las empresas y a las personas físicas —estabilidad macroeconómica por ejemplo—, pero también depende de decisiones empresariales, como por ejemplo el riesgo de las inversiones que se realizan y la prima por riesgo que se añade al interés de mercado en función de ese riesgo. La prudencia en las inversiones es una forma de ganar confianza si con ello se logra transmitir la señal de que el futuro es importante pues se descuenta a un tipo de interés menor.

Si quien abusa de la confianza va a quedar impune porque no es posible detectar ese abuso, y por tanto no se le penaliza en forma de pérdida de oportunidades de intercambio futuro, el primer término del *VER* será nulo. En este caso, el valor de la reputación nunca podrá ser positivo y la reputación no sirve para generar confianza. La *transparencia* en las actuaciones de quien desea hacerse merecedor de la confianza es una condición necesaria para que esa confianza acabe manifestándose. Está en el interés de quien quiera hacerse merecedor de la confianza, a través de colocar como fianza un valor positivo de su reputación, crear las condiciones para que su comportamiento sea visible para todos. El valor de la reputación aumenta con el número de personas que están en condiciones de penalizar un abuso retirando la confianza, aunque el abuso no les afecte directamente. Poseer una marca muy conocida en el mercado es una forma de aumentar la confianza hacia los productos de la empresa porque, primero, se clarifican los términos de la transacción y, segundo, un abuso de confianza devaluará la reputación de la empresa y de la marca entre todos los que las conocen (12).

Otra situación donde la reputación queda muy devaluada es la que se produce cuando quien ha de hacerse merecedor de la confianza tiene muchas facilidades para desviar los recursos disponibles hacia actividades alternativas después de abusar de la confianza de los demás, evitando con ello cualquier penalización en forma de pérdida de oportunidades para hacer valer la confianza en el futuro. Merecer la confianza obligará a asumir *barreras a la salida* o al abandono de la actividad que se realiza, por ejemplo invirtiendo más intensamente en activos in-

tangibles y específicos con un bajo valor económico en empleos alternativos a su uso actual. Un alto capital comercial asociado a una marca conocida y asentada en el mercado, con importantes presupuestos publicitarios, puede tener la condición de activo específico capaz de inducir confianza en la empresa que la gestiona, debido al nulo valor de la marca como activo en otros usos alternativos al actual.

IV. LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN INTERNAS

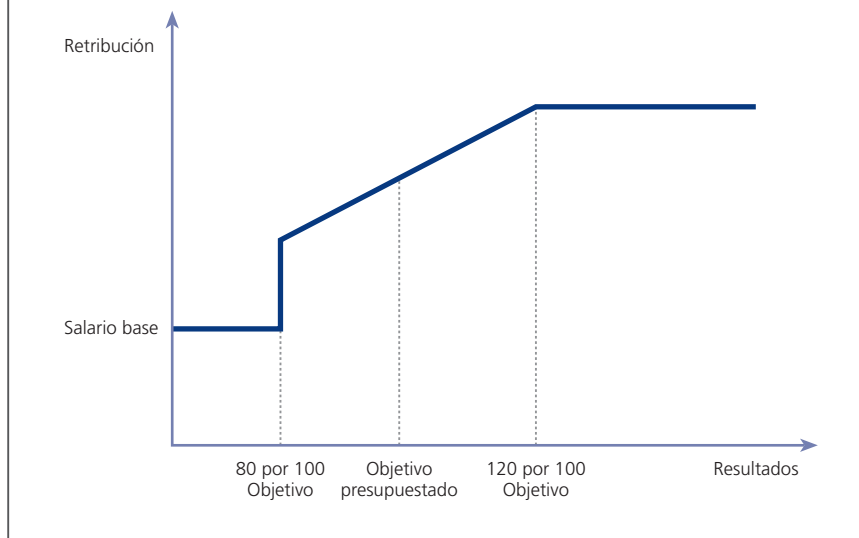
Hasta aquí hemos hablado de ética y confianza pensando en los agentes económicos en su conjunto, es decir, sin distinguir entre el comportamiento de las organizaciones y el comportamiento de las personas que las integran. Es evidente que los bancos, como cualquier empresa, deberán gestionar la ética en el interior de sus organizaciones. Un punto de partida importante en esa gestión será el suscribir un código sobre los valores éticos que se considerarán críticos por la organización, y trabajar para que todas las personas que integran la empresa actúen en consecuencia con ellos. Las autoridades públicas y los órganos reguladores insisten en la importancia de que las entidades financieras asuman determinados códigos de conducta y pongan en marcha iniciativas dentro de los bancos para que se apliquen con rigor. Por ejemplo, algunas empresas proporcionan formación sobre ética a sus empleados y crean la figura del «defensor de las prácticas éticas». De hecho, en este ámbito se ha acuñado el término «riesgo reputacional» como uno más, y no menos importante, de los riesgos a que deben prestar atención las entidades financieras y, por supuesto, cualquier empresa (13).

Los códigos de conducta y los medios para conseguir que se cumplan son herramientas útiles para este fin. Pero los expertos advierten que una visión estrecha de la ética en los negocios, que se limita a cumplir unas reglas, acostumbra a ser insuficiente para lograr los objetivos buscados. Muchos creen que el principal factor para controlar las conductas contrarias a la ética dentro de las empresas es la manera como los trabajadores perciben el valor que los directivos atribuyen a las conductas éticas. Lo que importa, en definitiva, es la cultura general de la organización y el ejemplo que se transmite desde los puestos directivos más altos de la jerarquía.

La cultura de la organización no surge de la nada. Emerge como resultado de una forma generalizada de comportarse que termina por instituirse y consolidarse. La conducta, por su parte, es consecuencia de la interacción entre las motivaciones de las personas y las restricciones que el diseño organizativo impone sobre ellas en la búsqueda de una solución a los problemas de coordinación y motivación que es necesario resolver para que la empresa funcione eficazmente. Una de las variables de diseño organizativo que más impacta en la conducta es el sistema de incentivos que tiene establecido la empresa.

En un artículo reciente, Michael Jensen ilustra cómo determinadas prácticas de gestión, y concretamente de fijación de incentivos en las empresas, pueden fomentar una cultura contraria a la ética individual y colectiva. Su reflexión toma como punto de partida el gráfico 2, que ilustra la forma habitual con la que las empresas establecen objetivos e incentivos para los directivos de cierto nivel.

GRÁFICO 2
RETRIBUCIÓN BASADA EN CUMPLIMIENTO
DEL OBJETIVO PRESUPUESTADO



Tal como aparece en el gráfico, existe un nivel de resultados mínimo a partir del cual el directivo comienza a percibir una retribución cada vez mayor por mejorar el resultado. Por otra parte, cuando el resultado llega a un cierto nivel (el 120 por 100 del objetivo), la retribución alcanza su techo, y más resultados no tiene ninguna incidencia en la retribución. Cuando el directivo anticipa que en el ejercicio corriente el umbral mínimo no se va a alcanzar por mucho que se esfuerce, entonces todo su esfuerzo se dirigirá a «manipular» las variables que inciden en la variable de resultados, con el fin de que en el ejercicio siguiente le resulte más fácil conseguir el objetivo marcado. Esto se consigue adelantando al período corriente costes que corresponden a períodos futuros y/o retrasando ingresos para que afloren en años futuros. Las prácticas contables irregulares se repiten una vez se ha excedido el nivel de resultados que marca el techo de la re-

tribución variable, y no se mejora la retribución aumentándolos. Por el contrario, si el directivo percibe que está cerca del objetivo mínimo que le permite acceder a las primas por resultados, sus incentivos inmediatos serán a adelantar ingresos y a retrasar costes hasta conseguirlo.

Jensen aporta abundantes ejemplos de empresas y situaciones donde las prácticas a que da lugar el sistema de evaluación descrito terminan por deteriorar la conducta hasta el extremo de generalizar situaciones de mentiras consentidas en todos los ámbitos de la organización. En sus propias palabras,

La honestidad y la integridad se erosionan a lo largo de toda la organización porque una vez que a los directivos se les permite engañar y esconder información como un medio de tener éxito en el juego del presupuesto objetivo, la conducta poco íntegra enseguida se extiende por toda la organización e incluso en las relaciones de ésta con el ex-

terior. El jugueteo alrededor del presupuesto se extiende inevitablemente a las relaciones de la empresa con el mercado de capitales desde el momento en que el director general se encuentra inmerso en un juego con los analistas financieros sobre la consecución de determinadas metas financieras. «Gestionar los números», como habitualmente se le llama, se considera parte de la tarea del más alto directivo de la empresa. Aparece también en el consejo de administración, en el momento en que la dirección engaña al consejo, cuando el consejo engaña a su vez a los accionistas y a otros interesados externos, y desde el momento que los directivos engañan a los clientes, los proveedores y los trabajadores, sobre cualquier tipo de información importante que afecta a la compañía, Jensen (2001).

Para superar esta situación, o al menos atenuarla, Jensen recomienda desvincular los presupuestos del sistema de retribuciones y diseñar este último de manera que la parte variable de la retribución se calcule de acuerdo con una relación lineal entre resultados y retribución que se recibe. De este modo, cualquier variación en el esfuerzo y en la conducta de los agentes tiene el mismo efecto marginal sobre las recompensas que se reciben, y se eliminan los incentivos a conductas orientadas a manipular los verdaderos resultados alrededor de los puntos «esquina». Las opciones sobre acciones son una forma de retribución que también incluye relaciones no lineales entre resultados y recompensas (la opción sólo se ejecuta cuando el precio de la acción supera el precio de ejercicio de la misma que se establece en el contrato), de manera que se considera un sistema de retribución más propicio para fomentar comportamientos manipuladores que minan la ética colectiva que otras formas de retribución, por ejemplo directamente con acciones de la propia empresa.

V. CONCLUSIÓN

El objetivo de este texto es ofrecer un marco conceptual relativamente simple para integrar la ética y la racionalidad económica, relacionar la ética con la confianza y ofrecer unas orientaciones para la gestión a través de identificar los factores que influyen en el valor económico de la reputación. Los conceptos se han ilustrado con referencias a los mercados financieros y a los agentes que operan en ellos: bancos y cajas. Otra reflexión que se considera importante es la que relaciona la ética colectiva de las organizaciones con la conducta de las personas que las integran: trabajadores y directivos. Una gestión correcta de la ética colectiva obliga a tener en cuenta la influencia en el comportamiento humano de la interacción entre preferencias e incentivos dentro de la organización. Las preferencias son difíciles de alterar, pero los incentivos son variables de control de la empresa con las que sí es posible influir en la conducta y, por tanto, en la integridad del comportamiento individual y colectivo. Algunos trabajos recientes insisten en la importancia de prestar atención a los instrumentos de organización y gestión internos de las empresas cuando se intenta mejorar su comportamiento ético.

Las personas jurídicas, empresas, encuentran una justificación económica cuando la reputación es un activo importante para habilitar contratos implícitos, en circunstancias en las que los altos costes de transacción convierten en inviables a los contratos explícitos. Esto es así porque la persona jurídica que sustituye a la persona física en los intercambios tiene un horizonte temporal ilimitado, y por ello su reputación tendrá también un mayor valor

económico. La reputación de la empresa, como representación de una acción colectiva en la que intervienen muchas personas, adquiere una especial relevancia, y quienes tienen poder para velar por ella tendrán el máximo interés en que esa reputación no se ponga en peligro por las personas que actúan en su nombre, avaladas por la reputación de la institución a la que representan. Alinear la reputación de la organización como colectivo con la reputación individual de cada persona que actúa en nombre de ella constituye un objetivo importante de la gestión de la reputación.

La exposición ha hecho hincapié en distinguir entre «conducta ética» y «personas éticas». La primera se refiere a una forma de comportarse en determinadas situaciones, mientras que las personas éticas responden a un rasgo de personalidad que está presente en cualquier situación de decisión en que se encuentren. La conducta ética puede ser coherente con las bases convencionales de la racionalidad económica como hemos tratado de poner de manifiesto a través del «juego» donde intervienen la confianza, su honra posterior y el interés, egoísta, de preservar una reputación. Una posible conjetura que se desprende de lo dicho es que la ética puede ocupar un espacio propio como paradigma de conducta desde el momento en que aún quedan muchas conductas que la racionalidad económica al uso tiene dificultades para explicar. Relacionando la ética con la racionalidad económica más ortodoxa no pretendemos ofrecer la única explicación posible del comportamiento ético, sino sólo establecer el punto de partida para indagar sobre explicaciones que entronquen con valores humanos más profundos que el del enriquecimiento personal.

NOTAS

(*) Una versión anterior de este texto se presentó como ponencia en el Seminario de la Fundación ETNOR, Valencia, noviembre 2002, y en el Seminario de la Escuela de Finanzas Aplicadas (AFI), marzo 2005. El autor agradece los comentarios de los asistentes a dichos seminarios. Trabajo realizado dentro del proyecto SEJ2004-07530-C40-03/ECON.

(1) EMBID (2004) analiza la responsabilidad social corporativa desde la ética y el derecho, poniéndola en relación con los desarrollos sobre buen gobierno corporativo en España. ARROW (1974) es un clásico sobre la confianza y la creación de riqueza.

(2) Otro concepto relacionado con la ética y la confianza es el capital social; BOURDIEU (1985), PUTMAN (1995), ADLER y KNOWN (2002), y PÉREZ y otros (2005) analizan el capital social desde la racionalidad económica con un planteamiento no muy distinto al que aquí se expone.

(3) McNAIL (1978) describe el papel de los contratos relacionales, implícitos en las relaciones económicas. Sobre contratos incompletos, véase GROSSMAN y HART (1986) y HALONEN (2002). Una visión más amplia del papel de las instituciones diferentes a los precios en la asignación de recursos puede encontrarse en WILLIAMSON (1985). SALAS (2004) y ASHER y otros (2005) fundamentan una teoría de la empresa desde los interesados a partir de los derechos de propiedad.

(4) Si bien es cierto que la formalización del proceso de generación de confianza es muy vaga, BARON y KREPS (1999) construyen una teoría de la gestión de recursos humanos desde la confianza que constituye un magnífico ejemplo de cómo avanzar en la formalización de la responsabilidad en el ámbito social.

(5) SALAS (2004, 2005) analiza las diferencias entre responsabilidad social y buen gobierno.

(6) La ilustración sigue de cerca a KREPS (1990). Véase también SALAS (2001).

(7) WILLIAMSON (1993) explica las diferentes fuentes de generación de confianza en las relaciones personales que utilizamos en la exposición posterior.

(8) KANDEL y LAZEAR (1992) utilizan la presión social para explicar la eficiencia de organizaciones no jerárquicas. Ver también SALAS (2000).

(9) SETHI y SOMANATHAN (2003) explican el origen y el papel económico de la institución de la reciprocidad.

(10) Una discusión más pormenorizada y formal sobre el valor de la reputación, en condiciones más generales que las que aquí se exponen, puede verse en TADELIS (2002).

(11) HANSMANN (1996) es una excelente referencia para comprender el papel de la forma de propiedad para el desarrollo de los mercados financieros. Véase también AFI (2003).

(12) Dicho así parece que la transparencia y la información no deberían regularse, porque está en el interés de quienes actúan con ventaja renunciar a esa ventaja dando la máxima información a terceros. Sin embargo, el mercado de la información está sujeto a fallos que hacen recomendable una regulación de la transparencia, como la que observamos en la regulación del gobierno corporativo.

(13) La responsabilidad social corporativa, como herramienta de gestión, tiene también un origen en el riesgo reputacional. Las empresas globales asumen ese riesgo cuando la prensa difunde la noticia, cierta o no, de que la empresa degrada el medio ambiente o abusa del trabajo infantil. Si los clientes, inversores financieros o trabajadores son sensibles a esos comportamientos, pueden retirarle la confianza a la empresa y producir pérdidas económicas muy elevadas.

BIBLIOGRAFÍA

- ADLER, P., y KWON, S. W. (2002), «Social capital: prospects for a new concept», *Academy of Management Review*, vol. 27, n.º 1: 17-40.
- AFI (2003), *Presente y futuro de las cajas de ahorros*, Fundación Caixa Galicia.
- ARROW, K. (1974), *The Limits of Organization*, Nueva York, Norton and Co.
- ASHER, C.; MAHONEY, J., y MAHONEY, J. (2005), «Towards a property rights foundation for a stakeholder theory of the firm», *Journal of Management and Governance*, vol. 9: 5-32.
- BAKER, G.; GIBBONS, R., y MURPHY, K. (2002), «Relational contracts and the theory of the firm», *The Quarterly Journal of Economics*, 117: 39-84.

BARON, R., y KREPS, D. (1999), *Strategic Human Resources*, Nueva York, Wiley.

BOURDIEU, P. (1985), «The forms of capital», en Richardson, J. G. (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Nueva York, Greenwood: 241-258.

EMBIU IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad social corporativa ante el derecho mercantil», *Cuadernos de Derecho y Comercio*, diciembre, 11-44.

GROSSMAN, S., y HART, O. (1986), «The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral ownership», *Journal of Political Economy*, 44: 691-719.

HANSMANN, H. (1996), *The ownership of enterprise*, Harvard University Press.

HALONEN, M. (2002), «Reputation and the allocation of ownership», *The Economic Journal*, 112: 539-558.

JENSEN, M. (2001), «Paying people to lie: The truth about the budgeting process», *Harvard Business Review*, noviembre.

KANDEL, E., y LAZEAR, P. (1992), «Peer pressure and partnership», *Journal of Political Economy*, 100, 4: 801-817.

KREPS, D. (1990), «Corporate culture and economic theory», en ALT, D., y SHEPSON, K. (eds.), *Perspectives on Positive Political Economy*, Nueva York, Cambridge University Press: 90-143.

LA PORTA, R.; LÓPEZ DE SILANES, F.; SHLEIFER, F., y VISHNY, R. (1997), «Trust in large organizations», *American Economic Review*, 87, 2: 333-338.

MCNAIL, I. (1978), «Contracts: adjustments of long term economic relations under classical, neoclassical and relational contract

law», *Northwestern University Law Review*, 142: 854-906.

PÉREZ, F.; MONTESINOS, V.; SERRANO, L., y FERNÁNDEZ, J. (2005), *La medición del capital social: Una aproximación económica*, Fundación BBVA.

POWELL, W. (1990), «Neither market nor hierarchy», en *Research in Organizational Behaviour*, XII: 295-336.

PUTMAN, R. (1995), «Bowling alone: America's declining social capital», *Journal of Democracy*, 6 (1): 65-78.

SALAS, V. (2000), «La cultura en las organizaciones», *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 7: 341-364.

— (2001), «Cultura y confianza en las organizaciones», *XXI Jornadas de Economía de la Salud*, junio.

— (2004), «La regulación del gobierno empresarial», *Moneda y Crédito*, n.º 218: 253-290.

— (2005), «¿Sustituye la responsabilidad social al buen gobierno de la empresa?», *Economistas*, 106: 4-12.

SETHI, R., y SOMANATHAN, E. (2003), «Understanding reciprocity», *Journal of Economic Behaviour and Organization*, vol. 50, 1: 1-27.

TADELIS, S. (2002), «The market for reputation as an incentive mechanism», *Journal of Political Economy*, agosto: 546-561.

WILLIAMSON, O. (1993), «Calculative ness, trust and economic organization», *Journal of Law and Economics*, 36: 453-486.

— (1985), *The Economic Institutions of Capitalism*, Nueva York, Free Press.

Resumen

Con el cambio de siglo, se ha producido una redefinición de la relación entre empresa y sociedad. Aunque los conceptos son esencialmente los mismos, el contexto ha variado profundamente. En el tema de la responsabilidad social de la empresa (RSE) existen problemas de ambigüedad en el uso de los términos más convenientes. Los más habituales son responsabilidad y sostenibilidad. En este artículo, el autor, tras analizar los factores que subyacen en el fenómeno paradójico de la carencia de una definición universal de la RSE y, al mismo tiempo, el innegable éxito de la idea que representa, propone pasar del concepto de responsabilidad social de la empresa (RSE) al de empresa responsable y sostenible (ERS).

Palabras clave: responsabilidad, sostenibilidad, empresa responsable y sostenible, responsabilidad social de la empresa.

Abstract

With the turn of the century there has been a redefinition of the relationship between business and society. Although the concepts remain basically the same, the context has changed drastically. In the matter of corporate social responsibility (CSR) there are problems of ambiguity in the use of the most appropriate terms. The most common ones are responsibility and sustainability. In this article, after examining the factors underlying the paradoxical phenomenon of the lack of a universal definition of CSR and, at the same time, the undeniable success of the idea that it represents, the author proposes moving on from the concept of corporate social responsibility (CSR) to that of responsible, sustainable company (RSC).

Key words: responsibility, sustainability, responsible sustainable company, corporate social responsibility.

JEL classification: M14.

DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA (RSE) A LA EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE (ERS)

Josep M. LOZANO (*)

ESADE

I. POR QUÉ ESTE TÍTULO

SÓLO atendiendo a los datos accesibles para la opinión pública, un observador podría concluir que, coincidiendo con el cambio de siglo, la redefinición de las relaciones entre empresa y sociedad se ha convertido en un tema prioritario en las agendas económica, política y social. Baste señalar, por ejemplo, que en 2004 aumentaron en un 50 por 100 las referencias a la responsabilidad social de la empresa en las cartas de los presidentes de las empresas del índice Standard and Poor's. Desde una perspectiva global más amplia, cabe señalar que en 1999 Koffi Annan lanzó en Davos su propuesta del Pacto Mundial (1) dirigida a la comunidad empresarial, y que la Comisión Europea escenificó en 2001 una tendencia que parece irreversible con la publicación de su libro verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (2).

Dos términos han adquirido en poco tiempo preponderancia a la hora de expresar esa redefinición de las relaciones entre empresa y sociedad: sostenibilidad y responsabilidad social de la empresa (RSE). En torno a ellos se ha gestado una suerte de batalla conceptual, hasta el punto de que a veces sorprenden las excesivas expectativas depositadas en la clarificación terminológica. Probablemente sería conveniente reconocer que ninguna definición

es autosuficiente (3), en la medida en que ambos términos tienen un fuerte componente, a la vez, heurístico y hermenéutico. Esto se debe al hecho de que, a través de términos como RSE y sostenibilidad, lo que se debate, en definitiva, es cuál es la función de la empresa, su propósito y su contribución a la sociedad (Handy, 2002). Post *et al.* (2002: 254) lo han expresado con claridad:

Porque desde que existen las empresas, su rol en la economía y en la sociedad ha sido objeto de atención y de debate. El poder de la empresa para influir sobre el modelo de desarrollo económico, social y político —junto con su impacto, en ocasiones negativo, sobre empleados, clientes y comunidades concretos— se ha contrapuesto regularmente a la capacidad de la empresa para crear nueva riqueza. Estas relaciones en conflicto revelan que la empresa representa tanto una contribución como un reto para la sociedad. Cada generación se ha formulado, en sus propios términos, la pregunta fundamental: *¿Ante quién y de qué es responsable la empresa?* A principios del siglo XXI, con el sistema empresarial expandiéndose por el mundo entero, esta pregunta sigue teniendo la misma importancia que ha tenido siempre. La empresa contribuye y se beneficia a la vez del sistema social más amplio en el que opera. La empresa afecta y se ve afectada por la ley, la política pública y las expectativas sociales; se ajusta a los estándares y acuerdos sociales existentes y, simultáneamente, los altera mediante sus propias iniciativas e innovaciones independientes.

En definitiva, lo que ha cambiado no son los conceptos, sino el contexto. Es evidente que no es la primera vez que se habla de RSE. Pero lo que resitúa el debate sobre la RSE y la sostenibilidad son las nuevas realidades económicas, políticas y sociales que redefinen el marco de referencia en el que se plantea el propósito, la razón de ser y la legitimación de las actuaciones empresariales. Desde esta perspectiva, probablemente tiene razón *The Economist* (2005) cuando afirma que la RSE ha ganado la batalla de las ideas (4); y la ha ganado sin que, paradójicamente, exista una definición universalmente aceptada de la RSE (Holme y Watts, 2000). Desde mi punto de vista, tanto esa victoria como la ausencia de definición responden, al menos, a dos razones.

a) La primera, que no se suele considerar explícitamente, es que, tras la pregunta acerca de la RSE, subyacen tres cuestiones interrelacionadas, pero que tienen cierta entidad por sí mismas: 1) la pregunta acerca de la comprensión de la responsabilidad en un mundo interdependiente, organizado en redes, cuyos actores relevantes no son únicamente individuos aislados o agregados, sino también organizaciones; 2) la pregunta acerca de la sociedad que queremos construir, ante la que cada vez somos más conscientes de que resulta un riesgo letal la confusión posmoderna entre vivir sin un modelo normativo de sociedad y vivir sin un proyecto de sociedad, y 3) la pregunta acerca de la empresa, una entidad que ha devenido institucionalmente indispensable e individualmente impredecible, y cuyos retos no afectan sólo a la gestión, sino también a su comprensión y su razón de ser. Únicamente si tenemos en cuenta que tras la RSE subyacen estas preguntas y, a la vez, que la RSE es un intento de darles res-

puesta, resulta comprensible que el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) llegue a afirmar que «la RSE es un concepto fundamental —como la libertad o la igualdad— que se está redefiniendo constantemente para servir a las necesidades y los tiempos cambiantes» (WBCSD, 2002: 6).

b) La segunda es la diversidad de usos del término *social* en los debates sobre la RSE, lo que ha llevado a que a menudo se utilicen las mismas palabras para decir cosas sustancialmente distintas. Así, la S de RSE se ha entendido:

— Como la relación de la empresa con determinados *stakeholders* de su entorno social, habitualmente no vinculados directamente a su actividad empresarial.

— Como una dimensión o un aspecto que, en diversos grados e intensidades, es inherente a la relación con todos los *stakeholders*, y que debe tenerse en cuenta junto con otras dimensiones o aspectos.

— Como una manera de comprender la gestión y la excelencia empresariales, lo que incluye tener en cuenta a todos los *stakeholders*.

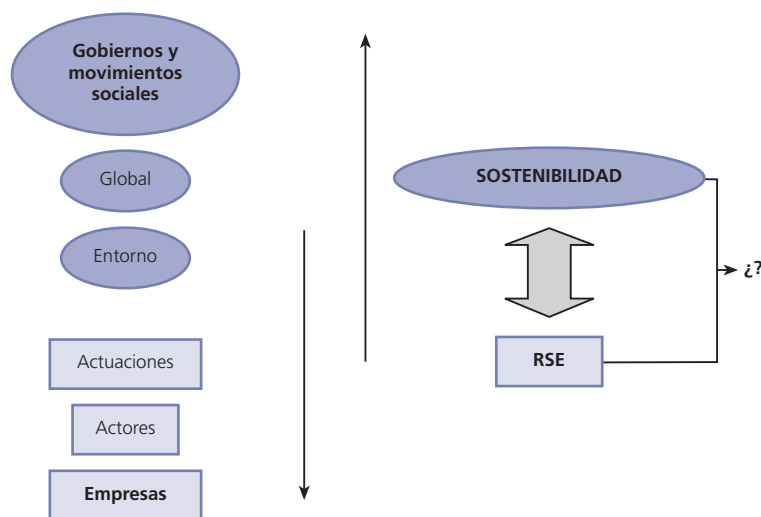
— Como un compromiso y unos objetivos que van más allá de los específicos del negocio, que son compartidos con otros *stakeholders*, y que sitúan la actuación de la empresa en un horizonte de comprensión común.

— Como el eje del discurso que legitima la RSE («lo social») frente a otros aspectos del discurso sobre la empresa (como «lo económico»; «lo medioambiental», «lo managerial», etc.), en contraste con ellos o complementándolos.

A todo ello cabe añadir que, en cuanto a los cuatro primeros puntos, el siguiente puede incluir al anterior (pero no al revés), y que la función legitimadora de un discurso sobre «lo social» es indispensable siempre, aunque adopte perspectivas y argumentos que pueden ser sustancialmente distintos en cada uno de los niveles. No debe extrañarnos, pues, que algunos malentendidos en los debates económicos, políticos y sociales que abundan sobre el tema sean debidos, simplemente, a que con las mismas palabras se sostienen visiones distintas, e incluso enfrentadas, de lo que está realmente en juego, así como sus respectivas, y no menos diversas, estrategias.

Con todo, no hay que olvidar que el triunfo de la RSE no ha sido, hasta el momento, total, y que comparte espacio en el debate público con el término *sostenibilidad*, que en algunos países europeos es la clave de lectura dominante para aproximarse a la misma temática que aborda la RSE (5). Curiosamente, ambas perspectivas coinciden en subrayar que las empresas deben adoptar un enfoque de su gestión que se corresponda con lo que se ha denominado la triple cuenta de resultados (Elkington, 1997) —económicos, sociales y medioambientales— (6), lo que, precisamente, no contribuye a resolver el problema, pues, en el caso de la RSE, *social* es al mismo tiempo la denominación general y uno de sus aspectos. En el caso de la sostenibilidad, aunque no se da un conflicto semántico tan evidente, ocurre algo semejante, en la medida en que tiende a identificarse lo sostenible con lo medioambiental, algo que, por otra parte, se pone de manifiesto en el hecho de que el discurso sobre la sostenibilidad desempeña un papel más importante que el de la RSE en aquellos países

GRÁFICO 1
APROXIMACIÓN DESDE LA SOSTENIBILIDAD Y DESDE LA RSE



Fuente: Josep M. Lozano, ESADE.

donde la presencia de los movimientos sociales de carácter ecologista y de las políticas *verdes* se halla más arraigada.

Sospecho que ninguna de las dos formulaciones será la definitiva, más allá del éxito mediático que tiene por ahora la RSE, porque ambas hacen que dirijamos nuestra mirada hacia una misma problemática, aunque desde perspectivas distintas, a la vez convergentes y complementarias. Mientras que la RSE parte de una consideración de las empresas como actores individuales y se plantea el impacto de sus actuaciones en el entorno social y medioambiental, la sostenibilidad parte de un discurso más global (propio de los gobiernos y de algunos movimientos sociales) y, desde un análisis más atento a la realidad de un entorno al mismo tiempo global y local, se plantea cómo contribuyen a dicha realidad los diversos actores, especialmente las empresas. ¿Tiene

sentido, pues, pretender una denominación que integre la perspectiva de la sostenibilidad y la de la RSE? (gráfico 1).

Nuestra propuesta de *empresa ciudadana* (Lozano, 2002) no es tan ambiciosa como para pretender resolver este interrogante, pero sí que aspira a ofrecer una clave de lectura que permita integrar mínimamente la diversidad de cuestiones que estamos planteando. Pero antes de justificar esta denominación es necesario mostrar sucintamente el itinerario que nos ha llevado a hablar de la *empresa responsable y sostenible*.

II. EL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO MARCO DE LA EMPRESA SOSTENIBLE

El término *sostenibilidad* es cada vez más usado y aceptado, lo que no significa que su uso esté siempre establecido con precisión (7).

De hecho, el término nació en el marco de la gestión de los recursos naturales y se refiere a la necesidad de no emplear más recursos de los que el entorno natural puede regenerar. Aunque la referencia a la sostenibilidad no debe reducirse a la del medio ambiente ni confundirse con ella, muchos de sus usos cotidianos se acercan a esa identificación. En cualquier caso, esto no debe sorprendernos, en la medida en que su origen está directamente relacionado con la preocupación ambiental y con la referencia a la capacidad de los ecosistemas de mantener las condiciones que permitan la continuidad de la vida. En definitiva, no es posible hablar de sostenibilidad sin atender de manera específica a todo lo relacionado con el medio ambiente; puede que no deba confundirse la sostenibilidad con la atención al medio ambiente, pero sin atención al medio ambiente no cabe hablar de sostenibilidad. En lo que se refiere al desarrollo sostenible, pese a la diversidad de matices, la referencia comúnmente aceptada es la que propuso la llamada Comisión Brundtland en 1987, cuando habló de un desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para dar respuesta a sus propias necesidades.

Llegados a este punto, es evidente que si se adopta esta perspectiva para hablar de desarrollo sostenible, el término pasa a incorporar inevitablemente aspectos políticos y culturales. En primer lugar, porque al hablar de las necesidades de las generaciones introduce como elemento del desarrollo sostenible la superación de la pobreza y las desigualdades. En segundo lugar, porque las necesidades no son algo cerrado y definido al margen de lo que cada cultura establece para sí misma

como humanamente valioso. Y en tercer lugar, porque introduce claramente una perspectiva de largo plazo como criterio para la toma de decisiones en el presente. Podríamos decir que hablar de sostenibilidad supone, en primer lugar, pensar en términos sistémicos y, en segundo lugar, la voluntad de replantear las relaciones entre los seres humanos y, al mismo tiempo, entre éstos y el medio ambiente en el que viven desde una perspectiva tanto intrageneracional como intergeneracional.

En lo que respecta al desarrollo del movimiento por la sostenibilidad conviene tener en cuenta su secuencia (Elkington, 1997, 2001), entre otras razones porque es en su última etapa en la que se produce la convergencia con el movimiento de la RSE, con el que en sus orígenes tenía pocos puntos en común. En efecto, en las décadas de 1960 y 1970, todavía bajo los efectos de la guerra fría, surgieron las primeras ONG y movimientos sociales *verdes*, cuyos objetivos eran, por una parte, estimular una nueva conciencia acerca de los retos al mismo tiempo sociales y medioambientales que estaban emergiendo y, por otra parte, influir para propiciar el cambio de la agenda política. En los años ochenta, y hasta mediados de los noventa, el impacto de las grandes catástrofes medioambientales introdujo cambios políticos y legislativos; simultáneamente, grandes empresas transnacionales aparecieron ante la opinión pública como claramente involucradas, directa o indirectamente, en algunas de esas catástrofes y, por consiguiente, como parte del problema y no de su solución. Coincidiendo con el cambio de milenio, estas cuestiones comenzaron a plantearse en el contexto de los debates públicos relacionados con el proceso de globalización, y se vincularon

progresivamente con la posibilidad y las condiciones de la gobernanza, tanto a escala planetaria como en los diversos estados. En este sentido, la afirmación de la necesidad de integrar lo económico, lo social y lo medioambiental dio lugar a la aparición de un marco de referencia que se ha convertido en punto de encuentro entre el discurso de la sostenibilidad y el de la responsabilidad social de la empresa.

Así pues, la diferencia entre estas dos aproximaciones no parece ser tanta si tenemos en cuenta que ambas abogan por considerar los aspectos económicos, sociales y medioambientales tanto en las estrategias empresariales como en las políticas (recuérdese que la Comisión Europea ha especificado que los tres aspectos forman parte tanto de la RSE como del desarrollo sostenible). Quizá la diferencia más significativa es que el desarrollo sostenible incluye explícitamente una preocupación por la justicia tanto intrageneracional como intergeneracional. En todo caso, podría considerarse que la RSE funciona a un nivel más micro, y que parece referirse, concretamente, a lo que hacen las empresas, mientras que el desarrollo sostenible es una perspectiva que pone el acento en lo macro, y que afecta al conjunto de la sociedad (y, en consecuencia, también al papel que desempeñan las empresas en este contexto). De hecho, esto se percibe con claridad si analizamos las estrategias nacionales de desarrollo sostenible. Habitualmente, estas estrategias se refieren a cuestiones como la cohesión social, la calidad de vida, la justicia (en sus dos vertientes, diacrónica y sincrónica), la salud, ciertos aspectos de las condiciones de trabajo, los sistemas de transportes y comunicaciones o el medio ambiente. En este sentido, cuando se incorpora la RSE a la estra-

tegia de desarrollo sostenible se hace apelando al papel que desempeñan las empresas en la sociedad donde operan y, por consiguiente, desde el reconocimiento de que su contribución resulta indispensable para avanzar hacia la integración de lo económico, lo social y lo medioambiental.

Recordemos que, de hecho, en lo que respecta a las prácticas empresariales, el punto de encuentro entre el desarrollo sostenible y la RSE ha sido la afirmación por ambas partes de que es necesario que las empresas asuman una perspectiva en consonancia con lo que se ha denominado la *triple cuenta de resultados*: «centrarse en la prosperidad económica, en la calidad medioambiental y —el elemento que las empresas han tendido a pasar por alto— en la justicia social» (Elkington, 1997: 2). Es importante tener presente esta primera formulación, porque desde entonces la triple cuenta de resultados se ha interpretado habitualmente en el sentido de que las empresas deben tener en cuenta las dimensiones y las consecuencias económicas, sociales y medioambientales en todas sus actuaciones, y dar cuenta de ello. Se trata, sin duda, de un enfoque mucho más comprensible en términos operativos y de gestión; no obstante, puede encubrir el olvido del marco de referencia que le da sentido: prosperidad económica, calidad ambiental y justicia social. Como veremos reiteradamente, la asunción de esta mirada estrábica, que supone tener capacidad para actuar mirando al mismo tiempo a la empresa y a la sociedad, es uno de los retos más recurrentes y peor resueltos en relación con el tratamiento de este tipo de cuestiones.

En cualquier caso, este enfoque, que pone énfasis en la consideración del impacto y de los re-

sultados económicos, sociales y medioambientales, está impregnando progresivamente las estrategias y modelos de gestión de las empresas, así como la rendición de cuentas de sus actividades. Por eso se ha definido la *empresa sostenible* como «la empresa que incorpora plenamente los principios de la sostenibilidad humana y ecológica a sus propias operaciones y que, asimismo, trabaja activamente para apoyar la aplicación de los principios de la sostenibilidad al resto de la sociedad» (Dunphy *et al.*, 2003: 62).

Quizás una de las aportaciones más relevantes de los enfoques propios del desarrollo sostenible es que éstos llevan a adoptar ante los problemas y las decisiones una actitud sensible a una perspectiva de largo plazo, tanto en términos sociales como medioambientales; no olvidemos que el informe de la Comisión Brundtland llevaba por título *Nuestro futuro común*. Si se atiende estrictamente a ese título, ello supone el desarrollo de la capacidad de pensar no sólo en términos de futuro, sino también en términos de lo que es común en dicho futuro, algo que a menudo se olvida. Esto, por cierto, es especialmente relevante si tenemos en cuenta que, en nuestra sociedad del riesgo (Beck, 1986), la ausencia de futuro es, precisamente, una de sus posibilidades. Así pues, cuando hablamos de sostenibilidad no estamos hablando únicamente de generar hipótesis o escenarios sobre el futuro. Estamos hablando de la capacidad institucional y organizativa de actuar con propósito y de construir proyectos; propósito y proyectos que, sin dejar de ser el resultado de iniciativas propias de cada organización, pueden ser objeto de debate público en la medida en que su realización, en un mundo interdependiente, tiene también un componente público. Un mundo des-

bocado (Giddens, 1999) requiere que no nos guiemos exclusivamente por objetivos, sino que éstos adquieran sentido y regulación a partir de la explicitación de fines y valores, algo que no es obvio, que no se puede dar por supuesto y que también precisa aprendizaje, y no sólo individual, sino también organizativo.

En este punto reside la dificultad y, a la vez, el reto implícito de la *empresa sostenible*. La dificultad estriba en que debe verse a sí misma y contemplar sus actuaciones teniendo en cuenta no sólo sus intereses más inmediatos, sino también su contribución a un contexto que se contempla y valora desde una perspectiva más amplia, y al que se da cierta prioridad. Esta perspectiva no siempre forma parte del bagaje habitual de la gestión empresarial, que tiende a ver el contexto social y medioambiental, básicamente, como escenario y condición de posibilidad de su actuación (y que suele referirse a él con la pulcra, aséptica y distante —y errónea, por cierto— denominación de *entorno*). El reto, mientras tanto, pasa por asumir que los problemas de gobernanza ponen de manifiesto que no existe un único actor responsable de lo público o de lo común, sino que los diversos actores deben contemplarse como protagonistas corresponsables de las respuestas que deben darse a los problemas colectivos.

Así pues, hablar de *empresa sostenible* supone incorporar a la gestión empresarial una clave de lectura que debe impregnar la visión empresarial, y que debe caracterizarse por:

a) Incorporar el largo plazo y la construcción de una visión de futuro como elementos estructuradores de las estrategias y las decisiones empresariales (8). Esto no

es tan obvio como puede parecer: la presión de los resultados a corto plazo o la fijación reduccionista, y a veces indecente, en su obtención se suele aducir a menudo como explicación de determinados fracasos empresariales, de muchos escándalos impropia-mente llamados empresariales y de las dificultades prácticas para la asunción de la sostenibilidad y de la responsabilidad social de la empresa.

b) Atender específicamente a los aspectos medioambientales implicados en la gestión empresarial, en función de las especificidades de cada empresa y sector. Aunque la sostenibilidad no debe reducirse a la preocupación por el medio ambiente, el origen del término está asociado al planteamiento de retos o crisis de carácter ambiental; no por casualidad, ni por mera ignorancia recalcitrante, ambos términos, sostenibilidad y medio ambiente, se suelen utilizar coloquialmente casi como equivalentes. En cualquier caso, sin atención explícita y específica a los aspectos ambientales implicados en la gestión de las empresas y otras organizaciones no cabe hablar de sostenibilidad. Dicho con otras palabras, la afirmación normativa de la empresa sostenible se contrapone a lo que podríamos llamar el *olvido ambiental* que a menudo ha caracterizado, y caracteriza, la gestión y las prácticas empresariales.

c) Estrictamente, no deberíamos hablar de empresa sostenible si únicamente nos referimos a su voluntad de pervivencia en el tiempo y a la gestión proactiva de sus impactos medioambientales. En última instancia, la empresa sostenible es aquella que orienta sus actividades desde la perspectiva de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad donde opera y, por consiguiente,

es aquella que incorpora los valores del desarrollo sostenible a su visión empresarial y a sus criterios de actuación.

Ése es, probablemente, el punto de intersección entre la sostenibilidad y la responsabilidad social de la empresa.

III. UNA CONFUSIÓN INGENUA (Y A VECES TAMBIÉN INTERESADA) ENTRE LA RSE Y LA ATENCIÓN A DETERMINADOS STAKEHOLDERS «SOCIALES»

Antes de pasar al análisis detallado de los planteamientos propios de la RSE, conviene detenerse en el análisis de una confusión que todavía pervive, propiciada en parte por la ambigüedad del uso del término *social*. Esta confusión consiste en identificar la RSE con la relación de la empresa exclusivamente con un tipo de actores o un tipo de problemáticas identificadas con «lo social». Nos referimos, por una parte, a todo lo que atañe a la filantropía y al mecenazgo, y por otra, a lo que se ha dado en denominar *acción social*.

Miralles (2004) ha planteado esto con claridad en un lúcido trabajo sobre las relaciones entre ética empresarial y globalización. Tanto la filantropía como la acción social aluden a la relación de la empresa con la comunidad local donde se inserta, y contribuyen a resolver algunos de los problemas de carácter social más acuciantes y a facilitar el encaje de la empresa en dicha comunidad. De esta manera, la empresa puede ser objeto de un reconocimiento que amplíe lo que se ha dado en denominar la *licencia para operar*, en la medida en que, con este tipo de actuaciones, pasa a ser consi-

derada como un vecino elegible y deseable (Burke, 1999).

Esta perspectiva puede resultar reduccionista, si se limita a considerar un sólo tipo de actores sociales como interlocutores, y limitada, si se limita a construir dicha relación con la comunidad basándose exclusivamente en las contribuciones económicas (9), pero incorpora implícitamente algo que conviene no olvidar: las comunidades donde opera una empresa y sus necesidades no son algo ajeno a ésta; de manera que la empresa no puede prescindir de ellas cuando se plantea sus decisiones y estrategias. La empresa no opera en el vacío, ni las comunidades donde se inserta son una mera plataforma, o una posible fuente de obstáculos y resistencias para su actuación. No obstante, también conviene añadir que esta consideración no lleva, en ningún caso, a la conclusión de que deban adoptarse necesariamente prácticas de filantropía o de acción social si se quiere asumir un enfoque de RSE. Evitar esta confusión no es baladí, como pone de relieve el estudio de *The Economist* (2005) al que ya nos hemos referido, en el que a veces la RSE, simplemente, se identifica con la caridad, probablemente para poder descalificar mejor a la RSE... y quizá también a la caridad (10).

Dado que nuestra propuesta se articula en torno a la idea de *empresa ciudadana*, en este punto conviene evitar la confusión con lo que, especialmente en Estados Unidos, se denomina *ciudadanía corporativa*, que a menudo alude estrictamente a la cuestión que ahora estamos planteando: las relaciones con la comunidad (11). Dichas relaciones se conciben, desde este enfoque, como filantropía o como aportación de recursos a la comunidad para mejorar su calidad de vida (o para evitar riesgos de re-

chazo social o de presión por parte de las autoridades públicas). Por consiguiente, sólo deben considerarse como uno de los aspectos de la RSE y, ciertamente, no como el más importante (Post *et al.*, 2002; Carroll y Bucholtz, 2003). De ahí que incluso se lleguen a considerar como relaciones no vinculadas directamente al negocio.

1. Filantropía

En su concreción más habitual, el mecenazgo «responde a la vocación de la empresa de revertir a la sociedad parte de los beneficios que obtiene de ésta, en forma de dividendo social, puesto que es justamente la sociedad quien garantiza su propia existencia. Así, la ayuda de carácter monetario o en especie mediante la cual se materializa este acto tiene un elevado componente altruista» (Rabanal, 2004: 13). Los ámbitos a los que se dirige de forma habitual ese altruismo son cultura, medio ambiente (no en lo que respecta a su gestión en la propia empresa), solidaridad, educación e investigación, y el discurso que lo legitima pone énfasis en que se trata de un acto de liberalidad estrictamente voluntario y no exigible, y cuya justificación va más allá de la lógica del mercado. Esto significa que la filantropía se suele centrar en las relaciones de la empresa con las organizaciones no lucrativas, que a menudo no tiene ninguna relación intrínseca con las actividades o el negocio de la empresa, que responde a decisiones voluntarias de la empresa o de sus propietarios, que tiene el riesgo de depender excesivamente de la capacidad de los captadores de recursos externos a la empresa y que se espera que genere reconocimiento, pero no ventajas competitivas (12).

Así pues, no es de extrañar que cuando se produce la confu-

sión identificadora entre filantropía y RSE ésta se considere como algo que sólo puede ser voluntario y no regulable (13); como algo que es legítimo y deseable para las personas, pero no para las empresas (es decir, el propietario puede hacer lo que considere oportuno con su dinero, pero el directivo no puede disponer del dinero de los accionistas para finalidades que no son las propias de la empresa); como un coste más, excesivo, injustificado e injustificable; como un lujo sólo al alcance de las grandes corporaciones con una cuenta de resultados saneada, o como un resultado de la victoria ante la opinión pública de las ONG y las organizaciones sociales (14).

Es verdad que, por una parte, se ha insistido en que los gastos «sociales» pueden contemplarse, desde una perspectiva estratégica y a largo plazo, como una inversión, del mismo modo que lo es, por ejemplo, la I+D (Dalton y Daily, 1991). Por otra parte, los mejores expertos en gestión de las organizaciones no lucrativas subrayan que la colaboración en clave filantrópica con una empresa sólo debe contemplarse como una primera fase de dicha colaboración, y que, en cualquier caso, se debe tener en cuenta que supone un bajo nivel de compromiso, una relación pobremente orientada a la captación de recursos y que tiene escaso valor estratégico (Austin, 2000; Vernis *et al.*, 2004).

En cualquier caso, más allá de la valoración que se haga de la filantropía y de la importancia que se le dé, lo que debería evitarse definitivamente es la identificación de la RSE con lo que no es más que la relación de la empresa con un único tipo de *stakeholders* y, por tanto, su identificación con un único registro de esa relación.

2. Acción social

«Entendemos por acción social la dedicación de recursos empresariales a proyectos de desarrollo socioeconómico que apoyan a personas desfavorecidas principalmente en las áreas de servicios sociales, salud, formación profesional y empleo» (Fundación Empresa y Sociedad, 2004: 13). La acción social, por tanto, tiene un foco bien claro (las personas desfavorecidas) y una aproximación bien definida (el desarrollo socioeconómico). Pero esto no supone que exista una única forma de concreción y de canalización, sino que la acción social puede estar integrada, y probablemente debe estarlo, en las diversas funciones de la empresa, donde pueda resultar adecuada. Así, una empresa podrá desarrollar su acción social incorporándola a sus productos y servicios, en colaboración con sus empleados, facilitando directa o indirectamente la integración laboral o financiando proyectos.

No debemos, pues, confundir la acción social con la filantropía, aunque para algunas empresas esta última pueda ser la puerta de entrada o un estadio previo al desarrollo de una estrategia de acción social. Podemos identificar cuatro diferencias entre ambas. En primer lugar, la filantropía suele desarrollarse paralelamente a enfoques más tradicionales de la gestión empresarial, mientras que la acción social suele ir vinculada a un nuevo concepto de empresa. En segundo lugar, el foco de la acción social es mucho más específico: las personas desfavorecidas en el marco de proyectos de desarrollo económico. En tercer lugar, la acción social utiliza una mayor diversidad de instrumentos que la filantropía, y en muchos casos sus realizaciones pueden llevarse a cabo sin costes añadidos para la empresa. Finalmente, la

acción social suele estar mucho más integrada estratégicamente en la empresa. Este último aspecto es especialmente relevante, en la medida en que la filantropía sólo puede crecer o decrecer cuantitativamente, mientras que la acción social puede abrir un itinerario empresarial en el que esté cada vez más integrada transversalmente, esté cada vez más incorporada al sistema de indicadores de gestión, y se valore cada vez más en función de su coherencia con la estrategia y la misión de la empresa.

Con todo, debido a las propias características de la acción social, es necesario añadir que ésta no debe confundirse con la RSE, ni utilizarse como sinónimo, pues la RSE va mucho más allá de la acción social (15). Además, debido a la especificidad de la acción social, debemos ser conscientes de que una empresa puede desarrollar plenamente su responsabilidad social sin llevar a cabo ninguna acción social. La acción social forma parte de la RSE, pero no es una exigencia de ésta; sin embargo, la acción social, probablemente, debería ser un elemento muy importante en el desarrollo de una gestión empresarial en clave de RSE proactiva y con amplitud de perspectiva.

En última instancia, la RSE debe considerarse, en un enfoque global, como una manera de entender la gestión y la innovación empresariales.

IV. LA RSE: UNA MANERA DE ENTENDER LA GESTIÓN EMPRESARIAL

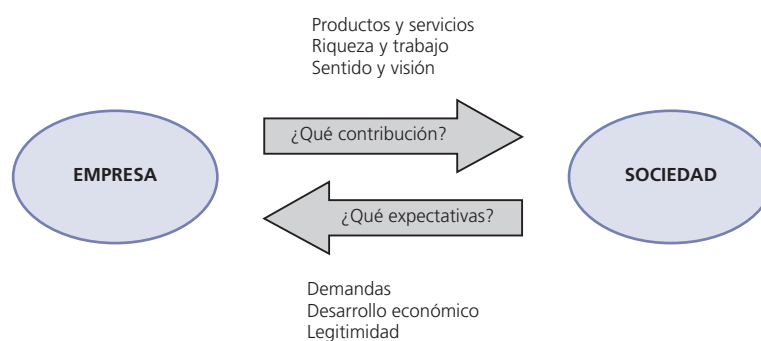
Del mismo modo que hemos planteado que la afirmación de la empresa sostenible se contrapona a lo que hemos denominado el *olvido ambiental* en la gestión y

las prácticas empresariales, la afirmación de la RSE se contrapone a lo que podríamos denominar el *olvido social*. Ya no estamos hablando, pues, de las relaciones de la empresa con un actor social en concreto, sino de una visión global de la empresa. No estamos hablando de unas actividades posibles, sino de una manera de entender la gestión.

Esto es, probablemente, lo que explica que a veces resulte tan estéril pretender una definición clara y distinta de la RSE como condición previa y necesaria para llevar a cabo cualquier actuación: olvidamos que el contexto de dicha definición es un diálogo que debe configurar un acuerdo social acerca del papel de la empresa en la sociedad. Lo que está en juego en el debate sobre la RSE es un cambio de perspectiva sobre la contribución que se espera de la empresa respecto a la sociedad. No estamos hablando simplemente de prácticas empresariales, de productos o de servicios; estamos hablando también de valores, sentido y legitimidad (gráfico 2).

Es obvio que las relaciones entre empresa y sociedad son recíprocas: «Debido a que ambas partes —las empresas y la sociedad— tienen el poder de afectarse mutuamente en profundidad, la relación entre ellas es inevitablemente normativa y está cargada de cuestiones de valor» (Frederick, 1986: 128). Sin embargo, plantearlo en estos términos no da cuenta cabalmente de la cuestión, porque la RSE no es una especie de negociación entre empresa y sociedad, sino que supone reconocer que lo que se espera de las empresas y lo que las legitima en un contexto social concreto no es algo dado y aceptado de una vez para siempre, sino algo en continuo proceso. Y hoy este proceso supone que cada vez es

GRÁFICO 2
EMPRESA Y SOCIEDAD



Fuente: Josep M. Lozano y Marc Vilanova, ESADE.

menos asumible hablar de empresa y sociedad, como si fueran entes separados en interacción paritaria, y que, en su lugar, debemos hablar de empresa *en* la sociedad; desde esta última perspectiva, el discurso sobre la empresa sólo se sostiene a partir de la clarificación de la sociedad que contribuye a construir.

Si atendemos a lo que están haciendo las empresas individualmente consideradas, en muchos casos se puede constatar que la RSE sólo aspira a ser un corrector benevolente de los desafueros de las grandes corporaciones, para las que la conquista de la opinión pública se ha convertido en un objetivo estratégico (Perdiguerro, 2003). Del mismo modo, se puede constatar que, tras el nombre de RSE, subyacen prácticas empresariales muy diversas que van desde la pura reacción defensiva a la innovación. Al fin y al cabo, el debate sobre la RSE es siempre también un debate sobre el poder de las empresas en todos los ámbitos en los que éste se manifiesta: económico, social, cultural, político, tecnológico, etc. (Carroll y Buchholtz, 2003). Más allá de estas realidades —incuestionables,

por otra parte—, consideramos que las dificultades inherentes a la pretensión de resolver el debate sobre la RSE mediante un acuerdo sobre una definición se deben a que la RSE no es otra cosa que la manifestación en el mundo de la empresa del impacto de las nuevas condiciones de nuestra vida social. «Las condiciones de vida y, por tanto, también las condiciones empresariales dependen de las épocas históricas, de los *lugares* geográficos, de los *problemas* existenciales y de las *circunstancias* sociales» (16). Hablar de RSE es hablar de nuestros tiempos, lugares, problemas y circunstancias, preguntándonos por el propósito organizativo y el proyecto social que guían a las empresas en esas condiciones. Por esta razón, la RSE se puede entender como la expresión de un nuevo pacto cívico y social que responde a las nuevas condiciones sociales que estamos viviendo en el cambio de siglo. Así pues, proponemos explorar y sintetizar las múltiples facetas de la RSE atendiendo a los tres aspectos que, en mi opinión, la configuran, y que podemos denominar, respectivamente, *contenido*, *estructura* y *proceso* (aunque esta distinción solo tiene sentido a

efectos analíticos y expositivos, puesto que dichos aspectos están íntimamente imbricados en la práctica empresarial).

1. La RSE: contenido

No deja de ser relevante que, desde instancias significativas, como puede serlo el WBCSD, se sostenga claramente la paradoja de que la RSE se halla firmemente asentada en la agenda política internacional y, sin embargo, no se haya consolidado al mismo tiempo una definición universalmente aceptada (Holme y Watts, 2000). No nos engañemos: «Una de las principales razones que explican que no haya consenso sobre la responsabilidad social de las empresas es que no existe acuerdo general alguno ni sobre el propósito de las empresas ni sobre quién está legitimado para reivindicar en la materia» (17). Ambos aspectos están íntimamente relacionados porque en la definición de la RSE confluyen los valores, las perspectivas y los intereses de diversos actores sociales. En este sentido, es importante constatar que el debate sobre la RSE no refleja sólo una pluralidad de valores (como tantas veces se afirma), sino también una pluralidad de intereses, porque lo que está en juego, como acabamos de señalar, no es una definición, sino la construcción social del propósito de la empresa. Este propósito se establece en dos niveles: el propósito de la empresa en tanto que institución y el propósito de cada empresa en función de su actividad concreta y determinada. El primero opera como principio hermenéutico y legitimador del segundo, pero no le aporta contenido propio, pues éste debe elaborarse a partir de contextos y circunstancias específicos. Entender la RSE como principio hermenéutico y legitimador comporta asumirla como matriz

valorativa para entender y orientar la acción, y no como norma de actuación; de ahí que resulte sumamente estéril pretender deducir de una supuesta definición de la RSE lo que las empresas deben hacer (o lo que hay que obligarlas a hacer). Por eso, el diálogo sobre la RSE es a la vez tan imprescindible como complejo: los diversos actores confluyen en él con valores, perspectivas e intereses no siempre coincidentes.

Así pues, no nos debe sorprender ni incomodar algo que van Marrewijk (2003: 96) ha señalado con mucha precisión, y que considero que debemos asumir no como un obstáculo, sino como una condición de posibilidad desde la que poder avanzar:

RSE es un término fenomenal: significa algo, pero no siempre lo mismo para todo el mundo. Con demasiada frecuencia, se considera que la RSE es una panacea que colmará el vacío de la pobreza mundial, la exclusión social y la degradación medioambiental. Las asociaciones empresariales hacen hincapié en el compromiso voluntario de la RSE. Los gobiernos locales y algunas ONG creen que los partenariados público-privados pueden, por ejemplo, rejuvenecer los barrios. Asimismo, varias disciplinas de *management* han reconocido que la RSE se ajusta a sus objetivos, como la calidad, el *marketing*, la comunicación, las finanzas, la gestión de recursos humanos y el *reporting*. Cada uno de estos aspectos presenta visiones sobre la RSE que se alinean con su situación y sus retos específicos. Por tanto, a menudo, los conceptos y las definiciones actuales se ven sesgados por intereses específicos (18).

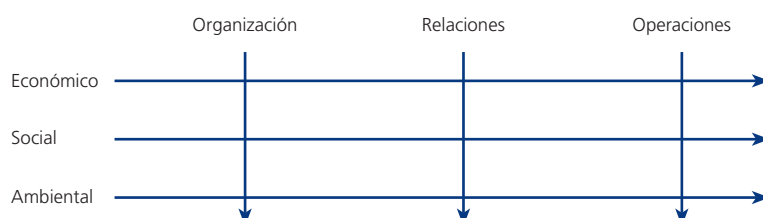
Por consiguiente, «una noción de la RSE que lo abarque todo tiene que ser definida ampliamente, y resulta demasiado imprecisa para que pueda resultar útil en el debate académico o en la implementación empresarial. La alternativa podría ser un conjunto de

enfoques distintos, que se ajustaran a los distintos tipos ideales de contextos en los que operan las empresas» (van Marrewijk, 2003: 96). Quizá por esta razón Carroll (1999) recuperó la idea de que, ante la dificultad de alcanzar un consenso sobre cuáles deberían ser los impactos y las manifestaciones de la RSE, debido a su vaguedad, sería mejor concebirla como un proceso. Sin embargo, incluso en ese supuesto sería necesario formular algún tipo de orientación o finalidad que pudiera conducir ese proceso.

Así, se puede aceptar, de acuerdo con la Comisión Europea, que «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» (19). No profundizaremos en este momento en el debate sobre el alcance y los límites de la voluntariedad (20). Lo que hay que destacar es que hablamos de algo transversal (afecta a todas las relaciones de la empresa), nuclear (afecta al negocio, a las operaciones comerciales y, consiguientemente, a la cadena de valor), y que atañe al modelo de organización y de gestión (debe estar integrado, y no ser un área de actividad). Ese «algo» son las preocupaciones sociales y medioambientales. Queda pendiente la gran cuestión: ¿quién define esas preocupaciones (lo que probablemente remite al diálogo político, cívico y social) y cómo lo hace? En cualquier caso, sean cuales sean en concreto, deben quedar interiorizadas en las actuaciones empresariales.

La RSE es, pues, al mismo tiempo una afirmación y una exclusión: la afirmación de la integración de

GRÁFICO 3
LA RSE COMO INTEGRACIÓN



Fuente: Marc Vilanova, ESADE.

lo social y lo medioambiental como algo intrínseco a la gestión empresarial, y, por consiguiente, la exclusión de una gestión y una visión de la empresa planteada desde lo que hemos denominado el *olvido social* y el *olvido ambiental*. Sin embargo, conviene constatar como algo más que una curiosidad el riesgo de que aproximaciones a la RSE de este tipo incurran en lo que podríamos denominar el *olvido económico*, como si la eficiencia y la viabilidad económicas no formaran parte de la responsabilidad de las empresas hacia la sociedad. Podría objetarse que esto es algo que hay que dar por supuesto, y que de lo que se trata es de combatir el olvido social y el olvido ambiental; no obstante, planteado en estos términos, casi supondría aceptar que, en el fondo, las preocupaciones económicas son las sustantivas, y que las sociales y ambientales son tan importantes como complementarias y que, por tanto, no atañen al núcleo del propósito empresarial (dicho con otras palabras: que para que exista una empresa sólo es necesaria la preocupación económica, a la que deberían añadirse, más que integrarse en ella, la social y la ambiental). Este riesgo parece que puede quedar relativamente conjurado si recordamos que se suele insistir en que la RSE se identifi-

ca con la necesidad de que la empresa ofrezca una triple cuenta de resultados, y en que debe dar cuenta de su actividad, a la vez, en clave económica, social y medioambiental. Por ello, probablemente, deberíamos entender el contenido de la RSE, al menos, como una comprensión de la empresa orientada a la integración de lo económico, lo social y lo ambiental (gráfico 3); un contenido al mismo tiempo normativo y formal, pero que, en tanto que matriz valorativa, queda vacío mientras no configura procesos empresariales y sociales (21).

¿Cuál es la mayor paradoja de este planteamiento? Obviamente, que *social* es a la vez lo que califica el conjunto y una parte. En tanto que se refiere al conjunto, lo que se afirma es que la empresa no es un fin en sí misma, y que su actuación no debe analizarse como si se llevara a cabo de manera previa o al margen de cualquier contexto social. En consecuencia, RSE significa que la empresa debe ser responsable ante la sociedad, que su actuación debe ser coherente con unos valores fundamentales (22), y que no debe olvidar la referencia al bien común. Desde esta perspectiva, la preocupación ambiental debe entenderse también como social, en la medida en que la cuestión eco-

lógica no se sostiene sobre sí misma, sino que se enmarca en la pregunta acerca del futuro de la humanidad, y que, por tanto, también es, en última instancia, social (23). Ahora bien, en tanto que social se refiere a una parte de la RSE, lo que se afirma es que la empresa debe tener en cuenta los valores, las preocupaciones y los problemas que se manifiestan en un contexto social dado cuando establece sus criterios de actuación, del mismo modo que debe tener en cuenta valores y criterios económicos y ambientales. De ahí también la necesidad de atender a la diversidad de modelos de gestión, en la medida en que no hay que dar por supuesto que la integración de esas tres dimensiones sea algo automático y exento de tensiones internas. En cualquier caso, parece que *social* no alude únicamente a una responsabilidad genérica ante la sociedad en su conjunto, sino a unas responsabilidades más específicas (diferenciadas de las económicas y las ambientales) que emergen en todas las actividades empresariales y que conducen a la incorporación en la gestión empresarial de valores, criterios y objetivos específicos. La pregunta que cabe plantearse es si no sería deseable, en aras de facilitar una mayor delimitación de cuestiones tanto académicas como de gestión, un uso más ajustado del término *social*.

Quizá la propuesta más clara en este sentido es la que en su día presentó Carroll, y que él mismo ha ido refinando sucesivamente, aunque no ha variado en lo sustancial (Carroll, 1979, 1991, 1995, y 1999). Este autor propone que, para poder hablar de RSE, debemos atender al conjunto de obligaciones que la empresa tiene hacia la sociedad. Desde esta perspectiva, la RSE se compone de cuatro responsabilidades sociales:

— Responsabilidades económicas. Se corresponden con la razón de ser de la empresa, en tanto que institución económica, en relación con la producción de bienes y servicios de manera eficiente y rentable.

— Responsabilidades legales. Las leyes no son meras restricciones de la tendencia a absolutizar la maximización de beneficios, sino la expresión de que toda actividad humana (también la económica) debe someterse a los valores y acuerdos que la sociedad considera aceptables y correctos.

— Responsabilidades éticas. Sin negar que los dos apartados anteriores incluyen una dimensión ética, se alude a las expectativas y los valores sociales que, pese a no estar codificados jurídicamente, expresan también lo que se considera aceptable o rechazable en las prácticas empresariales.

— Responsabilidades discrecionales o filantrópicas. Son las contribuyen a la mejora de las condiciones y la calidad de vida de la comunidad donde actúa la empresa. El nivel de exigencia de estas responsabilidades es muy distinto de los anteriores, y depende de manera mucho más exclusiva de la voluntad de la empresa.

Carroll afirma que cada una de estas responsabilidades es una parte del total de las responsabilidades sociales de la empresa, y que el conjunto describe la totalidad de las expectativas que la sociedad tiene depositadas en ella. No obstante, reconoce también que, aunque estos cuatro componentes no son excluyentes entre sí ni una mera yuxtaposición, tampoco son coincidentes, por lo que en la práctica generan tensión entre sus diversos requerimientos.

Para lo que estamos debatiendo, el planteamiento de Carroll presenta dos ventajas evidentes: en primer lugar, vincula la comprensión de la RSE a una visión global de la empresa y la remite a la sociedad en su conjunto; en segundo lugar, considera las responsabilidades económicas y legales de la empresa como una parte de sus responsabilidades sociales (evitando así que la RSE se conciba como algo añadido a las responsabilidades que, supuestamente, serían las propiamente empresariales). Este planteamiento, no obstante, también presenta algunos inconvenientes: en primer lugar, la confusión entre ética y moral y, en consecuencia, la sensación de que propone la subordinación de la ética a la responsabilidad social; en segundo lugar, la ausencia de referencias explícitas a la problemática ambiental, y en tercer lugar, el que no tome en consideración que su planteamiento requiere que una empresa actúe en un contexto cultural, social y legal mínimamente homogéneo, algo definitivamente superado en la actual economía globalizada.

¿No es posible ir más allá en lo que respecta al contenido de la RSE? En mi opinión, todavía es posible avanzar un poco más, tanto desde el punto de vista teórico como desde el punto de vista operativo.

Desde el punto de vista teórico, la mejor referencia es el excelente estudio de Garriga y Melé (2004) (24). Estos autores han puesto de relieve que el conjunto de teorías y aproximaciones a la RSE puede agruparse en cuatro tipos: instrumentales, que entienden la RSE como una manera de alcanzar objetivos económicos mediante actividades sociales; políticas, que entienden la RSE como un enfoque que se corresponde

con el reconocimiento del poder de la empresa; integradoras, que entienden la RSE como la asunción por parte de la empresa de las demandas sociales, y éticas, que entienden la RSE como la contribución de las empresas para avanzar hacia una sociedad mejor. Quizá, para seguir avanzando, solo habría que añadir que el debate sobre las aproximaciones teóricas a la RSE no puede ser sólo teórico, sino que requiere una referencia más explícita a su contexto, un contexto en el que la manera como se están desarrollando los procesos de globalización nos plantea la pregunta de si es posible que el mundo sea «un lugar para todos» o no (Barber, 1998). Esto, por cierto, es lo que hace que el debate actual sobre la RSE no sea una mera continuidad de los que se han llevado a cabo en el pasado (25).

Coincido totalmente con Garriga y Melé en que cualquier forma de entender la relación entre empresa y sociedad debería incluir estos aspectos y en que, una vez más, el reto reside en su integración; una integración que requiere la construcción de un nuevo marco de referencia para comprender y legitimar el papel de la empresa en la sociedad. Por otra parte, sin embargo, también sería bueno aceptar que la mezcla de motivos y aproximaciones resulta hoy inevitable (Smith, 2003). Por ello creo que, para avanzar en la identificación de los contenidos concretos de las tres dimensiones que hemos tomado como referencia de la RSE (económica, social y ambiental), puede resultar útil que nos preguntemos en cada una de ellas qué requerimientos se justifican por las oportunidades económicas, el impacto de las decisiones empresariales correlativo al poder de la empresa, la atención a las demandas sociales y la posible contribución a la mejora de la sociedad (26).

GRÁFICO 4

IDENTIFICACIÓN DE CONTENIDOS DE LA RSE PARA CADA STAKEHOLDER

| Stakeholder | Dimensión de la RSE | | |
|---|---------------------|--------|-----------|
| Orientación de la RSE | Económica | Social | Ambiental |
| Oportunidad económica | | | |
| Impacto correlativo al poder | | | |
| Atención a las demandas sociales | | | |
| Contribución a la mejora de la sociedad | | | |

Fuente: Josep M. Lozano, ESADE.

Así pues, podemos concluir que, si atendemos al contenido, debemos entender la RSE como una dimensión transversal a toda la actividad empresarial, que incluye aspectos específicamente sociales, aunque integrados con los económicos y ambientales. Se trata de una dimensión cuyo reconocimiento no se identifica con una práctica empresarial concreta, sino que opera como matriz valorativa y principio hermenéutico para clarificar el propósito empresarial y los criterios para la toma de decisiones, y que, por consiguiente, se contrapone a otras visiones de la empresa, especialmente a la que la reduce, de forma exclusiva y absoluta, a su dimensión económica. Queda, sin embargo, pendiente de clarificación si RSE es la denominación más adecuada para expresar las expectativas depositadas legítimamente por la sociedad en la empresa y la contribución deseable de la empresa en la sociedad.

De hecho, la empresa no se relaciona con la sociedad en abstracto, sino que dicha relación se concreta en sus relaciones con los diversos *stakeholders*. Esto es lo que denomino la *estructura* de la responsabilidad social de la empresa.

2. La RSE: estructura

La RSE remite a las relaciones de la empresa con la sociedad. Pero, más allá de su carácter hermenéutico y valorativo, *social* y *sociedad*, cuando se trata de concretar la gestión empresarial, resultan términos demasiado amplios, ambiguos y abstractos (Clarkson, 1995). Las relaciones y las responsabilidades genéricas de la empresa con la sociedad se concretan en sus relaciones con los diversos *stakeholders* (27): «La RSE se refiere a las obligaciones de la empresa con la sociedad o, más concretamente, con los *stakeholders* de la empresa» (Smith, 2003: 53). Por consiguiente, la RSE se estructura a través de las relaciones de las empresas con sus *stakeholders*, de tal manera que el contenido de dichas relaciones constituye el cómo de la RSE (Whetten *et al.*, 2001). De hecho, la misma propuesta de definición de la Comisión Europea que hemos tomado como referencia subraya que la integración de lo que denomina las *preocupaciones sociales y ambientales* debe llevarse a cabo en las operaciones comerciales y en las relaciones con los *stakeholders*. En definitiva, hoy no es posible hablar de RSE sin hablar de *stakeholders*, aunque sí es po-

sible hablar (y de hecho se habla) de *stakeholders* sin hablar de RSE; ésta es otra de las confusiones implícitas en muchos de los malentendidos surgidos en los debates sobre la responsabilidad social de la empresa.

Aunque la introducción del concepto de *stakeholder* se remonta a principios de la década de 1960 (28), su desarrollo como clave de lectura de la RSE se sitúa en los años noventa. Durante este período, incluso amplió su radio de acción más allá de lo estrictamente empresarial, con la propuesta de Tony Blair de avanzar hacia lo que denominó un *capitalismo stakeholder*. Aunque esta propuesta de ampliación no ha tenido demasiado éxito, el mero hecho de lanzarla fue un síntoma muy significativo de algo más general: «En el mundo entero, la gente comenzó a discutir de nuevo sobre una vieja cuestión: ¿A quién pertenecen las empresas y en interés de quién deberían gestionarse?» (Carroll y Buchholtz, 2003: 68). De hecho, inicialmente, el nombre de *stakeholder* se propuso deliberadamente en oposición al de *shareholder*, para señalar que en una empresa hay en juego más intereses que los de los accionistas. Sin embargo, pocos se han atrevido a poner de manifiesto que en este debate, en último término, están en juego visiones rivales sobre la empresa, que, entre otras cosas, nos deberían llevar a plantear como cuestión clave la «inexactitud del modelo de propiedad y sus implicaciones» (Post *et al.*, 2002: 11). Quizás una de las razones por las que se ha tardado cuarenta años en plantear este tipo de cuestiones es que el concepto de *stakeholder*, en sus orígenes, no tenía grandes pretensiones teóricas, y más bien apuntaba a convertirse en una manera de entender y gestionar las relaciones empresaria-

les, y en un indicador de la visión estratégica y de la calidad de la gestión. Ciertamente, en el contexto de la RSE, una aproximación en clave *stakeholder* es, sin duda, fundamentalmente managerial. Pero va más allá.

Vivimos en una sociedad, y no sólo en una economía. [...] La dignidad humana, la participación, la integridad, la justicia y el bien común son principios atemporales, tan adecuados para el siglo XXI como para el siglo XX o cualquier otro. Lo que sucedió en el pasado no tiene por qué suceder en el futuro. El siglo XX fue el siglo del directivo. El *management* se convirtió en científico, profesional y trascendental. Las últimas décadas del siglo XX han sido denominadas con justicia una "edad de oro" para la empresa y la educación empresarial. El siglo XXI será, con toda certeza, distinto, aunque solo sea porque los problemas que ya han sido detectados —población, crisis ecológica, desigualdad masiva— se han generalizado, son contagiosos y requieren un «trabajo público» desde todos los sectores (Post, 2002: 152).

Tener en cuenta la relación con los *stakeholders* es la manera empresarial de asumir que vivimos en una sociedad, y no en una economía, pero también es la manera de asumir que «las empresas son lo que hacen» (29). Esta afirmación implica que la RSE de una empresa sólo puede plantearse a partir de lo que la propia empresa hace. Y lo que hace, en definitiva, es relacionarse con sus diversos *stakeholders*. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que no hay acuerdo en este punto, más bien al contrario: Mitchell *et al.* (1997) identificaron y catalogaron veintisiete definiciones distintas de lo que es un *stakeholder*. No es necesario, no obstante, perderse en los matices de cada una de las aproximaciones, puesto que es evidente que la identificación de los *stakeholders* es el resultado de cuatro parámetros:

a) La calidad de la relación con los *stakeholders*: ¿con qué amplitud de miras se identifica la relación? Freeman y Reed (1983) señalaron dos enfoques diferentes, que denominaron *estrecho* y *amplio*; a los que habría que añadir un tercero, propuesto por Carroll y Näsi (1997). Como se puede comprobar, aunque la identificación de un *stakeholder* es estrictamente relacional, lo que se pretende ampliar en esta gradación es la capacidad de la empresa para tener en cuenta la perspectiva adoptada por su interlocutor en esa relación.

— Estrecho: todos los grupos que son vitales para la supervivencia y el éxito de la empresa.

— Amplio: cualquier grupo o individuo que puede afectar o verse afectado por la empresa.

— Aquellos individuos o grupos que dependen de la empresa para alcanzar sus objetivos o aquellos de los que la empresa depende para su propia existencia.

b) La implicación de la relación con los *stakeholders* en la actividad de la empresa (Wheeler y Sillanpää, 1997).

— Primarios: indispensables para las operaciones de la empresa (inversores, empleados, clientes, proveedores...).

— Secundarios: con influencia, pero sin involucración directa en las operaciones de la empresa (gobiernos, medios de comunicación, organizaciones sociales, organizaciones no gubernamentales...).

c) Las oportunidades de aprendizaje que la relación con los *stakeholders* genera para la empresa. En este sentido, Wood *et al.* (1995) y Whetten *et al.* (2001) han puesto de relieve que los *stakeholders*:

— Son fuente de expectativas y de demandas en relación con lo que se espera de la empresa.

— Contribuyen de manera imprescindible a las actividades de la empresa.

— Reciben los efectos y las consecuencias de las actividades de la empresa.

— Valoran y evalúan si la contribución de las empresas se puede considerar aceptable.

— Se hallan involucrados en todo el proceso de producción de la empresa.

d) Lo que está en juego en la relación; sean intereses, exigencias legales o derechos (Carroll y Buchholtz, 2003). «La teoría del *stakeholder* es general y comprensiva, pero no está vacía: va mucho más allá de la observación descriptiva consistente en afirmar que las organizaciones tienen *stakeholders*» (Donaldson y Preston, 1995: 179). Esto significa que hablar de *stakeholders* lleva implícito siempre —se reconozca abiertamente o no— un componente normativo, pues el análisis de la relación es siempre utilizado para interpretar el propósito de la empresa e identificar los criterios y los valores que rigen su actuación.

Esto nos conduce a una visión de la empresa en clave *stakeholder*. «El centro de interés de este esfuerzo de redefinición es el *modelo stakeholder* de la empresa, el concepto de empresa como una red que implica a múltiples participantes e intereses, cada uno de los cuales puede realizar contribuciones y recibir recompensas como consecuencia de una actividad empresarial» (Donaldson y Preston, 1998: viii). De esta manera, la RSE no sólo muestra su estructura relacional, sino que sienta las bases

para una redefinición del éxito empresarial, ya que lo remite al propósito que configura las relaciones con los diversos *stakeholders* (30). Por consiguiente, la excelencia empresarial no se concibe a partir del autismo autosuficiente, sino a partir de la construcción de relaciones, contextualizadas socialmente, con los diversos *stakeholders*. Ambos aspectos, tanto la construcción de relaciones como su contextualización social, deben ser considerados fundamentales si no queremos caer en la esquizofrenia de oscilar entre dos modelos de empresa en relación con los *stakeholders*.

Hay dos modelos de *relaciones de stakeholder* que actualmente predominan en el pensamiento de los expertos en *management* sobre esta cuestión. En uno de ellos la empresa está situada en el centro y tiene «radios» que se proyectan hacia afuera, hacia multitud de *stakeholders* primarios y secundarios. El segundo modelo sitúa a la empresa entre otros *stakeholders* primarios y secundarios, y a la comunidad, en el centro del modelo. En el primer modelo se espera que la empresa responda de manera adecuada ante sus *stakeholders*. En el segundo, se espera que la empresa y sus *stake-*

holders se comprometan a abordar los problemas que afectan a la comunidad (Post, 2002: 147).

Considero especialmente importante el reto de la integración de ambas visiones porque creo que, en la práctica, no se trata necesariamente de dos modelos, sino de dos miradas que deben solaparse para establecer el propósito de la empresa (31).

La importancia de una visión de la empresa en clave *stakeholder* no reside únicamente en el hecho de que la relación con los *stakeholders* sea lo que estructura la RSE; es asimismo importante el hecho de que el *stakeholder* permite abordar la RSE en clave de gestión: la gestión de la RSE pasa por la gestión de las relaciones con los *stakeholders*, y cualquier teoría sobre los *stakeholders* es, ante todo, una teoría de la gestión (Donaldson y Preston, 1995) (32). «Para desarrollar la estrategia adecuada en materia de RSE hay que comprender qué es lo que diferencia a una organización —su misión, sus valores y sus actividades empresariales centrales—. [...] Al diseñar una estrategia en materia de

RSE, el *stakeholder management* debe situarse en el centro» (Smith, 2003: 68).

De ahí el reconocimiento que han alcanzado los denominados *principios del stakeholder management*, propuestos en 1999 por el Clarkson Centre for Business Ethics con el propósito de explicitar los principios rectores que deberían tener en cuenta los directivos que decidan adoptar una gestión empresarial que tome en consideración los diversos *stakeholders* (recuadro 1).

Estos principios ponen de manifiesto hasta qué punto observar la empresa en clave *stakeholder* nos permite estructurar el contenido de la responsabilidad social de la empresa:

a) Todos los verbos que se han utilizado para expresar los principios (que se han resaltado en cursiva) introducen una perspectiva relacional; el conjunto de todos ellos establece una pauta normativa para las relaciones con los *stakeholders* (33). De la misma manera que anteriormente se ha subrayado que las empresas son

RECUADRO 1

PRINCIPIOS DEL *STAKEHOLDER MANAGEMENT*

1. Los directivos deberían *reconocer y supervisar* activamente las preocupaciones de los *stakeholders* legítimos, y deberían *tomar en consideración* sus intereses de manera adecuada en la toma de decisiones y en las operaciones.
2. Los directivos deberían *escuchar a los stakeholders* y *comunicarse* abiertamente con ellos, sobre sus respectivas preocupaciones y contribuciones, así como sobre los riesgos que asumen a causa de su implicación con las empresas.
3. Los directivos deberían *adoptar procesos y modos de actuación* sensibles a las preocupaciones y las capacidades de cada *stakeholder*.
4. Los directivos deberían *reconocer la interdependencia* de los esfuerzos y recompensas entre los *stakeholders*, e intentar *alcanzar una distribución justa* de los beneficios y de las cargas de la actividad empresarial, *teniendo en cuenta* sus riesgos y vulnerabilidades respectivos.
5. Los directivos deberían *trabajar en cooperación* con otras entidades, tanto públicas como privadas, para garantizar que se minimicen —y, cuando no puedan evitarse, que se compensen adecuadamente— los riesgos y daños que se derivan de las actividades empresariales.
6. Los directivos deberían *evitar por completo* las actividades que puedan comprometer los derechos humanos inalienables (por ejemplo, el derecho a la vida) o que puedan dar lugar a riesgos que, si se comprenden claramente, serían manifiestamente inaceptables para los *stakeholders* implicados.
7. Los directivos deberían *reconocer los conflictos potenciales* entre: a) su propio rol como *stakeholders* corporativos, y b) sus responsabilidades legales y morales para los intereses de los *stakeholders*, y deberían abordar dichos conflictos mediante la comunicación abierta, la difusión de la información adecuada y los sistemas de incentivos, y, cuando fuera necesario, mediante la revisión de terceros.

Fuente: *Business Ethics Quarterly*, 12 (2).

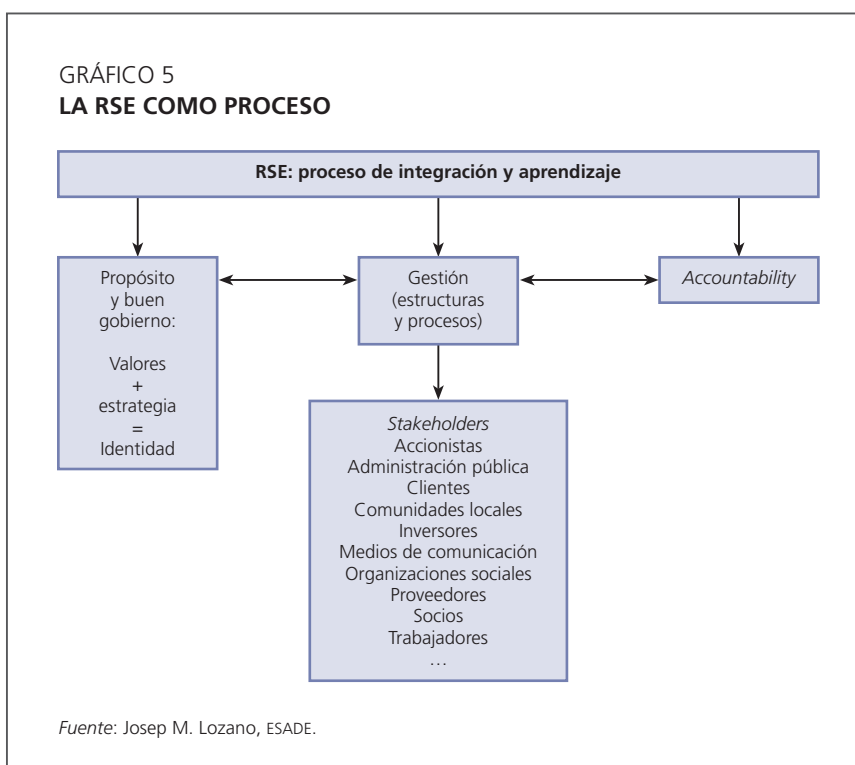
lo que hacen, ahora es preciso añadir que son lo que hacen en todas sus relaciones.

b) Estos principios ponen de manifiesto la existencia de una visión transversal que afecta a todos los *stakeholders*, y que, por consiguiente, implica unos criterios de actuación que deben ser tenidos en cuenta en las relaciones con todos ellos. De estos criterios es necesario destacar, en primer lugar, el carácter prioritario de los principios fundamentales, expresados en la no transgresión y el respeto de los derechos humanos; en segundo lugar, la atención a las dos dimensiones de la responsabilidad que hay que considerar tanto cuando se trata de evaluar las consecuencias de las decisiones que se toman como cuando se trata de evaluar los impactos de las actuaciones empresariales: no causar daños (o minimizarlos) y mejorar la situación de todos los afectados.

c) Estos principios son compatibles con la atención a lo que hemos denominado el contenido transversal de la RSE: la atención a las dimensiones económica, social y ambiental presentes en la relación con el *stakeholder*, puesto que, al fin y al cabo, desde la empresa, la relación con los diversos *stakeholders* sólo puede establecerse a través de estas tres dimensiones.

d) Estos principios proponen implícitamente una secuencia progresiva en el tipo de relaciones que se pueden establecer con los diversos *stakeholders*, que va más allá de la mera constatación empírica de su existencia, a saber: reconocer la interdependencia, escuchar, comunicar, dialogar, cooperar.

e) El desarrollo práctico y concreto de estos principios supone



también que, una vez identificados los diversos *stakeholders*, es necesario identificar aquellos rasgos que son propios y específicos de la relación con cada uno de ellos, de manera que se puedan establecer las políticas y prácticas que van a caracterizar estas relaciones para poder evaluar también su cumplimiento. A medida que se concreta la relación con cada *stakeholder*, su contenido es más diferenciado.

f) En definitiva, estos principios requieren una atención a los procesos de gestión involucrados en este enfoque relacional, así como el desarrollo de un modelo de *accountability* coherente con la manera de gestionar la relación con todos los *stakeholders*.

g) Finalmente, todo ello presupone que el propósito de la empresa está claramente establecido y orienta, da sentido, justifica y clarifica el cómo y el porqué de la relación con el *stakeholder*, así

como el modelo global de gestión empresarial coherente con la estructura relacional de la responsabilidad social de la empresa.

El modelo descrito se puede visualizar en el gráfico 5.

Así pues, podemos concluir que, si atendemos a su estructura, la RSE consiste en gestionar las relaciones de la empresa con todos sus *stakeholders*. Si RSE significa responsabilidad genérica de la empresa ante toda la sociedad, ésta se concreta y se hace operativa en la responsabilidad ante todos los *stakeholders*, entre otras razones, porque todo lo que es social es relacional. Por tanto, deberíamos considerar la RSE, básicamente, como un modelo de excelencia empresarial, pues plantea un modelo de gestión en el que el propósito de la empresa se lleva a cabo mediante las relaciones con todos los *stakeholders* y teniendo en cuenta todas las dimensiones de dichas relaciones.

No obstante, antes de concluir este apartado, es necesario poner de manifiesto, una vez más, algunas limitaciones del término RSE, sobre todo cuando se presenta de manera omnicomprendiva frente a la amplia problemática que pretende cubrir. Si consideramos correcta la tesis de que el modelo *stakeholder* estructura la RSE, vuelve a aparecer la cuestión de si el término RSE puede incluir, como denominación general y sin excesivas contorsiones intelectuales, todo lo relativo al medio ambiente y, por consiguiente, a la sostenibilidad. Parece difícil, aunque es bastante habitual, que el medio ambiente se pueda considerar en puridad un *stakeholder*, incluso en aquellos casos en que se fuerzan las cosas y se introduce haciendo alusión a las generaciones futuras. Hablando con propiedad, al menos desde la perspectiva *stakeholder*, el medio ambiente sólo llegaría a ser considerado como tal indirectamente, si apareciera representado vicariamente por alguno de los *stakeholders* (Administración pública, organizaciones sociales, consumidores, etc.). En este sentido, comparto la opinión de Orts y Strudler (2002: 215):

Sostenemos que la teoría del *stakeholder* es muy recomendable, especialmente como teoría heurística para reflexionar adecuadamente sobre las empresas como entidades que comportan intereses económicos de otros grupos más allá de los de los accionistas o de otros titulares de patrimonio; sin embargo, la teoría se ve limitada al centrarse en los intereses de los participantes humanos en la empresa. La teoría del *stakeholder* cae en una dificultad filosófica irresoluble para proporcionar principios éticos creíbles para los directivos de empresa que abordan determinados temas, como el entorno natural, que no implican directamente a seres humanos dentro de una empresa o que no participan en transacciones con una empresa. La toma de decisiones corporativas debe incluir

una apreciación de estos valores éticos, aunque no puedan reflejarse en la teoría del *stakeholder*.

Antes de concluir el planteamiento sobre cómo deben afectar estas delimitaciones al uso de la denominación RSE, hemos de considerar brevemente algo que ha quedado oculto cuando nos hemos referido al contenido y la estructura de la RSE: su aspecto dinámico.

3. La RSE: un proceso de innovación y aprendizaje

Hasta aquí hemos puesto de manifiesto dos aspectos de la RSE: su contenido y su estructura. En cuanto al contenido, hemos subrayado que la RSE no debe ser considerada una definición esencial de la que hay que deducir su aplicación, sino una matriz valorativa que opera como marco de referencia hermenéutico para legitimar, orientar y concretar la actuación de las empresas. Las empresas son lo que hacen; por tanto, no se puede afirmar que la RSE tenga contenido propio al margen de las empresas, los sectores y las sociedades concretas donde se plantea, que son las que modulan finalmente su contenido. Sin embargo, tampoco se trata de algo vacío, en la medida en que propone como criterio la integración transversal de lo económico, lo social y lo ambiental. En cuanto a la estructura, la RSE no se limita a que la empresa tome en consideración, simplemente, la sociedad en general, sino que tiene por objeto las relaciones que la empresa establece con sus *stakeholders*, así como las diversas dimensiones de esas relaciones. Es decir, la RSE no debe entenderse como una de las actividades que realiza la empresa, sino como un modelo de excelencia empresarial.

Con todo, para entender cabalmente la RSE, no basta con explicitar su contenido y su estructura, porque, en ese caso, correremos el riesgo de presentarla de manera estática o fija, sin tener en cuenta que ese contenido y esa estructura sólo se ponen de manifiesto en los procesos de gestión y desarrollo empresarial. En definitiva, la RSE es, ante todo, un itinerario.

Al final del apartado anterior hemos señalado que, en términos de gestión, hemos de entender la RSE como un proceso de innovación y aprendizaje que consta, básicamente, de tres componentes interrelacionados: la clarificación del propósito de la empresa, la relación con todos los *stakeholders* y la *accountability* (34). Es decir, algo aparentemente tan sencillo, aunque habitualmente se olvide, como saber qué empresa se quiere ser... y que ese planteamiento sea conocido, reconocido y compartido por todos los implicados (35).

Un estudio comparativo de doce empresas europeas pone de manifiesto esta visión de la RSE como algo que debe estar integrado en la gestión y que debe impregnarla:

El primer foco de interés es analizar de qué modo se utiliza la RSE como estrategia para mejorar la actuación de la empresa a largo plazo cuando se trata de afrontar las complejidades del entorno donde opera actualmente. El estudio afronta esas complejidades desde cuatro perspectivas:

- Cómo interacciona la RSE con la estrategia corporativa de una empresa y cómo la informa.
- Cómo se adaptan las estructuras y los procesos organizativos para explotar los beneficios de un enfoque estratégico hacia la RSE.
- Cómo están integrando la RSE las empresas en la gestión de su

RECUADRO 2

GESTIONAR PARA UNA CIUDADANÍA CORPORATIVA EFECTIVA (36)

- El tamaño de la corporación no es un factor crítico a la hora de asumir un programa de responsabilidad corporativa; sí lo son, en cambio, el liderazgo y el compromiso de los altos directivos.
- La integración de la iniciativa de responsabilidad corporativa en toda la estructura de la organización es esencial. Sin esa integración no es posible movilizar todos los recursos que el sector privado puede aportar efectivamente para afrontar los problemas comunitarios básicos.
- La cultura del país de origen, la estructura de la propiedad y el tipo de industria son factores que influyen en la definición, el carácter, las prioridades y la práctica de la ciudadanía corporativa.
- El posicionamiento de la función de responsabilidad corporativa en la estructura de la organización es vital para el impulso hacia la ciudadanía. En particular, se muestra fundamental la necesidad de desarrollar una implicación y una comprensión de los niveles medios del *management*.
- Las buenas prácticas de ciudadanía deben vincularse al negocio concreto. Debe existir una estrategia de *marketing* clara para respaldar el compromiso.
- La práctica de la ciudadanía corporativa no puede ser estática. Establecer un proceso dinámico interno para evaluar los resultados y revisar periódicamente las prioridades debe ser parte de la planificación estratégica global de una empresa.
- Es esencial comunicar de forma efectiva los valores de una estrategia de ciudadanía corporativa bien concebida.

Fuente: Logan *et al.* (1997).

personal mediante la contratación, la formación y el desarrollo, las comunicaciones y los sistemas de incentivos.

— De qué modo un enfoque integrado de la RSE ayuda a las empresas a innovar en la producción y la prestación del servicio.

[...]

Entre las empresas incluidas en dicho estudio existe un consenso abrumador en el sentido de que el enfoque estratégico hacia la RSE está muy relacionado con la manera como la empresa evoluciona con la sociedad. Como afirma un entrevistado, la RSE debería ser parte del ADN de una organización (Boasson y Wilson, 2002: 9).

De ahí que, en muchos casos, esta perspectiva estratégica haya modificado paulatinamente el enfoque de las relaciones que se establecen con los *stakeholders*. En este sentido, se ha pasado de la gestión de la reputación a la construcción de la identidad empresarial; de la negociación de intereses al partenariado; de la información al diálogo; del beneficio asociado a las contribuciones económicas al beneficio de compartir valores. Así pues, no debe sor-

prender que se haya propuesto que la clave a partir de la cual la empresa debe comprender la RSE no sea la comunicación, ni las relaciones públicas, ni el *marketing*, ni los recursos humanos, sino la I+D (Logan *et al.*, 1997): desde el momento en que la RSE remite a la capacidad de dar respuesta a los retos emergentes y a la capacidad de crear un proyecto de futuro, ésta debería entenderse —metafóricamente y en un sentido amplio— desde la perspectiva de la investigación y el desarrollo; en definitiva, la RSE en clave de innovación (Lozano, 2002). Al fin y al cabo, hoy las empresas deben plantearse si pueden permitirse que la RSE sea un elemento periférico en sus decisiones estratégicas (o, alternativamente, hasta cuándo se lo podrán permitir).

Por tanto, la RSE no puede ser entendida como algo estático, sino como un proceso que acompaña el desarrollo de un modelo de gestión. La RSE es un elemento crucial para la creación y la vertebración de la identidad corporativa, una oportunidad de diferenciación ante la sociedad, un compromiso y un proceso (y no un agregado de ini-

ciativas). La RSE debe plantearse de manera coherente con la trayectoria y la cultura de empresa y, en la medida de lo posible, debe partir de ella. Es una oportunidad de innovación (de productos, servicios y procesos, aunque también de valores, actitudes y modelos de gestión). Internamente, se debe integrar en las políticas prácticas corporativas, y externamente debe estar presente en el negocio: no puede ser algo añadido, periférico o complementario. En definitiva, es la base para un nuevo liderazgo empresarial (recuadro 2).

Por eso he afirmado anteriormente que la RSE debe contemplarse no sólo como un proceso de gestión empresarial, sino también como un proceso de desarrollo empresarial. La RSE no es un estado, sino un itinerario, y en la medida en que se trata de un itinerario, lo importante no es únicamente en qué punto se encuentra, sino hacia dónde se dirige. Dicho de otro modo: en la RSE sólo se sabe en qué punto nos encontramos si sabemos hacia dónde nos dirigimos (37). Para comprender correctamente la RSE en las políticas y prácticas empre-

sariales, debemos pasar de las actuaciones a los procesos, porque, cuando se trata de la responsabilidad, es más importante el proceso de dar respuesta que el contenido final de cada respuesta considerado aisladamente; entre otras razones, porque únicamente el proceso deviene una oportunidad de aprendizaje.

Ahora bien, esta necesidad de dirección y sentido puede conducir a una progresiva ampliación de la perspectiva empresarial y desembocar en un dinamismo cualitativo de cambio. Esta circunstancia la ha señalado con claridad Zadek (38), al poner de manifiesto la existencia de tres generaciones de RSE, que se distinguen no sólo por el contenido y la estructura, sino, sobre todo, por el proceso. Cada generación de RSE presupone un marco de referencia distinto, de manera que el paso de una a otra supone más una transformación que un incremento. Tal vez se pueda postular que la RSE, asumida de manera cada vez más global, impulsa procesos de transformación empresarial. Es en este sentido en el que hay que afirmar que lo que estructura la RSE es la innovación y el aprendizaje (Lozano, 2002). La secuencia de generaciones, por seguir usando la denominación de Zadek, no supone que cada una de ellas niegue o anule los elementos de la anterior, sino que los integra en un marco de referencia más amplio (39).

Según Zadek, la primera generación de la RSE está constituida por aquellas empresas que entienden la RSE como una orientación que pretende no causar daños y construir una buena reputación a corto plazo, siempre a partir de una relación de coste-beneficio bien localizada. La segunda generación se plantea la RSE como una estrategia a largo

plazo, y en ella la innovación y el aprendizaje desempeñan un papel crucial. La tercera generación, en estos momentos emergente, es la que sitúa la RSE en un proceso de cambio social más allá del Estado del bienestar (40), y adopta una perspectiva de competitividad responsable, a la que la empresa contribuye deliberadamente y a la que toma como referencia. La competitividad responsable y sostenible como marco de la RSE es el contenido de lo que, por mi parte (Lozano *et al.*, 2005), he planteado como integración de la ventaja competitiva de las naciones (Porter, 1990) y la riqueza ética de las naciones (Donaldson, 2001).

Desde esta perspectiva, creo que hoy es posible identificar cinco perfiles corporativos en la asunción de la RSE. Estos perfiles configuran una evolución, de manera que cada uno de ellos asume el anterior y lo sitúa en un contexto más amplio. Hay que señalar que, como es obvio, no se puede esperar que una empresa esté nitidamente identificada con uno de estos perfiles. También es preciso constatar y reconocer que, dentro de una misma empresa, puede haber directivos y departamentos con distintas maneras de entender la RSE. De ahí que haya que destacar, una vez más, la importancia de visualizar estos perfiles como un marco de referencia que permita comprender y orientar mejor un proceso de aprendizaje organizativo.

1) *Legalista*. Su referencia sigue siendo la ley y su cumplimiento; atiende básicamente a lo que exige la ley, pero sin ir más allá. Se considera que la RSE no corresponde a la empresa, puesto que no se identifica con sus funciones ni con sus objetivos. Asumir la RSE supone un coste añadido no justificado que puede redun-

dar en desventajas competitivas. Es evidente que la empresa tiene obligaciones para con la sociedad; sin embargo, éstas vienen establecidas por ley, que es lo que hay que cumplir para ser responsables ante la sociedad. Por consiguiente, lo primero que hay que decir de la RSE es que no puede ni debe legislarse.

2) *Instrumental*. La empresa opera en contextos cambiantes, y uno de los cambios que más la ha afectado ha sido la exigencia social de una mayor RSE. Es necesario evaluar qué se gana con su asunción y qué riesgos se evitan. Para hacerlo, en ambos casos, hay que tener en cuenta su impacto tanto fuera como dentro de la empresa. La RSE supone un coste que, por otra parte, también lo puede suponer la no RSE. Asumirla depende no tanto de principios y opiniones como directamente del sector donde se opera. Hay que incorporar un determinado grado de RSE tras un adecuado análisis de riesgos y de coste-beneficio. Por tanto, aunque es muy importante no cometer errores en materia de RSE, tiene tanta o más importancia contar con una buena política de comunicación. La RSE forma parte de la reputación corporativa y, por tanto, habrá que incorporar tanta RSE como sea necesaria para gestionar la reputación, ni más ni menos.

3) *Funcional*. La sociedad y los consumidores, cada vez más, demandan que las empresas sean socialmente responsables, de la misma manera que, por ejemplo, hace unos años se inició un movimiento en pro de la calidad. Así pues, actualmente, en la manera de dirigir una empresa no se puede dejar de tener en cuenta todo lo referente a su responsabilidad social: se debe considerar, simplemente, un aspecto más de la

gestión. En definitiva, la RSE es un nuevo ámbito de la gestión empresarial, y como tal debe plantearse: es necesario asignar responsabilidades específicas para poder gestionar las nuevas demandas, actividades y relaciones que supone la RSE para la empresa; incluso algunos aspectos funcionales pueden mejorar si tenemos en cuenta el punto de vista de quienes se hallan al frente de la gestión de la responsabilidad social de la empresa.

4) *Estratégico*. La RSE constituye una oportunidad en la medida en que se incorpore al modelo de gestión y a la cultura de la empresa. Debe ser un elemento central de la estrategia empresarial, en tanto que forma parte del ADN de la organización. Si se incorpora la RSE a una visión estratégica, se convierte en un factor de cambio interno (en la medida en que transforma los parámetros de la vinculación con la empresa) y externo (en la medida en que se convierte en un factor de diferenciación que genera reconocimiento). Precisamente porque forma parte de la visión estratégica, la RSE permite alinear los valores corporativos con los valores y las expectativas de la sociedad.

5) *Identidad*. La RSE se muestra como factor de innovación y aprendizaje: en productos, servicios y procesos, pero también en valores, actitudes y modelos de gestión. Afecta a la visión empresarial y a la clarificación de la empresa que se quiere ser cuando deja de ser mera reacción y respuesta para convertirse en anticipación. Por eso, desde esta perspectiva, la RSE forma parte del núcleo del liderazgo empresarial. Cuando la RSE estructura la confluencia de identidad y liderazgo, la empresa se involucra en la medida de lo posible para

ser agente de cambio tanto en su sector como en la comunidad empresarial, en tanto que considera que el impulso de la RSE forma parte de su contribución a la sociedad, pues ya no es capaz de concebirse como empresa, ni de concebir la empresa, sin la perspectiva de la RSE. En este sentido, forma parte de su liderazgo la disposición a compartir el aprendizaje no sólo con otras empresas, sino también con organizaciones del sector público y del tercer sector.

Si se considera que la RSE no es únicamente contenido y estructura, sino también, y de manera fundamental, un proceso, debería pensarse siempre en clave de proyecto. En este sentido, hay que tener en cuenta que un proyecto es la confluencia de la visión y el compromiso; un proyecto nos vincula a la realidad, sin fantasías, pero estando dispuestos a la innovación y el aprendizaje; un proyecto nos da una idea de empresa, y no debemos olvidar nunca que la idea que tenemos de lo que es y debe ser una empresa determina la manera en que ésta debe ser gestionada. En definitiva, la RSE configura un proyecto de empresa y la consolida como proyecto: la RSE es, propiamente, creación de empresa. Al fin y al cabo, de lo único de lo que hemos estado hablando a lo largo de estas páginas es de crear empresas.

El dinamismo de la creación empresarial es mucho más complejo que una mera búsqueda del beneficio. Se mueve en una urdimbre social, en la que intervienen las externalidades sociales, las creencias básicas de una sociedad, las instituciones —que son inteligencia objetivada— y el clima de cooperación y confianza. No hay riqueza monetaria que pueda mantenerse mucho tiempo sin colaborar en la consolidación de un capital social (Marina, 2003: 77).

V. CONCLUSIÓN: POR UNA EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE (ERS)

El debate sobre la RSE es, en último término, un debate sobre la empresa, sobre una determinada visión de la empresa; un debate que no debe perder de vista el papel fundamental que desempeña la empresa en tanto que institución económica, pero que no puede ignorar que lo es en tanto que institución social. En este sentido, la afirmación, e incluso la exigencia, de la RSE debe contemplarse como la voluntad de corregir y cambiar lo que he denominado el *olvido social* y el *olvido ambiental* en la manera de entender la empresa y en la manera de gestionarla.

Considero que la comprensión de la RSE requiere tener en cuenta tres dimensiones: contenido, estructura y proceso (cuadro número 1). En lo que respecta al contenido, la RSE consiste en un principio hermenéutico o marco valorativo que postula la consideración, y la consiguiente integración, de los aspectos económicos, sociales y ambientales en las estrategias y decisiones empresariales. En cuanto a la estructura, la RSE postula un enfoque relacional de la gestión empresarial que tiene en cuenta en su desarrollo la relación con todos los *stakeholders*. Respecto al proceso, la RSE postula un enfoque en clave de innovación y aprendizaje, en el que las dos dimensiones anteriores toman cuerpo en un proyecto de empresa.

Falta evaluar si la expresión RSE expresa con suficiente claridad lo que quiere transmitir, y es en este punto donde es necesario retomar algunas de las reservas que expresamos al inicio de este recorrido. No cabe duda de que hablar de RSE pone énfasis en el hecho de que la empresa se halla com-

CUADRO N.º 1

DE LA RSE A LA ERS

| | Criterio para la comprensión | Criterio para la acción |
|------------|---|---|
| Contenido | Marco valorativo: integrar lo económico, lo social y lo ambiental | Transversalidad de las tres dimensiones en las políticas y en la toma de decisiones |
| Estructura | Enfoque relacional (relación con todos los <i>stakeholders</i>) | Excelencia y calidad en la gestión |
| Proceso | Innovación y aprendizaje | Proyecto empresarial |

Fuente: Josep M. Lozano, ESADE.

prometida con la sociedad, en la medida en que es primariamente una institución social, y acentúa la necesidad de corregir lo que en muchos casos ha sido un déficit social en la gestión empresarial. Sin embargo, como hemos visto, la *S* de la RSE no deja de presentar dificultades de comprensión y de comunicación. Recordemos, entre otras, que alude al mismo tiempo a la totalidad y a una parte del concepto; que facilita la contraposición entre lo social y lo económico, o la consideración de lo social como algo ajeno y añadido a la empresa (en tanto que institución primariamente económica); que difícilmente refleja de manera obvia los aspectos ambientales; que facilita un debate irresoluble acerca del alcance y la concreción de lo social en la práctica, o que no permite clarificar en qué medida la RSE es exigible.

Por ello, me permito proponer (pese a que reconozco la dificultad de acuñar un término que sea enteramente satisfactorio, y que RSE es un término que goza de un gran éxito mediático) la denominación de *empresa responsable y sostenible (ERS)* como expresión más adecuada de lo que, al menos en mi opinión, está en juego cuando se habla de responsabilidad social de la empresa.

Empresa. En primer lugar, se pone el acento en el hecho de que hablamos de la empresa, y sólo de

ella, con todas sus consecuencias y, por tanto, que atenderemos a su especificidad sin proyectar en ella exigencias o planteamientos propios de otras organizaciones. De este modo delimitamos mejor nuestro objeto, y además evitamos el riesgo de transmitir la idea de que la responsabilidad social (RS) solo se reclama de la empresa, como si otros actores sociales fueran ajenos a su demanda. En rigor, la RS no es algo exigible solamente a la empresa, sino que debe ser asumida por todos los actores sociales en la medida en que sea deseable una sociedad responsable en la cual el principio de responsabilidad rijan las relaciones humanas. En este sentido, siempre he defendido que, en cualquier caso, la RS debe afectar a todas las organizaciones y que, por consiguiente, en la medida en que apela a un modelo de gestión, si hay que seguir hablando de RS, parece más adecuado hablar genéricamente de RSO (responsabilidad social de las organizaciones).

Responsable. La responsabilidad no alude únicamente a las consecuencias, sino que trata, primariamente, de relaciones (y, por tanto, de la articulación de valores, razones y consecuencias). Cuando hablamos de *empresa responsable* nos referimos a toda la red de relaciones de la empresa y a todos los aspectos de esas relaciones. En consecuencia, la viabilidad económica es un as-

pecto sustantivo y estructural de la responsabilidad de la empresa, pero no la agota: la responsabilidad de la empresa tiene a la vez una dimensión económica, social y ambiental, dimensiones inherentes a las relaciones con los diversos *stakeholders*. Por eso, al calibrar la responsabilidad de la empresa, no hay que olvidar la *S*, pero tampoco debe reducirse a la *S* (a no ser que dicha *S* se refiera a lo social en un sentido tan genérico que sea, de hecho, una especie de contenedor). Esto es así, entre otras razones, porque la empresa no se relaciona con la sociedad, sino con sus *stakeholders*, y ser responsable consiste en alcanzar la excelencia en su inserción en esa red de relaciones. Así pues, las relaciones con los diversos *stakeholders* deben tener en cuenta todos los aspectos de dichas relaciones. Al mismo tiempo, la interdependencia propia de las redes nos impide concebir dichas relaciones de forma unidireccional, únicamente desde la empresa hacia los *stakeholders*: la responsabilidad relacional requiere no sólo una empresa capaz de actuar, sino también capaz de escuchar. De ahí que el diálogo con los diversos *stakeholders* se convierta en un elemento estructurador del ejercicio de la responsabilidad.

Sostenible. Llegados a este punto, ¿por qué no nos limitamos a la afirmación de *empresa responsable*? ¿Es necesario introdu-

cir la referencia a la sostenibilidad? Creo que esta alusión tiene sentido en la medida en que la afirmación de la sostenibilidad permite incorporar más claramente algunos elementos que, en ningún caso, deberían desaparecer de nuestra comprensión. En primer lugar, hablar de sostenibilidad permite poner de manifiesto la atención a la cuestión ambiental, algo que, como hemos visto, ni el término *social* ni la referencia a los *stakeholders* incorporan con claridad. En segundo lugar, hablar de sostenibilidad acentúa que todo lo que se está planteando tiene sentido desde la adopción de una perspectiva de largo plazo. Creo que sólo con una mentalidad en la que predominen de manera casi exclusiva las convicciones como guía para la acción se puede pretender que la responsabilidad rija actuaciones que tengan como único horizonte el corto plazo (y, por cierto, en una empresa, la mezcla del objetivo de los resultados económicos y de la perspectiva a corto plazo no suele dejar demasiado espacio para las convicciones). Pero no se trata solamente de no olvidar la visión a largo plazo. Hablar de sostenibilidad, en tercer lugar, nos sitúa, como hemos visto, ante el reto de contribuir a la sociedad desde un marco de referencia compartido; un marco de referencia que se muestra como un horizonte que puede dar sentido y orientación a las actuaciones concretas de las diversas organizaciones y, a la vez, actuar como instancia crítica de todas ellas: la conjunción de prosperidad económica, calidad ambiental y justicia social.

Por todo ello, he llegado a la conclusión de que cuando apelamos a la RSE lo que estamos haciendo, en último término, es proponer una visión de la empresa que la concibe como *empresa responsable y sostenible* (ERS).

NOTAS

(*) Este texto se enmarca en una línea de investigación sobre la *empresa ciudadana* que se desarrolla en el Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES) de ESADE (URL). La Fundació Caixa Sabadell es la entidad promotora del IPES. La investigación que se refleja en este texto ha sido posible gracias a la colaboración de la Conselleria d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya.

(1) <http://www.unglobalcompact.org>.

(2) En 2002, el IPES publicó una edición conjunta del libro verde y de la posterior comunicación de la Comisión Europea.

(3) «Debería abandonarse la idea de una solución para todos para la definición de la responsabilidad social y de la sostenibilidad de la empresa, y aceptar definiciones más específicas que se ajusten a los niveles de desarrollo, conciencia y ambición de las organizaciones» (VAN MARREWIJK y WERRE, 2003).

(4) Así lo expone en un informe que, en mi opinión, pone de manifiesto que es posible realizar simultáneamente un excelente análisis y un pésimo diagnóstico. Esto no debería sorprendernos especialmente si recordamos que dos de sus editores (MICKLETHWAIT y WOOLDRIDGE, 2003) cierran su apasionante presentación histórica de lo que ha sido la empresa afirmando que los dos nubarrones que amenazan su horizonte son —¡precisamente!— los escándalos empresariales y... la responsabilidad social [sic].

(5) Lo hemos puesto de relieve en el análisis de las políticas públicas europeas que hemos llevado a cabo en LOZANO *et al.* (2005).

(6) De hecho, esto es lo que han asumido, por ejemplo, la Comisión Europea y el World Business Council for Sustainable Development.

(7) Puede encontrarse una presentación detallada de sus diversas acepciones en SCHALTEGGER y BURRITT (2000).

(8) Un estudio presentado en Davos, en 2005 (*Mainstreaming Responsible Investment*, www.accountability.org.uk), ponía de manifiesto una de las tensiones clave de la RSE, nunca suficientemente abordada: ante la afirmación «Creo que unas prácticas empresariales responsables pueden suponer una significativa ventaja competitiva para nosotros», el 52 por 100 de los encuestados se mostraba de acuerdo y el 30 por 100, muy de acuerdo. En cambio, ante la pregunta «¿Cuál es la limitación más significativa para progresar en prácticas empresariales responsables?», el 47 por 100 consideraba que eran los objetivos financieros a corto plazo (la siguiente limitación era la falta de conocimiento, ya sólo con un 15 por 100).

(9) No podemos detenernos ahora en este punto, porque es conceptualmente secundario. No obstante, es muy relevante en la práctica, en la medida en que ha contribuido a que en muchos círculos se identifique la RSE con

los donativos a entidades y proyectos de todo tipo y, por consiguiente, con un coste añadido para las empresas. Este reduccionismo se ve reforzado a menudo por las organizaciones sociales y las administraciones públicas, a las que a veces interesa identificar la RSE con contribuciones económicas de las empresas en la medida en que, deliberadamente o no, instrumentalizan el discurso sobre la RSE al servicio de sus estrategias de captación de recursos. Aun a riesgo de simplificar y de realizar una afirmación algo burda, en este punto me limito a señalar que la RSE no consiste en dar dinero para buenas causas (aunque tampoco lo impide, claro está).

(10) Desde una perspectiva crítica, radicalmente opuesta a la de *The Economist*, se repite hasta la saciedad, con toda razón, que estas prácticas pueden ser meras operaciones de maquiillaje. Aunque en algunos casos se trata de algo indudable, no es necesario que nos detengamos en este punto, pues es algo asumido desde hace muchos años. En este sentido, véase, por ejemplo, lo que escribía Clark ya en 1916: «El problema no es que no se ayude a los necesitados, sino que se les ayuda en nombre de la caridad, independientemente de si son víctimas de su propia debilidad o de los desajustes de nuestra no demasiado perfecta máquina industrial. Para muchos, la simple palabra “caridad” tiene el mismo significado que una bandera roja para un toro, y esto no cambiará mientras gran parte de todo aquello que se entiende por caridad intente simplemente reparar el daño o rescatar del naufragio del que la industria es la causa principal, la misma industria que distribuye los dividendos de los que proceden tan libremente los fondos de caridad» (CLARK, 1916: 28).

(11) Véase, por ejemplo, el estudio *The State of Corporate Citizenship in the United States: 2003*, elaborado por The Center for Corporate Citizenship.

(12) De ahí que uno de los temas críticos de la gestión integral de la RSE en el futuro inmediato sea el tipo de relación que debe existir entre la política empresarial de RSE y la que llevan a cabo las fundaciones de empresa (en el caso de las empresas que disponen de ellas).

(13) Esto suele ser un engolamiento retórico ante el pavor a cualquier presión política en este sentido, pues lo cierto es que se espera y se exige que se regulen las ventajas fiscales de la filantropía.

(14) Desde el inicial y emblemático artículo de Friedman —«The social responsibility of business is to increase its profits» (1970)—, que los *rankings* señalan como el más citado de la historia de la ética empresarial, hasta el último informe de *The Economist* se mantiene interrumpida la conexión que vincula la confusión entre filantropía y RSE con argumentos de este tipo.

(15) Otra visión de la RSE restringida a un solo tema y a un solo *stakeholder*, debida a la ambigüedad del adjetivo *social*, es la que la identifica con el diálogo social y conduce a supuestas objeciones del tipo «¿qué tiene que ver la RSE con las relaciones laborales?» No podemos ocuparnos ahora de esta cuestión, que,

por otra parte, no genera los problemas que se derivan de la confusión entre RSE y acción social; en cambio, requeriría plantear cómo se entiende la RSE desde la perspectiva sindical.

(16) VAN MARREWIJK y HARDJONO (2003: 121). Cursiva en el original.

(17) FISHER (2004: 395). Fisher también ha analizado una cuestión directamente relacionada con el tema que nos ocupa, y en la que, sin embargo, no podemos detenernos: la relación entre RSE y ética empresarial. En este sentido, ha identificado cuatro planteamientos: a) la RSE es la ética en el contexto organizativo; b) la RSE trata de los impactos de la empresa en la sociedad, mientras que la ética trata de los comportamientos en el seno de la organización; c) la RSE tiene diversas dimensiones, y una de ellas es la ética; d) no hay relación entre ellas. Sin embargo, si se analiza lo ocurrido en los últimos años, creo que todavía no hemos profundizado lo suficiente en la reflexión sobre un fenómeno altamente significativo: cuanto más se habla de RSE, menos se habla de ética empresarial.

(18) A ello hay que añadir que, dentro de una misma empresa, hablar de RSE puede dar lugar a apreciaciones diversas según el departamento: en un departamento jurídico, oír hablar de responsabilidad puede remitir espontáneamente al código civil; en un departamento financiero, a dotaciones para hacer frente a daños y perjuicios, y así sucesivamente. (Debo esta observación a una comunicación personal de Alberto Andreu.)

(19) COMISIÓN EUROPEA (2001: 13). En contra de lo que suele decirse, es muy importante resaltar que ésta no es la definición de la Comisión, sino la constatación de una coincidencia.

(20) Hemos analizado con detalle esta cuestión en nuestro estudio sobre políticas públicas y RSE (LOZANO *et al.*, 2005).

(21) Este último punto es importante si no olvidamos, como tantas veces se hace, que la correspondencia y la legitimación social de la triple cuenta de resultados empresarial es la prosperidad económica, la calidad ambiental y la justicia social.

(22) En cualquier caso, entiendo que esto se refiere sólo a lo que, a partir de diferentes justificaciones filosóficas, DONALDSON y DUNFEE (1999) han denominado *hipernormas* y, entre nosotros, Adela CORTINA (1986), *ética mínima*. Pero, si esto es así, no estaríamos hablando de responsabilidad social de la empresa en tanto que empresa, sino en tanto que la empresa debe someterse a los mismos valores fundamentales que el resto de los actores sociales.

(23) Todo esto lo han visto con claridad LIZCANO y NIETO (2005), con cuyo análisis estoy absolutamente de acuerdo, aunque no comparto totalmente sus conclusiones.

(24) Considero este trabajo la mejor visión de conjunto disponible actualmente sobre los distintos enfoques de la RSE.

(25) Me he ocupado brevemente de esta evolución en LOZANO (2002).

(26) Como veremos en el apartado siguiente, cuando hablemos de la estructura de la RSE, la identificación de los contenidos de ésta en cada empresa no se puede realizar en abstracto, sino únicamente a partir de su relación con los diversos *stakeholders* (gráfico 4).

(27) Tras muchos debates y consultas, y a falta de una solución más adecuada, me sigo inclinando por mantener la denominación inglesa.

(28) He analizado con detalle los planteamientos sobre el concepto de *stakeholder* y su relación con la RSE en LOZANO (1999), y he propuesto una revisión de los enfoques dominantes en LOZANO *et al.* (2005).

(29) POST *et al.* (2002: 2). Hay que añadir, sin embargo, que lo que hacen depende directamente de lo que quieren ser.

(30) Ya en 1916, Clark señalaba críticamente el riesgo que suponía haber heredado lo que él denominaba una *economía de la irresponsabilidad*. Quienes ponen el grito en el cielo y claman por que se tenga en cuenta el coste de la RSE, deberían exigir también algún tipo de información sobre el coste de la no RSE (o de la irresponsabilidad).

(31) Lo he puesto de relieve en LOZANO *et al.* (2005).

(32) Algo que no siempre está claro cuando se habla de RSE: Whetten *et al.* inician su capítulo sobre «What are the responsibilities of business to society» en un reciente *Handbook of strategy and management* (2001) reconociendo que muchos lectores se preguntarán por qué se incluye un capítulo sobre RSE en un manual de estrategia y *management*.

(33) No debería levantar suspicacias la palabra *normativa*. Ese carácter normativo, contrariamente a lo que se suele decir, no es ni una peculiaridad ni una limitación de dichos principios. Como ha puesto de relieve CRAGG (2002), cualquier teoría sobre el *management* es en sí misma prescriptiva desde el momento en que cualquier teoría pretende proponer qué debe hacer un directivo para alcanzar el éxito... La concepción de cualquier teoría viene definida en sí misma. En este sentido, raramente se reconoce y se acepta que, en el debate sobre la RSE, se ponen de manifiesto visiones rivales de lo que se debe entender por éxito empresarial. Y es evidente, en este caso, que estos principios suponen una visión del éxito empresarial también en clave *stakeholder*. MARZAL (1983) ya señaló que la ingenua afirmación según la cual «hay que tomar la mejor decisión posible» oculta la pregunta, siempre incómoda, acerca de la mejor decisión para quién, puesto que puede haber tantas «mejores decisiones» como *stakeholders* estén involucrados en ellas.

(34) He presentado una visión amplia de la *accountability* en LOZANO (2004).

(35) VAN MARREWIJK y HARDJONO (2003) han destacado que la sostenibilidad corporativa consiste en dar respuesta a cuatro preguntas: dónde estamos, adónde vamos, cómo llegaremos y qué hemos de hacer.

(36) Por lo que respecta a la línea de reflexión que estoy proponiendo, RSE y ciudadanía corporativa (*corporate citizenship*) funcionan en este texto prácticamente como sinónimos.

(37) En LOZANO (1999) he recopilado con detalle diversas perspectivas, y he ordenado sistemáticamente los argumentos que se han dado a favor y en contra de la responsabilidad social de la empresa.

(38) Véase *Third Generation Corporate Citizenship* en www.accountability.org.uk.

(39) Sintomáticamente, desde una perspectiva diferente, pero pensando en la misma dirección, Elkington se refiere a estos procesos de transformación diciendo que nos hallamos ante una nueva realidad empresarial, que él denomina *economía crisálida*, imagen que utiliza para poner énfasis en la idea de transformación.

(40) Este enfoque empieza a ganar adeptos. Véase MIDTUN (2005).

BIBLIOGRAFÍA

- AUSTIN, James E. (2000), *The Collaboration Challenge*, San Francisco, Jossey Bass. [El desafío de la colaboración, Buenos Aires, Gránica, 2003].
- BARBER, Benjamín, R. (1998), *A Place for Us*, Nueva York, Hill and Wang. [Un lugar para todos, Barcelona, Paidós].
- BECK, Ulrik (1986), *Risikogesellschaft*, Frankfurt, Suhrkamp. [La sociedad del riesgo, Madrid, Taurus, 1998].
- BOASSON, Claire, y WILSON, Andrew (2002), *Exploring Business Dynamics*, Bruselas, CSR Europe.
- BURKE, E. M. (1999), *Corporate Community Relations. The Principle of the Neighbor of Choice*, Londres, Quorum Books.
- CARROLL, Archie B. (1979), «A three-dimensional conceptual model of corporate performance», *Academy of Management Review*, vol. 4 (4): 497-505.
- (1991), «The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders», *Business Horizons*, julio-agosto: 39-48.
- (1995), *Understanding Stakeholder Thinking*, LSR- Publications. [DONALDSON, T., y PRESTON, L. E., «Stakeholder thinking in three models of management morality: A perspective with strategic implications», *The Corporation and its Stakeholders*, Toronto, University of Toronto Press, 1998: 139-170].
- (1999), «Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct», *Business & Society*, vol. 38 (3): 268-295.
- CARROLL, Archie B., y BUCHHOLTZ, Ann K. (2003), *Business & Society. Ethics and Stakeholder Management*, Mason, South-Western.
- CARROLL, Archie B., y NÄSI, J. (1997), «Understanding stakeholder thinking: Themes from

| | | |
|---|---|---|
| <p>a finnish conference», <i>Business Ethics – A European Review</i>, vol. 6 (1): 46-51. [DONALDSON, T. y PRESTON, L. E.: <i>The Corporation and its Stakeholders</i>, Toronto, University of Toronto Press, 1998: 71-80].</p> <p>CLARK, J. M. (1916), «The changing basis of economic responsibilities», <i>The Journal of Political Economy</i>, vol. 24 (3): 209-229. [DONALDSON, T. y PRESTON, L. E.: <i>The Corporation and its Stakeholders</i>, Toronto, University of Toronto Press, 1998: 13-29].</p> <p>CLARKSON, M. B. (1995), «A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance», <i>Academy of Management Review</i>, vol. 20 (1): 92-117.</p> <p>COMISIÓN EUROPEA (2001), Libro verde. <i>Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas</i>, Barcelona, ESADE.</p> <p>CORTINA, A. (1986), <i>Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica</i>, Madrid, Tecnos.</p> <p>CRAGG, Wesley (2002), «Business ethics and stakeholder theory», <i>Business Ethics Quarterly</i>, 12 (2): 113-142.</p> <p>DALTON, D. R., y DAILY, C. M. (1991), «The constituents of corporate responsibility: separate, but not not separable, interests?», <i>Business Horizons</i>, julio-agosto: 74-78.</p> <p>DONALDSON, T. (2001), «The ethical wealth of nations», <i>Journal of Business Ethics</i>, 31: 25-36.</p> <p>DONALDSON, Thomas, y DUNFEE, Thomas (1999), <i>Ties That Bind</i>, Boston, Harvard Business Review.</p> <p>DONALDSON, T., y PRESTON, L. E. (1995), «The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications», <i>Academy of Management Review</i>, vol. 20 (1): 65-91. [DONALDSON, T., y PRESTON, L. E., <i>The Corporation and its Stakeholders</i>, Toronto, University of Toronto Press, 1998: 173-203].</p> <p>— (1998), <i>The Corporation and its Stakeholders</i>, Toronto, University of Toronto Press.</p> <p>DUNPHY, Dexter; GRIFFITHS, Andrew, y BENN, Suzanne (2003), <i>Organizational Change for Corporate Sustainability: A Guide for Leaders and Change Agents of the Future</i>, Londres, Routledge.</p> <p>ELKINGTON, John (1997), <i>Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business</i>, Gabriola, New Society Publishers.</p> <p>— (2001), <i>The Chrysalis Economy</i>, Oxford: Capstone.</p> <p>FISHER, J. (2004), «Social responsibility and ethics: Clarifying the concepts», <i>Journal of Business Ethics</i>, 52: 391-400.</p> <p>FREDERICK, W. (1986), «Toward CSR3: why ethical analysis is indispensable and unavoidable in corporate affairs», <i>California Management Review</i>, 28(2): 126-141.</p> <p>FREEMAN, R. E., y REED, D. (1983), «Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance», <i>California Management Review</i>, vol. 25 (3): 88-106.</p> | <p>FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD (2004), <i>Observatorio de la acción social de la empresa en España</i>, Madrid, Fundación Empresa y Sociedad.</p> <p>GARRIGA, Elisabet, y MELÉ, Domènec (2004), «Corporate social responsibility theories: Mapping the territory», <i>Journal of Business Ethics</i>, 53: 51-71.</p> <p>GIDDENS, A. (1999), <i>Runaway World</i>, Londres, Profile Books. [Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas, Madrid, Taurus, 2000].</p> <p>HANDY, Charles (2002), «What's business for?», <i>Harvard Business Review</i>, diciembre: 49-55.</p> <p>HOLME, Richard, y WATTS, Phil (2000), <i>Corporate Social Responsibility</i>, www.wbscd.ch.</p> <p>LIZCANO, José Luis, y NIETO, Pablo (2005), «¿Responsabilidad social corporativa o sólo corporativa?», <i>Cinco Días</i>, 6 de mayo.</p> <p>LOGAN, David; ROY, Delwin, y REGELBRUGGE, Laurie (1997), <i>Global Corporate Citizenship. Rationale and Strategies</i>, Washington, The Hitachi Foundation.</p> <p>LOZANO, Josep M. (1999), <i>Ética y empresa</i>, Madrid, Trotta.</p> <p>— (2002), <i>La empresa ciudadana. Un reto de innovación</i>, Barcelona, ESADE.</p> <p>— (2004), «What is a successful company? A path to understanding accountability», en BRENKERT, George, <i>Corporate Integrity & Accountability</i>, Londres, Sage: 100-114.</p> <p>LOZANO, Josep M.; ALBAREDA, Laura; YSA, Tamyko; ROSCHER, Heike, y MARCUCCIO, Manila (2005), <i>Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas</i>, Barcelona, Granica.</p> <p>MARINA, José A. (2003), <i>La creación económica</i>, Bilbao, Deusto.</p> <p>MARREWIJK, Marcel van (2003), «Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion», <i>Journal of Business Ethics</i>, 44: 95-105.</p> <p>MARREWIJK, Marcel van, y HARDJONO, Teun W. (2003), «European corporate sustainability framework for managing complexity and corporate transformation», <i>Journal of Business Ethics</i>, 44: 121-132.</p> <p>MARREWIJK, Marcel van, y WERRE, Marco (2003), «Multiple levels of corporate sustainability», <i>Journal of Business Ethics</i>, 44: 107-119.</p> <p>MARZAL, A. (1983), <i>Análisis político de la empresa. Razón dominante y modelos de empresa</i>, Barcelona, Ariel.</p> <p>MICKLETHWAIT, John, y WOOLDRIDGE, Adrian (2003), <i>The Company: A Short History of a Revolution</i>, Londres, Weindenfeld & Nicolson. [La empresa. Historia de una idea revolucionaria, Barcelona, Mondadori, 2003].</p> <p>MIDTTUN, Atle (2005), «Realigning business, government and civil society: Emerging embedded relational governance beyond the (neo) liberal and welfare state models», <i>Corporate Governance</i>: 1-25.</p> | <p>MIRALLES, Josep (2004), «Ética empresarial y globalización», <i>Brotéria</i>, 159 (5): 419-440.</p> <p>MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R., y WOOD, D. (1997), «Toward a theory of stakeholder identification and sleince: Defining the principle of who and what really counts», <i>Academy of Management Review</i>, vol. 22 (4): 853-886. [DONALDSON, T., y PRESTON, L.E.: <i>The Corporation and its Stakeholders</i>, Toronto, University of Toronto Press, 1998: 275-313].</p> <p>ORTS, Eric W., y STRUDLER, Alan (2002), «The ethical and environmental limits of stakeholder theory», <i>Business Ethics Quarterly</i>, 12 (2): 215-234.</p> <p>PERDIGUERO, T. G. (2003), <i>La responsabilidad social de las empresas en un mundo global</i>, Barcelona, Anagrama.</p> <p>PORTER, Michael P. (1990), <i>The Competitive Advantage of Nations</i>, Nueva York, Free Press.</p> <p>POST, James E. (2002), «Global corporate citizenship: Principles to live and work by», <i>Business Ethics Quarterly</i>, 12 (2): 143-154.</p> <p>POST, James E.; PRESTON, Lee E., y SACHS, Sybille (2002), <i>Redefining the Corporation</i>, Stanford, Stanford University Press.</p> <p>RABANAL, Marc (2004), <i>El patrocinio y el mecenazgo empresarial en el marco de la responsabilidad social corporativa</i>, Barcelona, AEDME.</p> <p>SHALTEGGER, S., y BURRITT, R. (2000), <i>Contemporary Environmental Accounting</i>, Sheafield, Greenleaf Publishing.</p> <p>SMITH, N. C. (2003), «Corporate social responsibility: Whether or how?», <i>California Management Review</i>, 45 (4): 52-76.</p> <p><i>The Economist</i> (2005), <i>The Good Company</i>, 22 de enero.</p> <p>VERNIS, Alfred; IGLESIAS, María; SANZ, Beatriz, y SAZ, Ángel (2004), <i>Los retos en la gestión de las organizaciones no lucrativas</i>, Barcelona, Granica.</p> <p>WBCSD (2002), <i>The Business Case for Sustainable Development</i>, www.wbscd.ch.</p> <p>WHEELER, D., y SILLANPÄÄ, M. (1997), <i>The Stakeholder Corporation</i>, Londres, Pitman.</p> <p>WHETTEN, D.; RANDS, G., y GODFREY, P. (2001), «What are the responsibilities of business to society?», PETTEGREW et al., <i>Handbook of Strategy and Management</i>, Londres, Sage: 373-408.</p> <p>WOOD, D. J., y JONES, R. E. (1995), «Stakeholder mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance», <i>The International Journal of Organizational Analysis</i>, vol. 3 (3): 229-267. [DONALDSON, T., y PRESTON, L. E., <i>The Corporation and its Stakeholders</i>, Toronto, University of Toronto Press, 1998: 315-363].</p> |
|---|---|---|

Resumen

En el presente trabajo se lleva a cabo una aproximación al relieve jurídico de la RSC, materia tradicionalmente desdeñada en las aportaciones sobre el tema. Se hace hincapié en el significado de la RSC para el ordenamiento jurídico, en general, resaltando su carácter voluntario, susceptible de importantes matices. En el plano específico del derecho mercantil, la RSC produce efectos significativos en el derecho de sociedades y en el derecho del mercado. Para el primero es clave la noción de interés social, y para el segundo resulta determinante su incidencia en el marco de la competitividad de las empresas.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, carácter voluntario, costumbre, interés social, mercado, competencia.

Abstract

The present article undertakes an approach to the legal relief of CSR, a matter traditionally scorned in the contributions to the subject. Emphasis is laid on the significance of CSR for the legal system in general, underlining its voluntary nature, susceptible to qualifications of considerable importance. On the specific commercial law level, CSR produces significant effects on both company law and on market law. For the former a key factor is the notion of social interest, and for the latter its impact on the framework of company competitiveness is decisive.

Key words: corporate social responsibility, voluntary nature, custom, social interest, market, competition.

JEL classification: K20, M14.

DERECHO, MERCADO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

José Miguel EMBID IRUJO

Universidad de Valencia

I. INTRODUCCIÓN: LA ESCASA ATENCIÓN A LOS ASPECTOS JURÍDICOS DE LA RSC

EL amplio debate que, desde hace años, se refiere a la responsabilidad social corporativa (RSC) viene desarrollándose desde la doble perspectiva de la economía, por un lado, y de la ética de la empresa, por otro. Sobre la base de estos diversos planteamientos, se han alcanzado ya resultados relevantes y, sobre todo, se ha terminado por convertir a la RSC en un *must* de la realidad empresarial de nuestro tiempo. No parece posible en la época actual soslayar el relieve de la RSC cuando se contempla el sentido último de la empresa, sus fines y orientaciones generales, pudiendo decirse incluso que ha llegado a incorporarse, como un elemento más, a la reflexión teórica de nuestros días en torno a la institución empresarial. Pero, al lado de esta perspectiva *teórica*, cabe señalar también que la RSC se ha convertido en una circunstancia habitual de la realidad cotidiana de las empresas y, en particular, de las de mayor dimensión, por lo que alcanza un valor que cabría denominar práctico, vinculado al discursar común de la actividad de empresa. La idea de ser calificada como «empresa socialmente responsable» se configura de este modo como un elemento prestigioso, a la par que rentable, desde la perspectiva concreta de una empresa que aspire a una implantación satisfactoria en el mercado.

La importancia de la RSC en la época presente y la abundancia de estudios doctrinales a ella dedicados desde la doble vertiente antes señalada no ha ido acompañada, sin embargo, de una contribución equiparable en lo que al derecho se refiere (1). Esta falta de interés por la perspectiva jurídica (2) puede explicarse, quizá, por un extremo continuamente repetido cuando se habla del tema que nos ocupa: el carácter voluntario de las actividades o prestaciones susceptibles de encuadrarse en el ámbito de la RSC. Dicho de otra manera, cuando una empresa detrae de sus beneficios una cierta cantidad para dedicarla al mecenazgo cultural, a la protección del medio ambiente o a la organización de una guardería infantil para los hijos de sus empleados, por ejemplo, lo hace por su propia y autónoma voluntad, como una manifestación concreta de su propósito de convertirse en empresa «socialmente responsable». Nada más lejos, en apariencia, del derecho, ámbito en el que priman, en una visión convencional de las cosas, la heteronomía, la coerción y la imposición de sanciones para quien desconozca las reglas establecidas en las leyes. Siendo así que ninguna ley impone a las empresas, en principio, la realización de actividades propias de la RSC, cabría concluir que el derecho nada o muy poco tiene que decir al respecto.

El objetivo del presente trabajo reside, precisamente, en señalar la

inexactitud de las anteriores premisas. La RSC es, como habrá ocasión de ver, una figura relevante desde la perspectiva jurídica y, en particular, desde la vertiente propia del derecho mercantil, como sector del ordenamiento jurídico que toma como referencia esencial de su ordenación la actividad de la empresa en el mercado. A tal fin, y tras una serie de consideraciones generales, concentraremos nuestra atención en dos aspectos significativos de la indicada materia jurídica: el *derecho de sociedades*, pues, al fin y al cabo, la mayor parte de las empresas se organizan jurídicamente como sociedades (en esencia, anónimas y de responsabilidad limitada), y el actualmente llamado *derecho del mercado*, ya que la realización de actividades propias de RSC es susceptible de producir efectos en los diferentes sectores jurídicos reguladores del mercado (sobre todo, el derecho de la competencia, al que limitaremos nuestro análisis). La presente aportación, que se mueve en el ámbito del derecho español, en cuyo seno adquieren sentido las afirmaciones que se vayan a efectuar, no pretende, por lo demás, ser exhaustiva; ya ha quedado claro que la perspectiva elegida es la mercantil y, dentro de ella, las reflexiones subsiguientes sólo aspiran a plantear las cuestiones básicas en la materia. Quede para un trabajo de mayor alcance la necesaria discusión de muchos aspectos aquí meramente esbozados.

II. LA RSC ANTE EL ORDENAMIENTO JURÍDICO

1. La voluntariedad de las actividades propias de la RSC

Como ha habido ya ocasión de indicar, el argumento más relevante para señalar la ajenidad de la RSC respecto del derecho se de-

duce del carácter voluntario de su realización. Que una empresa lleve a cabo un conjunto de actividades o prestaciones propias de la RSC se suele explicar, básicamente, por su libre voluntad de hacerlo, sin que tal cosa se deduzca de o se imponga por una norma legal. Así, si una sociedad anónima decide no distribuir dividendos entre sus accionistas o, en todo caso, reduce la correspondiente asignación por dedicar el resto del beneficio (o la cantidad íntegra) a acciones comprendidas en su programa de RSC, nos encontraremos ante un acuerdo de sus socios libremente adoptado en la correspondiente Junta General, sin ningún tipo de imposición jurídica.

Si, en lo sustancial, la afirmación anterior parece correcta, hay que observar, ya en este momento, que tal acuerdo no será jurídicamente irrelevante; habrá que ver si es compatible con el interés social, magnitud, como se sabe, de necesaria observancia por los órganos de la sociedad en su actuación. Si lo es, no podrá prosperar la acción judicial de impugnación del acuerdo que, en su caso, pueda interponer el socio disconforme (véanse, en tal sentido, los artículos 115 y siguientes de la Ley de Sociedades Anónimas); de no serlo, en cambio, la acción será presumiblemente acogida por el juez, declarando, por regla general, la invalidez (por anulabilidad, según creemos) del mencionado acuerdo (3). En todo caso, el hecho de que la medida susceptible de calificarse como actividad de RSC se haya adoptado, en nuestro ejemplo, de manera voluntaria no la convierte en una realidad metajurídica, según acabamos de manifestar.

Con todo, la idea de la voluntariedad de la RSC, el hecho de que su realización dependa, en última

y exclusiva instancia, de la libre decisión de la propia empresa, está muy arraigada en la literatura doctrinal predominante y, en sentido amplio, en el mundo empresarial. No es del todo seguro, sin embargo, que semejante criterio sea plenamente exacto, aun conservando un punto de partida correcto. Y ello por dos razones: una, de orden genérico, referida a la posibilidad de que el fenómeno de la RSC entre en el campo del derecho por la vía, aparentemente secundaria, de la costumbre; otra, de carácter particular, derivada de la posible vinculación que para la empresa pueda deducirse del anuncio público de llevar a cabo medidas concretas de responsabilidad social corporativa.

La primera razón, ciertamente compleja y de difícil resolución en el marco de nuestro trabajo, nos obliga a considerar si en la actualidad la realización de actividades de RSC se ha convertido en una auténtica *costumbre* desde el punto de vista jurídico; es decir, si se dan los dos elementos requeridos por la doctrina jurídica para apreciar la existencia de una costumbre y, por lo tanto, para saber si un determinado extremo es vinculante para la sociedad (4). Dichos elementos, como es sabido, consisten en la repetición efectiva de una conducta en la práctica social, por un lado, y en la conciencia de que tal conducta vale como norma jurídica (*opinio iuris*), por otro. Que la RSC, en sus muy diversas manifestaciones, es hoy una conducta socialmente repetida en nuestro país y en muchos otros (quizás en ellos todavía con más frecuencia) parece algo evidente. No lo resulta tanto que, al realizar esa conducta, las correspondientes empresas obren respondiendo a un imperativo jurídico. Para desmentir este segundo elemento, sin embargo, no bastaría con reiterar el carácter voluntario

de la realización de las actividades de la RSC por las empresas; pues, al fin y al cabo, la posible vinculación para los ciudadanos de determinadas conductas no puede basarse en su particular voluntad o en sus concretas creencias de «no sentirse obligados». Con todo, no puede afirmarse con seguridad que, en estos momentos, exista la conciencia en nuestra sociedad de que la RSC es un elemento obligatorio para las empresas derivado de la formación de una costumbre al respecto. Ello no excluye, sin embargo, que en el futuro pueda llegar a serlo, siempre, eso sí, con la relativa imprecisión que acompaña a esta fuente del derecho a la hora de precisar el contenido de la conducta obligada.

Por lo que se refiere a la segunda razón, es oportuno señalar que las declaraciones públicas en torno a una futura conducta del declarante no son, en modo alguno, irrelevantes ni se pueden hacer como mero *flatus vocis*. Si, desde hace bastantes años, los anuncios públicos en torno a calidades y precios de los productos anunciados han de considerarse jurídicamente vinculantes para los proponentes —antes de que el derecho del consumo viniera a sancionar legalmente tal afirmación— (5), no parece que las alegaciones en torno a la realización de un programa de actividades de RSC por una determinada empresa hayan de merecer distinta suerte. Puede citarse, en tal sentido, un fallo reciente (26 de junio de 2003) del Tribunal Supremo de Estados Unidos, conforme al cual resulta posible sostener que la adopción y desarrollo de un programa de RSC es susceptible de convertirse, a través de anuncios informativos y publicitarios, en fuente de concretas obligaciones para las empresas correspondientes.

Sin entrar en los detalles del pleito, conectados, en buena medida, con las particularidades de la realidad jurídica y social de Estados Unidos, es posible afirmar que las indicaciones difundidas públicamente por las empresas en torno a sus actividades de RSC pueden llegar a ser consideradas partes integrantes de un «discurso comercial» (*commercial speech*), sometándose, por tanto, a los rigurosos requisitos de veracidad pertinentes en tal caso. De ser inciertas o falsas tales indicaciones, se deducirán para la empresa en cuestión las oportunas consecuencias en el terreno de la responsabilidad (6). Desde nuestra propia perspectiva, el asunto resuelto por el Tribunal Supremo norteamericano es susceptible de ser considerado, en el marco de la teoría general de las obligaciones, como un ejemplo más del establecimiento de una concreta obligación por la voluntad unilateral de un determinado sujeto. Es decir, en conclusión, que hay, sí, voluntariedad en la decisión de llevar a cabo una actividad de RSC, pero su concreta formulación y el anuncio público de su posible contenido resultarán vinculantes para su autor, al integrarse en un «discurso comercial» sometido a rigurosos patrones de veracidad.

Si se llegara a generalizar, no obstante, entre jueces y tribunales la doctrina que acabamos de reseñar, no sería descabellado suponer un relativo «enfriamiento» del interés relativo a la realización de prácticas de RSC. No obstante, quizás esta tendencia no llegue a confirmarse a la vista de la «popularidad» de que disfruta en nuestros días la RSC y de su necesaria consideración por las empresas si quieren, al menos, mejorar su reputación y, de paso, su presencia en el mercado. Tal vez pueda servir la doctrina reseñada para combatir el propósito de al-

gunos gobiernos (incluido, en principio, el español) de regular legalmente el fenómeno que nos ocupa. Y ello por pensar, sin duda con fundamento, que siempre será menos lesivo para la autonomía de las empresas a la hora de ordenar su gestión un fallo judicial, por incisivo que parezca, que una norma legislativa, por laxa o genérica que pueda mostrarse en su formulación textual (7).

2. La autorregulación: los códigos privados sobre RSC

Íntimamente conectada a las reflexiones anteriores se nos aparece la temática, hoy bien actual, del posible carácter vinculante de los llamados «códigos», de carácter privado, sobre RSC. Quizá a imitación de las reglas sobre *corporate governance*, habitualmente recogidas en recopilaciones merecedoras del mismo calificativo (8), constituye en nuestros días una tendencia habitual la de integrar una serie de prescripciones sobre el fenómeno que nos ocupa en textos codificados, cuyo exacto valor jurídico, si alguno tuvieran, se discute. Para aclarar, en la medida de lo posible, este asunto conviene recordar que los códigos sobre ética de la empresa o sobre los diversos aspectos de RSC son, en principio, un conjunto de reglas adoptadas por los propios interesados y que, por tanto, pueden insertarse en el amplio campo de lo que conocemos con el nombre de *autorregulación*. Nos encontramos así ante un ejemplo más de la secular tendencia a ordenar autónomamente aspectos concretos de la vida del ser humano en sociedad, cuyo reconocimiento y cuya eficacia están, en principio, fuera de duda en una sociedad basada en la libertad del hombre, visto como un ser autónomo y responsable (9).

Sobre la base de lo dicho hasta ahora, puede considerarse opinión dominante, por no decir unánime, la que considera no vinculantes las prescripciones contenidas en los «códigos» sobre RSC (10). Es decir, no nos encontramos ante normas jurídicas imperativas que, por su propia naturaleza, puedan imponerse a todos los ciudadanos del territorio al que vayan a extender su vigencia. Por tratarse de un conjunto de reglas derivadas del poder privado de autorregulación —ya sea de un individuo, ya sea de un conjunto de ellos, o de personas jurídicas—, sólo vincularán a sus autores y a quienes decidan, libre y voluntariamente, asumirlas. Esta conclusión, tan nítida como genérica, ¿significa que los mencionados códigos carecen de todo valor jurídico, que son unas meras recomendaciones, cuando no puras sugerencias, sin contenido prescriptivo, cuya aplicación queda al libre albedrío de los ciudadanos?

Este interrogante, más propio de un debate sobre teoría general del derecho que de un trabajo de pretensiones más concretas, no puede ser resuelto, obviamente, de una vez por todas. Cabe señalar, no obstante, que, por una parte, los mencionados códigos —al igual que los códigos de buen gobierno propios del movimiento sobre *corporate governance*— se sitúan en la estela de lo que, desde hace algunos años, se viene llamando *soft law*, de tan significativa incidencia en el derecho internacional y también, a escala regional, en el derecho de la Unión Europea. El conjunto de reglas agrupadas bajo tal denominación no aspira a lograr una vinculación plena de la conducta humana, al modo de la norma jurídica debidamente promulgada por quien dispone de poder de creación normativa. Se pretende con ellas introducir pautas o *standards* de

conducta en ámbitos problemáticos y difíciles, donde no resulta posible o no es conveniente una regulación estricta. Es evidente que no cabe imponer su cumplimiento, pero desconocer las reglas del *soft law* puede acarrear problemas para su autor en el mercado o en su ámbito de relaciones sociales. Y ello vale tanto para ciudadanos como para empresas, e incluso para instituciones y organizaciones internacionales. El ejemplo de las recomendaciones de la Comisión Europea en el marco del derecho *anti-trust* es bien ilustrativo al respecto (11).

Pero, por otra parte, la elaboración y difusión de los códigos sobre RSC, aunque no vinculantes, en principio, pueden estar dotadas de otra significación. En este sentido, no es desdeñable su contribución al siempre difícil proceso de interpretar las normas jurídicas, dando claridad y precisión a su no siempre nítido enunciado. Así ha sucedido, por ejemplo, con los códigos sobre buen gobierno, cuya naturaleza resulta idéntica a los textos que ahora nos ocupan, según ya sabemos. Parece hoy suficientemente claro que el cumplimiento voluntario de sus reglas contribuye a mejorar la reputación de las empresas que los asumen, favoreciendo, a su vez, el cumplimiento de los deberes legales que recaen sobre sus administradores, principales afectados por las reglas relativas al *corporate governance*. De hecho, en fechas recientes, algunos tribunales de diversos países europeos han utilizado las reglas contenidas en los códigos de buen gobierno para perfilar con mayor exactitud el estatuto jurídico de los administradores de importantes sociedades (12), lo que significa, desde luego, una ayuda para la interpretación de las normas, pero, a la vez, una forma de integrar un régimen jurídico incompleto o insuficiente.

A tenor de lo que antecede, cabe hablar, por tanto, de un «efecto indirecto» de los mencionados códigos (13), convocados aquí por los jueces como elementos coadyuvantes a la tarea de interpretar (y, como acabamos de decir, de integrar) las normas jurídicas, cuestión ésta de la mayor trascendencia para el funcionamiento de la empresa. Algo similar resulta posible decir respecto de los códigos sobre RSC, cuyo contenido puede contribuir a precisar algunas magnitudes normativas de gran significación para el mundo empresarial; así sucede, como tendremos ocasión de ver, con la noción de «interés social», tan relevante en el derecho de sociedades. No cabe desdeñar, a su vez, la trascendencia que pueda tener para la reputación de la empresa en el mercado el cumplimiento, desde luego voluntario, de las reglas de un determinado código sobre RSC o, cuando menos, de sus reglas más relevantes. Y todo ello en el marco de una política de información al mercado y a la sociedad de su particular forma de entender y realizar determinadas actividades propias de la RSC. Puede concluirse, por lo expuesto, afirmando la posibilidad de lograr un «efecto indirecto» de los códigos sobre RSC, hasta el punto de que, quizás en un futuro cercano, se vean compelidas las empresas a cumplir sus reglas o, de lo contrario, a explicar las razones por las que no han observado lo dispuesto en ellas; una suerte de *comply or explain*, trasladada desde el *corporate governance* a la RSC (14).

III. LA RSC Y EL DERECHO DE SOCIEDADES

Uno de los sectores del derecho mercantil donde la RSC puede producir consecuencias significativas es, como ya se ha señalado,

el *derecho de sociedades*. Este sector (15), de extraordinaria trascendencia para la actividad de empresa, predispone diversas formas jurídicas de organización de su titularidad, cuya elección por los agentes económicos es libre, salvo excepciones concretas. En nuestros días, tanto dentro como fuera de España, esa opción se proyecta de forma mayoritaria, como es bien sabido, hacia los tipos mercantiles de sociedad (esencialmente, sociedad anónima y de responsabilidad limitada), sobre todo por excluir la responsabilidad de los socios por las deudas de la sociedad, que se configura, de este modo, como una persona jurídica autónoma, con su propia organización y patrimonio. Aunque el fenómeno de la RSC se ha solido predicar respecto de las grandes empresas, constituidas habitualmente en forma de sociedad anónima, no parece conveniente prescindir de las sociedades limitadas, por su extraordinaria difusión en la práctica empresarial española y porque la tendencia actual extiende la realización de actividades de RSC a todo tipo de empresas, cualquiera que sea su forma jurídica, e incluso a organizaciones ajenas, en principio, al mundo empresarial (16).

A la hora de concretar el posible relieve de la RSC para las sociedades mercantiles mencionadas, hemos de referirnos necesariamente al concepto de «interés social». Aunque las vigentes normas sobre las sociedades anónimas —Ley de Sociedades Anónimas (LSA) de 1989— y sobre las sociedades de responsabilidad limitada —Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada (LSRL) de 1995— (17) no perfilan con la exactitud necesaria el contenido de dicha expresión, podemos decir que, en términos generales, la actividad de dichas sociedades y el comportamiento de sus órganos (Junta General y

administradores) ha de orientarse a su mejor realización. Dicho de otra manera, un acuerdo de la Junta General de socios que sea contrario al interés social permitirá al socio disconforme impugnar su validez ante los tribunales; un acto o acuerdo de los administradores que lesione el interés social abrirá el camino hacia su cese y permitirá, desde luego, la exigencia de responsabilidad por los daños que cause a la sociedad, sus socios y acreedores. Vistas las cosas desde este punto, la necesidad de clarificar el contenido de la expresión «interés social» resulta imperiosa, y el tradicional silencio del legislador, sólo en parte corregido para la sociedad anónima en los últimos años, ha debido de ser suplido por la doctrina jurídica.

A tenor de las opiniones más consolidadas, cabe entender el interés social (18) desde dos perspectivas distintas: la primera, denominada *contractual*, afirma que el objetivo de la sociedad ha de concentrarse en la satisfacción de los intereses de sus socios; sobre esta base, suele definirse el interés social como el «interés común de los socios». La segunda perspectiva, denominada *institucional*, integra en el funcionamiento de la sociedad a otros sujetos, además de los socios; entre ellos podemos mencionar, como más relevantes, a los trabajadores, sin perjuicio de que se contemple también la posición jurídica de otros sujetos «interesados» (*stakeholders*), como proveedores y consumidores, pudiendo considerarse incluso al interés colectivo o general de la comunidad o territorio en la que se asiente la sociedad.

La visión contractualista del interés social se resume, por ello, en la obtención de ganancias y su reparto entre los socios, sobre la base de una finalidad naturalmente lucrativa de la sociedad. En la for-

mulación predominante del *corporate governance* se resume esta orientación en la idea de «creación de valor para el accionista» (*shareholder value*), cuya satisfacción constituye, en suma, la razón de ser del funcionamiento de la sociedad (19). Por su parte, la visión institucional trasciende el marco estricto de la sociedad y los intereses pecuniarios de sus socios, con el fin de integrar otros intereses y valores vinculados con la empresa social. De este modo, no pueden ser el reparto de beneficios y la creación de valor para el accionista los únicos fines de la sociedad; la existencia de un interés de la empresa y la consideración de los objetivos de otros interesados pasan a ocupar, así, un plano relevante a la hora de determinar el contenido de la actuación de los órganos sociales (20).

A la luz de esta sumaria caracterización, no ha de entenderse inexorablemente que la RSC implique, de manera necesaria, la comprensión institucional del interés social. Nada impide que, en un ordenamiento jurídico donde prime la visión contractualista de dicha magnitud, una sociedad mercantil concreta decida, a través de sus órganos competentes, asignar una parte de su beneficio a la realización de tareas concretas de RSC. Es cierto, no obstante, que el posible acuerdo, en tal sentido, de la Junta General podrá ser impugnado por un socio disconforme sobre la base de la supuesta violación del interés social, cabiendo la lógica posibilidad de que el juez lo anule. Resulta claro entonces que una sociedad mercantil podrá llevar a cabo actuaciones propias de la RSC con mayor comodidad en el marco de una comprensión institucional de su interés.

No debe olvidarse, sin embargo, que muchos relevantes comportamientos en el tema que nos

ocupa se producen en un contexto de predominio de la visión contractualista del interés social (21), sin que ello traiga consigo necesariamente impugnaciones judiciales; al fin y al cabo, resulta posible pensar que, de este modo, se mejora la reputación de la sociedad y se contribuye, siquiera sea de manera indirecta, a la creación de valor para el accionista y al incremento, en última instancia, de la participación de los socios en el beneficio de la sociedad (22). Aun siendo, por ello, de extraordinaria importancia para el tema que nos ocupa la concreta concepción que un ordenamiento jurídico mantenga respecto del contenido del interés social, no puede ignorarse la extraordinaria fluidez de este tipo de procesos y la relatividad con la que, en el mundo económico, han de situarse determinados conceptos, más bien, en muchas ocasiones, tipos ideales antes que realidades concretamente operativas.

Por lo que al *derecho español* se refiere, ha sido común en la doctrina durante muchos años la afirmación de que nuestro ordenamiento patrocinaba una visión contractualista del interés social (23). Y ello no sólo por el ánimo de lucro que el viejo Código de Comercio consideraba elemento necesario del contrato de sociedad mercantil (art. 116); al no contemplar nuestro legislador a otros sujetos distintos de los socios a la hora de formar la voluntad esencial de la sociedad mercantil, parecía obligado concluir en el predominio de sus intereses, centrados en la mayor participación posible en beneficios, como objetivo directo de la actuación de los órganos sociales. No han faltado, sin embargo, en el largo y accidentado desarrollo de nuestro derecho de sociedades desde el Código de Comercio hasta nuestros días, matices importantes y signi-

ficativos que permitían alterar, al menos parcialmente, esta visión tan simple del universo propio de las sociedades mercantiles. Por un lado, la comprensión de las sociedades anónimas y de responsabilidad limitada como entidades mercantiles «por razón de la forma» jurídica adoptada (art. 3 LSA y art. 3 LSRL) hacía posible, al menos en teoría, integrar en su ámbito la realización de cualquier objetivo aunque no fuera de carácter lucrativo; por otro, las tendencias institucionalizadoras de la empresa, tan significativas en décadas pasadas, y que trajeron consigo un mayor protagonismo de intereses ajenos a los socios, como los de los trabajadores (a través, en algunos países, de la cogestión laboral) y, más recientemente, de los consumidores, o incluso del medio ambiente, constituyeron un poderoso acicate para proponer una visión institucionalista del interés social (24).

Sin que nuestro derecho haya dado carta de naturaleza a estas tendencias institucionalizadoras y pluralistas, hemos llegado, en fechas bien recientes, a una vuelta, siquiera más radical, a la visión contractualista del interés social, al menos en sus efectos finales, de la mano del *corporate governance* y de las tendencias encaminadas a realzar el papel de la libertad contractual en la configuración del régimen jurídico de las sociedades, en perjuicio de las normas dictadas por el legislador (25). Tales planteamientos no han supuesto, sin embargo, el oscurecimiento de la RSC, materia que se ha visto realzada, quizá, por los escándalos empresariales ocurridos en los últimos tiempos, que han terminado por favorecer una visión más templada del tema que ahora nos ocupa (26). Cabría decir, así, que la tendencia mayoritaria en la actualidad huye de dogmatismos y parece animada por

un claro propósito de excluir modelos radicales; en esa visión moderada, el interés social no puede ser definido por el solo objetivo de la creación de valor para el accionista, ni este propósito puede, a su vez, ser escamoteado al servicio de intereses heterogéneos y no determinantes en el funcionamiento de la empresa (27). En resumen, sí a una amplia libertad contractual, pero en el marco de una regulación adecuada y suficiente; a la vez, carácter central de la creación de valor para el accionista, acompañada de la debida consideración de otros intereses en el marco de una visión amplia de la empresa (28). En esta visión, que podríamos calificar de moderadamente «pluralista», de los objetivos propios de la actividad empresarial puede encontrar un buen espacio de acomodo la RSC, que no sería, en principio, incompatible con la defensa y la promoción del interés social.

Se trata de un planteamiento cuyas raíces pueden encontrarse en los *Principles of Corporate Governance*, elaborados por el American Law Institute en 1994 (29), y que luego ha trascendido a algunos ordenamientos jurídicos —no demasiados (30)—, así como a textos y recomendaciones inscritos en el denominado *soft law* (31). No ha llegado nuestro derecho a incorporar cláusulas semejantes, al menos por lo que se refiere a las normas básicas sobre sociedades mercantiles. No obstante, la reciente reforma de la LSA, y también de la Ley del Mercado de Valores, llevada a cabo por la llamada «ley de transparencia», de 17 de julio de 2003, ha supuesto una importante modificación, referida, entre otras cosas, al establecimiento de concretos deberes de los administradores de toda sociedad anónima (y no sólo de las cotizadas), a fin de hacer más riguroso y nítido su particular

estatuto jurídico. Dicha Ley, como es bien sabido, se inspira en el Informe Aldama, que constituye, en esencia, la forma de reaccionar del legislador español ante los recientes escándalos empresariales, por fortuna ajenos a nuestra realidad económica. Pero ha de señalarse, de igual modo, que la indicada ley de transparencia ha introducido en la LSA una particular mención del interés social que, por su singularidad, constituye un cambio significativo en el panorama español del derecho de sociedades. Dice ahora el artículo 127 bis LSA que «los administradores deberán cumplir los deberes impuestos por las leyes y los estatutos con fidelidad al interés social, entendido como interés de la sociedad».

La aparente simplicidad de la formulación legislativa, que roza la tautología, merece alguna consideración, dada la trascendencia que está llamada a tener. Para averiguar el sentido de expresión tan poco clara, en principio, resulta oportuno, como se ha hecho en nuestra doctrina, comparar la expresión definitiva del precepto con la que se contenía en el proyecto de ley de transparencia remitido por el Gobierno al Parlamento. En dicho texto se definía el interés social como el «interés común de los socios». La versión final del texto legislativo, que resulta, por tanto, de obligada observancia, modificó tal enunciado, identificable con una concepción contractualista del interés social, en el sentido que ya conocemos. Aunque la fórmula última no se caracteriza precisamente por su claridad y transparencia, es posible pensar que nos encontramos ante un enunciado menos contractualista o, si se quiere, más institucional. Resulta nítido, a nuestro juicio, que el legislador ha optado por una fórmula abierta y no unívoca, que permite incluir en el interés social, enten-

dido como «interés de la sociedad», otros objetivos y propósitos distintos de la creación de valor para el accionista (32).

A tal efecto, cabe pensar, por tanto, en el llamado interés de la empresa, en la posición jurídica de los trabajadores, así como en otros interesados (*stakeholders*). Y todo ello, desde luego, en el marco de los deberes específicos de los administradores de una sociedad anónima a la hora de realizar el interés social. Queda claro, por tanto, que los administradores, en el ejercicio de sus funciones, podrán incluir otras perspectivas e intereses, junto a, o al lado, de la maximización del beneficio social, como tradicional objetivo prioritario, preocupado en exclusiva por el incremento de la retribución al accionista (33). Entendemos, de este modo, que con la vigente formulación del art. 127 bis LSA resulta bien posible insertar en el interés social de la sociedad anónima la realización de actividades de RSC; sin embargo, en última instancia, no debemos olvidar que los administradores son elegidos por los accionistas, y que terminará recayendo sobre estos la decisión final en torno a los concretos objetivos que una sociedad, a través de la gestión llevada a cabo por sus administradores, ha de perseguir.

Estas reflexiones, en todo caso, van referidas a la sociedad anónima, respecto de la cual ha tomado expresa posición el legislador a la hora de precisar qué deba entenderse por interés social. Queda por tratar ahora el significado de la cuestión respecto de la sociedad de responsabilidad limitada, cuya ley reguladora no fue modificada por la ley de transparencia y que, por tanto, no dispone de una referencia expresa en torno al contenido del interés social. El problema no ha mereci-

do la atención de la doctrina española, no obstante su considerable significación práctica, dada la abundante presencia de sociedades de dicho tipo en la realidad empresarial española. Esta ausencia de tratamiento doctrinal puede quizá deberse a la suposición de que la RSC es un elemento propio de la circunstancia de las grandes empresas, casi siempre organizadas en forma de sociedad anónima. Ahora bien, también las empresas de menor dimensión, organizadas habitualmente como sociedades de responsabilidad limitada, muestran problemas singulares de *corporate governance* y, asimismo, son perfectamente idóneas para realizar actividades de responsabilidad social corporativa.

Se impone, por ello, determinar el significado que deba atribuirse al interés social en el marco de la sociedad de responsabilidad limitada. A nuestro juicio, la cuestión ha de resolverse del mismo modo que acabamos de ver respecto de la sociedad anónima. Y ello, desde luego, por el propósito de buscar una sustancial coherencia en el seno del derecho de sociedades español dentro de una temática que ha de merecer, por su también sustancial identidad, un tratamiento unitario. Conviene recordar, además, que el art. 127 bis LSA es una norma aplicable a todas las sociedades anónimas, y no sólo a las cotizadas, aunque quizá el Informe Aldama y otros documentos y opiniones contemporáneos a su elaboración intentaran restringir a estas últimas la validez de sus propuestas. Muchas sociedades que en España asumen la forma anónima no son, ciertamente, grandes empresas, pues entre nosotros, como es bien sabido, no hay una correlación tipológica estricta entre dimensión de la empresa y forma jurídica de sociedad mercantil elegida (34).

Es cierto que las grandes empresas casi siempre suelen ser sociedades anónimas, pero no todas las sociedades anónimas son titulares de grandes empresas. Por tal razón, y a fin de evitar un diverso tratamiento jurídico entre empresas de idéntico significado económico, con independencia del tipo de sociedad elegido por ellas, entendemos que procede extender la disciplina normativa sobre el interés social en la LSA a las sociedades de responsabilidad limitada (35).

IV. LA RSC Y EL DERECHO DEL MERCADO

1. Consideraciones generales

La segunda gran vertiente del derecho mercantil en la que puede resultar operativa la RSC viene constituida por lo que se suele denominar «derecho del mercado», materia que comprende, en esencia, la regulación jurídica de la competencia, la propiedad industrial (sobre todo, los signos distintivos) y la publicidad comercial (36). En este caso, el relieve jurídico de la RSC no puede analizarse, como sucedía en el derecho de sociedades, al hilo de los principios rectores de determinadas personas jurídicas; se trata, más bien, del papel que la empresa socialmente responsable puede llegar a jugar, en cuanto tal, en el mercado, con independencia de su configuración jurídica. Y es que no es dable ignorar, por obvias razones de carácter práctico, la repercusión que puede tener en la reputación de la empresa que ésta realice un programa de actividades de responsabilidad social corporativa.

En el ámbito del mercado, el planteamiento expuesto viene a resumirse en una idea clave: la RSC contribuye o puede contribuir a la

mejora de la reputación de la empresa, condensando un *goodwill* específico en sus signos distintivos (lo que se suele denominar «reputación corporativa») y generando un intangible sumamente valioso (37). Hablamos, por tanto, de un elemento que tiende a mejorar la competitividad de la empresa y que, a la vez, ayuda a perfilar posibles conductas desleales en el mercado, precisamente por la realización de actos relacionados con las prestaciones derivadas de un programa concreto de RSC, implementado por una determinada empresa. Y no faltan, por último, los aspectos propios del derecho de la publicidad, en cuanto que las actividades de RSC serán objeto, normalmente, de la debida publicidad o, a través de actos publicitarios ilícitos, pueden llegar a lesionarse los intereses de algunos operadores económicos en el mercado. Aunque todos estos aspectos revisten el mayor interés (38), en el presente trabajo nos limitaremos a efectuar algunas consideraciones alrededor del derecho de la competencia en su doble vertiente de defensa de la competencia (normas *anti-trust*) y de represión de la competencia desleal (39), por ser quizás el ámbito que mejor refleje la repercusión de la RSC en la realidad jurídica del mercado.

2. El derecho de defensa de la competencia

Como es bien sabido, el objetivo central de este sector del derecho de la competencia es el de tutelar directamente al mercado, así como a los consumidores (40) en cuanto sujetos directamente afectados por las conductas restrictivas de la competencia. Esta finalidad general del sector normativo que nos ocupa puede servir para rebajar, o incluso superar, algunos aspectos propios de la

RSC de dudosa, quizá, compatibilidad con los propósitos específicos del derecho *anti-trust*. Así puede suceder, por ejemplo, con la exigencia de certificaciones sociales o medioambientales a las empresas para el acceso a determinados mercados, pues se podrían generar, de este modo, barreras de entrada al mercado (41). No es imposible, del mismo modo, que la aplicación consecuente de determinados objetivos propios de la RSC pueda dar lugar, por vía de prácticas colusorias o de abuso de posición dominante, a conductas restrictivas de la competencia. Éste sería el caso, por ejemplo, del supuesto contemplado en el art. 1, 1º d) de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC), conforme al cual se califica como conducta prohibida «la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en situación desventajosa frente a otros».

Que la referida práctica surja del acuerdo entre las empresas o de una decisión o recomendación colectiva de una entidad que las agrupe es, en principio, indiferente; el supuesto de hecho descrito en la norma quedará cumplido si se acuerda, de un modo u otro, la aplicación de criterios diversos a la prestación efectuada por proveedores de las empresas, con independencia de la calidad del producto servido y de las condiciones comerciales pactadas, en función del respeto por los indicados proveedores a los programas de RSC establecidos por las empresas. Sin perjuicio, no obstante, del carácter restrictivo de la competencia que puedan tener tales acuerdos, decisiones o recomendaciones colectivas, resultará factible, a nuestro juicio, superar ese juicio de ilicitud *anti-trust* merced a una autorización singular

del Tribunal de Defensa de la Competencia, a la vista del cumplimiento de los requisitos establecidos, con carácter general, en el art. 3 de la Ley de Defensa de la Competencia.

Más difícil parece la resolución del problema cuando la restricción de la competencia a la que acabamos de aludir se deduzca de la explotación abusiva, por una o varias empresas, de su posición de dominio en el mercado o de la situación de dependencia económica en que se encuentren sus clientes o proveedores (art. 6 LDC, en relación con su apartado 2, d). Como es bien sabido, el abuso de posición dominante no puede ser exceptuado, y no cabe, por consiguiente, autorización de las conductas restrictivas de la competencia derivadas del mismo. Es cierto, sin duda, que este supuesto puede darse más raramente que el anteriormente previsto, si bien no parece del todo descartable. Al margen de la quizá posible promulgación, en el futuro, de alguna norma legal sobre el tema que nos ocupa, que permitiría, entre otras cosas, encauzar la realización de actividades de RSC con plena seguridad jurídica en el terreno *anti-trust*, parece conveniente que la empresa o empresas en posición de dominio difundan públicamente las características concretas de su política de RSC, incluyendo las referencias oportunas al respecto, por ejemplo, en los documentos que suscriban con sus proveedores o clientes a la hora de formalizar sus concretos vínculos comerciales. Además de hacer notoria su pretensión de convertirse en «empresa socialmente responsable», con las conocidas consecuencias para su reputación, de este modo podrán los proveedores o clientes «saber a qué atenerse», evitándose, así, reclamaciones por discriminación comercial.

3. El derecho represor de la competencia desleal

En este ámbito (42), la realización de actividades de RSC y la reputación que, en su caso, haya podido adquirir una determinada empresa son circunstancias susceptibles de dar lugar a la comisión de actos desleales. Tal cosa sucederá, desde luego, cuando algunos operadores económicos intenten aprovecharse de esa reputación mediante, por ejemplo, actos de imitación —art. 11 de la Ley de Competencia Desleal (LCD)— o actos de explotación de la reputación ajena (art. 12 LCD). Desde el lado de quien disfruta de ese plus de reputación debido a la realización de actividades de RSC, podría concebirse también la comisión de actos desleales, concretados, por ejemplo, en actos de denigración (art. 9 LCD) o de comparación (art. 10 LCD). En una rápida aproximación a este asunto, cuya trascendencia requiere un estudio más detenido, podemos contemplar, a manera de síntesis, una serie de supuestos que pasamos a enumerar a continuación.

Por un lado, la empresa supuestamente responsable puede difundir mensajes sobre la actividad de alguno o varios competidores, poniendo de manifiesto la realización por ella de actividades de RSC y su omisión por los demás. Los mensajes en cuestión pueden limitarse a señalar simplemente la indicada omisión o, en otras ocasiones, referirse a extremos más concretos que señalen, por ejemplo, el aprovechamiento por ciertas empresas del trabajo o las condiciones sociales de determinados colectivos situados en posición subordinada, menesterosa o discriminada. Es claro que estas manifestaciones, por su propia naturaleza, son susceptibles de menoscabar la reputación en el mercado de los com-

petidores aludidos, pero pueden no ser desleales si resultan, como señala el art. 9 LCD, «exactas, verdaderas y pertinentes». No parece, por lo demás, que pueda desvirtuarse el referido argumento entendiendo que las manifestaciones sobre la omisión de prácticas de RSC por otros competidores, o su comportamiento poco congruente con las prácticas socialmente responsables, no son procedentes por referirse a las «creencias o ideología» del afectado (art. 9 *in fine* de la Ley de Competencia Desleal).

Por otro lado, los actos de comparación, dentro del tema que nos ocupa, intentarán poner de manifiesto, por ejemplo, la mayor calidad, la más relevante cantidad de recursos utilizados al respecto, u otras circunstancias supuestamente ventajosas, de un programa de RSC llevado a cabo por una determinada empresa, frente a los programas, en su caso, de otro u otros competidores. La comparación, como es sabido, se considera desleal (43) siempre que no se refiera a extremos análogos, relevantes o comprobables relativos a la «actividad, las prestaciones o el establecimiento» propios o ajenos respecto de los de un de tercero (art. 10, 1º LCD). Por tal razón, cabe entender que la comparación de actividades o programas de RSC será plenamente lícita si cumple las condiciones reseñadas, por afectar, en nuestro criterio, a la actividad, entendida en sentido lato, de la empresa que compara respecto de las empresas competidoras con las que se efectúa la comparación.

A la hora de estudiar los medios de defensa frente a actos desleales, parece interesante destacar, a propósito del relieve que, a tal efecto, tenga la RSC, la amplia legitimación activa que se establece en el art. 19 LCD respecto

del ejercicio de las acciones reconocidas legalmente. De acuerdo con el modelo social recogido en la ley, la represión de los actos desleales no es una tarea que interese solamente al sujeto afectado por éstos, sino que, en cuanto instrumento de tutela del mercado, resulta conveniente permitir a otros sujetos, entidades o corporaciones el ejercicio de algunas acciones básicas para restablecer el orden concurrencial deteriorado por la deslealtad. Para defender la vigencia práctica de un programa de RSC afectado por un acto desleal, del tipo que sea, estarán legitimadas, por tanto, las asociaciones de defensa del consumidor u otras entidades, corporaciones profesionales o representativas, cuando el acto desleal afecte a los intereses de sus miembros. No se contempla, sin embargo, una suerte de legitimación universal que, por ejemplo, permita a organizaciones no gubernamentales, tan activas en la defensa de los programas de RSC, el ejercicio de algunas de estas acciones.

V. CONCLUSIONES

1. En el estudio de la RSC —un elemento consustancial a la realidad de la empresa de nuestros días— ha faltado la perspectiva jurídica, que parece necesario considerar tanto desde una vertiente genérica como desde el plano específico del derecho mercantil en cuanto sector del ordenamiento relativo a la regulación jurídica de la actividad de empresa en el mercado.

2. La realización de actividades propias de RSC es el resultado, en principio, de una decisión voluntaria de la empresa no condicionada por el derecho. Sin embargo, no parece imposible que, en un próximo futuro, se pueda hablar de una auténtica costum-

bre en la materia si se llega a formar una convicción generalizada en torno a su obligatoriedad. El primer elemento de toda costumbre como fuente del derecho —la repetición en la práctica social de las actividades propias de la RSC— es hoy claramente perceptible.

3. Los llamados «códigos» sobre RSC no constituyen auténticas normas jurídicas vinculantes, sino que se inscriben, por regla general, en el llamado *soft law*. Resultan obligatorios para sus autores y para quienes los asuman como propios; pueden contribuir además, como sucede con los «códigos» de buen gobierno, a facilitar la interpretación e integración de las normas jurídicas afectadas por la realización de actividades de responsabilidad social corporativa.

4. Desde el punto de vista del derecho de sociedades, es fundamental precisar el contenido de la noción de «interés social» a fin de averiguar la compatibilidad, en su caso, de la realización de actividades de RSC con los fines u objetivos propios de la sociedad mercantil condensados, precisamente, en el referido concepto.

5. En España predomina una visión contractualista del interés social que conduce a la doctrina a identificarlo con el interés común de los socios, en el marco de una orientación tendente a incrementar los beneficios y la participación de los socios en su reparto. No obstante, conforme a lo que establece el art. 127 bis LSA, es perfectamente posible defender una visión más institucional, de manera que el interés social —entendido, de acuerdo con la citada norma, como «interés de la sociedad»— ampare la posición jurídica de otros sujetos conectados a la sociedad (*stakeholders*). Y ello tanto para la sociedad anónima

como para la sociedad de responsabilidad limitada.

6. La realización de actividades de RSC es susceptible de incidir en el derecho del mercado en cuanto conjunto de reglas destinadas a su organización y a la ordenación de la actividad de los sujetos que en él intervienen. En particular, se verá afectada la fama o reputación del operador económico que lleve a cabo la RSC, siendo relevantes a tal efecto las diversas vertientes del derecho del mercado.

7. No es posible desconocer que, en determinados casos, la realización de actividades de RSC puede producir restricciones a la competencia. Nada impide, en todo caso, que dichas restricciones puedan ser autorizadas por el Tribunal de Defensa de la Competencia y que, de igual modo, convenga a la empresa en cuestión anunciarlas públicamente a fin de que los restantes sujetos del mercado (competidores y consumidores) puedan tomar noticia de ellas.

8. La realización de actividades de RSC, en fin, puede dar lugar a la comisión de actos desleales, tanto por parte de quien no las lleve a cabo, intentado beneficiarse del prestigio o reputación de su autor, como por parte de este último, incurriendo en supuestos de denigración o comparación desleales.

NOTAS

(1) Y ello a pesar de que, en algunos países, como Estados Unidos, es habitual incluir en los manuales sobre *Business Law* un capítulo relativo a los aspectos éticos de la empresa y, en particular, a la responsabilidad social corporativa. Al respecto, véanse, entre otros: ANDERSON, R., FOX, I., TWOMEY, D. y JENNINGS, M. (1999), *Business Law and the Legal Environment (Comprehensive Volume)*, 17.ª ed., West Educational Publishing Company, Cincinnati, 28-49; CHEESEMAM, H. (2004), *Business Law:*

Legal, e-commerce, Ethical and International Environments, 5.ª ed., Pearson Education, New Jersey: 148-164.

(2) En la doctrina española, véase, no obstante, ESTEBAN VELASCO, G. (2004), «Interés social, buen gobierno y responsabilidad social corporativa (algunas consideraciones desde una perspectiva jurídico-societaria)», en AA.VV. *Responsabilidad social corporativa. Aspectos jurídico-económicos*, Universitat Jaume I, Castellón: 15-62; EMBID IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad social corporativa ante el Derecho Mercantil», *Cuadernos de Derecho y Comercio*, n.º 42: 11-42.

(3) Con más detalle sobre este asunto, EMBID IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad social corporativa...», *op. cit.*: 28-30.

(4) En general, AGUILÓ LUCIA, J. (2000), *Teoría general de las fuentes del Derecho*, Ariel, Barcelona, 87.

(5) Al respecto, el ya clásico trabajo de FONT GALÁN, J. I. (1988), «La integración publicitaria del contrato: un instrumento de derecho privado contra la publicidad engañosa», *Cuadernos de Derecho y Comercio*, n.º 4: 16-46.

(6) Para mayores detalles sobre este asunto, TREBULLE, G. (2004), «Responsabilité sociale des entreprises et liberté d'expression», *Revue des Sociétés*, n.º 2: 261.

(7) No debe olvidarse, sin embargo, que una norma legal sobre RSC puede contribuir, entre otras cosas, a dotar de seguridad, desde ciertas perspectivas del ordenamiento, a su concreta realización. Así puede suceder, por ejemplo, en el ámbito del derecho de defensa de la competencia (véase IV, 2).

(8) De la muy amplia bibliografía, véase BORGES, G. (2003), «Selbstregulierung im Gesellschaftsrecht —zur Bindung an Corporate Governance— Kodizes», *Zeitschrift für Unternehmens- und Gesellschaftsrecht*, n.º 4: 508-540. Entre nosotros, con carácter genérico sobre corporate governance, véase ESTEBAN VELASCO, G. (1999), *El gobierno de las sociedades cotizadas*, Marcial Pons, Madrid.

(9) Sobre este fenómeno, últimamente, DE LA CUESTA, J. M.ª (2004), «Algunas reflexiones sobre el fenómeno de la autorregulación», *Revista de Derecho Bancario y Bursátil*, n.º 94: 87; desde la perspectiva del derecho público, DARNACULLETA, M. (2005), *Autorregulación y derecho público: la autorregulación regulada*, Marcial Pons, Madrid.

(10) En el marco de los códigos sobre buen gobierno —supuesto idéntico al que nos ocupa—, BORGES, G. (2003), «Selbstregulierung im Gesellschaftsrecht...», *op. cit.*: 514, entre otros muchos.

(11) Véase el trabajo de COSMA, H. y WISH, R. (2003), «Soft law in the field of EU competition policy», *European Business Law Review*, n.º 1: 25-56.

(12) Así ha sucedido, en concreto, en el Reino Unido y Alemania; al respecto, GOULDING,

S., MILES, L. y SCHALL, A. (2005), «Judicial enforcement of extra-legal codes in UK and German company law - Including observations on OLG Schleswig Holstgein, NZG 2004, 669 (Mobilcom II) and LG München I, NZG 2004, 626 (Hypovereinsbank)», *European Company and Financial Law Review*, n.º 1: 20-62.

(13) En este sentido, GOULDING, S., MILES, L. y SCHALL, A. (2005), «Judicial enforcement of extra-legal codes...», *op. cit.*: 49.

(14) Sobre el significado de esta fórmula, entre otros, BORGES, G. (2003), «Selbstregulierung im Gesellschaftsrecht...», *op. cit.*: 524.

(15) Véase al respecto ESTEBAN VELASCO, G. (2004), «Interés social...», *op. cit.*: 15. Entre nosotros, en general sobre el derecho de sociedades, GIRÓN TENA, J. (1976), *Derecho de Sociedades. I. Teoría general. Sociedades colectivas y comanditarias*, edición del autor, Madrid; también FERNÁNDEZ DE LA GÁNDARA, L. (1977), *La atipicidad en derecho de sociedades*, Pórtico, Zaragoza. Goza de gran prestigio SCHMIDT, K. (2002), *Gesellschaftsrecht*, 4.ª ed., Carl Heymanns, Colonia. Desde el punto de vista de las nuevas corrientes, de influencia americana, en el derecho de sociedades, KRAAKMAN, R., DAVIES, P., HANSMANN, H., HERTIG, G., HOPT, K., KANDA, H. y ROCK, E. (2004), *The Anatomy of Corporate Law. A Comparative and Functional Approach*, Oxford University Press, Oxford.

(16) En tal sentido, EMBID IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad social corporativa», *op. cit.*: 18.

(17) La literatura sobre estas dos formas de sociedad mercantil es, ciertamente, muy amplia. Para el conocimiento de sus principales aspectos, nos permitimos remitir al lector a dos obras generales, ARROYO, I. y EMBID IRUJO, J. M. (coords.) (1997), *Comentarios a la ley de sociedades de responsabilidad limitada*, Tecnos, Madrid; y ARROYO, I. y EMBID IRUJO, J. M. (coords.) (2001), *Comentarios a la ley de sociedades de responsabilidad limitada*, Tecnos, Madrid.

(18) En la doctrina española, recientemente, SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. (2002), «El interés social y los varios intereses presentes en la sociedad anónima cotizada», *Revista de Derecho Mercantil*, n.º 246: 1653; ARROYO, I. (2003), «Interés social c/ Interés de la mayoría», en VÍTOLO, D. y EMBID IRUJO, J. M. (dirs.), *Las sociedades comerciales y su actuación en el mercado. Actas del primer Congreso Argentino-Español de Derecho Mercantil*, Comares, Granada, 699.

(19) En este sentido, PAZ-ARES, C. (2004), «El gobierno corporativo como estrategia de creación de valor», *Revista de Derecho Mercantil*, n.º 251: 7.

(20) Sintéticamente, ESTEBAN VELASCO, G. (2004), «Interés social...», *op. cit.*: 47.

(21) Véase, por ejemplo, PARKINSON, J. (1996), «The contractual theory of the company and the protection of non-shareholder interests», en FELDMAN, D. y MEISEL, F. (eds.),

Corporate Law and Commercial Law. Modern Developments, Lloyd's of London Press, Londres: 121-146.

(22) Desde una perspectiva de ética de los negocios, CORTINA, A. (comp.) (1996), *La rentabilidad de la ética para la empresa*, Visor, Madrid, 1996. No cabe ignorar, sin embargo, que la RSC, y en general el fenómeno de la ética de la empresa, puede ser utilizado como una pura cuestión de imagen o pura apariencia; en este sentido, indicando no obstante que la RSC es algo más que cosmética, BUONOCORE, V. (2004), «Etica degli affari e impresa etica», *Giurisprudenza Commerciale*, n.º 31-2: 196.

(23) Véase al respecto la clásica monografía de DUQUE, J. (1957), *Tutela de la minoría (Impugnación de acuerdos lesivos. Art. 67 LSA)*, Universidad de Valladolid, Valladolid.

(24) Es interesante para el análisis de este proceso en el marco del debate europeo, ESTEBAN VELASCO, G. (1982), *El poder de decisión en las sociedades anónimas. Derecho europeo y reforma del derecho español*, Civitas-Fundación Universidad Empresa, Madrid.

(25) Muy revelador, en esta línea, el trabajo de HANSMANN, H. y KRAAKMAN, R. (2001), «The end of history for corporate law», *The Georgetown Law Journal*, n.º 98: 441.

(26) Así, por ejemplo, WESTBROOK, D. A. (2003), «Corporations law after Enron. The possibilities of a capitalist reimagination», *The Georgetown Law Journal*, n.º 92: 123. De la muy amplia literatura «post-Enron», puede verse, por ejemplo, el Symposium «Enron and the Future of US Corporate Law and Policy» (2004), *Cornell Law Review*, n.º 89: 269-552, y, dentro de él, el trabajo de COFFEE, J., «What caused Enron? A capsule social and economic history»: 269-309.

(27) En este sentido, por ejemplo, HANNIGAN, B. (2003), *Company Law*, Lexis Nexis UK, Londres: 202-214.

(28) Al respecto, VON BONIN, G. (2003), *Die Leitung der Aktiengesellschaft zwischen Shareholdervalue und Stakeholderinteressen*, Nomos, Baden-Baden, y KUHNER, C. (2004), «Unternehmensinteresse vs. Shareholdervalue als Leitmaxime kapitalmarktorientierter Aktiengesellschaften», *Zeitschrift für Unternehmens- und Gesellschaftsrecht*, n.º 2: 244.

(29) En el párrafo 2.01 a) de los *Principles* se dice que «A corporation should have as its objective the conduct of business activities with a view to enhancing corporate profits and shareholder gain», pero, a renglón seguido, el párrafo 2.01 b) señala que «A corporation (2) may take into account ethical considerations that are reasonably regarded as appropriate to the responsible conduct of its business, and (3) may, but is not required, to devote a "reasonable amount of resources" to public welfare, humanitarian, educational and philanthropic purposes even if corporate profit and shareholder gain are not thereby enhanced». Últimamente, al respecto, SALACUSE, J. (2004), «Cor-

porate governance in the new century», *The Company Lawyer*, n.º 25-3: 69-83.

(30) Así, por ejemplo, en la ley de sociedades mercantiles de Israel, de 27 de mayo de 1999; al respecto, PROCACCIA, U. (2004), «The new Israeli companies law: Some theoretical highlights», *European Company and Financial Law Review*, n.º 2: 209-215.

(31) Así, por ejemplo, en el Reglamento tipo del Consejo de Administración ajustado al código de buen gobierno promovido en nuestro país por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (art. 7).

(32) Alrededor de estos argumentos, véanse los trabajos de ESTEBAN VELASCO, G. (2004), «Interés social...», *op. cit.*: 43-53, y de EMBID IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad social corporativa...», *op. cit.*: 25-26.

(33) Así, ESTEBAN VELASCO, G. (2004), «Interés social...», *op. cit.*: 47.

(34) Sigue siendo útil la consulta de MENÉNDEZ, A. (dir.) (1988), *¿Sociedad anónima o*

sociedad de responsabilidad limitada? La cuestión tipológica, Civitas, Madrid.

(35) En un sentido cercano, EMBID IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad de los administradores de la sociedad anónima tras la ley de transparencia», *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, n.º 685: 2387-2391.

(36) Al respecto, IMMENGA, U. (2001), *El mercado y el derecho. Estudios de derecho de la competencia*, Tirant lo Blanch, Valencia.

(37) En este sentido, Asociación Española de Contabilidad y Auditoría (AECA) (2004), *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*, Documentos AECA, Madrid, 26.

(38) Para más detalles, EMBID IRUJO, J. M. (2004), «La responsabilidad social corporativa...», *op. cit.*: 40-41.

(39) Últimamente, sobre estas cuestiones FONT GALÁN, J. I. y MIRANDA SERRANO, L. M.^a (2005), *Competencia desleal y anti-trust. Sistemas de ilícitos*, Marcial Pons, Madrid.

(40) Indica FERNÁNDEZ DE LA GÁNDARA, L. (1993), *Derecho, ética y negocios*, Universidad de Alicante, Alicante: 17, que en toda legislación *anti-trust* la exigencia de tutelar los intereses del consumidor ofrece una tenue coloración ética, si bien, a su juicio, no es ésta la más importante de sus motivaciones, orientadas, en lo esencial, a la supervivencia del mercado, la política de reestructuración industrial y la mayor eficiencia del sistema económico.

(41) En este sentido, AECA (2004), *Marco conceptual...*, *op. cit.*: 26.

(42) De la muy amplia literatura sobre la materia en España, véase, MENÉNDEZ, A. (1988), *La competencia desleal*, Civitas, Madrid; MAS-SAGUER, J. (1999), *Comentarios a la ley de competencia desleal*, Civitas, Madrid.

(43) Al respecto, TATO PLAZA, A. (1996), *La publicidad comparativa*, Marcial Pons, Madrid; más recientemente, DE LA CUESTA, J. M.^a (2002), *Curso de derecho de la publicidad*, Euns, Pamplona: 197-207.

Resumen

El objetivo del presente trabajo es analizar los principales mecanismos de verificación de la información sobre responsabilidad social corporativa, haciendo énfasis en el servicio de aseguramiento para las memorias de sostenibilidad elaboradas de acuerdo con la guía de la Global Reporting Initiative. Las diferencias entre los estándares de aseguramiento propuestos por la profesión de auditoría y la consultoría, determinan dos enfoques diferentes para proporcionar credibilidad de la información de sostenibilidad a los grupos de interés.

Palabras clave: credibilidad de la información, memorias de sostenibilidad, aseguramiento.

Abstract

The aim of this article is to examine the main mechanisms of verifying information on corporate social responsibility, placing emphasis on the assurance service for the sustainability reports drawn up in accordance with the Global Reporting Initiative guidelines. The differences between the standards of assurance proposed by the auditing and consultancy profession lead to two different approaches towards providing stakeholders with sustainability information credibility.

Key words: information credibility, sustainability reports, assurance.

JEL classification: M14, M42.

MECANISMOS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

José Mariano MONEVA

Universidad de Zaragoza

I. INTRODUCCIÓN (*)

EL Libro Verde de la Comisión Europea de julio de 2001, *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, considera que «la responsabilidad social 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» (párrafo 8). Añade que dicha responsabilidad debe expresarse frente a los trabajadores y, en general, frente a todos los interlocutores de la organización.

En consecuencia, dos factores son fundamentales en la organización socialmente responsable: actuaciones basadas en el desarrollo social y medioambiental, y transparencia de éstas frente a los grupos de interés o *stakeholders*. En este contexto, la información sobre responsabilidad social corporativa (RSC) adquiere un papel relevante, orientándose a proporcionar datos a terceros sobre el desempeño económico, social y medioambiental de la organización, producto de su interacción con los distintos grupos de interés (Moneva, 2003). En la medida en que este enfoque contempla la capacidad de la organización para continuar la actividad desde una perspectiva de desarrollo sostenible, los documentos que recogen estos impactos se denominan habitualmente informes o memorias de sostenibilidad (AECA, 2004, párrafo 136).

Es un hecho evidente que los últimos años se han caracterizado por el fuerte incremento en la publicación de información sobre RSC por las empresas de todo el mundo. En un reciente estudio del ACCA (2004) a escala mundial, se observa que de los poco menos de cien informes sobre RSC —de todos los tipos y alcances— difundidos en el año 1993, se ha pasado a disponer de unos 1.500 en el año 2003. El crecimiento ha sido especialmente significativo en el ámbito europeo y, especialmente, español. De esta manera, una gran cantidad de empresas españolas elaboran algún tipo de informe sobre todos o parte de los aspectos de la RSC (PwC, 2003).

La relevancia creciente de dicha información ha acelerado la necesidad de proporcionar credibilidad a través de la verificación externa (O'Dwyer y Owen, 2005), de la misma forma que la auditoría aporta credibilidad a las cuentas anuales (AECA, 2004, párrafo 145). El incremento de la necesidad de credibilidad está directamente relacionado con la desconfianza que se ha impuesto sobre cualquier tipo de información empresarial a raíz de los diferentes escándalos de las últimas décadas. Casos como los de Enron, en el ámbito contable, o el conflicto de las empresas farmacéuticas, en relación con los medicamentos para el VIH destinados a África, han erosionado la confianza de los grupos de interés (Sustainability y UNEP, 2003).

Como mecanismo de legitimación de la información, y por tanto del comportamiento, la propagación de la verificación externa de la información sobre RSC es un hecho evidente. Así, en el mencionado estudio del ACCA (2004) se observa que cerca del 40 por 100 de los informes del año 2003 incluyen un informe de verificación externo, frente a menos de un 10 por 100 en el ejercicio 1993. En España se ha producido una evolución similar, alcanzando un 45 por 100 en el año 2005, referido a informes del 2004 (KPMG, 2005).

En este contexto, el objetivo del presente trabajo es analizar los criterios y enfoques adoptados por los diferentes mecanismos de verificación de la información sobre RSC, con especial énfasis en los informes de sostenibilidad.

En el siguiente apartado se aborda la problemática de la información sobre RSC y la necesidad de verificación; a continuación se describen los enfoques de verificación de dicha información existentes, que se analizan con detalle en el apartado cuarto, utilizando las propuestas más relevantes. Finalmente se desarrolla un breve resumen y las conclusiones del trabajo.

II. INFORMACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y VERIFICACIÓN

Como indica el Libro Verde, la transparencia es una pieza clave en la organización socialmente responsable. Este principio está basado «en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales» (AECA, 2004, párrafo 84). La información

sobre RSC se enmarca en este principio, proporcionando datos a los grupos de interés sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de la organización (AECA, 2004, párrafo 135).

La información sobre RSC, bajo la denominación de contabilidad o balance social, comienza a emerger de forma voluntaria en los años ochenta (Moneva y Llena, 1996) y se desarrolla con fuerza a partir de la Conferencia sobre Desarrollo y Medio Ambiente de Río de Janeiro de 1992 (Gray *et al.*, 1996). Inicialmente predomina la información sobre medio ambiente, dada la preocupación por este tema auspiciada por las Naciones Unidas y las organizaciones ecologistas (Larrinaga *et al.*, 2002). En el ámbito español se produce un proceso similar dominado por la información voluntaria y sesgada hacia aspectos positivos (Moneva y Llena, 1996).

A partir de la Conferencia de Río de Janeiro, se promueve un nuevo marco de actuación empresarial basado en el concepto de desarrollo sostenible aceptado en aquella:

Aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias.

El nuevo estilo de gestión basado en el concepto de desarrollo sostenible da lugar al nacimiento de la información de sostenibilidad, término que se utiliza habitualmente en lugar de información sobre RSC. Esta información esta basada en el enfoque denominado *triple bottom line* (trasladado como triple balance o triple cuenta de resultados, TBL), que responde al concepto de desarrollo sostenible, en el que, además de tener en cuenta los aspectos económicos de la organización,

se añaden el desempeño social y medioambiental (Elkington, 1987).

En este contexto surge la Iniciativa de *reporting global* (Global Reporting Initiative, GRI) promovida por el Programa de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente (PNUMA) y la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES), con el objeto de ayudar a las organizaciones a informar sobre sus contribuciones al desarrollo sostenible, y a sus grupos de interés a interpretarlas (GRI, 2002, introducción). Su primer documento, la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, es oficial en el año 2000, siendo apoyado por grandes compañías mundiales, como General Motors y McDonalds (1), que deciden seguir el modelo propuesto por la GRI (Moneva, 2001).

A la luz de un proceso de revisión con participación de todos los grupos de interés, en la denominada Conferencia Río + 10, celebrada en Johannesburgo en septiembre de 2002, se presenta la segunda guía (*Guía GRI 2002*), que recibe el beneplácito de todos los agentes sociales y económicos. Su éxito es evidente por el importante crecimiento en el número de empresas que participan en la iniciativa, que pasan de unas 20 a más de 700 en el momento actual. Esta tendencia también se traslada a España, que cuenta con 57 memorias de sostenibilidad y es el cuarto país del mundo (ver anexo 1) en número de entidades informantes.

1. Los principios informativos de la GRI

Como indica la *Guía GRI 2002* en la parte A, una de las cuestiones a tener en cuenta para el futuro es la credibilidad de los informes de sostenibilidad, dado que los gru-

pos de interés deben tener confianza en los datos proporcionados por las organizaciones. En este sentido la *Guía GRI 2002* se ha planteado un cuerpo de principios informativos que deben servir para la elaboración de los informes de sostenibilidad, la comprensión de los grupos de interés y como punto de referencia a los verificadores externos de la información.

En la primera versión de 2000, los principios planteados eran simétricos con los de la información financiera, siguiendo los estudios realizados por la Federación Europea de Auditores (FEE). Sin embargo, el enfoque puramente contable no es el más adecuado en el ámbito del desarrollo sostenible (Elkington, 1987) y, en consecuencia, la nueva edición de 2002 optó por un marco más próximo a la transparencia, con menos incidencia en los aspectos de fiabilidad (Moneva y Larburu, 2005). Los principios propuestos están agrupados en cuatro bloques (ver las definiciones en el anexo 2):

- Los que configuran el marco del informe: transparencia, globalidad y auditabilidad.

- Los que sirven para tomar decisiones sobre lo que informar: exhaustividad, relevancia y contexto de sostenibilidad

- Los relacionados con la calidad y fiabilidad: precisión, neutralidad y comparabilidad.

- Los que sirven para decidir sobre el acceso a los informes: claridad y periodicidad.

De este conjunto de principios, los de *transparencia* y *globalidad* son el punto de partida para la elaboración de las memorias y establecen las pautas para las diferentes decisiones so-

bre la información. Concretamente, los aspectos básicos que se plantean son:

- el desglose de los procesos, procedimientos y asunciones utilizados para la información y

- la implicación (involucración) de los grupos de interés en la información.

Este marco se confirma diferente al de la información financiera, en la medida en que la información pasa de estar orientada hacia los usuarios «económicos» desde la regulación contable, a ser un elemento configurado por las relaciones entre las organizaciones y sus grupos de interés (Larrinaga *et al.*, 2002: 23). De ahí que el principio de *auditabilidad*, aun manteniendo las premisas propias de la contabilidad, se reorienta hacia la satisfacción de las demandas de los grupos de interés.

2. La utilización de la *Guía GRI*

Los principios configuran el marco conceptual de la *Guía GRI 2002*, y a partir de ellos se establecen una serie de cuestiones que afectan a la elaboración, y por tanto a la verificación de la información. Durante este período de aplicación, y fundamentalmente en los dos últimos años, han surgido varias cuestiones que afectan a la información proporcionada y especialmente a su credibilidad, entre ellas pueden destacarse las tres siguientes (Moneva, 2003):

a) La memoria de sostenibilidad debería recoger los datos atendiendo a los principios de exhaustividad, relevancia y contexto de sostenibilidad, por lo que deberían tenerse en cuenta los *límites de funcionamiento de la organización informante y el alcance de sus actividades*.

En el primer caso, los *límites* legales —grupo, perímetro de consolidación, ...— son claramente insuficientes en el marco de actividades actual. Hechos como la subcontratación de la producción amplían el campo del desempeño sostenible más allá del ejercicio de la propiedad accionarial.

En cuanto al *alcance*, las organizaciones pueden tener en cuenta el impacto completo de su actividad o centrarse en aspectos puntuales. Un ejemplo es la compra a proveedores en países terceros, que afecta a muchos sectores, especialmente el de distribución textil.

La definición de los límites es un problema a resolver y por ello se ha lanzado el documento *GRI Boundary Protocol*, en el que se plantean orientaciones sobre la definición de los límites para las organizaciones en el proceso de elaboración del informe de sostenibilidad.

b) La *materialidad* de la información de sostenibilidad está basada en el diálogo con los grupos de interés, de forma que la información relevante se configura de forma bidireccional. En consecuencia, los criterios meramente estadísticos utilizados en la información financiera (y su auditoría), dirigidos a comprobar los sistemas informativos de la organización, no son aplicables a las memorias de sostenibilidad.

c) Ligada a los dos aspectos anteriores se encuentra la posibilidad de aplicar de forma flexible la *Guía*, de forma que se reconoce el modelo incremental como un enfoque para la comunicación de la sostenibilidad. Esto supone que la organización puede comenzar, por ejemplo, por informar sólo sobre un vértice de la TBL (el medioambiental es el más ha-

bitual) o sobre una parte de la organización (actividades en un país). En cualquier caso, el objetivo es lograr lo que se denomina memoria «en conformidad» (*in accordance*), cuyo requisitos son relativamente sencillos (2).

3. La información de sostenibilidad y la verificación

El fuerte desarrollo de la publicación de informes de sostenibilidad ha venido acompañado por las acusaciones de ausencia de exhaustividad y credibilidad (Adams y Evans, 2004; Dando y Swift, 2003) o, como indica Monaghan (2004), un «derroche de papel». Estas críticas han dado lugar a las demandas para la realización de una verificación independiente que garantice un mayor grado de credibilidad en la información de sostenibilidad (Comisión Europea, 2001; O'Dwyer y Owen, 2005)

La confianza en las empresas está íntimamente ligada a la credibilidad de la información suministrada, financiera y no financiera. En este sentido, la información se convierte en un elemento de *accountability*, esto es de rendición de cuentas a aquellos con interés legítimo en la organización. En el caso de los informes de sostenibilidad, la credibilidad está relacionada con dos factores:

a) La involucración de los grupos de interés en el proceso de recogida de información y de determinación de las necesidades.

b) La intervención de un experto independiente que garantice, mediante la realización de pruebas sobre los procesos, la adecuación razonable de los datos contenidos en el informe a la realidad de la organización.

Como ya se ha analizado, el *principio de globalidad* sustenta la participación de los grupos de interés en la configuración de la información. De ahí que la credibilidad se encuentre directamente relacionada con el grado de integración de sus necesidades informativas.

El *principio de auditabilidad* de la *Guía GRI 2002* establece las bases para la verificación externa de los informes, tomando como referencia el principio equivalente utilizado en la contabilidad financiera. Así, los parámetros de partida son:

— es necesario disponer de mecanismos de registro formalizados al uso en la contabilidad tradicional;

— la fiabilidad de los datos es un objetivo fundamental.

En consecuencia, es un principio orientado a determinar en qué medida los sistemas de gestión y de comunicación de la información de sostenibilidad están formalizados y, por tanto, son susceptibles de comprobación tanto a nivel interno como externo. La realización de informes de sostenibilidad basados en la recogida informal de los datos no garantiza la credibilidad de éstos.

La conjunción de los dos principios, globalidad y auditabilidad, definirá el marco básico de la verificación de las memorias de sostenibilidad como elemento de credibilidad.

III. EL MARCO DE LA VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La GRI formó en 1999 un grupo de trabajo para explorar las

cuestiones y opciones que permitiesen reforzar la credibilidad de los informes de sostenibilidad a través de los mecanismos de verificación. El análisis realizado por el grupo de trabajo fue incorporado como anexo 4 en la *Guía GRI 2002*, bajo el título «Credibilidad y aseguramiento» (*Credibility and Assurance*), en el que se establecían una serie de reflexiones y recomendaciones para los elaboradores de información sobre los siguientes aspectos:

a) *Sistemas y procesos de información interna*. Se insiste sobre la relevancia del aseguramiento externo como mecanismo de evaluación de la efectividad de los sistemas y procesos internos para suministrar datos relevantes y fiables para la medición del desempeño de la organización.

b) *Consideraciones sobre el proceso de aseguramiento*. El GRI opta por la denominación de aseguramiento al servicio de verificación externa, y por ello las organizaciones deben clarificar una serie de aspectos con los profesionales independientes para lograr el máximo beneficio del proceso (cuadro n.º 1).

c) *La selección de los proveedores del servicio de verificación independientes* sobre la base de los siguientes elementos:

— El grado de independencia: libre de sesgos, influencias y conflictos de interés.

— La capacidad para considerar equilibradamente los intereses de los diferentes *stakeholders*.

— Que no esté involucrado en cualquier aspecto de los sistemas de información y control de la sostenibilidad, ni en la compilación de los datos del informe.

CUADRO N.º 1

| Aspectos | Cuestiones a desarrollar |
|--|---|
| Materia objeto del informe de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> — Ha sido definida adecuadamente — Se ha reconocido todas las categorías de <i>stakeholders</i> y ninguna ha sido excluida — Se han averiguado las expectativas de los <i>stakeholders</i> — Se ha definido el alcance de la información cubierta por el proceso de aseguramiento |
| Criterios y evidencias del aseguramiento | <ul style="list-style-type: none"> — Hay disponibles criterios apropiados para evaluar la evidencia (<i>Guía GRI</i>) — Hay disponible una evidencia adecuada para apoyar la información suministrada — Hay evidencia de que los principios informativos fundamentales (parte B) se han considerado y aplicado en la elaboración del informe |
| Controles | <ul style="list-style-type: none"> — Los sistemas de control de la gestión están completamente soportados en la política y recursos de la organización y se aplican consistentemente en toda la organización y a lo largo del tiempo |
| Utilidad de la información suministrada | <ul style="list-style-type: none"> — Los <i>stakeholders</i> han sido consultados sobre la utilidad y credibilidad del contenido del informe, así como del aseguramiento proporcionado por un experto externo |

— Se le proporciona suficiente tiempo para llevar a cabo el encargo teniendo en cuenta el cuidado profesional.

— Es competente individual y colectivamente para lograr los objetivos del encargo.

d) Las responsabilidades de los órganos de gobierno en relación con la verificación independiente para reforzar el proceso:

— Reconocimiento expreso de que son responsables del informe.

— Reconocer que el asegurador sólo es responsable de su informe y acordar la publicación completa de éste.

— Poner a disposición del asegurador los recursos suficientes para realizar su trabajo y, especialmente, facilitar el acceso a todas las personas, grupos, registros e información que consideren necesaria.

e) Informe de los proveedores del servicio, publicado junto al informe, pero destacándolo. El contenido mínimo que recomienda la GRI es:

— Dirigirlo a órgano de gobierno o a sus *stakeholders*.

— Referencia a la responsabilidad de la dirección sobre el informe de sostenibilidad.

— Referencia a que la opinión proporcionada es responsabilidad exclusiva del proveedor.

— Declaración de independencia, constando que está libre de sesgos y que no tiene conflictos de interés.

— Alcance y objetivo del encargo: grado de aseguramiento, partes del informe no cubiertas, ...

— Criterios utilizados para evaluar la evidencia y alcanzar las conclusiones (por ejemplo, si ha utilizado la *Guía GRI*).

— Norma profesional utilizada en el encargo.

— Breve descripción de los procesos para obtener evidencia.

— Declaración precisa sobre la conclusión, u opinión sobre la seguridad, completitud, fiabilidad y equilibrio del informe de sostenibilidad

nibilidad relativa al alcance y objetivo del encargo.

— Identidad y dirección del proveedor del aseguramiento, así como fecha de emisión del informe.

Estas reflexiones del grupo de trabajo han sido referencia para algunas entidades informativas pioneras, cuyo ejemplo empieza ser seguido por muchas otras empresas.

1. Los enfoques de la verificación

A pesar de que la verificación de la información es un servicio tradicionalmente vinculado a las firmas de contabilidad, las experiencias demuestran que este hecho no se ha producido en el caso de la información sobre sostenibilidad. Como se observa en los datos a escala internacional del cuadro n.º 2, existen otros expertos diferentes a los auditores que proporcionan el servicio de verificación, aunque en muchos casos ocupados en aspectos parciales de la sostenibilidad, como por ejemplo el medio ambiente.

CUADRO N.º 2

DECLARACIONES DE VERIFICACIÓN POR PROVEEDOR Y POR ÁMBITO GEOGRÁFICO

| País | Número de declaraciones de verificación | Firmas de contabilidad | Consultores medioambientales | Consultores de ingeniería | Otros: organizaciones, ... |
|--------------------|---|------------------------|------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Australia | 33 | 5 | 15 | 9 | 5 |
| Reino Unido | 48 | 11 | 26 | 2 | 9 |
| Europa | 52 | 31 | 10 | 4 | 7 |
| Japón | 16 | 6 | 1 | 0 | 9 |
| Total | 149 | 53 | 52 | 15 | 30 |

Fuente: CPA Australia (2004).

En cualquier caso, los datos revelan que, en el ámbito europeo, el peso de la verificación de dichos informes ha recaído esencialmente sobre la profesión de auditoría.

En el capítulo de otros, merece destacarse la labor de algunas ONG como entidades verificadoras de todo o parte del informe, siendo el ejemplo más destacado la organización Natural Step en el informe 2003 de Cooperative Financial Services (3).

La presencia de diversos profesionales externos ha dado lugar a distintas denominaciones y enfoques para identificar aquellos servicios de verificación de los informes de sostenibilidad (O'Dwyer y Owen, 2005). Así, en un estudio realizado por el Certified Public Accountants Australia's Audit and Assurance Centre of Excellence en 2004, se muestra la utilización

de términos diferentes en los informes para un mismo servicio: verificación, aseguramiento, auditoría, validación, ...

Con el fin de proporcionar más claridad a esta situación, se van a definir, utilizando los conceptos aceptados habitualmente, los servicios de validación, auditoría y aseguramiento en el contexto de la información de sostenibilidad (ver cuadro n.º 3). El término «verificación» se utilizará para cualquiera de los servicios que implique la revisión de las memorias.

La *validación* ha tenido cierto éxito en el ámbito de la verificación de los informes de sostenibilidad de las empresas españolas. Compañías tan relevantes como Telefónica, Red Eléctrica de España y Grupo Eroski han introducido la validación realizada por AENOR de sus informes. Es un me-

canismo de certificación centrado en proporcionar una opinión sobre la consistencia de los datos proporcionados en relación con un estándar de referencia, que habitualmente es la *Guía GRI 2002*:

Es conforme con los requisitos establecidos por la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, sobre actuaciones económicas, medioambientales y sociales de la empresa, junio 2002, elaborada por la Global Reporting Initiative (GRI)

(Memoria de Sostenibilidad del Grupo Eroski, 2002).

En consecuencia la potencial utilidad de este servicio para proporcionar un elevado grado de credibilidad de la información es relativamente baja, dado que no tiene como objetivo el análisis de los procesos de obtención de los datos suministrados, especialmente de la implicación de los

CUADRO N.º 3

DEFINICIÓN DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS DE VERIFICACIÓN DE LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD

| Servicio | Definición |
|---------------|---|
| Validación | Confirmación, a través de la obtención y evaluación de evidencia objetiva, de que los requerimientos para una aplicación han sido completados |
| Aseguramiento | Provisión de confianza o certidumbre por un proveedor independiente de aseguramiento a un partícipe o grupo de partícipes en relación con una materia |
| Auditoría | Es un encargo de aseguramiento en el que la credibilidad de la información es aumentada a un nivel elevado |

grupos de interés en el contenido que establece el principio de globalidad.

La *auditoría* es un servicio que se entiende aplicable casi exclusivamente a la información financiera obligatoria, y que es realizado por profesionales de la contabilidad. Su regulación en los aspectos metodológicos y de alcance está generalmente aceptada, y existe un lenguaje común en el informe suministrado por los auditores. Dada las fuertes implicaciones del término, la FEE (2002) indica que el término *assurance* (aseguramiento) es preferible a términos tales como «auditoría», ya que el grado de seguridad otorgado por otros servicios es inferior al que puede proporcionar un informe del auditor. Asimismo huye del término «verificación» por su carácter general, y del concepto de «revisión», dado que este se centra en aspectos muy específicos.

Es evidente, por tanto, que la profesión auditora no desea añadir valor al término auditoría, restringiéndolo a su utilización en el ámbito de la información financiera obligatoria (4).

El *aseguramiento* es un servicio propio de la profesión auditora, y ha sido contemplado por

sus organismos reguladores. En este sentido, la Internacional Standard on Assurance Engagements (ISAE) 100, también conocida por ISAE 100 (5), lo define de la siguiente forma:

Los encargos de aseguramiento ejecutados por un profesional de la contabilidad están orientados a realzar la credibilidad de la información sobre una materia para evaluar si dicha materia se encuentra conforme en todos lo material respecto a criterios aplicables, de este modo mejora la probabilidad de que la información pueda satisfacer las necesidades de un usuario propuesto.

Según Wheeler y Elkington (2001), el término aseguramiento es una alternativa más fuerte y estratégicamente relevante que la auditoría o la verificación en el caso de los informes de sostenibilidad, por sus connotaciones de responsabilidad de la gerencia y gestión del riesgo estratégico.

Asimismo, la profesión auditora ha considerado que el aseguramiento es el servicio (y también el término) más adecuado para proporcionar credibilidad, dado que la información se proporciona habitualmente de forma voluntaria y que se aproxima al modelo de verificación externa recomendado por la GRI (FEE, 2002).

Desde un contexto diferente a la profesión contable, también se ha realizado una propuesta desarrollada de aseguramiento de los informes de sostenibilidad, la norma AA1000AS, cuyo punto de referencia ha sido el anexo 4 de la *Guía GRI 2002*, y que ha tenido una buena acogida.

La situación actual en España muestra una evolución en el número de informes verificados, de forma que de los 45 registrados en la GRI a 30 de octubre de 2005, 19 incluyen dicho informe (42,2 por 100). De ellos, seis han sido realizados por firmas de auditoría (31,5 por 100), y únicamente tres pueden ser considerados servicios con un grado alto de aseguramiento. En el cuadro número 4 se ofrecen los resultados del análisis.

2. El modelo de la AA1000AS

La norma AA1000AS fue publicada en marzo de 2003, tras un proceso de consulta abierto a todos los grupos de interés. La organización responsable es el Institute for Social and Ethical Accountability (ISEA) conocido por el juego de palabras AccountAbility. Es ésta una organización profesional situada en el Reino Unido y fundada en 1996, cuyo primer

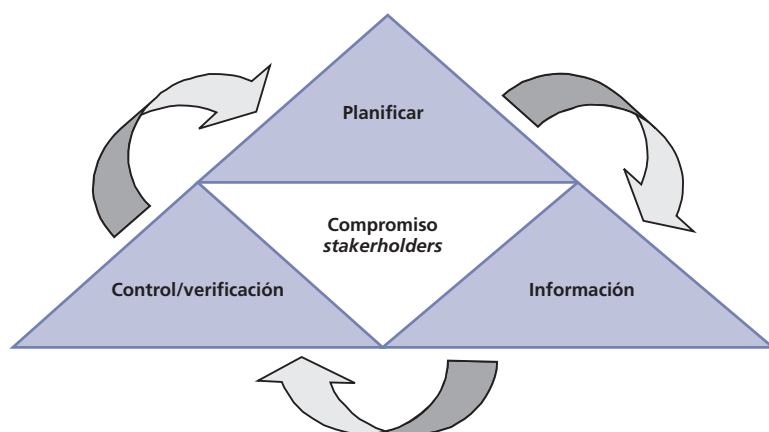
CUADRO N.º 4

TIPOS DE VERIFICACIÓN UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS.

| Sector | Validación | Revisión parcial | AA1000AS | ISAE 3000 |
|---|------------|------------------|----------|-----------|
| Entidades financieras y de seguros..... | 4 | 2 | 1 | 1 |
| Energético..... | 1 | | 1 | 2 |
| Telecomunicaciones..... | 1 | 1 | | |
| Manufacturero..... | 1 | | 1 | |
| Construcción y servicios..... | 2 | | | |
| Transporte..... | 1 | | | |
| Total..... | 10 | 3 | 3 | 3 |

Fuente: Moneva y Larburu (2005).

GRÁFICO 1

MARCO DE ACTUACIÓN AA1000 DE ACCOUNTABILITY

objetivo es el fortalecimiento de la responsabilidad social y del comportamiento ético de empresas y organizaciones no lucrativas. Su misión es el desarrollo de instrumentos que promuevan las mejores prácticas a través de la información y la verificación, para lo que ha desarrollado el marco denominado AA1000 (ver gráfico 1).

La razón de ser de la norma AA1000AS es incrementar la credibilidad de la información de sostenibilidad, para lo que adopta un enfoque *stakeholder*, que se orienta no sólo a la información suministrada, sino también al desempeño asociado. Asimismo, es una norma diseñada especialmente para ser consistente con la *Guía GRI 2002* y sus normas relacionadas.

En la práctica, es el principal referente para los verificadores independientes de informes de sostenibilidad; así, la compañía ganadora del premio europeo al mejor informe de sostenibilidad 2004, Novo Nordisk, recoge un informe de aseguramiento que esta basado en la norma AA1000AS (6).

3. El marco de la profesión de auditoría

El incremento en la producción de información sobre sostenibilidad está generando una importante demanda sobre los auditores para que éstos emitan opinión sobre la misma, ya sea en el marco de la información financiera (7), ya en el de la no financiera (FEE, 2004). Así como la regulación de la auditoría de los estados financieros está suficientemente consolidada, no sucede lo mismo con los procesos para emitir opinión sobre la fiabilidad de la información no financiera, y especialmente de la información de sostenibilidad.

En este nuevo marco, los organismos profesionales han desarrollado estándares para afrontar ese reto. Las referencias más relevantes son:

— *La Internacional Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 Revised «Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information»*, emitida por el Inter-

nacional Auditing and Assurance Standards Board —IAASB— (2004). Es una norma «paraguas» que proporciona principios y procedimientos que pueden ser utilizados para encargos de aseguramiento de informes de sostenibilidad, fue emitida en 2003 y entró en vigor a partir del primero de enero de 2005.

— El documento de la Fédération des Experts Comptables Européens (FEE) titulado *Providing Assurance on Sustainability Reports*, publicado en 2002 con el objetivo de mostrar las cuestiones y problemas técnicos del servicio de aseguramiento de los informes de sostenibilidad.

Otra referencia importante es el borrador de norma del instituto de auditores holandeses (Royal NIVRA) sobre encargos de aseguramiento en relación con informes de sostenibilidad, publicado en enero de 2005. Este proyecto de norma desarrolla los principios y procedimientos para llevar a cabo exclusivamente el aseguramiento de dichos informes (8).

En el caso de la profesión de auditoría, las disposiciones existentes tienen una orientación fundamentalmente técnica, tratando de solventar los problemas derivados del cambio de una información financiera (auditoría) a una información no-financiera (aseguramiento) (FEE, 2004).

IV. LAS DIMENSIONES DE LA VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE SOSTENIBILIDAD

El debate de la verificación de la información de sostenibilidad se encuentra centrado en determinar qué enfoque de aseguramiento es el más adecuado, sobre la base de las dimensiones del

CUADRO N.º 5

**CARACTERÍSTICAS DE LOS ENFOQUES DE ASEGURAMIENTO
DE LA INFORMACIÓN DE SOSTENIBILIDAD**

| Aspecto | | GRI | AA1000AS | ISAE 3000 y FEE (2002) |
|--------------------------|---|---|---|--|
| Objetivo | Para qué | Credibilidad información, procesos, sistemas, ... | Credibilidad información, procesos, sistemas, ... | Credibilidad información |
| | Para quién | Organo de gobierno y <i>stakeholders</i> | Elaboradores información y <i>stakeholders</i> | Usuarios información |
| Alcance | Aspectos | Acuerdo | Materialidad | Materialidad y grado aseguramiento |
| | Organización | Acuerdo | Acuerdo | Similares información financiera |
| Metodología | Principios y estándares Grado de aseguramiento | GRI No determinado | <i>Accountability</i> No determinado | Relevancia Limitado y razonable |
| Proveedores del servicio | Quién Cómo obtienen las aptitudes Independencia | Importante Importante Importante | Firmante Declaración Declaración | Firmante y responsable Las mismas de los auditores No se expresa |
| Informe del proveedor | Opinión | Fiabilidad y completitud en relación con el encargo | Utilidad del informe de sostenibilidad para los <i>stakeholders</i> | Grado de consistencia de los datos en relación con el encargo |

propio servicio. Otros servicios, como la validación de los informes se consideran fuera del ámbito requerido por la GRI (Global Reporting Initiative).

Para el análisis del aseguramiento, Zadek y Raynard (2004) consideran que se debe responder a varias cuestiones básicas agrupadas en cuatro dimensiones:

1) *Objetivo del aseguramiento*: ¿para qué?, ¿para quién?

2) *Alcance*: ¿qué aspectos se cubren?, ¿qué grado de la organización se cubre?

3) *Metodología*: ¿qué principios y estándares orientan el proceso de aseguramiento?, ¿qué grado de aseguramiento se ofrece?

4) *Proveedores del servicio*: ¿quién proporciona el aseguramiento?, ¿cómo obtienen las aptitudes para ofrecer aseguramiento?

A estas cuatro dimensiones se puede añadir el *informe* final que se proporciona como consecuencia del servicio.

Sobre la base de estos cinco aspectos, se realiza a continuación un análisis de los dos enfoques de aseguramiento antes indicados: AA1000AS y marco de la profesión auditora. Una visión general del análisis se ofrece en el cuadro n.º 5.

1. Objetivo

El principal fin del aseguramiento es proporcionar credibilidad a los informes de sostenibilidad, incrementando la confianza de los grupos de interés en dicha información.

La AA1000AS es un estándar generalmente aplicable para valorar, atestiguar y reforzar la credibilidad y calidad de la información de sostenibilidad de la organización, así como de los procesos, sistemas y competencias subyacentes (*Accountability*, 2003, apartado 2.2).

El proveedor de aseguramiento emite un informe que proporciona a los usuarios más credibilidad en la información comunicada por la compañía (FEE, 2002, párrafo 46).

El informe de sostenibilidad pasa a considerarse el sujeto de la verificación y, en consecuencia, su regulación será fundamental para la aplicación de los criterios de verificación.

Otros objetivos complementarios contemplados son, entre otros, mejorar el desempeño sostenible de la organización (AA1000AS), incrementar la involucración de los grupos de interés y orientar para obtener el sello «en conformidad» de la GRI (9).

La segunda cuestión ligada al objetivo es a quién va destinado el aseguramiento. En este sentido, el informe final nos puede proporcionar una buena orientación al respecto. La AA1000AS no prevé establecer un destinatario del informe, mientras que la propues-

ta de la *Guía GRI 2002*, secundada por la FEE (2002), reconoce dicha posibilidad. No obstante, la realidad es que se utiliza muy poco, y generalmente se dirige a los órganos de gobierno, independientemente del enfoque (O'Dwyer y Owen, 2005). En este sentido, todo parece indicar que prevalece una orientación de la auditoría tradicional, en la que se suele dirigir el informe a los responsables de la organización o a los accionistas, pero no al resto de partícipes.

2. Alcance

El alcance del servicio de aseguramiento es uno de los principales elementos problemáticos, fuertemente ligado a las incertidumbres sobre los límites de la información de sostenibilidad, que, como ya se ha anticipado, han generado un fuerte debate incluso en el seno de la GRI (AECA, 2005).

En este marco, el proveedor del servicio debe determinar el alcance sobre las dos cuestiones planteadas: aspectos contemplados o comprensibilidad y grado de la organización abarcado.

En el caso de los *límites organizativos*, la decisión es más precisa, dado que se determina mediante criterios habitualmente conocidos en el marco de la información financiera: un lugar, la compañía, las empresas del grupo, ...

Sin embargo, han aparecido cuestiones problemáticas sobre los límites organizativos en el marco de la verificación:

— El coste del servicio para empresas que operan en muchos entornos, especialmente en países con problemas de RSC. Un ejemplo es el de las empresas textiles con factorías en países del Sudeste asiático.

— La subcontratación como elemento de «descarga» de responsabilidades, lo que puede traducirse en una ruptura del verdadero sentido de la RSC, trasladando los problemas y no haciendo frente a ellos.

Más difícil es el aspecto relativo a la *comprensibilidad*, donde la discusión es más compleja por la dicotomía que suele aparecer entre la sostenibilidad y sus tres vértices (económico, social y medioambiental). Centrar el análisis en uno o dos componentes supone hurtar el enfoque sostenible de la organización y poner en duda el propio servicio prestado.

En estos aspectos, existe una cierta divergencia entre el ámbito de la auditoría y el de la AA1000AS. La ISAE 3000 permite reducir el alcance del trabajo a ciertos elementos del informe de sostenibilidad, aunque en ese caso el grado de aseguramiento/credibilidad no es óptimo. Por otra parte, la AA1000AS indica que el alcance se mide sobre el principio de materialidad, y añade que las omisiones significativas del informe deben incluirse en el informe del verificador. Este hecho refleja dos posiciones diferentes: seguridad proporcionada frente a finalidad de la información.

3. Metodología

Un aspecto fundamental es el relativo a los criterios y procedimientos que van a utilizarse en el proceso de verificación por parte del profesional. En este caso, se consideran los siguientes aspectos ligados a las preguntas:

a) Principios que orientan el proceso, para lo que debe centrarse en la información que se analiza y en los principios básicos de verificación.

b) Grado de aseguramiento, teniendo en cuenta la obtención de evidencias y el tipo de aseguramiento que se proporciona.

3.1. Principios del proceso

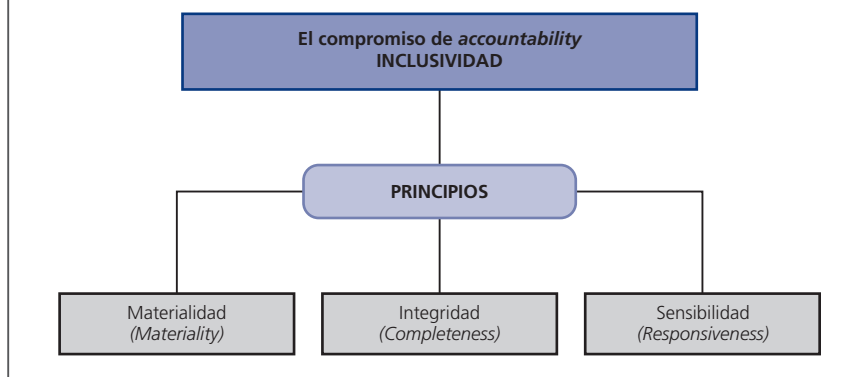
En los principios del proceso de aseguramiento el primer elemento a considerar es la información que es objeto de verificación y, por supuesto, los principios en los que está basada. Ambos enfoques, AA1000AS y auditoría, se refieren a la información de sostenibilidad, pero ninguno de ellos considera que la guía GRI es la única referencia. Por ello no se establecen como punto de partida los principios descritos anteriormente, sino que se plantean unos criterios propios. Este hecho es especialmente difícil para el ámbito de la auditoría, acostumbrado a los principios e hipótesis de la información financiera (o los marcos conceptuales de referencia). Las hipótesis más relevantes en este ámbito son tres: entidad, devengo y empresa en funcionamiento.

En este sentido la AA1000AS ha establecido tres principios agrupados bajo lo que denomina «compromiso de responsabilidad» (*accountability commitment*) que es la práctica de *inclusividad*, bajo la cual se derivan el resto de principios (ver gráfico 2).

El (macro) principio de inclusividad es el punto de partida de la AA1000AS, de la misma forma que para la contabilidad financiera se formula la imagen fiel de los estados financieros. Para cumplir con ese (macro) principio, el estándar se fundamenta en la verificación del cumplimiento de otros tres principios (10):

a) *Materialidad*: entendida como verificación de si se ha incluido la información demandada por

GRÁFICO 2
PRINCIPIOS DEL ASEGURAMIENTO EN EL ESTÁNDAR AA1000AS



los grupos de interés para la toma de decisiones.

b) Integridad: comprobación de si la entidad evalúa adecuadamente el alcance de la información material, esto es, si ha establecido medios para determinar los impactos de su actividad, más allá de lo que habitualmente se considera como entidad legal.

c) Sensibilidad: evaluación sobre si la organización ha respondido adecuadamente a las preocupaciones de los grupos de interés, políticas establecidas y normas relevantes, así como si las ha comunicado adecuadamente en el informe.

De los tres principios el más problemático es el relativo a la materialidad, en su doble faceta de información y tolerancia para al proceso de aseguramiento (Royal NIVRA, 2005). En esta misma línea de la norma holandesa, AccountAbility (2004) ha editado una guía sobre materialidad en la que se determinan las responsabilidades de los emisores y de los verificadores de la información:

a) La organización informante es responsable del contenido del informe, así como de que éste

esté basado en los requerimientos de los grupos de interés en relación con los aspectos considerados materiales.

b) El proveedor del servicio debe revisar los procesos adoptados por la organización informante para determinar la materialidad. Para ello es fundamental examinar los criterios de identificación de los grupos de interés y los procesos de consulta.

Además de las responsabilidades genéricas de los verificadores de la información, deben abordarse los procedimientos utilizados en el proceso de revisión. En este caso, no existen criterios desarrollados por la AA1000AS, mientras que la profesión de auditoría utiliza los contenidos en la norma ISAE 3000, éstos se centran en aplicar los criterios genéricos de los servicios de auditoría basados en la materialidad, así como en la colaboración con otros expertos en la materia (Royal NIVRA, 2005, párrafos 51-57).

3.2. Grado de aseguramiento

Un paso previo a la aceptación del servicio es determinar el grado de aseguramiento que puede pro-

porcionarse; para ello se deben tener en cuenta factores como el alcance organizativo y de actividad, junto a otros tradicionales como la información disponible, los sistemas y procesos y los sistemas internos de aseguramiento. Aunque la AA1000AS indica estos factores, no propone clasificaciones, tal como la norma ISAE 3000, que recoge dos niveles para el mismo (párrafo 2):

— grado limitado, en el que se reduce el riesgo del encargo a un nivel aceptable en las circunstancias que se hayan observado;

— grado razonable, proporciona un grado mayor de seguridad para el receptor de la información (11).

Habitualmente, los servicios prestados por las firmas de auditoría son los que recogen en mayor medida el grado de aseguramiento (O'Dwyer y Owen, 2005), tratando de diferenciar éste respecto a la auditoría. También es habitual proporcionar diferentes grados de aseguramiento a partes del informe, dado que algunos aspectos son más susceptibles de obtener un mayor grado. Un ejemplo es el informe anual de Novo-Nordisk 2004:

Grado razonable: «... consideramos que las políticas, sistemas y actividades adoptadas por Novo-Nordisk apoyan el compromiso de la gerencia sobre el Pacto Mundial de las Naciones Unidas».

Grado limitado: «Nada ha llamado nuestra atención que desapruebe la declaración de Novo-Nordisk sobre el cumplimiento de las condiciones "en conformidad" de la Guía GRI 2002».

4. Los proveedores del servicio

La respuesta a las dos preguntas planteadas —¿quién propor-

ciona el aseguramiento?, ¿cómo obtienen las aptitudes para ofrecer aseguramiento?— está vinculada a dos aspectos básicos de los proveedores del servicio: competencia e independencia.

La información sobre *competencia* proporcionada es desigual y está vinculada al enfoque principalmente utilizado (O'Dwyer y Owen, 2005). En este sentido, las firmas de auditoría no suelen informar (12), ya que se supone que tienen la capacidad para realizar el trabajo, y únicamente se hace referencia a la colaboración con otros expertos (Royal NIVRA, 2005). Es conveniente resaltar de nuevo que dichas competencias están en entredicho por múltiples factores, entre los que pueden destacarse (Adams y Evans, 2004): la ausencia de principios informativos generalmente aceptados, el cambio inversor por grupo de interés, la carencia de metodologías para contrastar la materialidad de los informes y, sobre todo, la fuerte incidencia de la información cualitativa frente a la cuantitativa.

Así, puede destacarse que el estándar AA1000AS establece criterios específicos para informar sobre las competencias del verificador y/o de la organización en la que está integrado el verificador:

1) Competencias individuales (o del equipo de trabajo): cualificación profesional, experiencia en aseguramiento y áreas en la que tiene experiencia

2) Competencias de la organización: supervisión de la prestación del servicio, comprensión adecuada de los aspectos legales del proceso y de los seguros sobre indemnizaciones profesionales, y finalmente, infraestructura disponible.

Nuestro equipo de aseguramiento posee la experiencia y capacidades requeridas en el marco del aseguramiento financiero y no financiero, gestión sostenible, cuestiones sociales y medioambientales, así como el conocimiento de la industria farmacéutica para llevar a cabo el encargo (Informe anual de Novo-Nordisk 2004).

La *independencia* es uno de los pilares tradicionales de la auditoría, aunque sigue sin ser un requisito sobre el que informar a los destinatarios del informe de aseguramiento. En este sentido, de nuevo la AA1000AS plantea una mayor exigencia en línea con las orientaciones establecidas por la GRI en el anexo 4. La evidencia demuestra de nuevo que son las firmas de consultores las que desglosan más información sobre su independencia (O'Dwyer y Owen, 2005). El desglose requerido por la AA1000AS en relación con la independencia se centra en dos puntos:

a) Declaración de independencia, recogiendo las políticas de conflictos de intereses y un detalle de las relaciones comerciales o financieras pasadas, presentes y futuras con la organización informante.

b) Declaración de imparcialidad respecto a los intereses de los grupos de interés, incorporando un detalle de las relaciones comerciales o financieras pasadas, presentes y futuras, con los grupos de interés.

Un ejemplo de informe de independencia de una firma de auditoría es la del informe anual 2004 de la empresa Novo-Nordisk:

En general llevamos nuestros negocios sin ningún interés financiero, personal o de relaciones comerciales, con nuestros clientes de auditoría o afiliados.

5. El informe de aseguramiento (13)

A lo largo de los anteriores apartados se ha tratado de algunos aspectos que pueden formar parte del informe final: tipo de informe, destinatario, responsabilidades del informador y del proveedor del servicio, independencia y competencia, principios, ... Existe otro aspecto esencial relevante en el proceso de aseguramiento de los informes de sostenibilidad: *la opinión o conclusiones que se derivan del proceso*.

En este punto, existe una cierta confusión sobre la forma de expresar la opinión del verificador del informe. En el caso de la ISAE 3000, la orientación es similar a la auditoría, esto es, el informe «debe contener una expresión clara de la conclusión del profesional sobre la materia objeto de información» (IAASB, 2003, párrafo 46 y desarrollo en el párrafo 49j). El término preferido por los contables es el de «consistencia», de forma que se pueden encontrar opiniones como (O'Dwyer y Owen, 2005):

los datos remitidos son consistentes con las fuentes de información que nos han presentado. (Deloitte and Touche).

Por su parte, en la AA1000AS se plantean dos niveles:

— Una conclusión sobre la calidad del informe y de los sistemas, procesos y competencias subyacentes. Únicamente se recoge la indicación relativa a que «el informe puede ser utilizado por los grupos de interés de la organización informativa» (AccountAbility, 2003: 24).

— Comentarios adicionales que cubran fundamentalmente lo más destacado en progresos informativos y de aseguramiento,

así como sugerencias para la mejora de la información de sostenibilidad y sus procesos, sistemas y competencias.

Por ello, las conclusiones de los informes basados en AA1000AS están referidos a los tres principios básicos, sin introducir una opinión global de la memoria:

Sobre la base de la revisión efectuada y de los términos de referencia del encargo proporcionamos conclusiones sobre la Memoria en relación a cada uno de los tres principios de la AA1000AS y en relación al GRI. Assurance Statement to BP Management (2004 Report).

V. A MODO DE CONCLUSIÓN

A lo largo del presente trabajo se ha abordado la problemática de la verificación de la emergente información sobre RSC, centrada en las memorias de sostenibilidad. La metodología de elaboración más extendida de estos informes es la propuesta por la Global Reporting Initiative (GRI), cuyo pilar fundamental es la transparencia de la organización informante y, por tanto, la credibilidad de las actuaciones comunicadas en materia de desarrollo sostenible.

La respuesta a las demandas de credibilidad de la información han sido variadas, pero existe un importante consenso sobre el valor de la verificación de las memorias mediante estándares de calidad. El servicio de aseguramiento ha pasado a ocupar el lugar preferente, sobre todo por su reconocimiento en la *Guía GRI 2002* para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

Dos modelos de aseguramiento están vigentes en la actualidad: el estándar AA1000AS y el marco normativo de la auditoría representado por la ISAE 3000, a esca-

la internacional, y la propuesta de norma del instituto holandés de auditores (Royal NIVRA) a escala nacional.

Ambos modelos responden a dos concepciones diferentes del concepto de información de sostenibilidad. La AA1000AS representa un enfoque basado en la involuación del *stakeholder*, o grupo de interés, mientras que la ISAE 3000 es consecuencia de la auditoría de los estados financieros, donde predomina la fiabilidad de la información. No obstante, la dicotomía entre ambos no es tan radical en la práctica, ya que en ocasiones se utilizan conjuntamente.

Los problemas técnicos descritos a lo largo del trabajo se centran fundamentalmente en la necesidad de consolidar un modelo de información de referencia en el que puede ser relevante el proceso de revisión de la *Guía GRI 2002*, denominado G3, consolidando un verdadero marco conceptual de la información de sostenibilidad.

El proceso de verificación es otro punto crítico, dado que no existen criterios generalmente aceptados para algunos aspectos como la contrastación de la materialidad de la información de sostenibilidad, donde las necesidades de los grupos de interés son el elemento central.

Además de los problemas anteriores, en estos momentos nos encontramos ante una situación de conflicto sobre el aseguramiento. Por un lado, la profesión de auditoría se encuentra en un proceso de reflexión que se espera que permita superar los grandes problemas que supone verificar información no financiera; de ahí las demandas para una norma más específica que la ISAE 3000. Por otro lado, el estándar AA1000AS es el

principal referente para algunos profesionales, generalmente no contables, con el inconveniente de su menor nivel de rigor respecto de las normas de auditoría.

Este conflicto debe ser solucionado de forma inmediata, especialmente por los importantes retos que en esta materia esperan al aseguramiento de la información de sostenibilidad, entre los que pueden destacarse los siguientes:

- el creciente número de organizaciones que publican dichos informes;

- la incorporación a esta tendencia de entidades no lucrativas y, más recientemente, de organismos gubernamentales;

- la globalización de las actividades de las organizaciones que implican mayor complejidad en la verificación;

- la presión de grupos de interés hacia una mayor credibilidad de la información de sostenibilidad: inversión socialmente responsable, organizaciones sociales y medioambientales, instituciones públicas, ...;

- la propensión hacia los denominados informes integrados, en los que la memoria de sostenibilidad se confunde con la información financiera obligatoria (Novo-Nordisk, 2004; Gamesa, 2004; SKF, 2003, ...).

Para finalizar, es destacable que, para el desarrollo de un mecanismo de verificación generalmente aceptable, las organizaciones no lucrativas debe jugar un papel importante (Zadek y Raynard, 2004), ya sea como parte de los equipos de trabajo de los verificadores, ya por su implicación en el proceso de revisión como grupos de interés.

NOTAS

(*) El presente trabajo se enmarca en el desarrollo del proyecto del Ministerio de Ciencia y Tecnología BEC 2002-03049.

(1) En ese momento inicial, únicamente empresas relativamente pequeñas, como Lar-covi o Cespa, dieron el paso en España.

(2) España lidera el *ranking* de entidades informantes «en conformidad» con la *Guía GRI 2002*, seguida muy de lejos por países como Estados Unidos y el Reino Unido. En el momento de redactar el presente trabajo, la GRI se encuentra inmersa en el proceso de revisión de la guía denominado G3, en el que la calidad de las memorias se medirá probablemente de acuerdo con un nuevo marco basado en cuatro categorías.

(3) Puede verse en <http://www.cfs.co.uk/sustainability2003/audit/naturalstep.htm>.

(4) En este trabajo no se considera el término auditoría en contextos diferentes a la verificación de información, tales como auditoría medioambiental o auditoría de calidad.

(5) La ISA 100 fue emitida por el International Auditing Practices Committee (IAPC), que fue sustituido en el proceso de emisión por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), de forma similar a lo que se produjo en el órgano emisor de normas contables internacionales.

(6) En relación con el premio europeo, puede ampliarse información en http://www.nivra.nl/Downloads/MVO/esra_rapport_2004.pdf. El informe de aseguramiento de Novo Nordisk puede consultarse en <http://www.novonordisk.com/annual-report/how-we-are-accountable/assurance-statement.asp>.

(7) Un ejemplo de información financiera es la Resolución del ICAC de 25 de marzo de 2002 por la que se aprueban las normas para el reconocimiento, valoración e información de los aspectos medioambientales en las cuentas anuales.

(8) Aunque su aplicación es nacional, se está realizando un esfuerzo para someterlo a opinión más allá del ámbito holandés, de ahí su traducción al inglés. El instituto alemán (Hauptfachausschuss) ha publicado otro borrador recientemente siguiendo las líneas del holandés.

(9) Ver el informe de aseguramiento de la memoria de sostenibilidad de Novo-Nordisk 2004 (<http://www.novonordisk.com/annual-report/default.asp>).

(10) La traducción de los términos se ha realizado sobre la base de las definiciones establecidas en la AA100AS.

(11) El borrador de norma del instituto holandés asimila el término «revisión» al aseguramiento limitado, y el de «auditoría» para un nivel razonable.

(12) No obstante, la ISAE 3000 indica que debe asegurarse que el equipo de trabajo posea las competencias necesarias para evaluar el objeto del encargo.

(13) Puede verse una recopilación de informes de verificación sobre memorias de sostenibilidad en FEE (2004).

BIBLIOGRAFÍA

ACCOUNTABILITY (2003), *AA1000 Assurance Standard (AA1000AS)*, Londres.

— (2004), *AA1000 Assurance Standard. Guidance Note - Materiality (Consultation Document)*, Londres.

ADAMS, C., y EVANS, R. (2004), «Accountability, completeness, credibility and the audit expectations gap», *Journal of Corporate Citizenship*, n.º 14: 97-115.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS —AECA— (2004), *Documento sobre responsabilidad social corporativa*, n.º 1: «Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa», AECA, Madrid.

— (2005), *Documento sobre responsabilidad social corporativa*, n.º 2: «Límites de la información de sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad», AECA, Madrid.

ASSOCIATION OF THE CHARTERED CERTIFIED ACCOUNTANTS —ACCA— (2004), *Towards Transparency: Progress on Global Sustainability Reporting 2004*, ACCA, Londres.

COMISIÓN EUROPEA (2001), *Libro Verde Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, julio.

CPA Australia (Certified Public Accountants Australia) (2004), *Triple Bottom Line. A Study of Assurance Statements Worldwide*, Melbourne.

DANDO, N., y SWIFT, T. (2003), «Transparency and assurance: Minding the credibility gap», *Journal of Business Ethics*, n.º 44: 195-200.

ELKINGTON, J. (1987), *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford.

FÉDÉRATION DES EXPERTS COMPTABLES EUROPÉENES —FEE— (2002), *FEE Discussion Paper: «Providing assurance on sustainability reports»*, FEE, Bruselas.

— (2003), *Benefits of Sustainability Assurance*, FEE, Bruselas.

— (2004), *FEE Call for Action: Assurance on Sustainability Reports*, FEE, Bruselas.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE —GRI— (2002), *Sustainability Reporting Guidelines*, GRI, Boston (www.globalreporting.org).

GRAY, R.; OWEN, D., y ADAMS, C. (1996), *Accounting and Accountability. Changes and Challenges in Corporate Social Reporting and Environmental Reporting*, Prentice-Hall, Hemel Hempstead.

HENRIQUES, A., y RICHARDSON, J. (2004) (eds.), *The Triple Bottom Line. Does it all add up?*, Earthscan, Londres.

INTERNATIONAL AUDITING AND ASSURANCE STANDARDS BOARD —IAASB— (2004), *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 Revised «Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information»*, International Federation of Accountants (IFAC), Nueva York.

KPMG y UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM (2005), *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005*, KPMG, Amsterdam.

LARRINAGA, C.; MONEVA, J. M.; LLENA, F.; CARRASCO, F., y CORREA, C. (2002), *Regulación contable de la información medioambiental. Normativa española e internacional*, AECA, Madrid.

MONAGHAN, P. (2004), «Put up or shut up», incluido en HENRIQUES, A., y RICHARDSON, J. (2004): 142-154.

MONEVA, J. M. (2001), «El marco de la información social y medioambiental de la empresa: análisis de la Global Reporting Initiative (GRI)», *Revista Interdisciplinar de Gestión Ambiental*, n.º 30, junio: 1-14.

— (2003), «Transparencia, responsabilidad social e información no financiera», *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, número 64: 76-77.

MONEVA, J. M., y LLENA, F. (1996), «Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en Bolsa», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XXV, n.º 87: 361-402.

MONEVA, J. M., y LARBURU, I. (2005), «Assurance engagements on sustainability reports in Spain», Report to the FEE Assurance Subgroup.

O'DWYER, B., y OWEN, D. (2005), «Assurance statement practice in environmental, social and sustainability reporting: a critical evaluation», *The British Accounting Review*, n.º 14: 205-229.

PRICEWATERHOUSECOOPERS —PwC— (2003), *Responsabilidad social corporativa: Tendencias empresariales en España*, PwC.

ROYAL DUTCH INSTITUTE FOR REGISTER ACCOUNTANTS —Royal NIVRA— (2005), *Dutch Exposure Draft Standard RL 3410 MVO «Assurance Engagements Regarding Sustainability Reports»*, Royal NIVRA, Ámsterdam.

SUSTAINABILITY Y UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME —UNEP— (2003), *Trust Us. The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting*, Sustainability, Londres.

WHEELER, D., y ELKINGTON, J. (2001), «The end of the corporate environmental report? Or the advent of sustainability reporting and communication», *Business, Strategy and the Environment*, vol. 10: 1-14.

ZADEK, S., y RAYNARD, P. (2004), *ACCA research report, n.º 86: The future of Sustainability Assurance*, ACCA, Londres.

ANEXO 1

ENTIDADES ESPAÑOLAS INFORMANTES DE ACUERDO A LA GUÍA GRI 2002

| | |
|--|---|
| Abengoa | <i>Gamesa Corporación Tecnológica</i> |
| <i>Abertis</i> | <i>Gas Natural Group</i> |
| AGBAR | <i>Grupo CESA</i> |
| Alta Velocidad Renfe | <i>Grupo Eroski</i> |
| <i>Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)</i> | Grupo Ferrovial |
| <i>Bancaja</i> | Grupo MANGO |
| <i>Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.</i> | Grupo Santander |
| Banco Sabadell | Harineras Villamayor |
| BASF Española | <i>Hospital General de Vic</i> |
| Bilbao Bizkaia Kutxa (BBK) | <i>Hospital Universitario Virgen de Las Nieves</i> |
| <i>Bodega Pirineos</i> | <i>Iberdrola</i> |
| Caixa Galicia | <i>Iberia</i> |
| Caja Madrid | Indra |
| <i>Cementos Rezola-Sociedad Financiera y Minera, S.A. (FYM)</i> | <i>Industria de Diseño Textil, S.A. (Inditex)</i> |
| CEPSA | Javierre, S.L. |
| <i>Cercanías Renfe</i> | Larcovi |
| Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA) | <i>Lemona Industrial</i> |
| Contratas y Obras Empresa Constructora, S.A. | MP Corporación Industrial |
| Corporación UNILAND | <i>Red Eléctrica de España</i> |
| <i>Diageo España</i> | Renfe |
| <i>DKV Seguros</i> | Repsol YPF |
| EMASESA. Aguas de Sevilla | <i>Telefónica de España</i> |
| El Monte. Caja de Ahorros de Huelva y Sevilla | <i>Telefónica Investigación y Desarrollo (Telefónica I+D)</i> |
| <i>ENDESA</i> | <i>Telefónica Móviles, S.A.</i> |
| <i>ENUSA</i> | <i>Telefónica Móviles España</i> |
| Ericsson España, S.A. | Telefónica Publicidad e Información, S.A. (TPI) |
| <i>FCC Construcción, S.A.</i> | <i>Telefónica, S.A.</i> |
| <i>FREMAP</i> | <i>Union Fenosa</i> |
| | Vodafone España |

Nota: En cursiva las empresas con informes de sostenibilidad *in accordance*.
 Datos obtenidos a 1 de diciembre de 2005 (www.globalreporting.org).

ANEXO 2

PRINCIPIOS DE LA GUÍA GRI 2002

| <i>Principios GRI</i> | <i>Definición</i> |
|----------------------------|--|
| Transparencia | La exposición completa de los procesos, procedimientos y supuestos implicados en la elaboración de una memoria resulta esencial para su credibilidad. |
| Globalidad | Toda organización informante debería, sistemáticamente, implicar a sus partes interesadas en la ayuda al enfoque y la mejora continua de la calidad de sus memorias |
| Auditabilidad | Los datos y la información presentes en la memoria deberían recopilarse, analizarse y divulgarse de modo que los auditores internos o los encargados de la verificación externa puedan avalar su veracidad. |
| Exhaustividad | Toda la información esencial para la evaluación por parte de los usuarios del desempeño económico, ambiental y social de una organización informante debería aparecer en la memoria de una forma coherente con el marco temporal, el alcance y los límites manifestados |
| Relevancia | La relevancia es el grado de importancia asignado a un aspecto, indicador o dato concreto, y constituye el umbral en el cual la información adquiere la suficiente trascendencia como para presentarse |
| Contexto de sostenibilidad | Las organizaciones informantes deberían intentar situar su actuación en el más amplio contexto de restricciones o límites ecológicos, sociales o de otro tipo, en aquellos casos en los que ese contexto añada un significado importante a la información presentada |
| Precisión | El objetivo del principio de precisión es el de conseguir que la información presentada ofrezca la mayor exactitud y el menor margen de error posibles, para que los usuarios puedan tomar sus decisiones con un alto grado de confianza |
| Neutralidad | En toda memoria deberían evitarse los sesgos en la selección y exposición de la información, y se debería tratar de ofrecer un informe equilibrado sobre la actuación de la organización informante |
| Comparabilidad | Toda organización informante debería mantener la coherencia en lo referente a los límites y el alcance de sus memorias, dar a conocer cualquier cambio y volver a exponer la información presentada anteriormente |
| Claridad | Toda organización informante debería mantenerse al corriente de las distintas necesidades y experiencias de sus partes interesadas, y poner la información a disposición de los usuarios de manera que resulte inteligible para el mayor número posible de éstos, manteniendo un adecuado nivel de detalle |
| Periodicidad | Toda memoria debería ofrecer información con una periodicidad que se adapte a las necesidades de los usuarios y a la naturaleza de los datos |

COLABORACIONES

II.
**NUEVAS ORIENTACIONES EMPRESARIALES
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Resumen

La emergencia del concepto de RSC viene dada por la evidencia de comportamientos empresariales amenazadores de la seguridad de sus diversos grupos de interés (*stakeholders*). Los nuevos planteamientos que aporta la RSC se han de apoyar en una nueva forma de ser empresa. Esto comporta nuevos criterios de desarrollo empresarial que necesariamente han de tener en cuenta lo que ocurre en la sociedad, colaborando en la construcción de un mejor entorno social, sin que ello signifique cuestionar la competitividad. Contraponer el crecimiento económico y la RSC es renunciar a salir de comportamientos ya obsoletos. La economía social representa una forma de hacer empresa que se basa en los valores constitutivos de la RSC. Su acción tiene que ver con la solidaridad social, la cohesión, la equidad y la inserción social.

Palabras clave: fracturas sociales y cambio social, sociedad civil y democracia participativa, cohesión y solidaridad social, nuevo modelo de empresa, participación en la gestión empresarial, economía social.

Abstract

The emergence of the concept of CSR is determined by the evidence of patterns of business behaviour that threaten the security of various interest groups (*stakeholders*). The new approaches presented by CSR have to be founded on a new company *raison d'être*. This involves new criteria of business development that necessarily have to take what happens in society into consideration, collaborating in the construction of a better social environment, without this meaning that doubt is cast on competitiveness. The counterposing of economic growth and CSR is renouncing the abandonment of now obsolete behaviour patterns. Social economics represents a form of doing business that is based on values that make up CSR. Its action is connected with social solidarity, fairness and social insertion.

Key words: social fractures and social change, civil society and participative democracy, cohesion and social solidarity, new model of company, participation in business management, social economics.

JEL classification: A13, M13, M14.

LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Marcos de CASTRO SANZ

Presidente de CEPES (*)

Debemos ir más allá de la estabilidad financiera. Debemos abordar los problemas del crecimiento con equidad a largo plazo, base de la prosperidad y del progreso humano. Debemos prestar atención a los cambios institucionales y estructurales necesarios para la recuperación económica y el desarrollo sostenible. Debemos ocuparnos de los problemas sociales. Debemos hacer todo eso, porque si no tenemos la capacidad de hacer frente a las emergencias sociales, si no contamos con planes a más largo plazo para establecer instituciones sólidas, si no logramos una mayor equidad y justicia social, no habrá estabilidad política. Y sin estabilidad política, por muchos recursos que consigamos acumular para programas económicos, no habría estabilidad financiera. Wolfenson, Presidente del Banco Mundial, 1998.

Queda así planteado el principio central de la nueva política social: en vez de compensar los efectos de la lógica económica, ésta debe concebirse como condición indispensable del desarrollo económico. A. Touraine, 1997 (1).

I. PUNTO DE PARTIDA

LA acción de la empresa, de cualquier empresa, traspasa los límites de sus propias paredes, y por ello la comprensión de su acción ha de entenderse en un sentido amplio. La empresa no puede ya pensar que su gestión ha de encerrarse en un escueto manual de comportamiento para consigo misma y sus empleados, en el mejor de los casos. La em-

presa está en la sociedad, actúa en ella, de ella se abastece y obtiene sus recursos..., su acción no es indiferente en el desarrollo social. Ni éste lo es para la vida de la empresa. Las decisiones y actuaciones empresariales tienen consecuencias y repercuten en su entorno, positiva o negativamente..., así como lo que ocurre a su alrededor no es neutro en la evolución de la empresa. Ésta no es una isla ignorante del territorio donde actúa ni éste ha de ser insensible a la acción empresarial. Es ahí donde se inscribe el concepto de *responsabilidad social*. Desde luego no es, solamente, el «generoso» reparto de un porcentaje de sus resultados positivos, como se ha querido reducir con el término de «acción social». Es una concepción nueva de la empresa que impregna su modo de actuar. En esto parece pensar el Libro Verde de la Comisión cuando define la responsabilidad social corporativa (RSC) como «la integración voluntaria por parte de la empresa de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores». En España, el Foro de Expertos organizado por el Ministerio de Trabajo para elaborar un documento sobre este tema dice que la «responsabilidad social de las empresas es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio-am-

bientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones». Es cierto que esta definición no es aún definitiva, pues queda una «segunda lectura», pero sí recoge elementos estructurales importantes de la RSC. Se está planteando una nueva forma de acción de la empresa o, como más adelante se apuntará, un nuevo modelo de empresa.

Lo que significa, entre otras cosas, que la empresa ya no puede vivir de espaldas a los problemas e inquietudes sociales que ocurren allá donde se mueve. Ya no es posible que en la sociedad ocurran desgarros, como están ocurriendo, y el mundo empresarial piense que esto no es un problema que le atañe. La distancia tradicional de los gestores económicos ante los problemas sociales se apoya, entre otras cosas, en una concepción de la empresa introvertida cuya «foto» dominante es (y nada más) la expresión de su situación financiera (balance y cuenta de explotación), entendiendo que es el resumen de la actuación empresarial y la única fuente de información que han de dar a sus propietarios. Extendiendo este concepto, se podría decir que la cultura económica dominante en la etapa de la sociedad industrial es la macroeconomía. Simplificando las cosas, se podría decir que el crecimiento de la sociedad tan sólo se mide por el crecimiento del PIB. Lo demás, lo que no es producción, entra en la esfera de lo político o en la gestión de lo público, ignorando que una desestabilización social, por ejemplo, afectará siempre negativamente a las mejores condiciones que permitan ese crecimiento del PIB que se pretende.

La Estrategia de Lisboa, que desea para el año 2010 una Europa líder en la sociedad del conocimiento, con pleno empleo y conjugando crecimiento económico con cohesión social, está diciendo que otra manera de crecer es posible. Que, además de los criterios economicistas y productivos (que son importantes, sin duda) existen otros que han de entrar como determinantes en la toma de decisiones económicas o en la construcción de políticas de crecimiento. Que junto al PIB se han de tener en cuenta otras variables, como son la equidad, el bienestar o el crecimiento equilibrado del colectivo social (2). De forma explícita, la Cumbre de Lisboa dice, en su conclusión 39, que «el Consejo Europeo hace un llamamiento 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».

En el fondo de todo, se está explicitando que la empresa es «en la sociedad actual mucho más que una sociedad mercantil, o una colección de relaciones contractuales independientes. La red de relaciones y responsabilidades en que consiste una empresa la asimilan a una entidad política. La dirección de empresas es una actividad de gobierno: supone la toma de decisiones dirigidas a algunas personas y que tienen efectos más o menos inmediatos sobre muchas otras. Algunos de los colectivos afectados están relativamente protegidos por las leyes de las democracias occidentales —mediante el derecho laboral y mercantil, los derechos de los consumidores, la regulación de los mercados de valores, etc.—, pero otros carecen de cualquier protección en caso de daño. Las em-

presas, incluso las pequeñas, tiene cada vez más poder. Las nuevas tecnologías amplían su área de actuación a todo el planeta y llegan a afectar a colectivos y bienes insuficientemente protegidos (y a veces particularmente vulnerables). En este contexto, todos los ciudadanos somos potencialmente afectados por las decisiones de una empresa» (3). La empresa es corresponsable con los poderes públicos en la construcción social. En este sentido, la Comisión dice que «el papel de la política de empresa consiste en ayudar a crear un entorno empresarial favorable al objetivo de Lisboa... su objetivo es garantizar el enfoque equilibrado del desarrollo sostenible, que maximice las sinergias entre su dimensión económica, social y medioambiental» (4). Desde este esquema y comprensión de la acción de la empresa es desde donde se ha de enmarcar la RSC (5). No hacerlo así puede confundir y desviar el problema, reduciéndolo a cuestiones coyunturales y epidérmicas (6).

La RSC aparece en un proceso evolutivo (7) por el que se superan los elementos básicos constitutivos de la vieja sociedad industrial y se abre paso una nueva era cultural que transforma los comportamientos sociales, también los de la empresa (8). No es una circunstancia, ni un elemento marginal, sino que expresa un cambio esencial en la concepción de la empresa. Como en todos los procesos de cambios profundos, especialmente cuando se explicitan, aparecen ambigüedades al comienzo que el desarrollo normal de los conceptos irá concretando en sus significados a lo largo del tiempo, pero que, en su origen, pueden asociarse a otros procesos más superficiales. De ahí la sospecha de algunos de que la RSC es una moda. En realidad, la RSC está expresando, más que una

moda, un cambio social profundo, a pesar de que algunas realizaciones se asimilen a ese mecanismo más superficial. Por ello, parece oportuno integrar la RSC en el proceso de cambio que está viviendo la sociedad actual. No hacerlo significaría insistir en la construcción de la empresa de espaldas a lo que ocurre en la sociedad, lo que iría en contra de los más elementales principios del *marketing*.

II. LOS ELEMENTOS DEL CAMBIO SOCIAL

Sería pretencioso identificar en este espacio los indicadores del cambio social que se está produciendo, por lo complejo y extenso del tema. Tan sólo pretendo, pues, identificar, a modo de *flash*, aquellos que tiene relación con la tesis que defiendo: la RSC es la expresión de un cambio profundo que demanda nuevos modelos empresariales y nuevas conductas sociales.

1. Desequilibrios sociales

La llamada «globalización» y sus mecanismos de comunicación están haciendo explícita una «fractura social» originada por las consecuencias de un mercado que concentra riqueza y extiende pobreza. Y estas desigualdades crecen por encima de lo sospechable. Por ejemplo, la OMS narra desigualdades sociales resumibles en que la expectativa de vida en Japón es de 85 años, mientras que en Sierra Leona es de 36 años. En catorce países africanos la mortalidad infantil es mayor que en 1990, algunas poblaciones están cada vez más enfermas, a lo que contribuye el hecho de que sean cada vez más pobres. Muchos países de África son más pobres ahora que hace treinta años. Por otra

parte, en 1960 el 20 por 100 de la población que poseía más riqueza tenía un nivel de ingresos treinta veces superior al 20 por 100 de los más pobres; en 1995 esta distancia era ochenta y dos veces superior. La quinta parte más rica del mundo posee el 80 por 100 de los recursos, mientras que la quinta parte más pobre sólo tiene el 0,5 por 100. La distancia crece, no se amortigua (9). François Bourguignon, vicepresidente del Banco Mundial para la investigación de la economía del desarrollo desde 2003, decía (10) recientemente que «no puede continuar esta divergencia (refiriéndose a la distancia creciente entre ricos y pobres)..., hay que actuar, no podemos permitirnos que haya países que quedan descolgados..., son un peligro para la comunidad internacional». Refiriéndose a la Cumbre del G-8 que recientemente decidió condonar una parte de la deuda a países pobres (especialmente africanos), decía que «la Cumbre *per se* no emprendió ninguna acción, sólo asumió el compromiso internacional de aumentar la ayuda al desarrollo, que llevaba años parada... Hay que decidirse a eliminar la deuda». Es evidente que esta inquietud por la fractura social existente ya está en lo debates de las instituciones multilaterales, ya no se puede mirar hacia otro lado. La situación es así de grave.

Hay hambre y sobran alimentos. La FAO (11) dice que cada año mueren cinco millones de niños en el mundo por hambre, lo que supone una media de casi 14.000 niños que mueren de hambre diariamente. Bastantes más que los que murieron en las torres gemelas. Sin embargo, pasan desapercibidos. El 54 por 100 de la población de África y de China sufre malnutrición, pero no se ve. Lo curioso es que no es falta de recursos ni de alimentos. Los hay sufi-

cientes, sólo que están muy mal distribuidos (12). Según las Naciones Unidas, para conseguir que toda la población del globo tenga solucionadas las necesidades básicas (comer, beber, educación y salud) bastaría con recaudar el 4 por 100 de la riqueza de las 225 mayores fortunas. Esto costaría 13.000 millones de dólares, cuando apenas es eso lo que en la UE y en los EE.UU. se gasta en perfumes. Hay recursos, pero se gastan mal: EE.UU. gasta unos 450.000 millones de dólares en su ejército, pero menos de 15.000 millones para ayudar a los países pobres (13). Dos meses del coste de la guerra en Irak significarían paliar las consecuencias del hambre en el mundo. El dinero que los países desarrollados dedican anualmente a luchar contra el sida representa únicamente lo invertido en armamento durante tres días. Con sólo el 3 por 100 del incremento del gasto militar entre 2000 y 2003 (118.000 millones de dólares) se podría evitar la muerte de tres millones de niños al año (14). A la hora de escribir este artículo, se está haciendo patente la tragedia de Níger, con una previsión de tres millones de personas amenazadas de muerte por el hambre y la pobreza acumulada. Quizás estos datos, demasiado esquemáticos, permitan ver el desequilibrio social que se está produciendo.

2. La economía como criterio dominante

En el mercado global, los capitales se mueven a velocidad diaria, generando expectativas o frustraciones locales. Lo económico es dominante, y aparece como riesgo la desaparición de la primacía de la política sobre lo económico. En palabras de M. Virgilio Dastoli (15), portavoz del Forum Permanente de la Sociedad Civil, los mercados financieros significan el

«asiento del conductor». El mismo Dastoli se plantea «cómo volver a la primacía de la política, es decir, a la primacía de la democracia», y afirma que éste es el reto necesario para que la democracia no se empobrezca. J. Delors (16) dice que «cuando se mira la escena política, la economía ocupa el 70 o el 80 por 100 de los problemas, y es un axioma muy extendido entre los políticos que, si no se conocen bien los problemas económicos, es inútil querer llegar a ser Presidente del Consejo de Ministros o Primer Ministro. Sin embargo, la política no se resume en la economía. Y si la economía llega a dominar la política, ¿dónde está el rol trascendental, el rol de síntesis de la política?».

Es éste un dato ya muy estudiado por los analistas de la globalización: el traspaso del poder de los estados a los mercados financieros, que mueven capitales diariamente en dimensiones desorbitadas (17) y, muchas veces, de manera mimética (18), los trasladan de unos mercados a otros en busca de la pronta rentabilidad del capital, que suele ser escasamente productivo y fundamentalmente especulativo (19), olvidando las consecuencias que ello pueda tener para la economía de la zona (20); lo que provoca, salvo excepciones, el desarrollo de quien ya está desarrollado y el abandono de quien está abandonado.

3. El paso hacia una nueva era

Algunos analistas importantes como Giddens, Beck, Larch, por citar a los que más se conocen en las nuevas formulaciones políticas, dicen que la sociedad industrial está acabándose y estamos pasando a una nueva era, a una nueva etapa, cuyo nombre no es aún evidente, pero cuyos rasgos comienzan a vislumbrarse. Las for-

mas y comportamientos lineales de la sociedad industrial se están empezando a desdibujar, según estos analistas, y surgen significantes nuevos que aún no sabemos traducir bien. Pero, aun con sus dudas, se perciben cambios esenciales y nuevos comportamientos sociales, siendo evidente la situación de no retorno.

En el empleo, por ejemplo, se están transformando los mecanismos con los que las personas se relacionaban con él, apareciendo formas sustancialmente distintas. Se ha querido reducir este cambio y la no «durabilidad» del empleo (ya no hay empleos de por vida) con la aparición de una nueva palabra, como es la empleabilidad, que compense la pérdida de la seguridad en el puesto de trabajo. Y, con ella, aparece la formación como complemento básico del desarrollo de esa empleabilidad. Pero esto es sólo una forma de intentar solucionar la inseguridad creada por la convicción de que ya no hay empleos de por vida. No se agota aquí el problema, pues aparecen formas, también nuevas, de reconvertir los tradicionales comportamientos del empleo, hasta el punto de que el pleno empleo, como puede ocurrir en países muchas veces modelo de desarrollo —como EE.UU. (21)—, está siendo inseparable de la precariedad (22), conviviendo incluso con bolsas de pobreza mayores que en cualquier otra parte del mundo desarrollado (23). La flexibilidad en el trabajo comienza a ser una verdad incuestionable, y cuestionarla se puede asociar con poner obstáculos al desarrollo. Ulrich Beck dice (24) que en todas partes se exige flexibilidad, refiriendo este concepto a la no durabilidad de la relación laboral o a la facilidad para romper ésta. «Pero la flexibilidad también significa una redistribución de los riesgos, transfiriéndose del Estado y

la economía al individuo. Los trabajos disponibles son cada vez a plazo más corto y renovables, es decir, extinguibles..., cada vez más se desregulan y flexibilizan las relaciones laborales, tanto más rápidamente se convierte la sociedad en una sociedad del riesgo que no es susceptible del cálculo por parte de los individuos y de la política».

Beck llega a decir que el régimen del riesgo, y con él el modelo sumamente ambivalente de «empleo precario», abarca y transforma ámbitos cada vez mayores del trabajo y la realidad vital de los seres humanos, analizando esta situación no sólo en los trabajos no cualificados, sino también en los altamente especializados, como observa en EE.UU., donde detecta precariedad desde la Universidad hasta empleos bien remunerados y altamente cualificados, pero permanentemente temporales. Hasta el punto de que hay quien plantea que el derecho del trabajo esta empezando a dejar de ser derecho del trabajo. Peter Druker (25) dice, refiriéndose a la creciente precariedad laboral, que el comportamiento de las empresas y el de las administraciones no tiene nada que ver con lo que se ha enseñado, y se sigue enseñando, en las escuelas de negocios o se ha escrito en los libros especializados.

Beck va más allá, al pensar que «el creciente desempleo ya no puede atribuirse a crisis económicas cíclicas, sino a éxito del capitalismo tecnológicamente avanzado. A partir de los comienzos de los setenta, la relación entre el PIB y el empleo se ha debilitado en todos los países de la OCDE. Aumentos considerables en el PIB per cápita no han ido acompañados del crecimiento normal en el empleo, o lo han sido de manera escasa»; con lo que se admite la po-

sibilidad de que se puede crecer económicamente y, a la vez, generar desempleo.

4. Algunas empresas actúan de espaldas a la sociedad

Por último, para no abundar en los elementos que expresan el cambio que se está produciendo, hay empresas (26) que, en estas circunstancias, tienen comportamientos calificables, en el mejor de los casos, como confusos. Enron ya es historia, Parmalat (27) también lo es, dejó de hablarse de Adecco (28) o de WorldCom (29); recientemente la SEC (árbitro de los mercados estadounidenses) ha acusado a directivos de Kmart de engañar a los accionistas (30); el supervisor alemán detecta indicios de fraude bursátil en DaimlerChrysler, pues la dimisión de su Presidente reportó grandes ganancias a quienes conocían previamente su decisión (31) ... En fin, no podría decirse que estos comportamientos sean productos de elementos de transparencia y, por tanto, de confianza para la sociedad y para el accionista. Joaquín Estefanía, en su libro *La cara oculta de la prosperidad* (32), habla de la «contabilidad creativa» como forma de «poner en bonito» la única foto de la empresa que se presenta a la sociedad, su situación financiera. De forma muy pedagógica cita al profesor Oriol Amat, quien descubre catorce técnicas de maquillaje contable de las empresas españolas para una más aparente presentación de sus datos en Bolsa. No es preciso, por otra parte, recordar la marcha de empresas, o deslocalización (33), en busca de una reducción de sus costes productivos ignorando las consecuencias negativas que ello comporta en el territorio; algunas con beneficios, pero justificándolo con expectativas de pérdidas para dentro de unos años.

Por otra parte, la conciencia social del deterioro medioambiental generado por una actuación empresarial, cuando menos, descuidada y reticente a cambios en sus procesos productivos para hacerlos más respetuosos con el entorno (normalmente reflejo de una concepción industrial que no siempre tenía en cuenta los recursos naturales, quizá por considerarlos ilimitados), o la amenaza de la inseguridad alimentaria como olvido empresarial de una gestión de calidad respetuosa con los derechos del consumidor..., convocan a un concepto de empresa obsoleto, basado en la maximización del beneficio como inquietud determinante de la gestión. Es necesario constatar que ello no cuestiona, en absoluto, que la empresa ha de ganar dinero, lo que se cuestiona es la forma de ganarlo. La sociedad comienza a demandar una empresa que sepa integrar en sus esquemas de decisión las inquietudes o amenazas de un deterioro de la calidad de vida, precisamente para corregirlo o, cuando menos, no incrementarlo. Se quiere una empresa que sepa convivir respetuosamente con las personas y con el entorno, que sepa generar condiciones de credibilidad y de confianza.

Lo que no quiere decir que todas las empresas sean así, pero es cierto que ocurre esto y que el marco necesario para hablar de responsabilidad social de la empresa (RSE) ha de contar con que pasan estas cosas.

5. La sociedad civil

Aparece un nuevo agente social con el que hay que empezar a contar (34): la sociedad civil, que se despierta organizándose en plataformas representativas para defender sus derechos, lo que, en una sociedad de consumo, no es

neutro para el funcionamiento de las empresas, principales agentes del mercado. Y ello es bueno, pues, como dice la Comisión Europea en su Evaluación del V Programa en materia de medioambiente, «un aspecto importante del V Programa... ha sido el concepto de responsabilidad compartida. La integración no funcionará si las partes interesadas no se identifican con ella y si a los ciudadanos no se les capacita para participar ofreciéndoles la información adecuada..., a pocas (personas) les merece confianza la información que se ofrece a la población y muchas dudan de la eficacia de la acción pública. La poca identificación de las partes interesadas con el V Programa ha sido una de las causas de su escaso éxito... La experiencia demuestra que cuando los ciudadanos deciden actuar, las políticas empiezan a cambiar para mejor. Si queremos modificar los comportamientos, hay que dar a los ciudadanos una información correcta y las competencias necesarias» (35).

Sería muy extenso este tema, pero sí merece subrayar que, precisamente ligado a la aparición de la sociedad civil como agente social, se está desarrollando el concepto de «capital social», siendo su fomento algo que interesa a todo proceso social. Significa la implicación del colectivo de personas que conviven en un mismo entorno, potenciando con su apoyo explícito (o frenando, si es el caso, por boicot) cualquier proceso de desarrollo. No sólo los sociólogos están interesados en su estudio, también los economistas que están descubriendo que «la productividad se logra, entre otras cosas, por la reducción de los "costes de transacción" que produce el capital social... De aquí que, por ejemplo, Putnam proponga, dentro de su programa para aumentar el capital social, fo-

mentar el compromiso cívico de los ciudadanos, convencerles de la urgencia y necesidad de responsabilizarse recíprocamente de los asuntos que les conciernen (36), lo cual redundará también en superiores beneficios económicos; en definitiva, contribuye al éxito económico... Interesa a los economistas, además porque les sirve para ensanchar las perspectivas de sus análisis económicos, al incorporar, por la vía de los componentes del capital social, algunos aspectos éticos habitualmente relegados en la economía» (37).

III. POR QUÉ HABLAR AHORA DE RSC?

El comportamiento ético de las empresas, y por tanto de los directivos que las dirigen, no es un valor nuevo. Existen empresas que desde siempre se han preocupado por estas cosas. Pero ¿por qué ahora se habla de ello con tanta fuerza?

La Comisión Europea redactó en 2001 un Libro Verde, para fomentar un marco que desarrolle la RSE, y pretendía hacerlo en debate del que recoger ideas y sugerencias para, desde ellas, redactar una estrategia de implantación. El Parlamento Europeo realizó, posteriormente, un informe sobre el mismo tema, y el Consejo Económico y Social europeo ha elaborado un dictamen sobre ello. Se recibieron 250 propuestas a ese Libro Verde, y el 2 de julio de 2002 se publicó una comunicación de la Comisión Europea resumiendo las diversas aportaciones y estableciendo un foro con el objeto de redactar un informe final. En 2003 la presidencia italiana de la UE realiza en Venecia una conferencia europea para hablar de ello entre altos funcionarios de los países miembros. Actualmente están trabajando un grupo de alto nivel de funcionarios

y el foro citado para seguir debatiendo las ideas.

Hay que reconocer que éste es un tema del que se está escribiendo en los ámbitos de las instituciones europeas desde el año 1995. Pero ¿de dónde parte esta situación? La propia Comisión Europea analiza, en su Libro Verde, los factores que impulsan este avance de la responsabilidad social y es confirmado en los otros documentos citados. Se dan cuatro razones para hablar de la responsabilidad social de la empresa:

— «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, en calidad tanto de consumidores como de inversores.

— La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica

— La transparencia de la actividad empresarial propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y de comunicación».

Es decir, y leyendo entre líneas, se fomenta la responsabilidad social precisamente porque hasta ahora o ha sido muy débil o no la ha habido. La globalización fractura la sociedad e incrementa la distancia entre riqueza y pobreza; los inversores, especialmente los pequeños, empiezan a buscar espacios que permitan un planteamiento ético a sus ahorros; la actividad económica deteriora el medioambiente, de lo que los con-

sumidores e inversores están cansados, y los medios de comunicación convierten en transparente lo que no lo era de la actividad empresarial.

No hay que olvidar que, en este caso, funciona una cierta ley sociológica por la que, ante la ausencia de unos valores sociales, pero expresada la necesidad de éstos, se desarrollan discursos fomentadores de la interiorización social de esos valores. Estamos en este momento. Se habla de RSC porque los ciudadanos comienzan a estar cansados de despilfarros, abusos, invasiones perniciosas del medioambiente, etc. Por tanto, es la constatación de un déficit. En España, por ejemplo, se realizó el código Olivencia (38), en 1997, para normalizar la «gobernanza» de las empresas, y en 2002 se constituye la Comisión Aldama para transparentar los mercados financieros. Tuvieron que ocurrir varios escándalos para caer en la cuenta de que se necesitaban estos códigos de conducta, a pesar de que, según reconocían algunos altos directivos de la banca, al final todo dependerá de las personas que lo gestionen. Pero no se ha avanzado mucho en esto. Se sigue pensando en cómo aplicar los diversos informes sobre el «buen gobierno», hasta el punto de que actualmente la CNMV debe armonizar y actualizar las recomendaciones del Informe Aldama (39). Por otra parte, tener este código no asegura que los mínimos estén cubiertos, lo que puede provocar la sensación de que la palabra ética se vacía de contenido por reduccionismo. La RSC supone un comportamiento de las empresas que supera las obligaciones legales (40) en su globalidad.

Se ha llegado a un momento en que son, cada vez más, rechazables socialmente la opacidad, el deterioro medioambiental, el in-

correcto trato a las personas, la dudosa relación en las situaciones de subcontratación..., la mala gestión de calidad. Esto sólo es defendible ante el ciudadano apoyándolo en un planteamiento determinista que consistiera en afirmar que «lo que es, lo es porque debe ser así y cambiarlo es una gratuidad de quienes lo han provocado»; desde el mundo económico es defendible si se parte de que los trabajadores son un instrumento de producción que se sustituye por tecnologías, si las hay (como unas máquinas por las de nueva generación) o si se piensa que la naturaleza es un bien del que se puede abusar por ser ilimitado, y que el beneficio es el máximo motivo de la actividad empresarial. Planteamientos poco defendibles hoy.

Para entenderlo, quizá sea bueno resaltar un cierto paralelismo entre el concepto de RSC y el fenómeno de la gestión de la calidad. Ya se ha impuesto la gestión de la calidad, y nadie se atreve a cuestionarlo. Pero cuando este concepto nació lo hizo porque comenzaba a no ser admisible un producto o un servicio que no respondiera a estándares normalizados de satisfacción de las necesidades para las que fue diseñado. Alguien definió la calidad como la gestión del producto o servicio tal como estaba diseñado. Es decir, que las cosas sean como deben ser, que todo ocurra como debe de ocurrir. De forma que, si no se hubieran dado abusos contra esta lógica (ausencia de calidad) que pide que todo sea como ha de ser, no se habría profundizado en el concepto de calidad como se ha profundizado. Surge como reacción contra su ausencia.

Esta reacción, en su nacimiento, despertó razonamientos similares a los que está despertando el concepto de la RSC. Se planteó

si ha de ser voluntaria, si incrementa costes de producción, si puede ir contra la productividad, si puede poner en cuestión determinadas unidades productivas... Pero es necesario notar que la calidad se imponía porque el sistema industrial había hurtado de sus procesos productivos mecanismos que aseguraran la calidad con que se diseñó el producto. La excusa solía ser la racionalización de los costes productivos. Esto ha tenido consecuencias nefastas (por ejemplo, en la producción alimentaria) y ha invadido el normal derecho de los consumidores a que lo que se compre simplemente responda a lo que se publica y se paga.

La introducción del concepto de calidad ha generado nuevas formas de actuar en la empresa, desde la creación de departamentos nuevos hasta la reestructuración de organigramas (recuérdese que los círculos de calidad inventados por los japoneses cuestionaban el organigrama tradicional de la empresa industrial); lo que significó que dejara de ser un «discurso» de valores para ser un elemento motivador y provocador de renovación incuestionable del comportamiento empresarial. Dejó de hablarse de obligatoriedad o de voluntariedad para convertirse en condición sin la que no era posible la continuidad en el mercado. Ya no se debate la necesidad de la gestión de calidad.

Es oportuno trasladar otra similitud con la responsabilidad social. Es la analogía entre el comportamiento de las personas con su entorno y el de las empresas con el suyo. Las teorías dinámicas de la empresa, estudiadas ya hace algunos años en psicología de la organización, entendían a ésta como un ser vivo que interactúa con su entorno y con quienes se relacionan con ella (hoy se llaman

stakeholders). Incluso se representaba en círculos que, a modo de conjuntos, se interferían parcialmente, definiendo en las áreas conjuntas los elementos de interacción. Este concepto de empresa abordaba ya la necesidad de establecer relaciones respetuosas con esos grupos (*stakeholders*). Se trataba de establecer una relación respetuosa con los colaboradores que hacen posible el éxito empresarial. Especialmente con quienes trabajan en el interior de la empresa, con quienes se relacionan como proveedores o subcontratados y, cómo no, con el entorno donde la empresa vive. Si es un organismo vivo ha de tener relaciones de convivencia y de vecindad, por usar términos propios de las relaciones personales. Es, simplemente, entender a la empresa en relaciones que la permitirán permanecer en el mercado. Es importante insistir en ello, pues son elementos definitorios de eso que ahora queremos decir con RSC, pero no son nuevos.

En este sentido, se podría establecer una nueva relación paralela con cualquier otro organismo vivo, especialmente con la relación personal. Las personas hemos aprendido a relacionarnos de forma respetuosa, y esto simplemente hay que hacerlo, no se cuestiona. La «urbanidad» ordenaba los comportamientos de convivencia. Es incuestionable que han existido avances en los esquemas de ciudadanía, y existen. Por ejemplo, se está cuestionando el lugar público del fumador como sujeto social que no puede interferir negativamente en las condiciones de vida de quienes están a su alrededor (*stakeholders*). Situación que tan sólo hace unos años era incomprensible. Abordarlo hoy desde la óptica de si es voluntario o si es obligatorio parece, cuando menos, poco generoso. La ciudadanía afecta tam-

bién a la empresa. Ésta convive en un entorno determinado, con unas personas concretas y en unas relaciones con otras empresas muy específicas. No le es indiferente la evolución, positiva o negativa, que tiene todo ese «conglomerado» de relaciones que le permite vivir. En este sentido, la RSC supone una «innovación y, paradójicamente, una ventaja competitiva basada en el compromiso con la sociedad y el medio ambiente...», es un nuevo pacto entre las empresas y la sociedad, el cual pone los cimientos para un crecimiento económico sostenible, incluyente, armónico y respetuoso con valores humanos y sociales. Este pacto entre los negocios y la sociedad no significa, no debe significar, la desnaturalización de las organizaciones con ánimo de lucro. Obtener beneficios en el marco del respeto a las leyes es un objetivo legítimo —y necesario— en nuestra estructura económica, y es la primera responsabilidad de las empresas; pero el modo en que este objetivo se conjuga con otras responsabilidades de las organizaciones determina el carácter distintivo de la gestión. Y es evidente que los mercados y la sociedad necesitan, valoran y premian una gestión transparente y responsable» (41). «Lo que distingue el 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 y de 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» (42).

IV. UN NUEVO CONCEPTO DE EMPRESA

Todo apunta a que un nuevo modelo de empresa está apareciendo en el horizonte. Superada la vieja sociedad industrial, quedan caducos sus elementos de apoyo. La consolidada definición de empresa como entidad productiva con el objetivo de maximizar el beneficio queda obsoleta, como antes se afirmaba, y se revisan los pilares que fundamentaron a esta empresa, que demanda actuar en mercados abiertos, pero necesita de reconocimiento social en su devenir. Ya no vale ganar por ganar y a costa de lo que sea (43). Se cuestionó hace tiempo este presupuesto. El desarrollo de los derechos del consumidor, lanzado a partir de los años 1970, limita la actuación de la empresa enmarcando su acción en el necesario respeto a estos derechos. La necesaria atención a la información, a la publicidad no engañosa, a la calidad... limita una actuación empresarial hasta entonces más ilimitada. Posteriormente, entra una nueva restricción, que es el respeto medioambiental. El principio «quien contamina paga» reestructura, no sin protestas empresariales, sistemas productivos, modificando procesos por el hecho de contar con las obligaciones medioambientales. Más recientemente, la introducción de criterios de gestión de calidad, como ya se dijo antes, lleva incluso a cuestionar los tradicionales organigramas jerárquicos de la empresa heredera de la cultura industrial con la introducción de otros sistemas de relación interna (v.g.: círculos de calidad). Ahora se plantea un paso más, es la llamada a la ciudadanía organizativa, pues «la responsabilidad social podría contribuir no sólo a fomentar un elevado nivel de cohesión social, de protección del

medioambiente y de respeto de los derechos fundamentales, sino también a mejorar la competitividad para todos los tipos de empresa, desde PYMES a multinacionales, y en todos los sectores de actividad», según Resolución del Consejo Europeo de 3 de julio de 2001.

Es un nuevo modelo de empresa que necesita convivir con la sociedad, reforzar sus estructuras relacionales y ayudar a su mejor funcionamiento, incluso democrático. De ahí que el potencial de la responsabilidad social signifique «reforzar la relación simbiótica entre las empresas y la sociedad» fomentando la cohesión social. «En efecto, la RSC 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 de confianza en las relaciones de cooperación con otras partes interesadas (socios comerciales, proveedores y consumidores) para aumentar los resultados externos en cuanto a la innovación. La RSC 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»... pueden, además, aumentar la innovación «mejorando 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 o países en desarrollo, factores que favorecen

un desarrollo económico y social más equitativo entre el Norte y el Sur» (44).

Se está pidiendo una empresa que no se limite a sus objetivos económicos, que sepa responder de su actuación en la sociedad, que integre en sus mecanismos de decisión también la previsión de las consecuencias de su acción en las personas y en la sociedad, procurando que éstas sean lo más integradoras posibles y generadoras de cohesión social. Así lo ve la Comisión cuando dice que «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 su empresa, así como su capacidad de responder a la opinión pública», habiendo reconocido en el párrafo anterior 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» (45).

V. LA ECONOMÍA SOCIAL COMO OTRA FORMA DE HACER EMPRESA

En este momento de debate y búsqueda de nuevas formas empresariales, aparece la economía social como «otra forma de emprender», precisamente por basarse en valores distintos a los tradicionales del mundo empresarial (46), pero compitiendo en el mismo mercado y con las mismas armas. ¿Cuáles son sus valores y cómo es este perfil empresarial? La Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Cooperativas (CEP-CMAF), órgano máximo de

coordinación y representación de esta forma de empresas ante la Comisión Europea, lo define mediante las siguientes variables:

- Se fundamenta en los principios de solidaridad y en el compromiso de las personas con un proceso de ciudadanía activa.

- Genera empleo de calidad, así como una mejor calidad de vida, y propone un marco adaptado a las nuevas formas de empresa y de trabajo.

- Desempeña un papel importante en el desarrollo local y la cohesión social.

- Es socialmente responsable.

- Es un factor de democracia.

- Contribuye a la estabilidad y al pluralismo de los mercados económicos.

- Responde a prioridades y objetivos estratégicos de la Unión Europea: cohesión social, pleno empleo, lucha contra la pobreza, democracia participativa, mejor gobernanza, desarrollo sostenido.

Son empresas, normalmente, surgidas de la creatividad colectiva que congrega a varias personas para aportar una solución donde antes existían problemas sociales o territoriales. Suelen aportar soluciones económicas a problemas de desarrollo local, oportunidades de empleo a personas con dificultades de encontrar trabajo (discapacitados), en riesgo de exclusión social (o en proceso) o, simplemente, a quienes desean desarrollar su propia experiencia empresarial en colectivo porque solos les sería más dificultoso (47). Son empresas de propiedad colectiva, donde la persona se ubica en el eje de las decisiones, siendo el capital tan sólo un

instrumento, necesario, pero instrumento de gestión. Las figuras jurídicas en las que suele actuar son las cooperativas, las sociedades laborales, las mutualidades, los centros especiales de empleo, las empresas de inserción, las asociaciones, las fundaciones...

El profesor Monzón dice de ellas que «en el actual escenario de globalización, que empobrece el protagonismo de los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones, la creación de empresas promovidas desde la ciudadanía, como son las cooperativas y las sociedades laborales, constituye un vigoroso antídoto contra los efectos más perniciosos de la globalización. La Economía Social no sólo contempla a las personas necesitadas como beneficiarias pasivas de la filantropía social, sino que, además, eleva a los ciudadanos a la categoría de protagonistas activos de su propio destino» (48).

Todo ello constituye a estas empresas, precisamente, en los mismos valores que integran la RSC. Surgen desde su compromiso con el entorno, con las personas; y su desarrollo se apoya precisamente en la realización de ese compromiso. Las convierte en modelo de RSC. La Comisión Europea así lo piensa al decir que «las cooperativas y otras empresas de tipo mutualista y asociativo tiene 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 (49)».

¿Por qué es tan evidente esta realización de la RSC en este tipo de empresas? ¿Por qué la forma de actuar de la economía social comprende los elementos constitutivos de la RSC? Porque:

— Genera empleo (50) en mayor cantidad y calidad que el sistema económico, fomenta al emprendedor y la participación en la gestión. Su nacimiento es debido a la capacidad de emprender de las personas, siendo sus promotores quienes poseen la propiedad, siempre en colectivo. Esta es la base de ser empresas participativas (51) —en Europa se les llama «escuela de democracia económica»—, convirtiendo a la persona en eje de su esquema de decisiones, fomentando su capacidad creativa y aportadora. Las relaciones internas, pues, son propias de una empresa que se apoya en personas. Además, se comprometen con el empleo, y éste es más duradero que el de la empresa tradicional y de mayor calidad, pues no se suele iniciar una experiencia empresarial entre varios si no es para permanecer. Las conclusiones de la Conferencia Europea de Economía Social (52) celebrada en Salamanca (mayo 2002) decían que la economía social ha respondido: al problema del empleo (creando más y de mayor calidad), al fomento de la capacidad emprendedora (apoyando los diversos proyectos y creando nuevas formas empresariales), a la cohesión y la integración social (generando actividad económica en territorios donde no existía e integrando a grupos sociales sin otra oportunidad), a las nuevas necesidades sociales (creando empresas para resolver servicios a grupos de población necesitados), al impulso de la «otra globalización» (desarrollando elementos de solidaridad). Todos estos aspectos también los afirma el Consejo Económico y Social Europeo (CESE) (53).

— Fomenta el espíritu emprendedor y es una opción para aquellas personas que deseen desarrollar su experiencia empresarial mediante la inversión de sus

propios ahorros, activa la capacidad creadora de las personas. «Al organizar a los desempleados a nivel local, las empresas de la economía social ayudan a las autoridades locales a transformar un sistema pasivo de prestaciones de seguridad social y desempleo en una inversión social activa a favor de un desarrollo sostenible (54)».

— Se compromete con el entorno. Y esto en dos niveles: por un lado, creando cohesión social e inclusión laboral (ya lo afirmó la Conferencia de Salamanca). Dice la CEP-CMAF que «el éxito de las empresas de Economía Social no se mide únicamente en función de sus resultados económicos, que son una condición indispensable para poder llevar a cabo sus finalidades mutualistas y solidarias, sino, sobre todo, por su contribución en términos de solidaridad, cohesión social y actuación en el territorio». El CESE, en el dictamen citado, afirma que la empresa de economía social «está presente en todos los niveles, tanto nacionales como europeos, pero sus raíces son locales... puede proporcionar un modelo de desarrollo basado en la inserción a través del aspecto económico para luchar contra la exclusión social y responder a las necesidades de mano de obra no cubierta» (punto 2.6). Por otro lado, este enraizamiento local convierte a estas empresas en actores principales del terreno en que nacieron, lo que es incompatible con la deslocalización, que busca de mejores condiciones productivas, creando consecuencias de desertización económica en los lugares que quedan vacíos (55).

— Genera capital social; lo que potencia las posibilidades del desarrollo local. El Comité de las Regiones de la Unión Europea dice (56) que «la economía social proporciona un valor añadido al proceso de desarrollo local y al

progreso social; permite la constitución de un capital social a nivel local gracias al establecimiento de relaciones de confianza y de un espíritu comunitario, al compromiso cívico y a la participación en la sociedad, así como al fomento de una mayor cohesión social que permite reintegrar a las personas excluidas y marginadas (por ejemplo, los grupos de inmigrantes, los desempleados de larga duración)». Ello convierte a estas empresas en aliados (*partners*) naturales de los poderes locales, según el Comité.

— Ayuda al desarrollo sostenible. No sólo por activar los mecanismos creativos de las personas, fomentando su capacidad emprendedora, sino por su cercanía al territorio, y por su generación de capital social y riqueza colectiva, respetando el medioambiente. «La responsabilidad social y la administración local aplicadas por las empresas de economía social convierten a estas empresas en modelos para el desarrollo sostenible, por lo que es necesario integrarlas en las políticas de ordenación del territorio a nivel europeo, nacional y local (57)».

Además de que la forma normal de actuar de la economía social se sitúa en el ámbito de la RSC, es importante señalar sus esfuerzos para descubrir medidas objetivas (cuantificables) que identifiquen a una empresa como responsable socialmente. Y es importante subrayarlo porque no siempre son admitidos de buena gana los elementos que objetiven este tipo de comportamiento. En este sentido se conjuga la acción de las empresas de la economía social con el intento de búsqueda y normalización de nuevos instrumentos de presentación y rendimiento de cuentas (58) más acordes con un concepto de empresa más ciudadana. Se han hecho es-

fuerzas importantes para encontrar elementos que ayuden a mostrar una «fotografía» de la acción de la empresa que vaya más allá de sus componentes financieros (único sistema de medida de gestión empresarial globalmente aceptado). En Francia, el Centro de Jóvenes Dirigentes de la Economía Social (CJDES) ha trabajado sobre el proyecto del «balance societal», que plantea una concepción más ambiciosa de lo que es el balance social, al añadir elementos de evaluación cívicos a los criterios ecológicos y sociales, cubriendo ocho grandes áreas: a) la actividad y la relación con los clientes; b) la gestión económica; c) la producción y la organización del trabajo; d) los recursos humanos; e) los actores internos-ciudadanos de la empresa; f) el entorno humano social e institucional; g) el entorno biofísico; h) las finalidades, los valores y la ética. Ya ha sido experimentado en un centenar de empresas, sobre todo en el sector de la cooperación agrícola, que ha desarrollado su propio diferencial de indicadores. En España se está trabajando también en este tema. La Confederación de Cooperativas de Cataluña está iniciando una investigación con el fin de elaborar indicadores que objetiven la identificación de una empresa como actora de la RSC. Detrás de estas experiencias está la convicción de que ya no sirven los instrumentos tradicionales de rendición de cuentas a los accionistas, trabajadores y sociedad referidos a la acción empresarial. Es preciso decir cómo esta acción se referencia a las personas, al entorno local, al medioambiente, cómo hace posible que su acción sea compatible con una sociedad más justa y equitativa.

Resumiendo, la RSC significa una nueva ética en las relaciones. Una ética que tiene como base el cambio hacia un concepto de em-

presa ciudadana para que todo sea como siempre debió de ser. Pero esta misma base refleja que se inicia una etapa histórica distinta de la que se inició con la revolución industrial, como se afirmaba al comienzo. Se apuntan cambios trascendentales en la sociedad, ya analizados, que tiene consecuencias importantes, como son: nuevas relaciones en la economía, en la sociedad; se renuevan los conceptos de profesión; se introducen conceptos educativos que buscan una persona más pensadora que memorizadora; se crea un nuevo concepto de familia; la política se demanda más transparente, la democracia más participativa, la solidaridad más presente; los mecanismos representativos tradicionales comienzan a no ser válidos para toda la sociedad y se esperan nuevos sistemas de diálogo; las desigualdades sociales se empiezan a ver impresentables, se habla de una sociedad equitativa, equilibrada y donde todos participen de la riqueza y de los sistemas productivos, también los grupos sociales con dificultades de integración, cualquiera que sea esta dificultad... Esto no es la utopía, es lo que comienza a ser aspiración, en ciertos casos, ya incuestionable. Sin embargo, existen fracturas sociales terribles, exclusiones, pobreza y marginación. Existe tanta que su evidencia despierta con fuerza un nuevo debate y una nueva ética en las relaciones y en los comportamientos. Se está iniciando una nueva era histórica. Esto, como todos los nacimientos, durará un tiempo y significará algunos dolores. No hay duda, pero tampoco hay duda de que nace una nueva esperanza. En este esfuerzo está presente, incuestionablemente, la empresa. Es actora imprescindible de desarrollo económico, de generación de riqueza, sus organizaciones representativas están presentes en el

diálogo social..., sería simplemente contradictorio decir que lo que ocurre en la sociedad, fuera de la empresa, no le afecta ni es ella la que ha de colaborar en su solución mientras se demanda participar en la construcción de políticas públicas mediante la participación en el diálogo social. Sería volver la espalda al desarrollo social, a una sociedad más participativa, a una democracia más deliberativa, en palabras de Habermas. La RSC apunta, en el fondo, hacia un nuevo modelo de sociedad, puesto que el actual da signos de agotamiento.

NOTAS

(*) CEPES (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).

(1) Ambos citados por Bernardo KLIKSBERG (2004).

(2) Patric VIVERET y Equipo PROMOCIONS (2004).

(3) Pedro FRANCÉS (2005).

(4) Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: «Una contribución empresarial al desarrollo sostenible», punto 7.2.

(5) Resolución del Consejo Europeo de 6 de febrero de 2003 relativa a la responsabilidad social de las empresas 2003/C 39/02, *Diario Oficial de la Unión Europea*, 18, febrero, 2003.

(6) «Las compañías que operan a nivel mundial ocupan un lugar decisivo en esta nueva constelación (la globalización). Son las principales creadoras del espacio económico único en el que vivimos; sus decisiones tienen consecuencias para el futuro económico de las personas e incluso de las naciones de todo el mundo. Sus derechos a realizar actividades a nivel mundial se han ampliado considerablemente por medio de acuerdos internacionales y políticas nacionales, pero esos derechos deben ir acompañados de mayores responsabilidades, del concepto y la práctica del buen comportamiento cívico mundial de las empresas. Las muestras de buen comportamiento pueden variar según las circunstancias, pero todas tienen una característica común: la voluntad de las empresas, cuando sea posible y conveniente, de aplicar «buenas prácticas», según las defina la comunidad en general, y no aprovecharse de los sistemas reglamentarios más débiles o de las posiciones negociadoras desiguales de los países anfitriones». Informe Secretario General de la ONU (punto 47): «Nosotros los pueblos. La función de la ONU en el siglo XXI». Asamblea del Milenio. Cumbre septiembre 2005.

(7) Bernardo KLIKSBERG (2004).

(8) Ulrich BECK y Elizabeth BECK (1998).

(9) PNUD, 1998 y siguientes años. Recientemente el de 2005.

(10) Ver el diario *El País*, 5 de agosto de 2005.

(11) *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo. 2004*. Ver un resumen en *El País*, 9 de diciembre de 2004.

(12) «Declaración universal sobre la erradicación del hambre y la malnutrición». Aprobada el 16 de noviembre de 1974 por la Conferencia Mundial de la Alimentación, convocada por la Asamblea General en su resolución 3180 (XXVIII) de 17 de diciembre de 1973; y que hizo suya la Asamblea General en su resolución 3348 (XXIX) de 17 de diciembre de 1974.

(13) Jeffrey D. SACHS, *El País*, 9 de enero de 2005.

(14) PNUD, 2005.

(15) *La société civile organisée au niveau européen*, CES europeo, 1999.

(16) *Ibidem*.

(17) «Sabemos lo profundos que han sido los cambios. Las exportaciones mundiales se han decuplicado desde 1950, incluso si se tiene en cuenta la inflación, y crecen más rápidamente que el PIB mundial. Las inversiones extranjeras han aumentado aún más rápidamente, las ventas de las empresas multinacionales superan a las exportaciones mundiales por un margen cada vez mayor y las transacciones entre las filiales de las empresas son un sector del comercio mundial en rápida expansión. Las corrientes de divisas han aumentado de 15.000 millones de dólares diarios en 1973, cuando se derrumbó el régimen de los tipos de cambio fijos, a más de 1,5 billones de dólares. La reciente adquisición de una empresa transnacional de telecomunicaciones creó una compañía cuyo valor en el mercado supera el PIB de casi la mitad de los miembros de las Naciones Unidas juntos, aunque por su valor es sólo la cuarta compañía del mundo». Informe Secretario General de la ONU (punto 20): *Nosotros los pueblos. La función de la ONU en el siglo XXI*. Asamblea del Milenio. Cumbre septiembre 2005.

(18) El diario *Le Monde*, en su suplemento de economía del 4 de septiembre de 2001, se plateaba si es preciso desesperar de la «World Economy», a propósito de la sospecha de recesión económica que se estaba dando por estas fechas. El mismo diario dice que «la incertidumbre aliada al comportamiento borreguil (gregario) de los actores económicos podría conducir al escenario más negro: la recesión».

En este sentido, Jeffrey Sachs, director del Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard, decía que «son demasiados los que se denominan analistas sin tener conocimientos de economía y de finan-

zas. Son básicamente "vendedores". Y la consecuencia de ello, según él, es la provocación de diversos "perances". Uno de ellos es "el pánico" que se suele producir entre los ahorradores e inversores, El ejemplo más evidente es la crisis del Este de Asia en 1997. Los inversores abandonaron súbitamente la región no porque estuviera en una situación desastrosa, sino porque otros inversores huían. El pánico financiero subsiguiente tuvo como consecuencia el fracaso de muchas inversiones que merecían la pena cuando se retiraron los préstamos» (*El País*, 9, septiembre, 2001).

(19) No hace mucho el presidente del Partido Social Demócrata alemán, Franz Münterfering, calificó de «langostas» a algunos inversionistas financieros del área de fondos de especulación.

(20) En la década de los setenta, los movimientos diarios de capital que se producían en los mercados correspondientes sumaban unos 70.000 millones de dólares; en el año 2000 la suma era ya 25 veces mayor. Hace treinta años, la relación entre las inversiones productivas (que se realizan a largo plazo) y las especulativas (las realizadas a corto plazo) era de uno a dos a favor de las segundas; hoy la relación entre ambas es de 1 a 25. Son pocos los estados que puedan sentirse al abrigo de este vaivén de capitales que busca la ganancia en un simple y rápido movimiento especulador.

(21) Las enormes consecuencias del huracán Katrina sobre la costa Sur de EE.UU. y la desatención de la zona afectada, en especial Nueva Orleans (de las más pobres de EE.UU.), demuestran un sistema social con desequilibrios significativos no facilitadores de cohesión y equilibrio social. Lo que es más importante por ser un modelo social tantas veces referente para el resto de los países (ver periódicos —*El País*, *El Mundo*...— de los días 3, 4, 5 y siguientes de septiembre, 2005).

(22) «Son este tipo de efectos que, en mi opinión obligan a una redefinición de las relaciones laborales. Redefinición en la que, en mi opinión, no sólo están interesados sindicatos y trabajadores, sino la sociedad en general, porque donde estamos yendo no es únicamente a la pobreza, como se dice de EE.UU., y a la exclusión social. Ése me parece un buen argumento, pero al 80 por 100 de la población le da igual. EE.UU. admite: «¿Cómo la gente puede vivir con un 20 por 100 de excluidos de la sociedad?», «Bueno, porque esos no votan, no hacen nada y el 80 por 100 está en la otra dinámica». Las cosas son así de duras, «Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa», Manuel CASTELLS, Revista *La Factoría*, número 7, octubre, 1998.

(23) «En Estados Unidos, el país más rico del planeta, 37 millones de personas son pobres y 45 millones no tienen seguro médico. Es decir, el 12,7 por 100 de los 297 millones de habitantes de ese país viven por debajo del umbral de la pobreza, según las cifras de 2004 publicadas ayer por la Oficina del Censo de

EE.UU. De ellas también se desprende que el número de pobres ha aumentado progresivamente en los últimos cuatro años y que, a pesar de la creación de 2,2 millones de puestos de trabajo en 2004, hay 1,1 millones de personas más que en 2003 que no ganan lo suficiente para vivir», *El País*, 31 de agosto de 2005.

(24) Ulrich BECK (2002).

(25) Peter DRUKER (2003).

(26) Eva JOLY (2003).

(27) *Expansión*, 27 de diciembre de 2003.

(28) Adecco anunció el aplazamiento de la publicación de sus resultados de 2003 debido al hallazgo de irregularidades en los controles internos de la filial estadounidense Staffing y posibles irregularidades en filiales de algunos países. En reacción al comunicado emitido por la casa matriz, las acciones del grupo cayeron en la Bolsa suiza un 35,5 por 100 al cierre, ante el temor a que éste se convirtiera en otro caso similar al de Enron o, más próximo en el tiempo y el espacio, al escándalo Parmalat.

Ante la sucesión de acontecimientos de este estilo, la propia Comisión Europea insistió en la necesidad de reforzar las normas sobre auditorías de empresas. Un portavoz comunitario recordó que Bruselas ya indicó en mayo de 2003 que era necesario incrementar las leyes de control de auditorías mediante una estrategia común de los Quince, después de escándalos como el de la eléctrica estadounidense Enron (*Europa Press*, 12, enero, 2004. Labolsa.com).

(29) Los autores de los mayores escándalos empresariales se sientan en el banquillo: Richard Scrushy, ex consejero delegado de HealthSouth; Bernard Ebbers, fundador de WorldCom, y Dennis Kozlowski, directivo de Tyco International, se enfrentan a abultadas penas judiciales (*Expansión*, 5 de enero de 2001).

(30) *La Gaceta de los Negocios*, 24, agosto, 2005.

(31) *El País*, 18, agosto, 2005.

(32) Joaquín ESTEFANÍA (2003).

(33) José María ÁLVAREZ, «Deslocalización de empresas en Cataluña», en *Claridad*, invierno 2004/cuarta etapa/n.º 1. Comisión Ejecutiva Confederal de UGT. Madrid.

(34) «Se acerca el momento en que la gente cuente el momento de la democracia real. El siglo XXI puede ser, por fin, el siglo de la gente. De nosotros, de todos... Y está claro que la sociedad civil irá disponiendo de los mecanismos que le permitan poner de manifiesto rápidamente las mentiras, las excusas, los esfuerzos para, con gran aparato publicitario, demostrar lo que es indemostrable... Es, pues, la gente la que debe, en último término, decidir en qué debe invertirse, cuáles deben ser las prioridades de la nueva gobernación...» Federico MAYOR ZARAGOZA, artículo publicado en *El*

País (14, septiembre, 2005). «La Onu y los objetivos del Milenio. La sociedad civil debe hacerse escuchar».

(35) Evaluación del quinto programa comunitario de política y acción en materia medioambiental. 1999. Documento de la Comisión. COM/99/0543 final/I: 18-19.

(36) En este sentido, es coincidente con la Comisión Europea, al decir que, en el proceso de implantación de la RSE, «el éxito de la UE a 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 el Libro Verde, algunos participantes de la consulta solicitaron a la Comisión que facilitara el diálogo entre las empresas y sus interlocutores». Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Punto 6.

(37) Jesús CONILL (2005).

(38) El Código Olivencia nació en 1997, a instancias del Ministerio de Economía, con el objetivo fundamental de fomentar la transparencia de las empresas españolas. Después del caso Enron, los escándalos de doble contabilidad y demás irregularidades en las retribuciones de los miembros de los consejos de administración, cobra especial importancia el desarrollo y aplicación de este Código. Posteriormente, en septiembre de 2002, se crea la Comisión Aldama, con el mandato de fomentar la transparencia y seguridad de los mercados financieros y las sociedades cotizadas. Sus objetivos eran: informar sobre el grado de observancia del Código Olivencia o Código de Buena Conducta de los consejos de administración de las sociedades cotizadas; dar mayor protección y seguridad a los accionistas e inversores, teniendo en cuenta las relaciones entre las sociedades emisoras de valores y las personas físicas y jurídicas que les prestan sus servicios profesionales; aumentar la transparencia de los mercados.

(39) La CNMV ha creado un grupo de trabajo para establecer criterios sobre el buen gobierno de las sociedades cotizadas. El día 16 de septiembre tuvo su primera reunión. El documento resultante se someterá a consulta pública durante el primer trimestre del 2006.

(40) Resolución del Consejo de 6 de febrero de 2003 relativa a la responsabilidad social de las empresas (2003/39/02), *Diario Oficial de la Unión Europea*, 18, febrero, 2003.

(41) Pedro FRANCÉS (2005).

(42) COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, «Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible», Bruselas, 2.7.2002. COM (2002) 347 final.

(43) «Los empresarios están cada vez más convencidos de que el éxito comercial y los beneficios duraderos para sus accionistas no se obtienen únicamente por la 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 medioambiente y fomentan la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores». Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, Bruselas, 2.07.2002. COM (2002) 347 final.

(44) COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, «Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible», Bruselas, 2.7.2002. COM (2002) 347 final.

(45) *Ibidem*.

(46) Manu Ahedo SANTISTEBAN, «La empresa cooperativa en Dinamarca y en España. La historia de la economía social y su contribución a la democracia industrial», en *Revista Vasca de Economía Social* (2004), n.º 0, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

(47) El CES Europeo dice que: «La economía social es un tipo de actividad empresarial que con frecuencia atrae a grupos que tradicionalmente no se atreverían a fundar una empresa. La actividad empresarial colectiva les permite gestionar los recursos y compartir los riesgos. Ello genera una seguridad que aumenta la tendencia al riesgo» (Dictamen del CESE sobre «Economía social y mercado único», 2000/C 117/11, *Boletín Oficial de las Comunidades Europeas*, 26.04.2000).

(48) José Luis MONZÓN, «El tercer sector y la nueva economía social», en *Economistas*, Colegio de Madrid, 102, 2004.

(49) COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, «Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible», Bruselas, 2.7.2002. COM (2002) 347 final.

(50) En el período 1994-2001 los empleos generados tan sólo por cooperativas y sociedades laborales (no por el conjunto de la economía social) crecieron un 60 por 100, mientras que la población ocupada creció un 33 por 100.

(51) Es preciso recordar que la Constitución Española (art. 129) pide a los poderes pú-

blicos que legislen a favor de las cooperativas y empresas que fomenten la participación de los trabajadores en los medios de producción.

(52) Celebrada en Salamanca (mayo, 2002), bajo la presidencia española de la UE, con la participación de todas las organizaciones europeas de economía social y representantes de once países miembros de la Unión. Las conclusiones fueron validadas y aprobadas por todos los asistentes.

(53) Dictamen del CESE sobre «Economía Social y mercado único», 2000/C 117/11, *Boletín Oficial de las Comunidades Europeas*, 26.04.2000.

(54) Dictamen del Comité de las Regiones sobre el tema «Asociación entre las autoridades locales y regionales y las organizaciones socioeconómicas: contribución al empleo, al desarrollo local y a la cohesión social», 2002/C 192/13, *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 12, agosto, 2002.

(55) «Deslocalización», en *Claridad*, invierno 2004/cuarta etapa/n.º 1, Comisión Ejecutiva Confederal de UGT, Madrid.

(56) Dictamen del Comité de las Regiones sobre el tema «Asociación entre las autoridades locales y regionales y las organizaciones socioeconómicas: contribución al empleo, al desarrollo local y a la cohesión social», 2002/C 192/13, *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 12, agosto, 2002.

(57) *Ibidem*.

(58) Documentos del GRI sobre el «triple balance»: social, financiero y medioambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- BARBER, Benjamín R. (2000), *Un lugar para todos. Cómo fortalecer la democracia y la sociedad civil*, Paidós, Barcelona.
- BAUMAN, Zygmunt (2004), *Ética posmoderna*, Siglo XXI, Editores Argentina, Buenos Aires.
- BECK, Ulrich (2002), *La sociedad del riesgo global*, Siglo XXI, Madrid.
- BECK, Ulrich, y BECK, Elizabeth (1998), *El normal caos del amor*, Paidós-El Ruore, Editorial, S.A., Barcelona.
- CONILL, Jesús (2005), *Horizontes de economía ética*, reimpresión, Tecnos, Madrid.
- DRUKER, Peter (2003), *La empresa en la sociedad que viene*, Empresa Activa, Nuevos Paradigmas, Madrid.
- ESTEFANÍA, Joaquín (2002), *Hij@, ¿qué es la globalización? La primera revolución del siglo XXI*, Aguilar, Madrid.
- (2003), *La cara oculta de la prosperidad. Economía para todos*, Taurus, Madrid.
- FUENTES, Carlos (2002), *En esto creo*, Seix Barral, Barcelona.

| | | |
|---|---|--|
| <p>FRANCÉS, Pedro (2005), «Responsabilidad Social de las empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable», <i>Cuadernos Forética</i>, 1, Madrid.</p> <p>JOLY, Eva (2003), <i>¿Queremos realmente vivir en un mundo así?</i>, Foca, Madrid.</p> <p>KALDOR, Mary (2003), <i>La sociedad civil global</i>, Tusquets, Barcelona.</p> <p>KHOR, Martín (2001), <i>La globalización desde el Sur</i>, Icaria, Barcelona.</p> <p>KLIKSBREG, Bernardo (2004), <i>Más ética más desarrollo</i>, Temas Grupo Editorial SRL, 3.ª edición, Buenos Aires (Argentina).</p> <p>IZQUIERDO, Gregorio (2002), <i>La economía mundial contemporánea y sus procesos de cambio</i>, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.</p> <p>RODDICK, Anita (2004), <i>Tómatelo como algo personal. Cómo te afecta la globalización y vías eficaces para afrontarla</i>, Icaria/Intermon Oxfam, Barcelona.</p> <p>SAMPEDRO, José Luis (2002), <i>El mercado y la globalización</i>, Destino, Barcelona.</p> <p>SUBIRATS, Joan, y GOMA, Ricard (dirs.) (2004), <i>Un paso más hacia la inclusión social</i>, Plataforma de ONG's de Acción Social, Madrid.</p> | <p>VIVERET, Patrick, y Equipo Promocions (2004), <i>Reconsiderar la riqueza y el empleo</i>, Icaria, Barcelona.</p> <p>Revistas</p> <p><i>Claridad</i>, invierno 2004/cuarta etapa/n.º 1, Comisión Ejecutiva Confederal de UGT, Madrid.</p> <p><i>Economistas</i>, Colegio de Madrid, «Economía Social: Logros, problemas y oportunidades», 102, 2004, Año XXII.</p> <p><i>Recma, Revue Internationale de l'Economie Sociale</i>, n.º 275-276, abril 2000, Institut de l'Economie Sociale (IES), París.</p> <p><i>Revista Vasca de Economía Social</i> (2004), n.º 0, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.</p> <p>Documentos institucionales</p> <p>Evaluación del quinto programa comunitario de política y acción en materia medioambiental. 1999. Documento de la Comisión. COM/99/0543 final.</p> <p>Resolución del Consejo de 6 de febrero de 2003 relativa a la responsabilidad social de las empresas (2003/ 39/02), <i>Diario Oficial de la Unión Europea</i>, 18, febrero, 2003.</p> | <p>Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, Bruselas, 2.7.2002, COM (2002) 347 final.</p> <p>Dictamen del Comité de las Regiones sobre el tema «Asociación entre las autoridades locales y regionales y las organizaciones socioeconómicas: contribución al empleo, al desarrollo local y a la cohesión social», 2002/C 192/13, <i>Diario Oficial de las Comunidades Europeas</i>, 12.8.2002.</p> <p>Dictamen del CESE sobre «Economía Social y mercado único», 2000/C 117/11, <i>Diario Oficial de las Comunidades Europeas</i>, 26, marzo, 2000.</p> <p>Dictamen del CESE sobre «La diversificación económica en los países adherentes - Función de las PYME y de las empresas de la economía social», Bruselas, 1 de abril de 2004, <i>Diario Oficial de las Comunidades Europeas</i>, 26.04.2000 (CCMI/006 «PYME, economía social y transformaciones industriales»).</p> <p>Dictamen del CESE sobre la «Capacidad de adaptación de las PYME y de las empresas de la economía social a los cambios impuestos por el dinamismo económico», 2005/C 120/03, <i>Diario Oficial de las Comunidades Europeas</i>, 20, mayo, 2005.</p> <p>PNUD (Naciones Unidas) 1998... 2005.</p> |
|---|---|--|

Resumen

En este artículo se plantea el surgimiento de un nuevo modelo de empresa basado en los *stakeholders*, como consecuencia de la propuesta que hoy en día se hace desde la ética empresarial y la responsabilidad social de la empresa, especialmente a través de tres iniciativas: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Libro Verde presentado por la Comisión Europea, *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa*, y el Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa, creado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales del Gobierno español.

Palabras clave: ética empresarial (*business ethics*), responsabilidad social de la empresa, grupos de interés (*stakeholders*), Pacto Mundial.

Abstract

This article considers the upsurge of a new company model based on *stakeholders*, as a consequence of the proposal now being put forward from the standpoint of business ethics and corporate social responsibility, especially through three initiatives: the United Nations World Pact, the Green Paper presented by the European Commission, *Fomenting a European framework for corporate social responsibility*, and the Forum of Experts on Corporate Social Responsibility, set up by the Spanish Government Ministry of Labour and Social Affairs.

Key words: business ethics, corporate social responsibility, stakeholders, World Pact.

JEL classification: M14.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: UN NUEVO MODELO DE EMPRESA

Emilio TORTOSA COSME

Presidente de la Fundación ÉTNOR

I. INTRODUCCIÓN

HABLAR de responsabilidad social de la empresa se ha convertido hoy en día en una cuestión de actualidad. No hay encuentro empresarial que se precie que no haga referencia a este tema. Pero ¿es la responsabilidad social una moda más, pasajera como todas, que nos abandonará sin dejar mucha huella dentro de unos años? ¿Podemos hacer ya balance de las aportaciones que diferentes instituciones han hecho al respecto en los últimos años?

Una cuestión terminológica a tener en cuenta es que al utilizar el término responsabilidad social de la empresa (RSE) estoy refiriéndome también al concepto responsabilidad social corporativa (RSC), que responde más bien a la traducción literal del término *Corporate Social Responsibility*.

Si bien es pronto para hacer un balance exhaustivo, desde luego una cosa sí ha cambiado y, aunque pueda pasar desapercibida, tiene una importancia vital: hoy en día resulta más habitual escuchar juntas las palabras ética y empresa, ética y economía o responsabilidad social de la empresa, cuando hace unos años parecía que hablar de estas cuestiones era un oximorón.

La entrada al siglo XXI nos trajo buenos ejemplos de la importancia que la ética tiene para

nuestras empresas y para la sociedad en su conjunto a través de las más que conocidas quiebras empresariales.

Se dice que hay un antes y un después del 11-S, pero realmente son dos los acontecimientos principales que enmarcan la entrada del mundo occidental al siglo XXI y que marcarán inevitablemente la época contemporánea. Por una parte, la destrucción de las torres gemelas de Nueva York y el atentado contra el Pentágono, que significan un ataque desde fuera al sistema capitalista en nombre de un grupo justiciero terrorista que quiere afrentar o escarmentar el *american way of life* atribuyéndose no sé sabe bien qué representación.

Por otra parte, y casi simultáneamente, se ha producido una serie de quiebras empresariales, que significan un ataque al sistema capitalista desde dentro, y vienen a cuestionar los valores tradicionales de las empresas. Krugman (1) ha escrito que el escándalo de la empresa ENRON, contabilidad creativa para engañar a los ciudadanos en general, a los inversores y a sus trabajadores y jubilados, marcará un punto de inflexión mayor para la percepción que los EE.UU. tienen de sí mismos que los atentados del 11-S. Como consecuencia de estos hechos, el sistema aparece como algo vulnerable frente a las agresiones externas e internas, y los efectos alcanzan a todo el planeta (2).

Uno de los errores que se puede cometer es pensar en cambios a partir de un desastre empresarial, olvidando que lo importante es preocuparse más por construir un modelo de empresa que tenga en cuenta el entorno que por evitar errores concretos.

Desde la perspectiva de la reflexión sobre el modelo debe enfocarse el debate sobre el papel de las empresas en nuestra sociedad actual, sin olvidar que hablar de responsabilidad social de la empresa implica, necesariamente, hacer referencia a la ética empresarial, base y sustento del nuevo modelo de empresa que pretende construirse.

Sin duda, un pilar fundamental para el desarrollo de estas cuestiones han sido las distintas iniciativas que se han llevado a cabo desde diferentes instituciones: el Pacto Mundial (*Global Compact*) propuesto por las Naciones Unidas; el Libro Verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, presentado por la Comisión Europea; y el Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa, creado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales del Gobierno español; a las que hay que sumar un gran número de propuestas e iniciativas de organizaciones y asociaciones privadas.

Seguramente, la primera conclusión que se puede sacar de este debate sobre la responsabilidad social de la empresa es que nos enfrentamos a una nueva manera de entender la empresa y las relaciones que se dan entre sus grupos de afectados, porque la empresa, aunque en principio genera bienes privados, tiene repercusiones públicas y, por tanto, no vale cualquier medio para conseguir los fines.

II. ORIGEN Y DESARROLLO DE LA BUSINESS ETHICS

Antes de entrar a analizar el presente de la responsabilidad social de la empresa, es importante echar la mirada atrás para mostrar el necesario enganche que ésta tiene con los planteamientos que, desde hace unos años, nos hace la ética empresarial, porque entender la responsabilidad social sólo como una herramienta de *marketing* o de comunicación hace que ésta pierda gran parte de su potencialidad, confundiéndola, además, con la acción social.

Para situarnos históricamente, se dice que es a partir de los años setenta del siglo pasado cuando empieza a ponerse de moda, tanto en Estados Unidos como paulatinamente en Europa, la llamada «ética de los negocios», *business ethics*, que recibe también otros nombres como «ética empresarial», «ética de la gestión» o «ética de las organizaciones», todos ellos justificados desde distintas perspectivas (Cortina, dir., 1994).

Hay autores como Lozano (1999) que marcan tres hitos en este proceso: por un lado, el famoso artículo de Milton Friedman (1970), que podemos resumir en su polémico y conocido título: «La responsabilidad social de la empresa es aumentar sus beneficios»; por otro lado, la publicación de la teoría de la justicia de Rawls (1971), que, entre otras muchas cosas, significó la legitimación de las preocupaciones de la filosofía por las cuestiones económicas; finalmente, el desarrollo de la bioética, otra de las éticas aplicadas, junto a la ética empresarial, que mayor desarrollo está teniendo también hoy en día.

Pero realmente no fue hasta la década de los ochenta cuando tuvo lugar el inicio de la consoli-

dación de la *business ethics*, ya que hasta alrededor de 1985 no se definió y consolidó como especialidad disciplinar (De George, 1987).

Un hito fundamental en el desarrollo de esta disciplina fue el surgimiento en Holanda, en 1982, de la revista *Journal of Business Ethics*, que se ha convertido hoy en día en la revista especializada de referencia en *business ethics*.

En el ámbito europeo fue fundamental la creación en 1987 de la European Business Ethics Network (EBEN), con la intención de potenciar las relaciones entre el mundo académico y el mundo empresarial mediante cursos, publicaciones, congresos, contactos entre instituciones, centros de investigación, etc. Además, dicha red impulsó la puesta en marcha de redes en diversos estados europeos, como fue la creación en España, en 1992, de la asociación Ética, Economía y Dirección, rama española de la European Business Ethics Network (EBEN).

También en España, con independencia de otras instituciones y escuelas de negocios, en 1991 se inicia un Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial dentro de la obra social de Bancaja, seminario que se transformaría en la Fundación ÉTNOR (para la ética de los negocios y las organizaciones) en 1994.

Sin embargo, además de todas estas iniciativas que ayudaron a la institucionalización de la *business ethics*, lo más adecuado sería señalar el clima general de necesidad de recuperar la confianza en las empresas a raíz de escándalos político-empresariales como el caso Watergate en 1972, acicate fundamental que provocó la necesidad de reconstruir la credibilidad de las empresas y, por tanto,

de plantear la urgencia de reflexionar sobre el papel que la ética tiene en éstas.

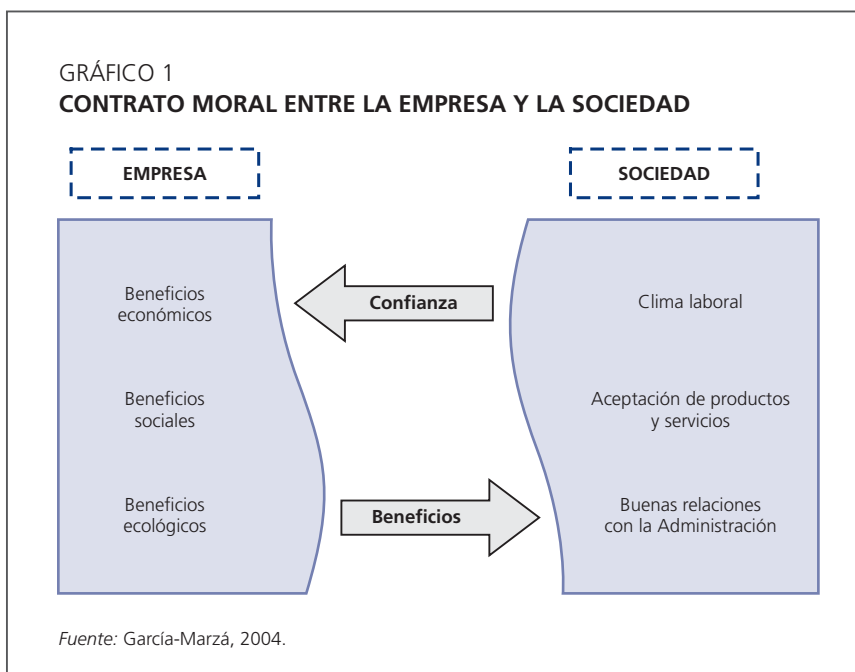
Esta pérdida de confianza, que sirvió en la década de los setenta de palanca para que la sociedad norteamericana se diera cuenta de la importancia de un planteamiento ético en las empresas, nos transporta casi de manera inmediata al inicio de este siglo XXI, también marcado por la falta de credibilidad de las compañías y por la escasa generación de confianza de éstas.

Sin embargo, una diferencia entre estos dos momentos es, precisamente, que hoy en día, cuando se habla de responsabilidad social de la empresa parece haberse roto el vínculo que existe entre este concepto y la ética empresarial, olvidando que el sustento de aquélla se encuentra, precisamente, en la concepción de la empresa como una organización que responde a criterios éticos de comportamiento.

Las empresas son organizaciones que tienen una actividad, una meta a desarrollar, y para llevar adelante dicha actividad desarrollan diferentes actuaciones en el día a día. El modo habitual de actuar de las empresas hace que éstas vayan adquiriendo unos hábitos, un modo de hacer las cosas, partiendo de su libertad para actuar y para tomar sus decisiones.

Esta forma de hacer las cosas, este «carácter» de las empresas, es precisamente lo que intenta orientar la ética empresarial, ayudando a que se vaya configurando una cultura empresarial que dé respuesta a las exigencias de los diferentes grupos de interés que rodean a la empresa.

Partiendo, pues, de este marco de libertad en el que actúa la



empresa, ésta debería tener en cuenta las consecuencias de sus acciones y decisiones, asumiendo así su responsabilidad por todos aquellos actos y decisiones que afectan a sus diferentes *stakeholders*, o grupos de interés, superando la figura tradicional del accionista (*shareholder*).

Parece evidente, por tanto, que el planteamiento ético de la empresa deviene en una ética de la responsabilidad frente a los diferentes grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, propietarios o accionistas y sociedad), ya que la empresa, en su quehacer diario, actúa y toma decisiones que afectan a los intereses legítimos de éstos y, por tanto, han de ser incorporados a la gestión de la empresa para ser correspondidos de forma satisfactoria.

Por tanto, la responsabilidad social aparece como un modo ético de gestionar la empresa, como una herramienta de gestión que ayude a dar respuesta al nuevo modelo de empresa que plantea la ética empresarial.

En definitiva, es porque las empresas éticas deben asumir las consecuencias de sus actuaciones en el entorno y en los grupos de interés por lo que puede decirse que éstas deben asumir su responsabilidad social.

De este modo, se establece un contrato moral entre la empresa y la sociedad en su conjunto gracias al cual las dos partes ganan (gráfico 1).

III. EL TÉRMINO RESPONSABILIDAD

Uno de los peligros habituales cuando una cuestión salta al debate público es que los términos se entiendan de diferentes formas por las partes implicadas en el asunto. Por este motivo, creo importante detenerme brevemente sobre el término «responsabilidad», en relación con la cuestión que nos ocupa.

Además, es importante aclarar esta cuestión, porque, en general, cuando en el mundo empre-

sarial se oye el término responsabilidad rápidamente se piensa en una carga más, en una obligación más para la empresa, lo cual genera un ambiente poco propicio para hablar de estas cuestiones.

El término responsabilidad tiene dos significados o vertientes. Por un lado, puede entenderse como «dar cuenta», es decir, dar información acerca de lo que hacemos, y, por otro lado, «dar respuesta», responder.

Estas dos acepciones se ven de manera más clara en inglés, puesto que en ese idioma se utiliza un término diferente para cada una de las dos acepciones: *accountability*, para «dar cuentas», y *responsibility*, para «dar respuesta».

Teniendo en cuenta, por tanto, estas dos vertientes del término, podríamos decir entonces que la responsabilidad social de la empresa engloba, en primer lugar, «dar cuentas» a la sociedad de lo que hacen las empresas, a través de una mayor información al conjunto de grupos de interés, y, en segundo lugar, la necesidad de que la empresa dé respuesta a las expectativas legítimas que los diferentes grupos de interés han depositado en ella.

En primer lugar, me centraré en la acepción que responde a la perspectiva de «dar cuentas». El desarrollo de las sociedades occidentales ha llevado a las empresas a ser cada vez más transparentes en la información que ofrecen a sus grupos de interés acerca de los procesos que se siguen en las empresas, de los medios utilizados para alcanzar los objetivos, etc. Un ejemplo muy claro de esto es lo que ha ocurrido en España con el tema del gobierno corporativo, que ha llevado a las empresas cotizadas a realizar de manera obligatoria,

además de la memoria económica anual, un informe sobre gobierno corporativo (3).

Las empresas han tenido, pues, que empezar a dar cuentas a sus grupos de interés no sólo de la actividad que realizan, sino también de cómo la realizan y de las consecuencias que tiene para el entorno. Es importante no entender este dar cuentas como un castigo, como si la empresa hubiera hecho algo mal y tuviera que rendir cuentas, sino como un elemento de transparencia que la sociedad y el propio mercado le exige para permanecer en él, y como una fuente directa de generación de confianza.

En este sentido, cada vez se está convirtiendo en algo más habitual ver que las empresas, además de comunicar los resultados económicos, informan también de los aspectos sociales y medioambientales, en lo que se conoce como triple cuenta de resultados —resultados sociales, medioambientales y económicos—, o *triple bottom line*.

Todo esto ha llevado a que hoy en día las empresas se estén planteando la cuestión de la transparencia como un elemento fundamental, tan importante como el producto final que éstas desarrollan, ya que, como decía antes, esto se ha convertido en una cuestión vital para generar confianza.

Entremos ahora en la otra acepción del término, la que entiende la responsabilidad como «dar respuesta» a las expectativas legítimas que los grupos de interés depositan en la empresa.

Ciertamente, la empresa es una institución social que, como tal, igual que el resto de instituciones sociales, necesita estar legitimada

socialmente para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo.

Esta legitimidad la alcanza la empresa, precisamente, dando respuesta a las expectativas legítimas que los diferentes grupos de interés han depositado en ella.

Es cierto que en la actualidad estas expectativas son cada vez mayores. Si miramos unos años atrás, fue Milton Friedman quien, en 1970, dijo que la única responsabilidad social de la empresa era maximizar el beneficio para el accionista o propietario, pero desde entonces las cosas han cambiado mucho.

Efectivamente, para poder cubrir dichas expectativas hay una cuestión fundamental y de gran importancia: el beneficio. Sería un error pensar que la responsabilidad social de la empresa pretende negar la necesidad del beneficio para el desarrollo a largo plazo de ésta, sólo que, en lugar de ponerlo como el único objetivo de la empresa, entiende que éste es más bien el medio necesario para poder dar respuesta al verdadero fin de la empresa: cubrir las necesidades y expectativas de todos los que son afectados por la actividad empresarial, haciendo del beneficio el medio imprescindible para poder cumplir dicha finalidad.

Para acabar con esta parte aclaratoria del concepto, sólo queda añadir que no debe confundirse la responsabilidad social de la empresa con la filantropía. Mientras que esta última se centra en promover la idea del desinterés, de dar a cambio de nada, la responsabilidad social va dirigida al interés de todos los afectados por la empresa, y ambas partes, los afectados en su conjunto y la empresa, esperan algo uno del otro.

Es importante tener esto muy en cuenta, porque hoy en día se está produciendo una gran confusión entre responsabilidad social de la empresa y acción social o filantropía. No quiero decir que no sea importante que las empresas hagan filantropía, es decir, que donen parte de sus beneficios a un fin social, pero, desde luego, no se puede decir de una empresa que sólo haga esto que es una empresa socialmente responsable.

IV. TRES INICIATIVAS PARA INSTITUCIONALIZAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Antes de entrar en el contenido concreto de estas iniciativas, es importante detenerse, aunque sea brevemente, en el contexto en el que hoy en día se encuentran las empresas y la sociedad en general, ya que esto ayudará a entender por qué es más necesario que nunca hablar de cuestiones como ética empresarial o responsabilidad social de la empresa y del papel que instituciones como la Organización de Naciones Unidas, la Comisión Europea o el propio Gobierno español pueden jugar.

Nadie discute que hoy en día estamos en un marco de economía y sociedad global imparable, caracterizado por una interdependencia cada vez mayor, que lleva consigo que el ámbito de las consecuencias de las acciones y de las decisiones de las empresas y de la sociedad en su conjunto se amplíe sensiblemente.

Es imposible obviar que lo que hacen las empresas en cualquier lugar del mundo, aunque sea muy lejano, afecta a todo el planeta, del mismo modo que lo que hacen nuestras empresas afecta al entorno más cercano, pero también

tiene consecuencias en lugares que están fuera de nuestro contexto inmediato.

Esto significa que, fruto de la globalización, se ha ampliado notablemente el contexto en el que nuestras acciones tienen consecuencias, lo cual es necesario tener en cuenta si de verdad queremos que nuestra sociedad, además de global, sea justa y disminuya las desigualdades.

En este entorno, el liderazgo ético de las empresas se convierte en un elemento imprescindible para modelar el tipo de globalización y sociedad que queramos, para alcanzar un desarrollo económico, social y medioambiental sostenible. Las empresas se convierten, pues, en instituciones referentes en nuestra sociedad, generando así unas mayores expectativas respecto a su papel en el desarrollo futuro de nuestro mundo, porque no habrá sociedad ética si las empresas no se comportan de manera ética.

Otro elemento innegable del contexto actual es el aumento de la competitividad, lo cual ha de llevar a las empresas a desarrollar muchos más elementos que le supongan un valor añadido y, por tanto, la posibilidad de diferenciarse en el mercado.

Estos tres elementos —mayor interdependencia, la exigencia de un liderazgo ético por parte de las empresas y una mayor competitividad—, plantean una cuestión vital para el desarrollo y perdurabilidad de las empresas: la generación de confianza por parte de éstas, como ya ocurrió en la década de los setenta.

En este contexto es en el que se enmarca la reflexión y el debate sobre la responsabilidad social de la empresa, así como la

necesidad de un desarrollo ético de las empresas, tal y como se está planteando desde diferentes instituciones.

1. El Pacto Mundial propuesto por Naciones Unidas

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, propuesto por Kofi Annan en el Foro Económico Mundial, comienza su andadura en 1999, tomando como base nueve principios universales, hoy en día diez, en los ámbitos de los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

En palabras de la propia ONU, el Pacto Global es «una iniciativa de compromiso ético destinada a que las entidades de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones diez principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Su fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con los proyectos de la ONU, organizaciones internacionales sectoriales, sindicatos y ONG» (4).

Esta iniciativa, que seguramente en su día parecería una más de las ideales propuestas a las que nos tiene acostumbrados las Naciones Unidas, ha cuajado tan sólo cinco años después en un gran número de países. En este sentido, España se encuentra entre los países que aporta a dicho pacto un mayor número de empresas, grandes y pequeñas, entidades no lucrativas, instituciones

educativas, asociaciones patronales y sindicatos.

Aunque parezca una cuestión obvia, hay un elemento fundamental que merece ser destacado de esta iniciativa, su carácter global, ya que nos enmarca perfectamente el terreno de juego en el que necesariamente se mueven nuestras empresas y, por tanto, han de plantearse las iniciativas éticas para conseguir una economía de «rostro humano». Porque, en el contexto actual que antes hemos descrito brevemente, sirven ya de poco las propuestas particulares y las ideas individuales, por muy geniales que éstas sean.

Además, otro elemento a destacar de dicho pacto es que éste consigue situar en el terreno de juego a todos los agentes implicados. En palabras de la catedrática de Ética de la Universitat de Valencia y directora de la Fundación ÉTNOR, Adela Cortina, «el pacto intenta aglutinar no sólo a los que ya protagonizan la globalización junto a los políticos, es decir, a los grandes empresarios, sino también a quienes no la están protagonizando y deberían poder hacerlo, si es que quiere ser humana: organizaciones cívicas, organizaciones laborales y —yo añadiría— pequeños y medianos empresarios. Como se dice en ética de la empresa, afectados por la economía no son sólo los líderes y los accionistas de las grandes empresas, sino todos los *stakeholders*, todos los que tienen algo que ganar o perder en el juego, ahora global, de la economía. Y el modo en que está funcionando la globalización, sin tener en cuenta a buena parte de los afectados, lleva a percibir al mundo empresarial, sobre todo a las grandes empresas, como un cuerpo extraño; de ahí la necesidad de integración» (5).

Junto a la firma voluntaria del pacto, hoy en día se exige a las empresas firmantes que comuniquen cuál ha sido su progreso en la puesta en práctica de los diez principios, porque, como decía anteriormente, una parte fundamental del concepto de responsabilidad social de la empresa es el «dar cuenta» de las acciones en que se concretan los compromisos. De este modo, se aumenta la credibilidad tanto de los firmantes como de la propia iniciativa.

2. El Libro Verde presentado por la Comisión Europea

A pesar de que, tal y como se ha dicho anteriormente, sobre la responsabilidad social de la empresa se venía hablando desde hacía ya algunos años, fue la Comisión Europea la que puso de actualidad este debate en nuestro marco más cercano, especialmente a través de la publicación del citado Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Pero es un año antes, en la Cumbre de Lisboa de marzo de 2000, donde encontramos el punto de arranque clave de esta cuestión. En palabras de la propia Comisión Europea, es necesario que las empresas asuman su responsabilidad social para cumplir el objetivo estratégico que se marcó en dicha cumbre: «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» (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 3).

Esto significa que la propia Comisión Europea entiende que el modo europeo de que nuestras empresas sean competitivas es, en-

tre otras cosas, también a través de la responsabilidad social, asumiéndola como una ayuda al crecimiento sostenible de nuestra economía. En este sentido, es importante destacar que desde Europa se entiende que la responsabilidad social de la empresa es un elemento que va a ayudar a nuestras empresas a ser más competitivas en nuestro contexto económico actual, ya que, de este modo, la responsabilidad social aparece como un elemento de innovación dentro de la propia empresa, y no como un coste o un añadido más al final de los procesos.

Entrando ya en el planteamiento que la Comisión Europea hace sobre este tema, es importante destacar la definición que en el propio Libro Verde se da de la responsabilidad social de la empresa: [...] «la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. [...] 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. [Además] ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas» (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 7).

Es importante destacar varias cuestiones de esta definición. En primer lugar, es destacable el hecho de que se entienda la responsabilidad social de la empresa como algo de asunción voluntaria por parte de las empresas. Es cierto que sobre esta cuestión hay hoy en día un debate, puesto que no todo el mundo entiende que ésta deba ser voluntaria, sino que algunos creen que se debería obli-

gar a las empresas a asumir dicha responsabilidad.

En segundo lugar, aunque relacionado con lo primero, está la cuestión de que la responsabilidad social se entiende como un ir más allá del cumplimiento de la legislación. No se trata, pues, sólo de que las empresas cumplan las normativas vigentes en materia medioambiental, laboral, etc., sino de ir más allá de estos requisitos legales establecidos. Por supuesto, no se entiende tampoco la responsabilidad social como un sustituto de las reglamentaciones o normas.

Estas dos cuestiones, la voluntariedad y el compromiso de ir más allá de la legislación vigente, hacen que la responsabilidad social aparezca como un elemento dinámico. Es decir, lo que se podía entender hace unos años como responsabilidad social de la empresa en materia, por ejemplo, de medioambiente, hoy en día ya no se entiende como tal, puesto que muchas de estas cuestiones ya forman parte de la legislación actual sobre este tema.

En definitiva, esto quiere decir que, como es de esperar, la legislación también va avanzando para dar respuesta a las exigencias de la sociedad y, por tanto, las empresas socialmente responsables, deben estar siempre esforzándose por adelantarse a dichas legislaciones y por ir un poco más allá de ellas.

Además, en momentos de incertidumbre como los actuales, adelantarse a las normas y apostar por la responsabilidad social de la empresa y por valores como transparencia, cooperación, etc., es una buena garantía de futuro.

En relación también con la propuesta que hace la Comisión Eu-

ropea, ésta ha definido como prácticas socialmente responsables aquellas que cumplen, al menos, tres requisitos:

- Que sean voluntarias.
- Que no sean esporádicas, es decir, que estén integradas en la estrategia empresarial.
- Que las prácticas se acuerden en colaboración con los diferentes grupos de interés.

Concretando aún más, en la propuesta europea se entiende que la responsabilidad social de la empresa abarca tres aspectos fundamentales: responsabilidad económica, responsabilidad social y responsabilidad medioambiental. Atender a estas tres cuestiones es necesario para hacer de la empresa un proyecto legitimado socialmente y perdurable en el tiempo.

— En relación con la *responsabilidad económica*:

Las empresas tienen como una de las acciones más importantes a desarrollar generar riqueza en el entorno en el que están insertas, a través de la generación de empleo, la innovación, etcétera.

Esta tarea es fundamental también para el propio desarrollo de la empresa, pero la riqueza que se genere ha de basarse en valores y prácticas universalizables.

Obtener beneficios y minimizar los costes de cualquier tipo, económicos, medioambientales, sociales, etc., es una tarea fundamental de una empresa socialmente responsable.

— Respecto a la *responsabilidad social*:

La empresa, para ser una institución legitimada socialmente,

ha de dar respuesta a las demandas legítimas que los diferentes grupos de interés (empleados, clientes, propietarios o accionistas, proveedores y la sociedad en su conjunto) le plantean desde los valores y las pautas de comportamiento que éstos le proponen. De este modo, la empresa conseguirá estar integrada en el entorno en el que está inserta.

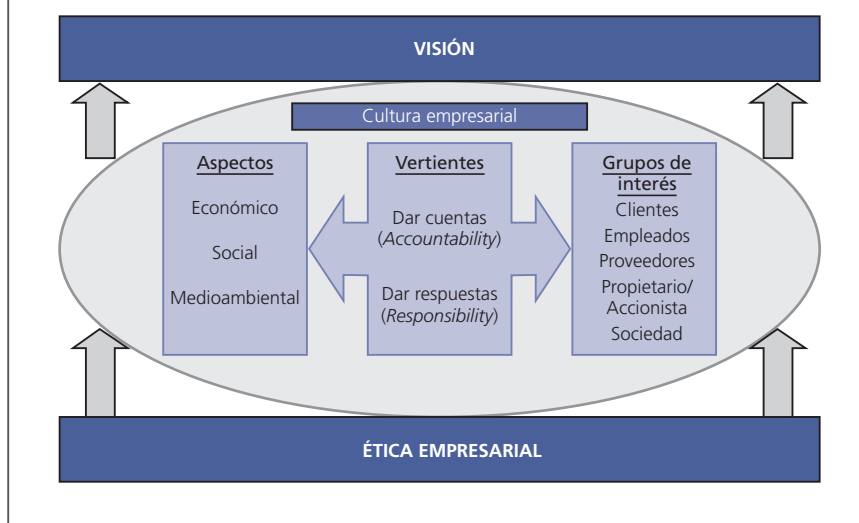
— Por último, en relación con la *responsabilidad medioambiental*:

La empresa expresa su responsabilidad social también a través del cuidado de su entorno físico. Esta cuestión se muestra como una necesidad imperiosa para la propia subsistencia de aquélla, ya que, por un lado, en España una gran parte de las cuestiones medioambientales se encuentran reguladas y, por otro lado, el respeto y cuidado del medio ambiente es una cuestión clave para llevar a cabo un desarrollo sostenible.

En resumen, se suele decir que la empresa socialmente responsable es aquella que, en sus actuaciones, asume la responsabilidad de producir un beneficio económico, social y medioambiental interna, externa y globalmente, tanto en su vertiente de dar cuentas como en su vertiente de dar respuesta. Y, además, todo esto ha de formar parte de su cultura empresarial, porque, como decía antes, no se trata de un añadido más, sino de un elemento clave para el desarrollo futuro de las organizaciones. Y esta cultura, por supuesto, ha de tener como sustento un criterio ético de comportamiento por parte de las empresas, es decir, una ética empresarial.

De este modo, la responsabilidad social de la empresa se convierte en un elemento más de la vi-

GRÁFICO 2
ESQUEMA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA



sión de la empresa, de esa proyección de futuro en que la organización se quiere situar. Por tanto, esta cuestión se introduce como una cuestión clave de la estrategia de la empresa (gráfico 2).

3. El Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa

También el Gobierno español, a raíz del impulso dado desde Europa al tema de la responsabilidad social de la empresa, ha puesto en marcha la creación de un Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa, con el objetivo de desarrollar un debate que ayude a establecer políticas públicas en las siguientes líneas (6):

— «Políticas de promoción e incentivos de la responsabilidad social de la empresa, aplicables no sólo a las grandes empresas, sino también a las PYME».

— «Regular y universalizar los aspectos cruciales que dan credibilidad y rigor a la responsabilidad

social de la empresa: el reporte de las empresas a las partes interesadas y a la sociedad en general y la verificación de dicho reporte».

— «Tarea de fomento, es decir, de educación y formación, información y apoyo técnico para el desarrollo de la responsabilidad social de la empresa entre los diversos agentes de la sociedad civil, en toda la sociedad en general, y entre las empresas y sus directivos en particular».

— «La consolidación de la voz de las partes interesadas, es decir, de los consumidores, los trabajadores, las organizaciones de la sociedad civil interesadas en la empresa, sean medioambientales, de derechos humanos, de desarrollo, etcétera».

— «La mediación entre éstas y las empresas, mediante la creación de instrumentos de deliberación y concertación».

— «El impulso de los poderes públicos en todas sus actividades económicas, empresas públicas y

organismos públicos de las mismas pautas de conducta responsable que intentan promover en la sociedad».

— «La utilización por parte de los poderes públicos de los criterios de la responsabilidad social como guía para toda la normativa administrativa, con el fin de proteger, entre otros, los derechos de los consumidores, no permitir las agresiones a los derechos humanos, alcanzar la máxima observancia de estándares laborales dignos y no discriminatorios, respetar el medio ambiente y erradicar cualquier corrupción, así como cualquier otro aspecto en el que se identifique una desprotección de derechos básicos».

V. UN NUEVO MODELO DE EMPRESA

Antes de entrar en el balance global de las diferentes iniciativas sobre responsabilidad social, quisiera detenerme brevemente en algunas de las consecuencias concretas que se siguen de este enfoque.

En primer lugar, la empresa que actúa de este modo adquiere legitimidad social, genera credibilidad y capital simpatía, y configura en sus miembros una cultura de confianza en torno a valores, cultura que generará un sano orgullo de pertenencia a la organización y, por tanto, ayudará a cohesionar a todos los grupos de interés en torno a una cultura común compartida.

En esta misma línea, ayuda a generar también un clima ético en la organización, es decir, a que todos los miembros de la organización sepan que las decisiones de la empresa se toman, en todos los ámbitos, siguiendo siempre los mismos criterios.

Por supuesto, no hay por qué obviarlo, genera también una mejor imagen para la empresa, lo cual se ha convertido hoy en día en una cuestión vital para el buen desarrollo de ésta.

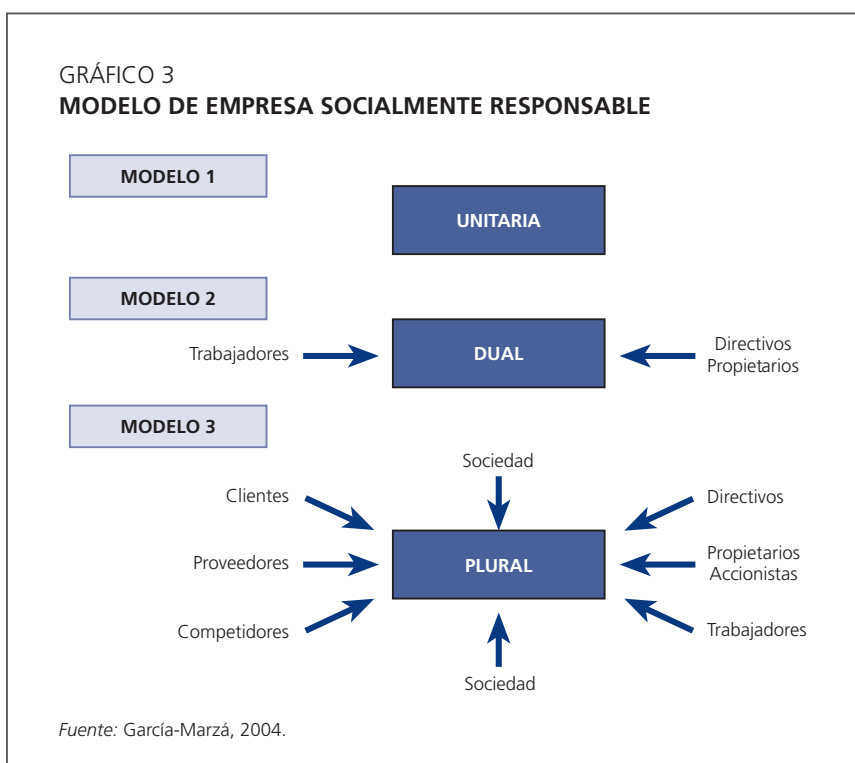
Una vez dicho esto, entro ya en el nuevo modelo de empresa al que hacía referencia en el título del artículo, ya que, además de ser necesario para acabar de entender en su totalidad qué es la responsabilidad social de la empresa, es la gran aportación que el debate sobre esta cuestión presenta hoy en día.

Durante todo el artículo se ha nombrado en más de una ocasión el concepto grupos de interés o *stakeholders*, que es su traducción al inglés, y hemos hablado también de la importancia de dar respuesta a los intereses y expectativas legítimos de dichos grupos de interés, ya que, como decía, esto es clave para entender adecuadamente la responsabilidad social.

En el modelo tradicional, la empresa sólo daba cuentas ante su propietario o sus accionistas, y sus principios básicos eran:

- La empresa es y debe ser dirigida siguiendo únicamente los intereses de los accionistas o el capital.
- Lo racional es la maximización del beneficio económico o del valor para los accionistas.
- Cualquier acción se justifica si ayuda a incrementar el valor económico de la empresa.

Surge ahora un nuevo modelo de empresa, que se denomina plural, cuya principal característica es que la empresa tiene responsabilidades frente a diferentes grupos (*stakeholders*) que



tienen intereses legítimos (trabajadores, clientes, proveedores, capital y sociedad) (gráfico 3).

Por supuesto, insisto en que el beneficio es fundamental también para este modelo, sólo que no es el único y absoluto objetivo.

Para entender en toda su extensión lo que propone la ética empresarial, y también la responsabilidad social de la empresa, es necesario entender la empresa desde este nuevo modelo, ya que lo que se está proponiendo no es un añadido a lo que había hasta ahora, sino un cambio radical en la forma de entender las relaciones entre los diferentes grupos de interés que hay en la empresa.

Éste es, desde mi punto de vista, el gran avance que han significado las diferentes iniciativas a las que hacía referencia en el punto anterior, ya que suponen un planteamiento radicalmente nue-

vo respecto a la manera de entender el papel de la empresa en nuestras sociedades.

VI. RAZONES PARA ASUMIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Antes de llegar a las conclusiones del artículo, quisiera responder a una de las cuestiones que hoy en día se plantean los empresarios y directivos: ¿por qué debe la empresa asumir dicha responsabilidad, qué le «obliga» a hacerlo?

Podríamos decir, en primer lugar, que es el propio mercado el que está llevando a las empresas a asumir dicha responsabilidad para poder seguir compitiendo, pero no quisiera quedarme sólo en esto, porque entonces la responsabilidad de la empresa se entendería sólo como una cuestión estratégica, y creo que puede ser algo más.

Tomando las palabras de la profesora Adela Cortina, podrían resumirse en tres las razones por las que las empresas deben asumir su responsabilidad social:

— *Razones de justicia.* Las personas, como decía Kant, tienen dignidad y no precio, y deben ser tratadas como un fin y nunca como un medio. Adaptando esto a la empresa, podríamos decir que las personas implicadas en las empresas —trabajadores, clientes, proveedores, competidores o sociedad en general—, no pueden ser instrumentalizadas. Es de justicia, pues, que todos ellos sean tratados de forma digna, ya que de otro modo estaríamos cayendo bajo mínimos de justicia.

— *Razones de prudencia.* Es mucho más prudente e inteligente trabajar en una sociedad en la que las personas suelen cumplir las normas, se respetan unas a otras, funciona la confianza, etc. Volviendo de nuevo a Kant, éste decía que hasta un pueblo de demonios preferiría la paz a la guerra, la cooperación al conflicto, con tal de que tengan inteligencia. Aplicando esto a las empresas, podríamos decir que también para éstas es mejor trabajar en un entorno en el que haya cooperación en lugar de conflicto, en que se respeten las normas básicas del mercado, en lugar de actuar sin tener éstas en cuenta, etcétera.

— *Razones de eficiencia.* También se siguen ventajas económicas de asumir la responsabilidad social. La empresa ciudadana, la que vive incorporada a la sociedad, satisface mejor las expectativas legítimas de los afectados, generando capital simpatía y cohesión para la empresa; la empresa es mucho más accesible para las personas, es más conocida y tiene también una mejor imagen.

Por otro lado, esta empresa está más preparada para anticipar el futuro, y esto es fundamental para una empresa que quiera ser proactiva, sobre todo en tiempos de incertidumbre como los actuales. Podríamos decir, pues, que asumir la responsabilidad social es también un factor de innovación para las empresas.

VII. CONCLUSIÓN

Extraer conclusiones de una cuestión que todavía está arrancando en el debate, como es el caso de la responsabilidad social de la empresa, siempre es tarea difícil, pero sí pueden apuntarse algunos elementos que parecen estar ya consolidados:

— La responsabilidad social de la empresa ha permitido abrir hoy en día el debate sobre la importancia de generar un nuevo modelo de empresa que permita a ésta adaptarse a las actuales expectativas que los grupos de interés han depositado en este tipo de organizaciones. Este nuevo modelo, que se conoce con el nombre de modelo plural, permite que la empresa enfoque las relaciones con sus grupos de interés desde un planteamiento de raíz ética, ayudando así a construir una nueva cultura empresarial.

— La responsabilidad social de la empresa surge como un modo ético de gestionar ésta. Por tanto, la ética empresarial debe ser la base a partir de la cual se construya este nuevo modelo de empresa socialmente responsable, que tiene que incorporar a los grupos de interés a la gestión de la empresa para satisfacer de forma satisfactoria sus expectativas legítimas.

— La necesidad de generar confianza por parte de las empresas se convierte en el estímulo

lo fundamental para plantear la urgencia de reflexionar sobre el papel que la ética tienen en ellas.

— El término responsabilidad social de la empresa engloba hoy en día tanto el «dar cuentas» a los grupos de interés de lo que hacen las empresas, a través de una mayor información, como la necesidad de la empresa de «dar respuesta» a las expectativas legítimas que los grupos de interés han depositado en ella.

— Como fruto de la globalización, se ha ampliado notablemente el contexto en el que nuestras acciones tienen consecuencias. En este marco, el liderazgo ético de las empresas se convierte en imprescindible para modelar el tipo de globalización que queremos, ya que no habrá sociedad ética si nuestras empresas no se comportan de manera ética.

— El modelo europeo de empresa competitiva se entiende, entre otras cosas, a través de la asunción por parte de las empresas de la responsabilidad social. Dicha responsabilidad se transforma, pues, en un elemento de innovación permanente.

— La responsabilidad social de empresa se plantea hoy en día como una cuestión de asunción voluntaria por parte de las empresas, lo cual implica ir más allá de la legislación vigente

— Una empresa socialmente responsable es aquella que, en sus actuaciones, asume la responsabilidad de producir un beneficio económico, social y medioambiental interna, externa y globalmente, tanto en su vertiente de dar cuentas como en su vertiente de dar respuesta. Y, además, todo esto ha de formar parte de su cultura empresarial, cuya base ha de estar en un comportamiento ético.

| | | |
|---|---|---|
| <p>NOTAS</p> <p>(1) KRUGMAN, P., 29, junio, 2002, «Los sabores del fraude», en <i>El País</i>.</p> <p>(2) ESTEFANÍA, J., 6, septiembre, 2002, «Las torres gemelas del capitalismo», en <i>El País</i>.</p> <p>(3) Hoy en día, fruto del Código Olivencia y del trabajo que realizó la conocida como Comisión Aldama, nos encontramos en un momento de refundición de ambas aportaciones, para lo cual se ha creado una nueva comisión de trabajo que preside Manuel Conthe, presidente de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, que ya ha propuesto un <i>Proyecto de código unificado de recomendaciones sobre buen gobierno de las sociedades cotizadas</i>, que está en debate hoy en día.</p> <p>(4) Para más información acerca del Pacto Mundial y los diez principios que en él se proponen, visitar la página web www.pactomundial.org.</p> <p>(5) CORTINA, A., 25, mayo, 2002, «El global compact», en <i>El País</i>.</p> | <p>(6) Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005), «Definición y ámbito de la RSE».</p> <p>BIBLIOGRAFÍA</p> <p>COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001), Libro Verde: <i>Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas</i>, en www.europa.eu.int.</p> <p>CONILL, J. (2004), <i>Horizontes de economía ética: Aristóteles, Adam Smith y Amartya Sen</i>, Tecnos, Madrid.</p> <p>CORTINA, A. (dir.) (1994), <i>Ética de la empresa, claves para una nueva cultura empresarial</i>, Trotta, Madrid.</p> <p>— (1997), <i>Rentabilidad de la ética para la empresa</i>, Visor-Fundación Argentaria, Madrid.</p> <p>— (1999), <i>La empresa frente a la crisis del estado del bienestar: una perspectiva ética</i>, Miraguano, Madrid.</p> | <p>— (ed.) (2003), <i>Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones</i>, Trotta, Madrid.</p> <p>DE GEORGE, R. T. (1987), «Education for the moral development of managers: Kohlberg's stages of moral development and integrative education», <i>Journal of Business Ethics</i>, octubre: 507-508.</p> <p>FRIEDMAN, M. (1970), «The social responsibility of business is to increase its profits», <i>The New York Times Magazine</i>, septiembre, número 13: 122-126.</p> <p>GARCÍA-MARZÁ, D. (2004), <i>Ética empresarial: del diálogo a la confianza</i>, Trotta, Madrid.</p> <p>LOZANO, J. M. (1999), <i>Ética y empresa</i>, Trotta, Madrid.</p> <p>LOZANO, J. F. (2004), <i>Códigos éticos para el mundo empresarial</i>, Trotta, Madrid.</p> <p>RAWLS, J. (1971), <i>Teoría de la justicia</i>, Fondo de Cultura Económica, México.</p> |
|---|---|---|

Resumen

En este trabajo se analizan aspectos clave para aumentar el impacto de las inversiones sociales, con base en la experiencia de fundaciones del entorno anglosajón. Entre éstas se han identificado cinco prácticas comunes en su estrategia de inversión social: 1) enfoque estratégico claro; 2) equipo directivo capaz; 3) concreción de los objetivos, con métricas de seguimiento de éstos; 4) gestión proactiva de la comunicación, y 5) órganos de gobierno rigurosos y exigentes.

Palabras clave: obra social, cajas de ahorros, inversión social, fundaciones.

Abstract

This article reviews key aspects for improving the impact of Anglo-Saxon social investments. It is based on the experience of foundations. Five common practices have been identified: 1) focused strategic approach; 2) competent management teams; 3) clear objectives and performance metrics in place; 4) proactive communication management, and 5) rigorous and effective governing bodies.

Key words: social work, saving banks, social investment, foundations.

JEL classification: M14.

CÓMO AUMENTAR EL IMPACTO DE LAS INVERSIONES SOCIALES

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

Ramón FORN ARGIMÓN

Socio Director de McKinsey & Company

I. INTRODUCCIÓN

LAS cajas de ahorros españolas dedicaron, en 2004, 1.163 millones de euros (1) a su obra social, un volumen de inversión que no tiene comparación en el sector privado español. Esta inversión tiene, sin duda, un impacto significativo en nuestra sociedad, pero ¿cómo podemos estar seguros que se está obteniendo el máximo resultado social de estas inversiones?

Recientemente, se han lanzado distintas iniciativas que intentan evaluar los resultados de estas inversiones (2). Este artículo explora distintos factores que determinan el impacto de iniciativas sociales. Está basado en las experiencias de instituciones líderes del mundo anglosajón, y expone un esquema de reflexión para aquellas instituciones que deseen abordar un examen riguroso de sus inversiones sociales que les ayude a maximizar su impacto.

II. EXPERIENCIAS INTERNACIONALES RELEVANTES

La obra social de las cajas españolas destaca entre las cajas líderes europeas y es muy significativa en un contexto internacional. La búsqueda de referentes a la obra social de las cajas de ahorros, considerando su volumen de inversión y reputación, no es tarea

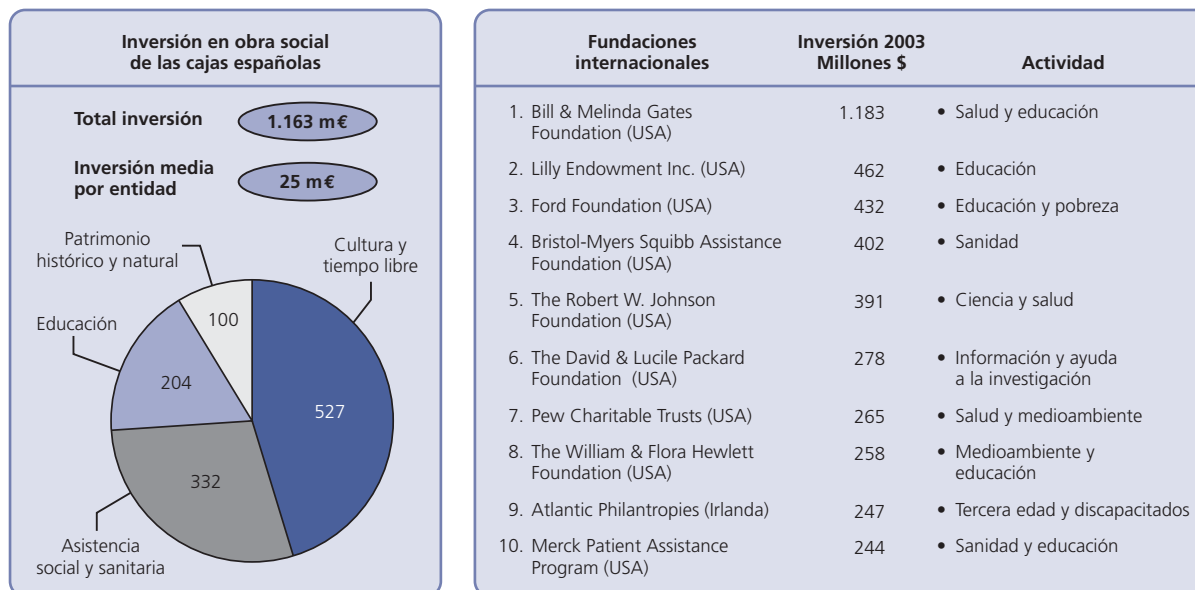
fácil. A escala nacional, existen limitadas referencias comparables: de hecho, la inversión social de las fundaciones de los integrantes del IBEX-35 no alcanza los 300 millones de euros (3). A escala europea, la relevancia de las obras sociales de las cajas de ahorros es limitada en algunos países como Francia y Alemania o presenta diferencias estructurales significativas en otros países como Reino Unido e Italia (4).

Sin embargo, existen fundaciones muy destacadas, en su mayor parte del mundo anglosajón, con objetivos sociales en sentido amplio que pueden ofrecer referencias válidas para las cajas de ahorros españolas (cuadro n.º 1). Estas fundaciones movilizan cantidades importantes de recursos, están enfocadas en temas similares a los que las cajas españolas dedican su inversión en obra social y tienen un prestigio reconocido mundialmente.

Además, estas fundaciones están sometidas a un entorno que presiona enormemente para maximizar el impacto de las inversiones y profesionalizar su gestión. Este entorno se caracteriza por tres elementos clave:

— *Competencia por los recursos.* Como en cualquier otra actividad económica, la competencia por los recursos asegura que se busque con ahínco maximizar el impacto de la inversión para in-

CUADRO N.º 1
INSTITUCIONES LÍDERES EN INVERSIÓN SOCIAL A ESCALA MUNDIAL



crementar los recursos captados. Esta competencia se acentúa en el entorno anglosajón, donde nacen cientos de fundaciones, iniciativas sociales y ONG cada año que «compiten» por los recursos disponibles. Además, la aparición de especialistas en la gestión y evaluación de iniciativas sociales (auditores y entidades estatales que velan por el «buen uso» de los recursos recibidos) enfatiza este factor.

— Exigencia creciente de *transparencia*. La competencia por los recursos conlleva una exigencia sistemática de resultados por parte de los inversores, resultados que deben ser reportados periódicamente de una manera transparente. Esta exigencia por la transparencia y el rigor ha aumentado significativamente en los últimos años. Los recientes escándalos contables, la mayor implicación de los patrocinadores en la obra social (debido al mayor interés por la responsabilidad social corporativa) y la creciente sensibilidad social por

el destino final de los recursos han influido en un mayor acceso a la información de la actividad de fundaciones y empresas.

— *Complejidad*. Estas fundaciones se caracterizan por tener que hacer frente a un entramado complejo de relaciones —otras fundaciones, administración, inversores/patrocinadores, etc.— y a una creciente regulación.

Este entorno hace que las fundaciones que operan con éxito en él estén sometidas a una elevada *presión para aumentar el impacto de sus inversiones* y, por lo tanto, puedan ofrecer experiencias relevantes para las cajas de ahorro españolas.

III. MEJORES PRÁCTICAS EN INVERSIÓN SOCIAL

¿Qué tienen en común las fundaciones que gestionan con mayor éxito sus inversiones, obteniendo un mayor impacto de las mismas

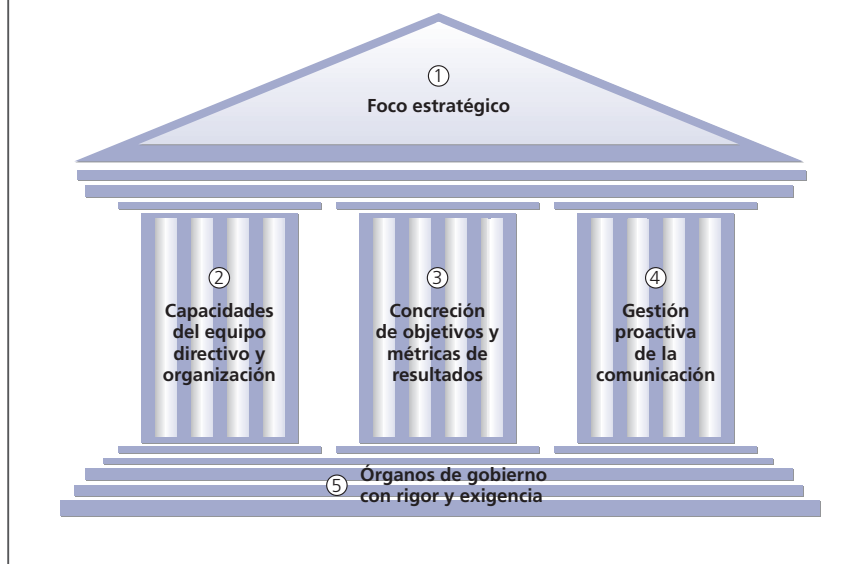
y, por consiguiente, incrementando sus recursos año tras año? La revisión de las actuaciones de estas fundaciones que hemos tomado como referencias indica una serie de características que se manifiestan, en distinto grado, en todas ellas (cuadro n.º 2).

— En primer lugar, todas tienen un *enfoque estratégico claro* definido con rigor y precisión que orienta de un modo inequívoco sus actuaciones.

— En segundo lugar, este enfoque estratégico parece apoyado en tres pilares: 1) una gestión profesional con un *equipo directivo capaz*; 2) unos *objetivos concretos en métricas* seguidas periódicamente (obsesión por resultados), y 3) una *gestión proactiva de la comunicación*.

— Finalmente, en la base de estas instituciones encontramos regularmente *órganos de gobierno rigurosos y exigentes*.

CUADRO N.º 2
MEJORES PRÁCTICAS EN LA ESTRATEGIA DE INVERSIÓN SOCIAL



1. Foco estratégico

«La pregunta más importante que una organización social debe hacerse es: *¿por qué debo existir?*» (Dr. Lincoln Chen, Consejero de CARE USA) (5). La demanda de inversión social es siempre superior a la oferta, por lo que las instituciones sociales tienen que tomar decisiones frecuentes de inversión y priorizar entre múltiples alternativas. Por ello, al igual que cualquier organización empresarial, estas instituciones deben contar con un enfoque estratégico que delimite la misión de la organización y permita enfocar sus esfuerzos para conseguir la máxima efectividad e impacto.

Este enfoque debe definir tres aspectos: la misión de la institución, sus prioridades de actuación para cumplir dicha misión y la concreción de las mismas en aspiraciones muy específicas.

— La *misión* de la organización. Definir la razón de ser de una institución es el primer paso para

enfocar la estrategia de inversión. Bill Gates —fundador de la primera fundación del mundo en volumen de inversión— define la razón de ser de su fundación de la siguiente forma: «Responder al reto de la sociedad es nuestra misión. Estamos comprometidos a acabar con las enormes diferencias en salud, educación y acceso a la información digital en el mundo». De esta forma, se explicitan y se acotan las opciones de inversión de la organización.

— *Prioridades de actuación*. La definición de prioridades de actuación es clave para estructurar la actividad de la organización tanto en inversión como en captación de recursos y concretar cómo se va a llevar a cabo la misión. De esta forma, las instituciones deben responder a preguntas cómo: ¿debemos realizar múltiples iniciativas o enfocar la actividad en un número reducido de éstas?, ¿en qué medida se involucra la institución en cada iniciativa a nivel de diseño, gestión, etcétera?

— *Concreción de aspiraciones*. Las prioridades estratégicas deben concretarse en aspiraciones que orienten la toma de decisiones y permitan una evaluación del cumplimiento de la misión. Existe una verdadera obsesión por los resultados finales de las inversiones.

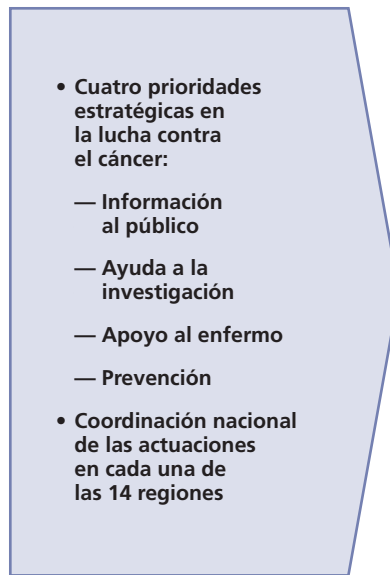
La traducción del enfoque estratégico en programas concretos puede tener un efecto fundamental. La American Cancer Society es un ejemplo de organización que ha redefinido su enfoque estratégico en los últimos años, para conseguir una mayor eficacia de su inversión. Con inversiones de 852 millones de dólares en actuaciones sociales en 2003 y gestionando dos millones de voluntarios, esta institución tiene por objetivo la lucha contra el cáncer en Estados Unidos. En el año 2004, inició una revisión de su enfoque estratégico para dar respuesta a una fragmentación excesiva de sus actuaciones y para delimitar de un modo más preciso su campo de actuación (frente al Estado y frente a otras instituciones). La institución definió un marco de actuación con cuatro prioridades estratégicas y, como consecuencia, se pasó de 250 iniciativas activas a 30. De este modo, el presupuesto medio por actuación pasó de 3 millones de dólares en 2003 a más de 25 millones en 2005 (cuadro n.º 3).

2. Capacidades del equipo directivo y organización

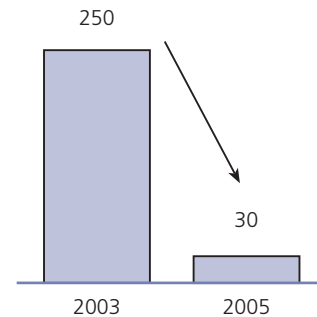
Durante años, algunas fundaciones fueron un destino para ejecutivos que no encontraban acomodo en la empresa, incluso se percibían como un lugar de retiro. Sin embargo, esto ha cambiado en los últimos años de un modo radical. De hecho, tal como existen ejecutivos especializados en sectores (bienes de consumo, au-

CUADRO N.º 3
EJEMPLO DE ENFOQUE ESTRATÉGICO: AMERICAN CANCER SOCIETY

Revisión de prioridades en 2004



Líneas de actuación



«Ahora sí sabemos en qué guerra estamos luchando»

Miembro del consejo ejecutivo

tomóvil, etc.), empiezan a aparecer ejecutivos especializados en la gestión de instituciones con fines sociales.

En las principales fundaciones anglosajonas, adicionalmente a la presencia de miembros de las



familias o compañías fundadoras de las instituciones, que generalmente limitan su presencia a los consejos de administración, los equipos directivos son profesionales de la gestión de fundaciones. De esta forma se consiguen gestores de primera línea

que aportan conocimientos y procesos de gestión específicos para el desarrollo de la actividad de estas organizaciones.

En el cuadro n.º 4 puede observarse cómo el perfil profesional de los gestores de cinco gran-

CUADRO N.º 4

EJEMPLOS DE EQUIPOS DIRECTIVOS DE FUNDACIONES AMERICANAS, 2004

| Fundación | Actividad | Cargos anteriores de sus directivos |
|--|-----------------------------|--|
|  | Salud Educación | Director Instituto de Cáncer Director de Escuelas Públicas |
|  Ford Foundation | Educación Pobreza | Presidente de la Universidad de Texas Presidente de la Fundación Futuro |
|  | Medio ambiente Educación | Rector Facultad Derecho, Stanford Secretario de Educación, Administración Clinton |
|  | Salud Medio ambiente | Profesor Neurocirugía, Universidad Virginia Directivo de Conservation International |
|  | Ciencia Salud | Director Instituto de Envejecimiento Director de St. Christopher's Hospital de Filadelfia |

des fundaciones norteamericanas aúnan una experiencia en cargos relevantes de gestión y un conocimiento específico del sector o área de inversión social de dichas fundaciones.

3. Concreción de objetivos y métricas de resultados

Medir los resultados de una organización con fines sociales representa un difícil reto, en parte debido a la existencia de múltiples factores (e instituciones y administraciones) que inciden sobre los mismos objetivos desde distintos ángulos. Es más complicado definir relaciones causa/efecto.

En los últimos años, la medición de los resultados de organizaciones con fines sociales se ha ido sofisticando, pasando de la mera medición de los recursos empleados a una medición explícita de los beneficios para los afectados y para la sociedad.

Se pueden reconocer tres niveles de indicadores:

— *Recursos dedicados al programa y actividades realizadas.* Inicialmente se medía únicamente el presupuesto por área de actividad

con indicadores tales como: inversión asignada a un programa, número de personas implicadas, número de horas de voluntariado dedicadas, etcétera.

— *Resultados de las actividades.* De medir únicamente el *input* se pasó a tener indicadores de los resultados concretos de cada actividad, tales como: número de centros de acogida construidos, número de vacunas suministradas, eficiencia en el uso de los recursos (por ejemplo, porcentaje de gastos de administración sobre el total), etcétera.

— *Beneficios para los afectados y para la sociedad.* Finalmente, se está empezando a ir más allá en la medición, con métricas específicas de los objetivos finales de las organizaciones sociales. Algunos ejemplos de estos indicadores serían la variación del porcentaje de población por debajo del índice de la pobreza o la reducción de la tasa de mortalidad por SIDA.

La sofisticación progresiva de las métricas no implica que las primeras ya no sean necesarias. Se trata más bien de buscar la combinación de indicadores que permita medir la *eficacia y la eficiencia*

de la gestión, igual que se realiza en otras actividades económicas, al tiempo que permita asociar, en la medida de lo posible, la actividad y las inversiones con los *beneficios perseguidos*. El énfasis no está tanto en el esfuerzo realizado como en los resultados conseguidos.

El cuadro n.º 5 muestra un ejemplo real de indicadores utilizados por una organización que mide y evalúa sus logros de una manera efectiva. Creada por el fundador de Johnson & Johnson, la Robert Wood Johnson Foundation está enfocada a temas de ciencia y salud, con más de 390 millones de dólares de inversión en 2003. Entre sus objetivos figura la reducción del consumo de alcohol en menores de edad. Para este objetivo, combinan tanto métricas de recursos y resultados como de beneficio para la sociedad. Si bien la incorporación de medidas como el número de accidentes cuya causa es el alcohol presenta el inconveniente de no poder asociar de manera unívoca su actuación con el resultado, se utiliza por ser una métrica directa del objetivo final perseguido por la fundación y permitir seleccionar mejor los programas en los que invierte.

CUADRO N.º 5

MEDICIÓN DE RESULTADOS EN LA ROBERT WOOD JOHNSON FOUNDATION



OBJETIVO: REDUCIR EL CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES DE EDAD

| Tipo de indicadores | Indicadores específicos |
|-----------------------------------|--|
| Recursos utilizados y actividades | Programas que promuevan participación en actividades alternativas en comunidades estudiantiles |
| Resultados obtenidos | Número de personas participando en las actividades promovidas |
| Beneficios para la sociedad | Reducción de los ingresos en hospitales por causas asociadas al alcohol Reducción en denuncias a las autoridades por faltas cometidas por causa del alcohol |

«Han diseñado un sistema de medición de desempeño dinámico que se ha convertido en un ejemplo para el sector»

Center for Effective Philanthropy

«El tener este sistema de medición nos permite sentirnos más cómodos en las reflexiones sobre la estrategia»

Risa Lavizzo, Presidente

CUADRO N.º 6

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN THRIVENT FINANCIAL
Plan de comunicación del proyecto de inclusión de clases
desfavorecidas en el sistema financiero



| Audiencia | Medio/canal de comunicación |
|--------------------------------------|--|
| Personas afectadas y círculo cercano | Actuación social: — Cursos de orientación financiera — Disponibilidad de consejeros financieros y condiciones bancarias especiales |
| Comunidad local | Generación de noticias y distribución a agentes mediáticos locales (e.g., periódico local, radio local) |
| Líderes de opinión | Celebración de eventos con líderes de opinión locales (e.g., pastores de parroquias afectadas) |
| Público general | Generación de noticias y distribución a agentes mediáticos nacionales (e.g., periódicos, radio) |

4. Gestión proactiva de la comunicación

La estrategia de comunicación es un elemento crítico de la actividad de todas las organizaciones con fines sociales, tanto para la recaudación de fondos como para el conocimiento (y reconocimiento) de los programas. La notoriedad de estas actuaciones tiene en muchos casos un impacto positivo sobre los objetivos que se quiere alcanzar.

La gestión efectiva de la comunicación consta de tres etapas: 1) identificación de las audiencias relevantes; 2) selección de canales y medios de comunicación, y 3) una gestión «científica» de la notoriedad de la institución y de sus actuaciones.

— *Identificación de las audiencias relevantes.* La gestión efectiva de la notoriedad empieza identificando las audiencias relevantes para la institución. Al analizar las distintas audiencias, es necesario definir el objetivo que se persigue con cada una de ellas (desde conocimiento de la actividad hasta implicación activa mediante voluntariado o donación).

— *Selección de canales y medios de comunicación.* Una vez

definidas las audiencias, es necesario asignar a cada una los medios y canales más adecuados al objetivo de la comunicación. Cada canal tiene implicaciones en recursos invertidos, audiencias alcanzadas e impacto en notoriedad, que será necesario calibrar para diseñar el plan de comunicación.

— *Gestión «científica» de la notoriedad.* La gestión de la notoriedad debe realizarse de forma permanente, tanto previamente a la comunicación (indicadores de partida) como a posteriori. Existen distintas metodologías para una gestión de la notoriedad tanto institucional como de actuaciones específicas. En líneas generales, se pueden identificar tres niveles de notoriedad: *reconocimiento* de la institución/iniciativa concreta; fortalecimiento de la *imagen* identificando los valores/atributos clave para la institución, e *implicación* con los objetivos de la institución/iniciativas realizadas.

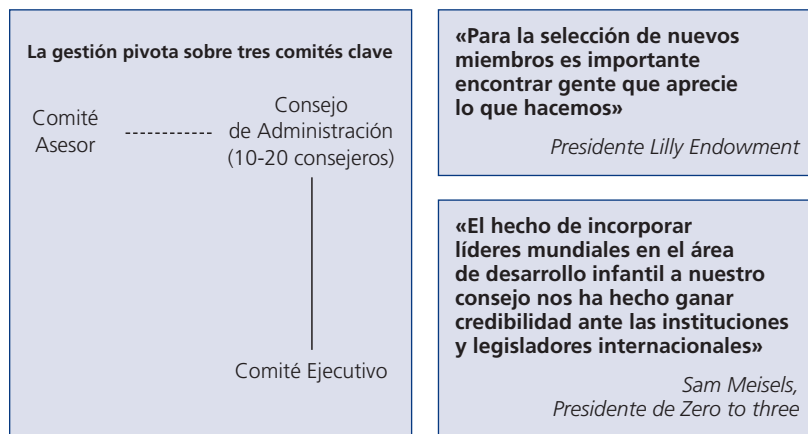
En el cuadro n.º 6 se detalla un ejemplo de plan de comunicación orientado a múltiples audiencias (desde afectados por la iniciativa a voluntarios o posibles contribuyentes al programa) de una institución financiera sin áni-

mo de lucro ligada a la iglesia luterana. Thrivent Financial, miembro del Fortune 500, con 65.000 millones de dólares de activos gestionados y 488 millones de beneficio en 2004, ha desarrollado esquemas de medición «científica» de la notoriedad de sus actuaciones sociales en las comunidades en las que opera, y articula planes de comunicación adaptados a cada actuación. Tiene índices de notoriedad que incorporan: a) el reconocimiento, b) la imagen, c) el efecto en la implicación con los objetivos de la institución y la participación del voluntariado. Para ello, desarrolla planes de comunicación integrales con distintos medios y canales a las distintas audiencias.

5. Rigor y exigencia de los órganos de gobierno

Generalmente, en las fundaciones más exitosas la gestión pivota sobre tres comités clave: el Comité Ejecutivo, el Consejo de la Fundación y el Comité Asesor (cuadro n.º 7). Es importante que exista una *definición clara de las funciones* de cada uno de éstos, y que existan *criterios predefinidos para la selección de sus miembros* y su participación en los distintos comités.

CUADRO N.º 7

**ÓRGANOS DE GOBIERNO
EXIGENTES E INDEPENDIENTES**


El *Comité Ejecutivo* está formado por los directivos de la institución y, como se mencionó anteriormente, debe estar profesionalizado. Sus funciones son poner en marcha las prioridades marcadas por el Consejo de Administración. Son también responsables de reportar al Consejo el desempeño alcanzado en la consecución de los objetivos marcados.

El *Consejo de la Fundación* debe definir las líneas generales del enfoque estratégico que se detalló en el primer punto de este capítulo, incluyendo prioridades y aspiraciones. Además, debe asegurar el rigor en la ejecución de la dirección y evaluar sus resultados. También es responsable de la selección del primer ejecutivo de la institución.

El *Consejo Asesor*, cuando existe, está formado por expertos que apoyan al Consejo de Administración en la gestión de la institución. Típicamente, se forman comités de expertos en áreas concretas de gran relevancia para la organización (ejemplo: salud, educación) que apor-

tan conocimiento, experiencia y contactos. Sin embargo, también se dan casos de comités de expertos por áreas geográficas de actuación, con miembros que conocen los problemas de cada región y que pueden representar a las comunidades en las que se actúa.

El análisis de la composición de los órganos de gobierno de las principales fundaciones internacionales arroja algunas conclusiones (cuadro n.º 8). Por un lado, es significativo el número de *miembros independientes* que aportan valor y rigor a la gestión y a los objetivos perseguidos. Por otro, es común incorporar a *personalidades de primera línea* identificadas con el fin social perseguido. La incorporación de personas de relieve incide en la credibilidad y notoriedad de la institución, pero también proporciona otras ventajas por la experiencia de estas personas (ejemplo: capacidad de interlocución con la Administración).

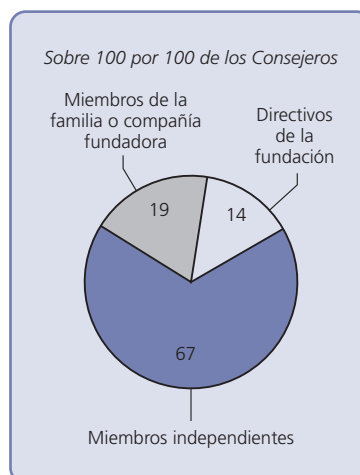
* * *

En definitiva, el análisis de las principales fundaciones del mundo anglosajón apunta cinco características que, en conjunto, aumentan el impacto de la inversión social: estrategia enfocada, equipos capaces, obsesión por los resultados, comunicación externa

CUADRO N.º 8

COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO

Composición porcentual del Consejo de Administración de las diez mayores fundaciones sociales en USA



Ejemplos de Consejos de Administración:

Ford Foundation

- 14 miembros (13 independientes)
- Algunos miembros distinguidos:
 - Kathryn Fuller - Presidente World Wildlife Fund
 - Anke Ehrhardt - Director del Centro de Estudios del Sida

The Robin Hood Foundation

- 27 miembros (26 independientes)
- Algunos miembros distinguidos:
 - Lloyd Blank Fein - Presidente Goldman Sachs
 - Jeffrey Immelt - Presidente General Electric
 - Lachlan Murdoch - Director The News Corporation

adecuada y un gobierno riguroso y exigente. Estas características parecen igualmente relevantes para la gestión de la obra social de las cajas de ahorros españolas.

IV. CUESTIONES ABIERTAS PARA LAS CAJAS DE AHORROS

La experiencia de estas instituciones puede proporcionar un punto de partida para que cada caja de ahorros revise el modo en que está gestionando su obra social y, potencialmente, identifique oportunidades para mejorar su impacto. A medio plazo, se prevé que las cajas españolas inviertan en obra social 1.000 millones de euros adicionales (6), alcanzando un nivel de inversión superior a los 2.000 millones de euros en 2009. Parece pues un buen momento para abordar esta reflexión.

La reflexión en este sentido podría estructurarse en tres niveles: 1) qué objetivos se persiguen; 2) qué estándares y prácticas de gestión se emplean en cuanto a organización, seguimiento de resultados y comunicación, y 3) si están los mecanismos de gobierno en línea con las mejores prácticas internacionales.

La reflexión sobre el *enfoque estratégico* de la obra social de las cajas debería responder a dos preguntas. Por un lado, ¿qué objetivos e impacto global persigue cada caja con su obra social?, ayudará a definir la misión de las mismas. Por otro, ¿qué oportunidades existen para incrementar su impacto en la sociedad?, facilitará la concreción de la misión en prioridades y aspiraciones.

A título ilustrativo, el cuadro número 9 muestra un mapa de

iniciativas sociales clasificadas por relevancia social y tamaño del colectivo beneficiario directo de las iniciativas. En este ejemplo, se puede apreciar que las alternativas de inversión son múltiples, y buena parte de estas líneas de actuación se podrían abrir aún más. Sin embargo, quizá la primera pregunta que los responsables de la obra social de cada caja de ahorros debieran hacerse es si su institución debe aspirar a ser líder en aspectos concretos de la inversión social (concentrando esfuerzos) o, por el contrario, debe optar por tener una presencia más reducida en múltiples líneas de actuación. Sea cual sea la decisión, debería ser el resultado de una reflexión explícita sobre los objetivos a alcanzar y los medios de los que se dispone.

Las *prácticas de gestión* abren una serie de cuestiones de distin-

CUADRO N.º 9

ILUSTRATIVO

OBJETIVOS Y ESTRATEGIA SOCIAL

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>Mayor</p> <p>↑</p> <p>Relevancia social (Primera necesidad, actualidad/alarma social)</p> <p>↓</p> <p>Menor</p> | | Inmigrantes | Mayores Centros enseñanza primaria y secundaria Centros formación técnica y profesional Vivienda |
| | Investigación Promoción al desarrollo económico Cooperación internacional | Discapacitados Marginados Centros enseñanzas especiales Programas educativos Parques naturales, jardines Programas y campañas (medio ambiente) | Guarderías, jardines de infancia Hospitales, clínicas Consultorios, ambulatorios Bibliotecas Centros enseñanza infantil Centros formación universitaria |
| | Clubs tiempo libre Becas Obras de arte Fincas de interés ecológico | Salas Teatros/auditorios Centros sociales y culturales Representaciones, conciertos Congresos, cursos Publicaciones Edificios y núcleos histórico-artísticos | Museos Centros experimentales y educativos Exposiciones y muestras Instalaciones deportivas |
| <p>Número de personas susceptibles de ser beneficiadas directamente</p> <p>← Bajo (cientos) Alto (millones) →</p> | | | |

CUADRO N.º 10

MODELOS DE ACTUACIÓN
Modelos operativos

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| Donaciones | Permite llegar a multitud de iniciativas, cuando son de pequeña envergadura | ¿Ratios impacto/inversión? |
| Alianzas con socios | Permite apalancar capacidades de socios/proveedores para el desarrollo de proyectos concretos | ¿Seguimiento y control de las inversiones? |
| Liderando la ejecución | Permite ser el «dueño natural» en determinados temas | ¿Equipos dedicados y coste asociado? |

to calado. Por un lado, hay que plantear si se dispone de una *organización con capacidades* de primer nivel. En caso contrario, será necesario evaluar posibles nuevas incorporaciones analizando fuentes de candidatos. Por otro lado, cabe preguntarse cómo se está *midiendo la eficacia* de las iniciativas y *la eficiencia* en la gestión. En este sentido, en la reflexión es necesario definir qué modelo/s operativo/s se desea adoptar: desde un modelo de aportación económica sin gestión hasta un modelo de liderazgo del diseño y la ejecución de las iniciativas (cuadro n.º 10). En función de ello, tanto las capacidades organizativas como los indicadores de medición del impacto alcanzado pueden variar. Por último, se debe abordar la gestión de la *comunicación*, valorando en qué medida se está gestionando de una manera proactiva y coordinada y si está en lí-

nea con los objetivos que se pretende alcanzar.

Finalmente, es necesario evaluar si los *mecanismos de gobierno* actuales están al nivel de las mejores prácticas tanto en su composición y asignación de funciones como en su exigencia y rigor en la medición de resultados.

* * *

La respuesta a estas preguntas y las acciones que se tomen como consecuencia de ello pueden ayudar a mejorar el impacto de la inversión en obra social de las cajas españolas. Ésta es una cuestión de gran relevancia, dado el volumen de inversión social que representan en nuestro país, en un entorno en el que los aspectos sociales alcanzan una posición cada vez más destacada entre las preocupaciones de los españoles.

NOTAS

(1) CECA (2004). *Memoria 2004 Obra Social*.

(2) Proyecto de Valoración de Impacto de la Obra Social puesto en marcha por la CECA en 2004 para conocer: a) el efecto de las inversiones de la obra social en la economía, tanto en creación de empleo directo e indirecto como en la generación de riqueza, y b) saber qué funciones cumple en distintos ámbitos geográficos y por segmentos de edad o renta.

(3) Asociación Española de Fundaciones.

(4) «Separación total» de las actividades financiera y social, saliendo a Bolsa y actuando como bancos.

(5) Organización centrada en la reducción de la pobreza mediante la gestión de proyectos en áreas de educación, salud y desarrollo económico.

(6) Estimación de crecimiento para los próximos cinco años de la obra social de las cajas partiendo del dato de 2004. Estimación basada en un crecimiento del sistema del 8 por 100 anual, una evolución de cuotas de mercado en el sistema según el histórico reciente, un mantenimiento de los beneficios en porcentaje sobre activos de las entidades y una inversión del beneficio en obra social del 27 por 100 (manteniendo el dato de 2003).

COLABORACIONES

III.
**SISTEMA FINANCIERO, CAJAS DE AHORROS
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Resumen

Para muchos, la empresa moderna, además de la generación de valor para los accionistas, tiene responsabilidades respecto a grupos interesados en su gestión (*stakeholders*). Esa visión de la responsabilidad social corporativa de la empresa es especialmente importante en las entidades financieras por la naturaleza cuasi pública de los servicios que producen y por su significado para el desarrollo económico. El autor sostiene que las cajas de ahorros españolas han sido verdaderas pioneras de esa nueva concepción, que está inscrita en sus principios fundacionales, y analiza con detenimiento los cuatro ámbitos en que la RSC se concreta en la caja de ahorros: buen gobierno, dimensión social y medioambiental de las relaciones internas y externas, el enfoque social de la actividad financiera y la obra social característica de estas instituciones.

Palabras clave: cajas de ahorros, *stakeholders*, buen gobierno, obra social, dimensión social.

Abstract

For many people, besides generating value for shareholders, the modern company has responsibilities towards groups with an interest in its management (*stakeholders*). This view of corporate social responsibility is especially important in financial institutions owing to the *quasi* public nature of the services they provide and to their importance for economic development. The author contends that the Spanish savings banks have been genuine pioneers of this new conception, which is inscribed in their founding principles, and examines in depth the four areas in which CSR is embodied in the savings banks: good government, social and environmental dimension of internal and external relations, the social approach to financial activity, and the social works characteristics of these institutions.

Key words: savings banks, *stakeholders*, good government, social works, social dimension.

JEL classification: G21, M14.

LAS CAJAS DE AHORROS EN EL ÁMBITO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Juan R. QUINTÁS SEOANE

Presidente de la Confederación Española de Cajas de Ahorros

I. INTRODUCCIÓN (*)

EN estos primeros años del nuevo milenio, y en las sociedades más avanzadas, parece abrirse camino un cierto consenso sobre la responsabilidad social de las empresas, síntoma quizás anunciador de posibles adaptaciones futuras de la sociedad mercantil a los requerimientos propios de una globalización poscapitalista en el siglo XXI.

Existe un primer nivel de responsabilidad que se refiere a la propia supervivencia de la empresa a largo plazo y que exige la generación de beneficios suficientes, dentro del más estricto respeto a las leyes. Ésta es la concepción más tradicional, siendo la perspectiva del propietario su eje articulador.

Pero son muchos los que sostienen que, además, la empresa tiene responsabilidades respecto de otros grupos de interesados en su gestión. Las decisiones de las empresas tienen consecuencias tanto internas (recordemos que determinan el marco en el que transcurre la mitad de la vida consciente de sus empleados) como sobre su entorno, definiendo de este modo distintos grupos de interesados en la gestión de la entidad (*stakeholders*). ¿En qué medida la empresa asume la responsabilidad respecto de tales consecuencias? Son ya numerosos los organismos internacionales que instan a que las empresas admitan tales responsabilidades adicionales y cumplan con ellas.

La reciente coincidencia temporal de numerosos escándalos empresariales ha supuesto un importante impulso a esta tendencia. Así, frente a la visión tradicional según la cual los gestores de una entidad deben limitarse a la creación de valor para su propietario, la moderna teoría de la empresa reconoce con firmeza creciente conceptos de responsabilidad social en los que se promueve la atención a los intereses de los *stakeholders*, ampliando la responsabilidad de la empresa más allá de sus accionistas para establecerla también frente a otros grupos de interesados y, en último término, frente a la sociedad e instituciones del entorno en el que opera.

Así pues, cabe hablar de un segundo nivel de responsabilidad, que implica la realización de actuaciones positivas con los distintos grupos interesados directa o indirectamente en la gestión de la empresa, incluyendo a la sociedad en su conjunto. Y es este nivel el que habitualmente se identifica con la denominación de responsabilidad social corporativa (RSC). Su relevancia es especialmente significativa en el caso de las entidades financieras por la trascendencia cuasi pública de los bienes que producen (medios de pago, crédito, etc.) y por su significado para el desarrollo y evolución económica general.

Las cajas de ahorros españolas han sido verdaderas pioneras de esa nueva concepción, ya que para

ellas constituye la esencia de sus principios fundacionales, en muchos casos más que centenarios: en las cajas, el compromiso social, lejos de ser reflejo de una moda o presión externa, constituye un componente fundamental de su naturaleza, y por ello en estas entidades se reflejan con notable vigor todas y cada una de las diferentes dimensiones que, en su acepción más amplia, pueden considerarse constitutivas de la responsabilidad social corporativa.

Aunque la RSC no tiene todavía hoy unos límites bien definidos, es difícilmente cuestionable decir que en las cajas se manifiesta en, al menos, cuatro ámbitos bien distintos, pero fuertemente relacionados entre sí: el primero se refiere al conjunto de reglas y prácticas que permiten su «buen gobierno», teniendo en cuenta los objetivos y el bienestar de los distintos grupos interesados en la gestión de la entidad; el segundo, a la dimensión social y medioambiental de las relaciones internas y externas; el tercero, al enfoque social de la actividad financiera y, finalmente, el cuarto es su bien conocida obra social. Mientras que los dos primeros abarcan el contenido tradicional de la RSC para las empresas en general, los dos últimos, aunque no exclusivos, sí son característicos de las cajas por lo excepcional de su importancia en ellas, y frecuentemente son designados como el «dividendo social» de las cajas.

En esos cuatro ámbitos, las cajas de ahorros españolas han venido desarrollando desde su fundación, hace ya 170 años, una impresionante labor que si antes permitía calificarlas como precursoras hoy las constituye en líderes de la RSC. Comencemos analizando su desempeño desde la perspectiva del buen gobierno corporativo.

II. GOBIERNO CORPORATIVO

La estructura y la composición de los órganos de gobierno de las cajas de ahorros españolas constituyen, desde hace al menos un cuarto de siglo, un modelo precursor del enfoque *stakeholder*, puesto que la reforma de 1977 define una nueva configuración de los órganos de gobierno (la Asamblea General y el Consejo de Administración) con la participación de empleados, impositores, entidades fundadoras y las de carácter científico, cultural o benéfico de reconocido arraigo en su territorio, impidiendo además la mayoría absoluta de cualquier grupo. Se pretendía con ello llevar a los órganos de gobierno de las cajas todos los intereses genuinos radicados en sus respectivos ámbitos geográficos, como mejor garantía de la adecuada identificación y protección de tales intereses. Es decir, en las cajas de ahorros las partes interesadas no sólo son tenidas en cuenta en los procesos de gestión, sino que son precisamente los *stakeholders* quienes, mediante la designación de los miembros de los órganos rectores, llevan sus específicas inquietudes al marco en que se toman las decisiones y se articula la gestión de las entidades. Todo ello sin perjuicio de que, según recuerda la Ley 31/1985 de Órganos Rectores de las Cajas de Ahorro (LORCA), los componentes de tales órganos «ejercerán sus funciones en beneficio exclusivo de los intereses de la Caja a que pertenezcan y del cumplimiento de su función social».

El peso de cada grupo de interesados ha variado a lo largo del tiempo a impulso de dos importantes reformas regulatorias. Así, la LORCA redujo en 1985 el protagonismo de la sociedad civil en estas instituciones, ya que:

— La representación de las corporaciones municipales reduce la de las entidades científicas, culturales y benéficas del ámbito territorial de la entidad, modificándose para ello los grupos representados en los órganos de gobierno de las cajas.

— Se habilita a las comunidades autónomas para desarrollar normas sobre organización y funcionamiento de las cajas de ahorros. En la mayoría de los casos, las leyes autonómicas se autoconceden representaciones importantes en el gobierno de las cajas, reforzándose de ese modo el peso de la representación pública, que en varias cajas llegó a superar el 70 por 100 de los votos en los órganos de gobierno.

Probablemente, la incorporación de representantes de los poderes públicos era conveniente para la mejor cooperación y colaboración con un sector público que persigue objetivos de bienestar social en buena parte relacionados con los que cultivan las cajas. Además, la escasa articulación de la sociedad civil española dificultaba con frecuencia cubrir con excelencia la representación del amplio grupo de entidades culturales, científicas y benéficas. Por todo ello, el verdadero problema no residía en la habilitación de nuevas representaciones públicas, sino en la no limitación razonable de su tamaño.

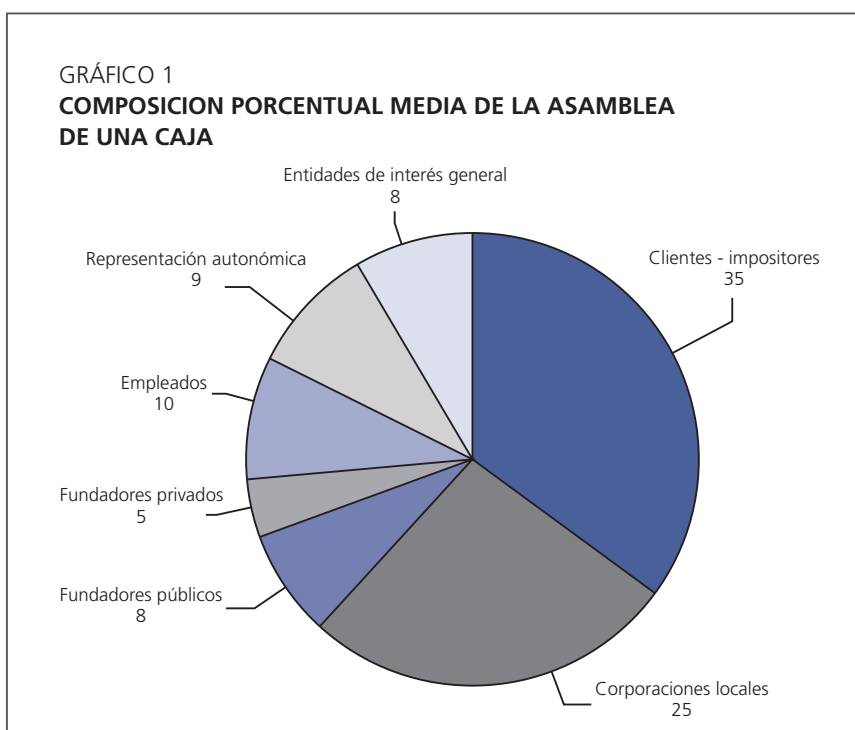
Tal y como ya se ha dicho, la representación conjunta del sector público llegó a alcanzar la mayoría absoluta en muchas cajas, en contra del principio de equilibrio característico de las normas de 1977, que impedía el control de la entidad por cualquier grupo de representación. En tales casos fue frecuente que los gobiernos autónomos trataran de influir sobre la política de las cajas, mar-

cando incluso su política de fusiones, y tratando de orientarlas, afortunadamente con escaso éxito, hacia funciones que las cajas de ahorros no están preparadas para asumir, como la de convertirse en bancos públicos regionales; ni tampoco pueden legítimamente dedicar a ello unos recursos que proceden de los depósitos libremente llevados a las cajas por sus impositores, a los que deben una retribución razonable y la justificación del buen uso que se hace de aquéllos.

Es preciso recordar que una situación de mayoría de representaciones de organismos públicos en los órganos de gobierno de las cajas, además de desnaturalizar su modelo de éxito, al cercenar su autonomía frente a la Administración, abriría inevitablemente la posibilidad de una posterior reacción «privatizadora» ante la naturaleza pública que la normativa comunitaria les atribuiría en tal caso.

Felizmente, la «Ley Financiera» de 2002 revierte este proceso de «publicación» encubierta, al establecer que las instituciones públicas no podrán designar más de un 50 por 100 de los miembros de los órganos de gobierno de las cajas de ahorros. Además, esta Ley también introduce la irrevocabilidad de los mandatos de quienes forman parte de los órganos de gobierno dentro del período para el que fueron nombrados, lo que proporcionará a los miembros de tales órganos mayor independencia frente a quienes les hayan nombrado. Finalmente, la Ley Financiera establece una limitación temporal de los mandatos, a los que se otorga una duración entre cuatro y seis años, con la posibilidad de una sola reelección.

Todo ello acota la influencia de los poderes públicos sobre las cajas, y permite la ampliación del pro-



tagonismo de la sociedad civil en sus comportamientos. Por otra parte, esa limitación contribuirá a mantenerlas alejadas de contingencias similares a las registradas en algunos países europeos, en los que la vinculación de las cajas de ahorros a los gobiernos locales y regionales ha supuesto menores estímulos para el desarrollo de su eficiencia. Es cierto que les ha permitido disfrutar de cierto grado de protección frente a las exigencias del libre mercado, pero eso les ha llevado a tener que afrontar problemas con las autoridades de la competencia, en el contexto del mercado único, obligándolas a incómodas operaciones de reposicionamiento y reestructuración.

Resumiendo la discusión anterior, podemos decir que, en virtud de esta peculiar configuración de los órganos de gobierno de las cajas de ahorros españolas, participan en ellos los grupos que de modo directo tienen interés en la entidad —impositores, entidades fundadoras y empleados— e in-

cluso representantes de la Administración pública, a través de las corporaciones locales y de las comunidades autónomas, así como de lo que pudiéramos denominar entidades de interés general también presentes en los órganos de gobierno.

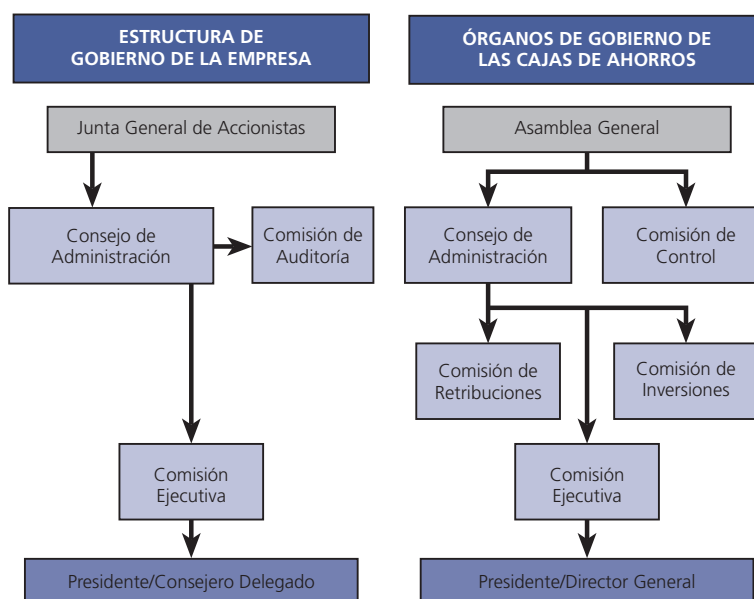
En la actualidad, de todos estos grupos, y en términos de composición media de la Asamblea de una caja de ahorros (gráfico 1), son los relacionados con la sociedad civil los que más peso tienen (58 por 100).

El hecho de que la participación de las diferentes partes interesadas se produzca mediante procedimientos de elección que son independientes entre sí propicia una relación de independencia entre los miembros de los órganos de gobierno, lo que dificulta la expropiación de unos grupos de interés por otros, con las repercusiones positivas obvias sobre la transparencia —otro de los pilares fundamentales del buen gobierno.

La existencia de una Comisión de Control, con presencia también de todos los grupos de interesados, contribuye a garantizar la protección efectiva de todos los intereses, vigilando y supervisando cada una de las decisiones del Consejo de Administración. Hace ya más de un cuarto de siglo que las cajas de ahorros españolas tienen estas comisiones de control, varias décadas antes de que a las sociedades mercantiles les obligasen en España a tener una Comisión de Auditoría. Aún hoy, tales comisiones de auditoría tienen unas facultades muy inferiores a las de las comisiones de control de las cajas, puesto que aquéllas no son independientes del Consejo de Administración, sino que son una mera emanación de éste. Por el contrario, las comisiones de control nacen directamente de la Asamblea, al igual que el Consejo de Administración. Por otra parte, las comisiones de auditoría, carecen de capacidad para supervisar y suspender, si fuera necesario, los acuerdos del Consejo, facultades que sí tienen las comisiones de control. La vigilancia de los organismos de supervisión pública, común para todas las entidades financieras, pero duplicada a través de las comunidades autónomas en el caso de las cajas de ahorros, complementa los elevados niveles de transparencia que se dan en el gobierno y gestión de las cajas (gráfico 2).

Casi otro tanto puede decirse de la gestión diaria de la entidad. Tanto los sistemas de auditoría interna y externa como las comisiones delegadas del Consejo para nombramientos y retribuciones, inversiones y auditoría componen una red de controles y contrapesos en la adopción de decisiones que hacen muy transparente todo el proceso para quienes puedan estar interesados en las mismas.

GRÁFICO 2
COMPARACIÓN ENTRE ESTRUCTURAS DE GOBIERNO DE LAS EMPRESAS Y LAS CAJAS DE AHORROS



Por otra parte, es del mayor interés señalar que si bien las cajas comparten un mismo modelo básico, difieren en cambio en algunos de sus detalles, y en esa variedad tienen una excelente fuente de sugerencias para su perfeccionamiento.

Así, son diferentes en las proporciones con las que los distintos grupos de interés participan en los órganos de gobierno. La variedad de la legislación autonómica incluso obliga a ello. Son distintas también en cuanto a los procedimientos de selección de los representantes de los distintos grupos, procedimientos cuya finalidad última es garantizar la independencia de quienes son elegidos, proteger los intereses que defienden y garantizar el equilibrio en los órganos de gobierno, tal y como el ordenamiento jurídico lo concibió en su momento. Y, sin duda, unas proporciones y sistemas se revelan

empíricamente mejores que otros, sugiriendo vías obvias de perfeccionamiento.

Independientemente de estas y otras posibilidades de mejora, principalmente las relacionadas con el peso de cada grupo de interés en los órganos rectores, parece evidente la excelencia del modelo de gobierno de las cajas de ahorros españolas, y quizá sea éste uno de los elementos que explique la casi total ausencia en su ya muy larga historia de escándalos de importancia entre sus administradores. Y, probablemente, este pluralismo de sus órganos de gobierno no es ajeno tampoco a la prudencia que históricamente han exhibido en la administración de sus recursos, prudencia bien corroborada por la excepcional evolución del Fondo de Garantía de Depósitos de las Cajas de Ahorros, que tan favorablemente se compara con el de las restantes instituciones financieras.

La conclusión de este primer análisis no puede ser otra que la de que las cajas de ahorros no sólo se caracterizan hoy por un avanzado modelo de buen gobierno, primer elemento integrante del conjunto de ámbitos en que se articula la responsabilidad social corporativa, sino que su práctica se inicia ya en una época en que tales normas y criterios eran casi desconocidos en España, constituyendo notables precursores de los mismos.

III. DIMENSIONES SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL EN LAS RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

El siguiente aspecto de la responsabilidad social corporativa, quizás el más típico en las sociedades mercantiles, se refiere a las relaciones internas, básicamente con los empleados, y las externas, con proveedores, clientes y el medio ambiente.

1. Una política laboral pionera

La integración de los empleados en los más altos órganos decisorios de la gestión de sus cajas, así como la especial atención con que se procura su más pleno desarrollo profesional y personal, junto con la notable sensibilidad con que se atienden sus necesidades, tanto a lo largo de su vida activa como llegada su jubilación, configuran una política laboral pionera en la atención a los principios de la responsabilidad social corporativa.

La cuidada atención a los intereses de este grupo, al promover en los empleados un fuerte «sentido de pertenencia», probablemente constituye una de las claves del éxito empresarial de las cajas de ahorros.

He aquí algunos rasgos que ilustran y refuerzan esta afirmación.

a) Integración en los órganos de gobierno

La normativa del sector reconoce a la representación de trabajadores una participación activa en los órganos de gobierno de sus cajas, siendo miembros de pleno derecho tanto de la Asamblea General como del Consejo de Administración y de la Comisión de Control.

b) Estabilidad del empleo

En las cajas de ahorros el peso relativo de la contratación indefinida (94,61 por 100) es muy superior al de cualquier otro tipo de contratación.

Las cajas de ahorros vienen constituyendo un ejemplo destacado en la creación de puestos de trabajo estables. En los últimos diez años han pasado de 83.758 empleados en 1994, a 113.408 a finales del 2004, con independencia del empleo adicional creado en otras empresas participadas o de propiedad de las cajas.

Asimismo, manifiestan su firme intención de mantener este objetivo social asumiendo, en su último convenio colectivo, el compromiso de crear otros 5.000 empleos brutos durante la vigencia de éste.

c) Igualdad de oportunidades

En la normativa laboral y general de las cajas existen numerosas disposiciones al objeto de garantizar la igualdad de oportunidades, incluyendo la no discriminación por razones de sexo, edad o disminución sobrevenida de capacidades físicas, psíquicas o sensoriales. También se evita la

discriminación por razones de estado civil, edad, raza, nacionalidad, condición social, ideas religiosas o políticas, afiliación o no a un sindicato, así como por razones de lengua, dentro del Estado español.

Un buen ejemplo de la eficacia de esta política de igualdad de oportunidades es que la brecha existente en la distribución por sexos dentro la plantilla se está reduciendo progresivamente, hasta pasar el número de mujeres en plantilla del 35 por 100 en 2001 al 38 por 100 en 2004.

d) Previsión social complementaria

La amplia regulación de esta figura en la normativa laboral de las cajas y en sus convenios colectivos, con largos años de experiencia en su satisfactoria aplicación, constituye sin duda un selecto ejemplo de las mejores prácticas empresariales de protección social.

Mediante un amplio sistema de previsión social, complementaria de la seguridad social, se establecen excelentes condiciones para la jubilación de los empleados, con revisión anual de la pensión establecida, así como para su protección en casos de invalidez o la de sus familiares en contingencias de viudedad y orfandad, complementándose con seguros de vida y accidente, en su caso.

En los casos de bajas por enfermedad, las cajas complementan las retribuciones de los empleados hasta el 100 por 100 del sueldo en las dos primeras contingencias anuales, y hasta un porcentaje significativo en los restantes casos.

La salud laboral se atiende especialmente mediante el derecho

a revisiones médicas periódicas y la creación específica de servicios de prevención, bien mancomunados o por caja.

e) *Desarrollo profesional*

Las oportunidades en este ámbito están permanentemente a disposición de cada empleado, reconociéndose en convenio colectivo el derecho a pruebas de ascenso por capacitación con tutela sindical, así como mediante sistemas de promoción y carrera profesional pactados con la representación de los trabajadores y el establecimiento de dos únicos grupos profesionales para los trabajadores del sector, que favorecen la movilidad funcional y la adquisición de las competencias necesarias.

Las cajas cuidan muy especialmente la formación de sus empleados mediante un amplio abanico de medidas, entre las que cabe citar la creación en su día de la Escuela Superior de Cajas de Ahorros (ESCA), que en el año 2004 ha impartido enseñanza a 42.000 empleados. Merecen también cita expresa la dedicación de amplios presupuestos anuales para atender las necesidades de los trabajadores en cada caja, el derecho a permisos para concurrir a exámenes, el derecho a la adaptación del turno de trabajo para facilitar la formación, y la ayuda directa a empleados para la compra de material docente y pago de matrículas.

Adicionalmente, los hijos de cada empleado, desde los tres años hasta los veinticinco, perciben una ayuda anual para su formación, que se hace extensiva a los hijos de empleados jubilados y a los huérfanos de empleados fallecidos. Se atiende especialmente la educación especial de hijos minusválidos físicos o psíquicos.

f) *Otros beneficios sociales*

Las cajas favorecen la estabilidad personal y familiar del empleado mediante la concesión de préstamos para la adquisición de vivienda habitual en condiciones muy favorables, complementándolos con anticipos sociales para necesidades perentorias, gastos de matrimonio, etcétera.

La normativa se dirige también a favorecer la conciliación de la vida personal y laboral, mediante la preferencia a vacaciones escolares de hijos, las ayudas para guardería, los permisos especiales para situaciones de lactancia, etcétera.

Con este objetivo, resulta especialmente relevante el horario de trabajo, que, sin menoscabo de la atención a su clientela, permite disfrutar de un amplio fin de semana mediante sábados libres.

2. La relación con los clientes

En las entidades financieras, clientes y proveedores coinciden en buena medida, ya que los proveedores de su *input* fundamental, el dinero, tienen la obvia condición de clientes de sus servicios financieros.

En el mundo de las finanzas, como en cualquier otro sector y en cualquier país del mundo, puede germinar la tentación de abusar del cliente. En el sector financiero, además, se dan dos factores que facilitan subordinar la ética al beneficio con bajo riesgo de penalizaciones: la concentración de la oferta y las fuertes asimetrías de poder e información.

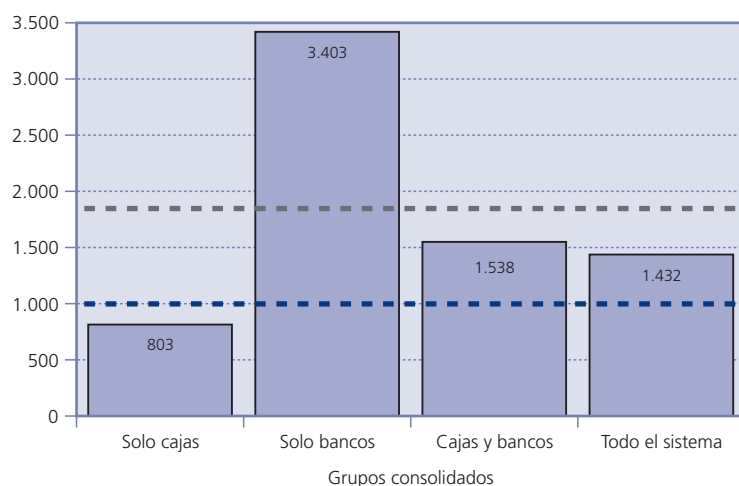
El sector bancario suele estar muy concentrado en casi todos los países, y eso facilita la colusión

y el ejercicio de un poder de monopolio sobre los clientes (especialmente respecto de las PYME y las economías domésticas).

En este marco, resulta obvia la importancia del papel de las cajas de ahorros españolas como garantes de la competencia. Uno de los indicadores más frecuentemente utilizados para evaluar las condiciones competitivas de los mercados es el índice de Herfindahl-Hirschman. Como referencia, el umbral marcado por la Reserva Federal como límite para autorizar una operación de fusión bancaria es 1.800 puntos. Es decir, cualquier valor del índice superior a 1.800 tendría efectos dañinos para la competencia. Con datos de 2004, el índice Herfindahl-Hirschman para el conjunto de las entidades de crédito españolas se sitúa en 1.432, muy próximo a los valores que podrían considerarse óptimos (gráfico 3). El análisis de la información disponible ofrece unos resultados claros: de no existir las cajas, el mercado español sería un oligopolio, alcanzando el índice valores superiores a los 3.000 puntos.

El segundo gran problema es la asimetría entre la información y el poder del banco o caja, por un lado, y del cliente, por otro. Esto es muy peligroso en países donde exista poder monopolístico en sus mercados bancarios. En un sistema tan competitivo como, gracias a las cajas, es el español, el riesgo es realmente bajo. Si además los representantes de los clientes se sientan en los órganos de gobierno, cabría suponer que defienden los intereses a los cuales están representando y, por lo tanto, las cajas de ahorros no abusarían de los clientes o, en todo caso, lo harían mucho menos que otras instituciones. La evidencia empírica corrobora este razonamiento a priori, al poner de manifiesto que el número de recla-

GRÁFICO 3
LAS CAJAS, GARANTES DE LA COMPETENCIA
 (Índice de Herfindahl-Hirschman, 2004)

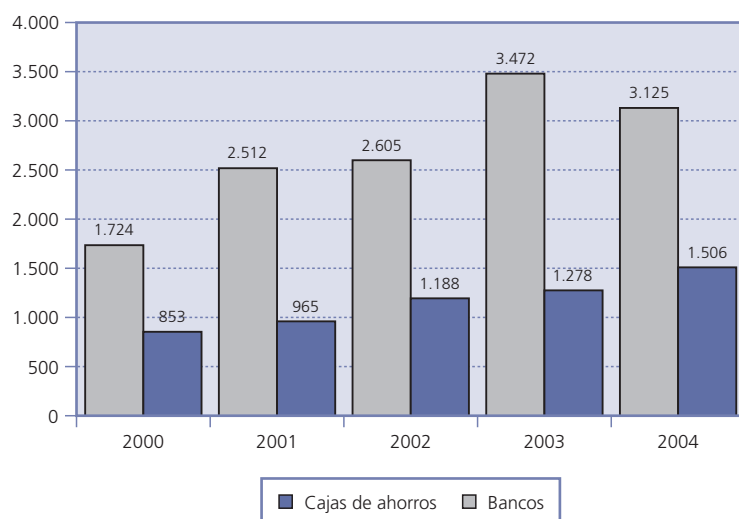


maciones elevadas por la clientela de las cajas al Banco de España es muy inferior al de reclamaciones respecto de los bancos, pese a que el negocio minorista de éstos es menos voluminoso que el de las cajas (gráfico 4).

3. Medio ambiente

En el capítulo de la RSC relativo a las «relaciones internas y externas», para muchas empresas —sector químico, minería, etc.— es muy importante la dimensión

GRÁFICO 4
RECLAMACIONES QUE SE ELEVAN AL BANCO DE ESPAÑA



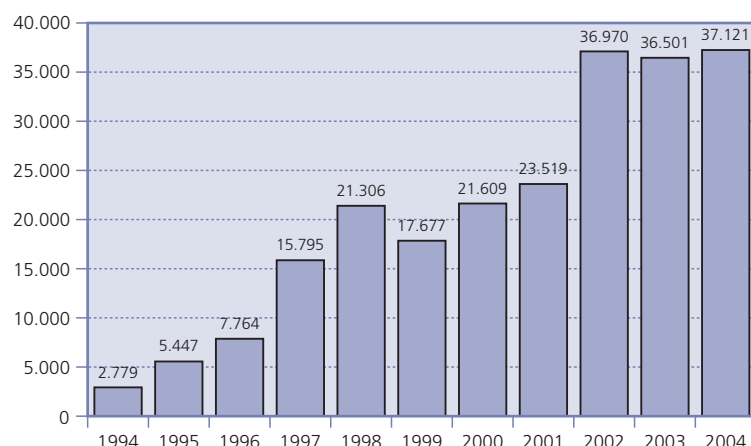
medioambiental. No lo es tanto en las entidades financieras, por razones obvias, aunque en el caso de las cajas los efectos son, sin embargo, ya muy importantes. No se trata solamente de que las cajas sean ejemplares en su respeto al medio ambiente en tanto que entidades financieras, sino, y muy principalmente, del fuerte crecimiento de recursos asignados a este fin en el marco de la obra social, que se han multiplicado por trece en tan sólo ocho años (gráfico 5).

IV. LOS EFECTOS SOCIALES DE LA ACTIVIDAD FINANCIERA

Pasamos ya al tercer gran pilar de la RSC, que, ya se ha dicho, es uno de los dos que integran el llamado «dividendo social» de las cajas de ahorros. La «visión amplia» de estas entidades, integradora de importantes objetivos de bienestar referidos a su entorno, hace que su misma actividad financiera reporte importantísimos efectos sociales. Merecen mención especial los de inclusión financiera, desarrollo regional y perfeccionamiento del propio sistema financiero. Con frecuencia se los cataloga como economías externas.

Esas aportaciones de las cajas de ahorros benefician día tras día a la sociedad española y, aunque no se contabilizan en ningún sitio, afluyen de modo continuo al acervo de bienes intangibles de que disfrutamos los españoles, incrementando apreciablemente nuestros niveles de bienestar individual. ¿Puede alguien dudar de la aportación al bienestar individual que supone mantener un alto nivel de competencia en los servicios financieros, evitando los perjuicios en precio y accesibilidad que se darían en un sistema dominado por las reglas de un duo-

GRÁFICO 5
INVERSIÓN DE LA OBRA SOCIAL EN MEDIO AMBIENTE



polio como el que podría darse de hecho en España de no existir las cajas? ¿Puede alguien dudar de la aportación al bienestar individual que representan los muchos impulsos de las cajas al desarrollo de su región? ¿Puede dudarse de los beneficios que los ciudadanos derivan de la existencia de una oficina de una caja de ahorros en un remoto lugar donde, atendiendo a su rentabilidad, a nadie se le ocurriría abrir tal oficina? ¿Y de los que muchos ciudadanos obtienen pudiendo acceder a servicios financieros que, como ocurre en otros países, les estarían vedados dadas sus escasas capacidades económicas? ¿Y de los beneficios que se han derivado para la economía española en su conjunto de la perseverante labor de las cajas impulsando el ahorro entre las familias y los individuos de más modesta economía?

1. Inclusión financiera

La exclusión financiera es una manifestación de la exclusión social que impide a determinados colectivos étnicos, sociales o territoriales participar en las operacio-

nes financieras de activo y pasivo que son normales para el resto de los ciudadanos.

El problema de la exclusión financiera se ha convertido en una de las principales manifestaciones de exclusión social en los países desarrollados, en tanto que la incapacidad de los individuos para acceder a los servicios financieros básicos puede generar importantes problemas socioeconómicos en las economías locales, con una sensible incidencia macroeconómica.

Las cajas de ahorros españolas constituyen un excelente modelo de lucha contra este tipo de exclusión.

En primer lugar, en el ámbito territorial o geográfico, es de señalar que las cajas tienen una mayor proporción de oficinas en poblaciones pequeñas que la banca. El 13 por 100 de los municipios tiene sólo una oficina de caja (lo que representa el 3,5 por 100 de la población española).

El papel de las cajas en la exclusión financiera, además, no responde únicamente a una configu-

ración geográfica, sino también a un mayor sesgo de su actividad hacia grupos poblacionales menos favorecidos o con menor renta. En efecto, se puede constatar que el nivel medio de depósitos y créditos es más bajo en las cajas que en la banca, lo que implica que atienden a segmentos poblacionales que, en promedio, presentan menores niveles de renta. No es extraño, por ello, que las cajas se hayan involucrado de forma muy activa en la oferta de servicios financieros debidamente adecuados al colectivo de inmigrantes extranjeros, de rápido crecimiento en nuestro país. Otro ejemplo de la anticipación de las cajas a problemas sociales asociados a la exclusión es la concesión de microcréditos, bien de forma independiente —donde algunas de las españolas han tenido un papel pionero—, bien como principales gestoras del programa de microcréditos del Instituto de Crédito Oficial. Este instrumento, que en principio pudiera parecer marginal, tiene el doble valor añadido de favorecer financieramente iniciativas empresariales para colectivos aislados y, de paso, ayudar a las áreas donde se insertan estos colectivos, evitando la propagación del fenómeno de la exclusión. De forma similar, un tercer ejemplo de lucha contra la exclusión se encuentra en las acciones de las cajas destinadas a favorecer la financiación a la vivienda (en propiedad o en alquiler) para los jóvenes y los mayores sin recursos, acciones que se unen a su ya tradicional destacada participación en la articulación de los distintos planes de vivienda nacionales y regionales.

Diversos informes y publicaciones internacionales han puesto de manifiesto que los problemas de exclusión financiera se han acentuado a medida que se ha reducido el porcentaje de entidades de depósito con «vocación social»

en algunos países. Así, en el Reino Unido, se «privatizaron» en los años ochenta las cajas de ahorros, y las *building societies*, a su vez organizadas de forma cooperativa, se desregularon y privatizaron. Desde entonces, el mercado se ha repartido entre sólo unos pocos grandes bancos, y hoy se constata que un cuarto de las solicitudes de apertura anuales de cuentas corrientes (alrededor de 2,7 millones) son rechazadas. Una comisión de análisis bajo la presidencia del antiguo presidente de la Bolsa en Londres, Cruickshank, ha recordado que cerca de un 10 por 100 de la población inglesa no tiene acceso a servicios financieros, y que la calidad de tales servicios ha empeorado considerablemente. A las pequeñas y medianas empresas les es muy difícil obtener un crédito, y la situación de las economías familiares más modestas es todavía mucho peor. Hoy ya se han planteado intervenciones públicas en el mercado bancario británico con el objeto de combatir la exclusión financiera.

2. Desarrollo regional

La existencia de un sistema de cajas de ahorros tan potente, eficaz y tecnológicamente avanzado como el español tiene numerosos aspectos muy positivos para el desarrollo regional.

El primero de ellos se deriva de la mayor proximidad de las cajas al cliente, que, al facilitar y perfeccionar la valoración del riesgo, mejora la eficiencia de la financiación productiva.

En segundo lugar, la identificación de las cajas con su territorio, junto con su naturaleza fundacional, les mueve y facilita la apuesta por inversiones de largo período de maduración, sin las cuales ninguna economía puede

realizar tranquilamente el tránsito a un mayor nivel tecnológico.

Por otra parte, cabe recordar la influencia de la identificación territorial sobre la procedencia espacial de los *inputs* humano y material. A este respecto, las cajas demuestran un compromiso claro con el desarrollo y dinamización de las zonas que constituyen su ámbito de actuación, como demuestra que el 49 por 100 de sus compras se realizan a proveedores locales, dentro de su ámbito de actuación.

Finalmente, las cajas generan un tejido de relaciones con sus clientes que establece las bases de la confianza y el arraigo, dos ingredientes fundamentales para la generación de capital social, que influye en el fortalecimiento de la sociedad civil de los territorios donde se implantan, como elemento de cohesión para dar salida a los proyectos financieros de los distintos agentes y cooperar en la cobertura de necesidades sociales.

En este punto es obligado recordar que los efectos de la presencia de las cajas sobre el desarrollo regional no se agotan en los derivados de su actividad financiera, ya que, complementariamente, su obra social es una importantísima fuente de «capital social», humano (educación y formación a todos los niveles) y tecnológico (investigación). Hasta tal punto que en la mayoría de las comunidades autónomas la actividad de sus cajas constituye uno de los ejes explicativos de su desarrollo, puesto que todas las acciones que favorezcan la integración social y la capacitación de los individuos (educación, sanidad, programas de apoyo a la tercera edad, cultura, etc.), que potencien la actividad económica (investigación, avance tecnológico, etc.) y que contribuyan a preservar

el medio ambiente son factores clave del crecimiento.

3. Perfeccionamiento del sistema financiero

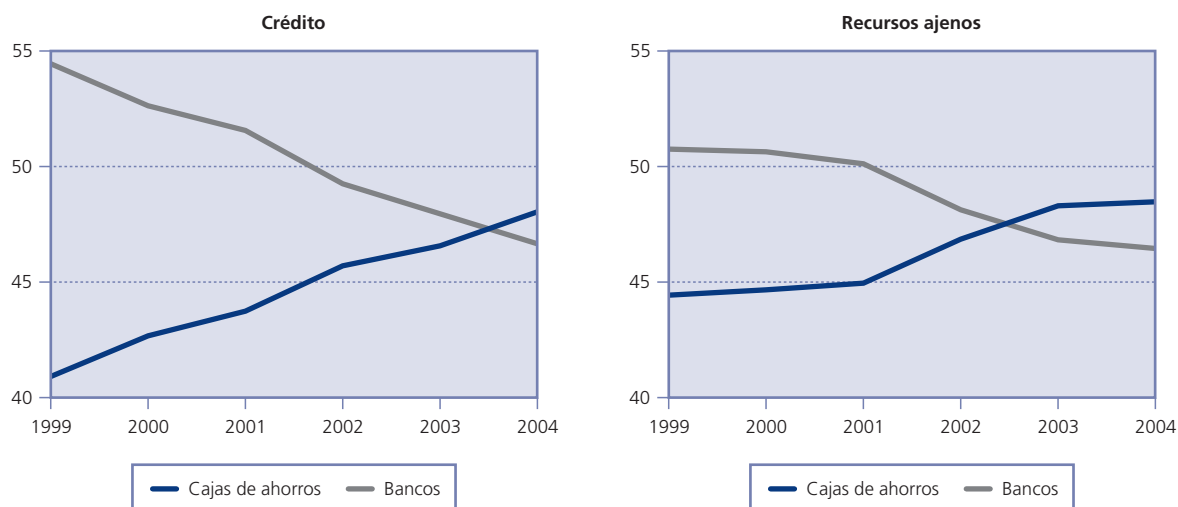
En este marco, resulta obvia la importancia del papel de las cajas como garantes de la competencia, tal y como ya fue recordado anteriormente recurriendo al índice de Herfindahl-Hirschman. Una imagen muy expresiva de la gran tensión competitiva introducida por las cajas en el sistema bancario español nos la da la evolución de las cuotas de mercado de bancos y cajas (gráfico 6).

Además del efecto de un alto nivel de competencia, existen otros derivados de la «biodiversidad» creada por la existencia de las cajas de ahorros, como entidades con función objetivo y órganos de gobierno diferentes. En este sentido, las cajas cuentan con una misión más amplia que otras entidades bancarias privadas, puesto que sus objetivos van más allá de la maximización del beneficio. Gracias a ello, las cajas dan respuesta a segmentos y sectores en forma más adecuada que otras entidades, y forman parte, por tanto, de ese esquema de biodiversidad necesario para mejorar la prestación de servicios del sistema bancario.

Por último, cuatro razones permiten afirmar que las cajas de ahorros realizan una importante contribución a la estabilidad del sistema bancario español.

La primera de ellas es que las cajas significan un incremento de la solvencia, ya que el coeficiente de solvencia de estas entidades es superior al de sus competidores, y el fondo de garantía de los depósitos de las cajas, aval último de la solvencia de un sistema, es también mayor que el de los bancos.

GRÁFICO 6
CUOTAS DE MERCADO



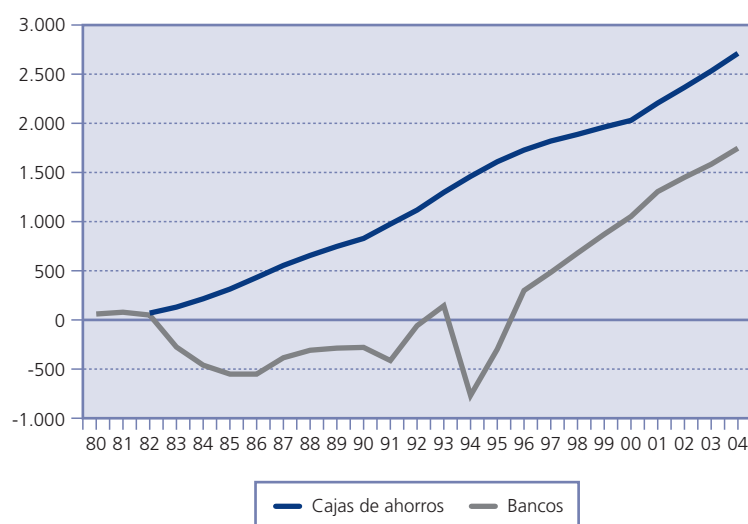
En segundo término, los comportamientos anticíclicos de las cajas también contribuyen a la estabilidad. Así ha resultado de la asimetría de conductas entre cajas y bancos en la última crisis bursátil, en la que las manos que vendían encontraron otras manos, las de las cajas, que compraban y, gracias a ello, tal crisis fue menos profunda y la conmoción social menos violenta. También podemos recordar comportamientos reductores del riesgo de *credit-crunch* en los momentos de cambio de ciclo, enraizados en la mejor valoración del riesgo asociada a la mayor proximidad de las cajas.

Para verificar la tercera razón, la resistencia de las cajas a las crisis, basta con consultar la prensa, tanto en una perspectiva reciente como histórica. Fácilmente se constata así que las cajas de ahorros rara vez han sido el centro de escándalos y crisis financieras. Todo lo contrario, han aportado tradicionalmente estabilidad al sistema financiero español, como se aprecia en la evolución de los balances del Fondo de Garantía de Depósitos.

La curva azul del gráfico 7, que es la que corresponde a las cajas, muestra que estas entidades han pasado por todas las crisis sin sufrir daño alguno, mientras que la

negra, representativa de sus rivales, refleja fortísimos impactos en los que no solamente se ha perdido dinero privado, sino también mucho dinero público.

GRÁFICO 7
EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO DE LOS FONDOS
DE GARANTÍA DE DEPÓSITOS
(Millones de euros)



Finalmente, el riesgo de países emergentes está prácticamente ausente en las cajas, dada su reducidísima actividad en relación con tales economías, a diferencia de sus competidores, profundamente comprometidos en Iberoamérica.

Al concluir este tercer epígrafe, resulta innegable la extraordinaria importancia de los efectos externos de la actividad financiera de las cajas. Cuando se observa con el suficiente horizonte temporal el papel que han venido desempeñando las cajas en la economía española de casi los dos últimos siglos —impulsando el ahorro entre las clases sociales de más reducidos recursos; evitando la exclusión respecto a los servicios financieros de las personas de economía más débil, y de las pequeñas poblaciones situadas en los más apartados lugares de nuestra extensa geografía; contribuyendo activamente al desarrollo y a la convergencia en bienestar de las distintas comunidades autónomas españolas, y coadyuvando activamente al mantenimiento de muy elevados niveles de competencia dentro de nuestro sistema financiero—, es fácil deducir que son éstas sus más valiosas aportaciones a nuestra realidad social, pese a que puedan quedar embebidas y sin mayor relieve en su actividad financiera habitual y que, por ello, apenas si se perciben ni por los ciudadanos ni quizá tampoco por las autoridades, ni siquiera por muchos expertos cuando contemplan la imponente realidad de nuestras cajas de ahorros.

Sin esas aportaciones, no puede explicarse adecuadamente el crecimiento espectacular de la economía española durante la segunda mitad del siglo XX, el envidiable funcionamiento de nuestro sistema financiero, la capacidad de financiarse y demandar bienes

de consumo duradero de la parte de la población española de economía más débil, ni tan siquiera la convergencia en renta y bienestar de las distintas comunidades autónomas que integran España. En mi opinión, algo muy importante han tenido que ver las cajas de ahorros en todo ello. Me parece que todas esas «economías externas» que aportan las cajas constituyen un dividendo social de primera magnitud.

No entender que el modelo de las cajas de ahorros se basa precisamente en la inseparabilidad de las dimensiones financiera y social es lo que ha llevado en algunos países a la desaparición de las cajas de ahorros como categoría de institución financiera.

En realidad, la demanda latente de que «los bancos puedan comprar cajas de ahorros» es más compleja de lo que las apariencias indican. Lo que de verdad se está pidiendo es que la dimensión social de las cajas se separe de la dimensión financiera, y que esta úl-

tima se convierta en una sociedad por acciones sujeta a compra-venta, igual que los bancos.

Bajo su aparente carácter inocuo, la demanda de «simetría» puede conducir a la simple y pura eliminación de las cajas de ahorros del sistema financiero español.

V. LA OBRA SOCIAL

Entramos ya en el último capítulo, dedicado a la más conspicua manifestación de lo que es la dimensión social de las Cajas de Ahorros, la segunda gran parte del «dividendo social», su obra social.

La obra social, en cuanto instrumento al servicio de la mejora del bienestar social, forma parte de la responsabilidad social corporativa como una forma peculiar de acercarse directamente a resolver o paliar problemas sociales.

Desde su nacimiento, las cajas españolas han tenido como objetivo hacer obras benéficas que, a

GRÁFICO 8
VOLUNTARIEDAD DE LA OBRA SOCIAL
(Porcentaje sobre beneficio neto en 2004)

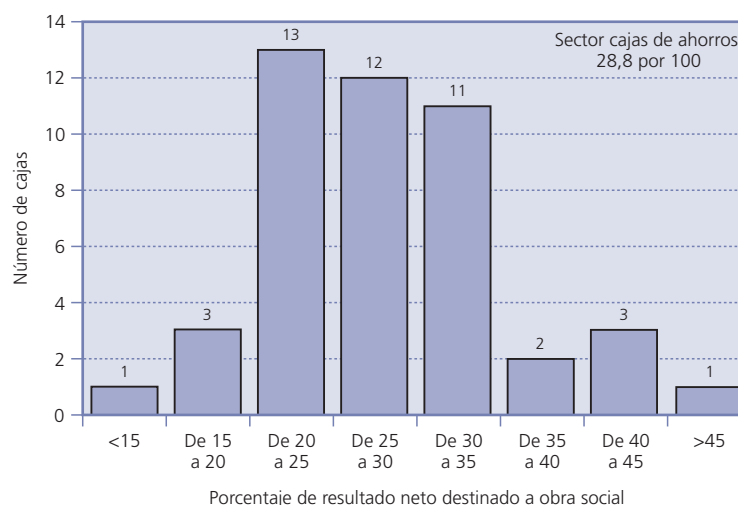
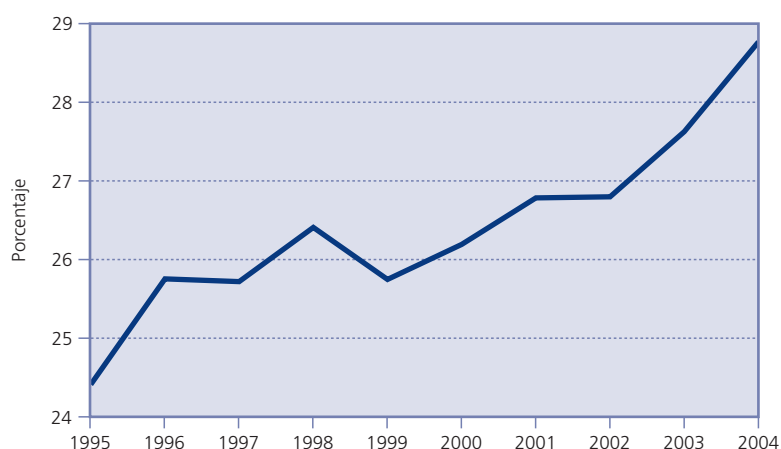


GRÁFICO 9
PORCENTAJE DE BENEFICIOS QUE EL SECTOR DE CAJAS
DESTINA A OBRA SOCIAL



medida que se extienden progresivamente más allá de los más necesitados para abordar problemas generales de la sociedad, transforman la beneficencia en obra social.

Es muy importante advertir el carácter voluntario de la obra social, ya que con frecuencia se afirma, incorrectamente, que es obligatoria para las cajas. Efectivamente, en cuanto a la distribución de su beneficio neto, las cajas solamente están obligadas a dedicar un mínimo del 50 por 100 a reforzar sus reservas, por lo que lo destinado a obra social sólo está acotado por el máximo (del 50 por 100) sin que exista obligación legal de aportación alguna.

Consecuencia de ello es la amplia variación entre entidades del porcentaje que de su beneficio neto dedican a la obra social (entre el 11,5 y el 46,5 por 100 en 2004), si bien en casi todas ellas tal porcentaje ha crecido sistemáticamente a lo largo de la última década (gráfico 8), impulsando al alza el porcentaje para el conjunto del sector, que en 2004 fue del 28,8 por 100 (gráfico 9).

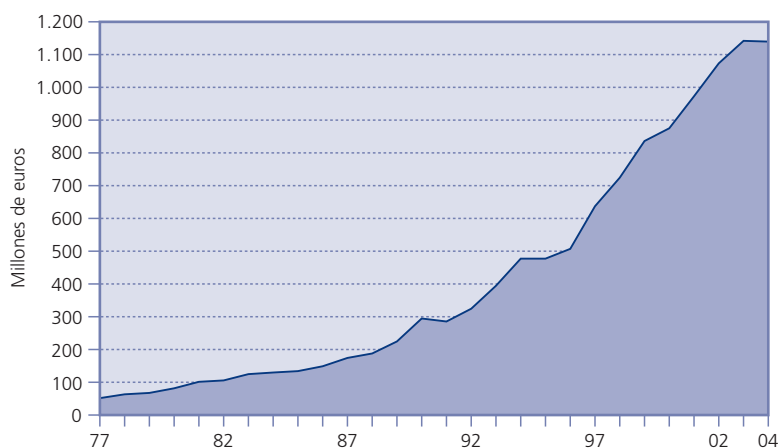
Si observamos que hace sólo veintisiete años la inversión anual de las cajas en obra social ascendía a 54 millones de euros, y que en la actualidad su cuantía se aproxima a los 1.200 millones de euros (gráfico 10), no es exagerado asegurar que el valor que aportan a la sociedad no ha sido igualado por nadie en nuestro país. Por supuesto, esta dedicación masiva de beneficios a obra

social es excepcional en el sistema financiero mundial.

Las diferencias no son solamente cuantitativas, sino también de naturaleza. Así, mientras que el patrocinio de las empresas se materializa generalmente en una simple aportación económica, la gestión de la obra social de las cajas es fundamentalmente proactiva, incluyendo el diseño, desarrollo y mantenimiento futuro de las actividades. De hecho, más que el ciertamente impresionante volumen de fondos aplicados a obra social, es la implicación de la propia entidad en su gestión lo que determina la identidad corporativa que caracteriza a las cajas de ahorros en la vida económica y social de España.

La evidencia empírica muestra que la obra social de las cajas de ahorros españolas realiza una función de complementariedad de la acción pública en materia social, por lo que en cada momento tratan de centrarse en aquellos campos de actuación menos cubiertos por la acción estatal o que, al menos, no lo están suficientemente. Tanto los cambios en las

GRÁFICO 10
RECURSOS DESTINADOS A LA OBRA SOCIAL

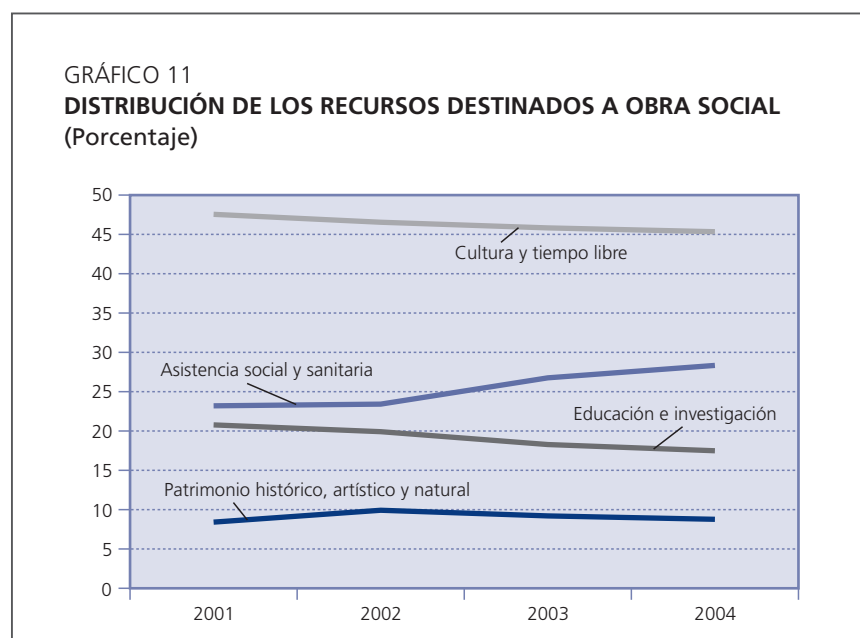


preferencias y necesidades sociales como la diferente cobertura estatal de éstas explica la evolución de contenidos de la obra social a lo largo de la historia. En nuestros días, el reto es especialmente difícil, al coincidir una rápida evolución de las necesidades y preferencias sociales con el debilitamiento del modelo de Estado del bienestar.

El problema surge de que el amplio y profundo compromiso de las cajas con los objetivos que orientan su obra social las lleva con frecuencia a realizar fuertes inversiones en los activos materiales correspondientes (edificios, instalaciones, etc.) y, a veces, a establecer relaciones laborales con numeroso personal, necesario para su gestión. Se trata habitualmente de recursos especializados cuya reconversión hacia nuevos objetivos es extremadamente difícil en el corto plazo. Ello confiere una fuerte inercia a la obra social y dificulta su ajuste al rápido cambio actual de las necesidades y preferencias sociales (emigración, tercera edad dependiente, investigación, marginación, drogodependencia, tercer mundo, etcétera).

La dificultad del ajuste ha llevado a las cajas a realizar una amplia actividad en diversos frentes, con el mismo propósito de perfeccionar la eficacia de su obra social:

— Así, hace ya seis años que el Consejo de Administración de la CECA ha constituido una Comisión para el Estudio de la Obra Social, al tiempo que se han institucionalizado unas Jornadas Anuales de Presidentes y Directores de Cajas monográficamente dedicadas al análisis y previsión de formas de actuación ante estas nuevas demandas de la sociedad, en la idea de contar con un



foro especializado, y al máximo nivel, como mejor instrumento para la difusión en todo el sector de las mejores innovaciones en acción social. La Comisión y las convenciones de jefes de Obra Social son otros importantes foros para la reflexión y el más amplio intercambio de experiencias.

— Se está desarrollando una ambiciosa reorientación de la fundación FUNCAS, de la Confederación Española de Cajas de Ahorros, ampliando su brillante y útil tarea investigadora hacia campos temáticos que entronquen directamente con los problemas sociales de los ciudadanos, que desbordan frecuentemente el marco económico prioritariamente cultivado por FUNCAS en el pasado, aspirando a convertirla en instrumento de orientación para las cajas en este ámbito al modo en que felizmente lo ha hecho tradicionalmente en el de naturaleza económico-financiera.

— Las cajas se están abriendo a múltiples frentes de interacción con la sociedad en estos aspectos, apelando a organizaciones, ex-

pertos e instituciones externas para la selección de contenidos, proyectos y beneficiarios de la obra social.

— En el sector se vienen realizando numerosos estudios y encuestas orientadas a obtener la información que mejor permita adecuar los recursos y perfil propios de su obra social a las cambiantes necesidades de su entorno.

Fruto de todos estos esfuerzos de las cajas es el fuerte movimiento de reestructuración de contenidos de su obra social (que, por ejemplo, viene mostrando un porcentaje de incremento de los recursos destinados a la asistencia social y sanitaria fuertemente superior al incremento medio de la obra social) y numerosas iniciativas novedosas, en las que se extiende a la propia actividad empresarial de cada caja algunos de los objetivos sociales (gráfico 11).

Naturalmente, el fin último perseguido no es conseguir un ajuste mecánico e idéntico de la obra social de cada caja a un hipotético patrón de preferencias socia-

les. Las grandes diferencias en tamaño introducen, también aquí, la necesidad de estrategias diferentes. Por otro lado, hay muchas formas de prestar servicios muy valiosos para la sociedad, y las cajas tienen vocaciones, tradiciones y conocimientos especializados muy dispares que permiten asegurar que la solución socialmente óptima se caracteriza por una amplia diversidad entre las obras sociales de las cajas. Finalmente, en algunos campos no sería lógico renunciar a que una caja pueda anticipar la conveniencia de específicas actuaciones de relevancia social, erigiéndose en pionera y adelantándose así, en lugar de seguir, a las necesidades y deseos explícitamente reconocidos por su entorno social, actuando como una fuerza «ilustrada» en la evolución de la sociedad.

No sólo en cuanto a contenidos, sino también en cuanto a los sistemas de dirección y gestión de la obra social, es observable una notable mejora en los últimos años. Son muchos los factores que están llevando al ánimo de los órganos de gobierno de las cajas la necesidad de avanzar en el nivel de elaboración de sus estrategias de obra social, integrándolas en la estrategia global de la caja. Se trata, en primer lugar, de los efectos de la obra social sobre algunos objetivos generales de las cajas y de la colaboración con los poderes públicos. La obra social es una de las principales dimensiones del servicio que prestan a la sociedad, complementando y reforzando, como ya he señalado, el que por otras vías realizan al servicio de los objetivos de inclusión financiera y desarrollo regional. Existen otras interrelaciones de la obra social con objetivos generales de las cajas de máxima relevancia, como la solvencia (por su influencia sobre el porcentaje del beneficio destinado a reservas

y la trascendencia en este ámbito de la inversión en obra social materializada en inmuebles), que aconsejan igualmente la plena integración de la obra social en el diseño de la estrategia global de la entidad.

También son muy interesantes las nuevas iniciativas dirigidas a la mejora de la eficiencia de la Obra Social (referidas a su organización, sistemas de dirección, recursos humanos y cultura organizativa), a la evaluación de los resultados conseguidos y a la comunicación pública de los mismos.

VI. CONCLUSIÓN

Aseguraba Víctor Hugo que «no existe en el mundo nada tan poderoso como una idea a la que ha llegado su tiempo», y ése es el caso del modelo de las cajas de ahorros españolas: eficacia empresarial y responsabilidad social avanzada.

Sin embargo, como toda satisfacción con el presente lleva en sí los gérmenes de la conformidad y la decadencia, es reconfortante comprobar que en el ámbito de la responsabilidad social, tal y como sucede también en el campo de la actividad financiera, las cajas de ahorros españolas conservan hoy el fulgor adolescente del entusiasmo y un acentuado sentido de misión.

Buena prueba de ello es que a la reflexión sobre la responsabilidad social corporativa consagraron el congreso en el que, en junio de 2005, por primera vez en los ya casi dos siglos de historia del sector, se reunieron conjuntamente los consejos de administración, las comisiones de control y las altas direcciones de todas las cajas de ahorros españolas.

Las cajas de ahorros son ya la primera fuerza financiera de España, país con uno de los mejores sistemas bancarios del mundo. También constituyen una de las más extraordinarias manifestaciones de la sociedad civil española, tanto por la importancia de su contribución al progreso y a la solidaridad como por lo dilatado de su experiencia. A lo largo de toda ella, con escenarios económicos, políticos y sociales extremadamente diversos, han sabido mantenerse fieles al mandato de sus fundadores, los ilustrados del primer tercio del siglo XIX, apostando por el bienestar, la justicia y la solidaridad. Orgullo por lo ya hecho y humildad por lo que queda por hacer son los dos ingredientes básicos de la motivación actual de las cajas de ahorros españolas.

NOTA

(*) Versión revisada y ampliada de la conferencia sobre «Cajas de ahorros: Precursoras en responsabilidad social corporativa», pronunciada en el *Foro Estratégico de las Cajas de Ahorros Españolas* celebrado en Madrid los días 9 y 10 de junio de 2005.

BIBLIOGRAFÍA

- ALDAMA, E. (2003), «Informe de la comisión especial para el fomento de la transparencia y seguridad en los mercados y en las sociedades cotizadas», Madrid, 8 de enero.
- ALLESSANDRINI, Pietro; PAPI, Luca, y ZAZARO, Albero (2003), «Banks, regions and development», *BNL Quarterly Review*, n.º 224.
- ALSINA, O. (coord.) (2001), *La banca ética. Molt més que diners*, Barcelona, Finançament Ètic i Solidari (FETS).
- ALTUNBAS, Y.; EVANS, L., y MOLYNEUX, P. H. (2001), «Bank ownership and efficiency», *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 33, n.º 4.
- ANDERSON, R., y FRASER, D. (2000), «Corporate control, bank risk taking and the health of the banking industry», *Journal of Banking and Finance*, agosto.
- Asociación de Cajas de Ahorros para Relaciones Laborales (2002), *Estatutos*.
- AZOFRA, V., y SANTAMARÍA M. (2002), «La influencia del gobierno corporativo sobre la eficiencia de las cajas de ahorro españolas», *VI Foro de Finanzas de Segovia*.

| | | |
|---|--|--|
| <p>BALADO, C. (2003), «El amplio papel de las cajas de ahorros. La eficiencia económica y el liderazgo social», <i>Economistas</i>, n.º 98.</p> <p>BERGER, A. N. (1998), «The effects of bank mergers and acquisitions on small business lending», <i>Journal of Financial Economics</i>, número 50.</p> <p>BOYCE, G. (2000), «Valuing customers and loyalty: The rhetoric of customer focus versus the reality of alienation and exclusion of (devalued) customers», <i>Critical Perspectives on Accounting</i>, n.º 11.</p> <p>CALS GÜELL, Joan (2005), <i>El éxito de las cajas de ahorros. Historia reciente, estrategia competitiva y gobierno</i>, Madrid.</p> <p>CAJAS DE AHORROS, <i>Convenio Colectivo</i> (años 2003-2006).</p> <p>CARBÓ VALVERDE, Santiago (1999), «La exclusión financiera en las sociedades occidentales», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, número 148/149.</p> <p>— (2003), «Los mercados bancarios regionales: una especie a proteger», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, n.º 173, marzo-abril.</p> <p>— (2004), «Diez hechos estilizados del sector bancario en España (1980-2004)», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 100 (I).</p> <p>— (2004), «Sistema financiero y crecimiento económico: panorama y evidencia para las regiones españolas», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 101.</p> <p>CARBÓ VALVERDE, Santiago; HUMPHREY, David, D., y RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, FRANCISCO (2003), «Deregulation, bank competition and regional growth», <i>Regional Studies</i>, vol. 37, número 3.</p> <p>CARBÓ, Santiago, y LIÑARES, José Manuel (2005), «Cajas de ahorros, tecnología e inclusión financiera», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, n.º 188, septiembre-octubre.</p> <p>CARBÓ, S., y LÓPEZ DEL PASO, R. (2000), «Las Cajas de ahorros: Algo más que instituciones financieras», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, n.º 158.</p> <p>— (2002), «La inclusión financiera: Un paso cualitativo más», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, n.º 170.</p> <p>— (2004), «La obra benéfico social: Exponente de eficiencia y responsabilidad social empresarial», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, n.º 182.</p> <p>CARBÓ VALVERDE, S., y RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, F. (1998), «Tendencias recientes en la obra social de las cajas de ahorros españolas», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 74-75.</p> <p>CASTELLÓ, E. (2003), «La obra social en la singladura de las cajas de ahorros del siglo XXI», <i>Economistas</i>, n.º 98.</p> | <p>— (2005), «Compromiso del equipo humano», en <i>El liderazgo social de las cajas de ahorros</i>, Funcas, Madrid.</p> <p>CECA (1999), «Papel de la obra social en las cajas de ahorro y autonomía en su gestión», Documento de la LXXIX Asamblea General Ordinaria, junio, reproducido en CECA (ed.), <i>Las cajas de ahorros y su obra social: Pasado, presente y futuro</i>, Madrid, 2005.</p> <p>— (2003), <i>Cajas de ahorros. Capitales para la sociedad. Veinticinco años de eficiencia y liderazgo social</i>, Madrid.</p> <p>— (2005), <i>Responsabilidad social corporativa de las cajas de ahorros</i>, dos volúmenes, Madrid.</p> <p>— (2005), «Situación del microcrédito en las cajas de ahorros españolas», División de Obra Social y Relaciones Institucionales, mimeo.</p> <p>— (2005), <i>Foro Cajas de ahorros, precursoras en responsabilidad social corporativa</i>, Edición en formato DVD (7 discos), Madrid.</p> <p>COMÍN, F. (2001), «Las cajas de ahorros en la España contemporánea (1835-2000)», en <i>Una aportación al desarrollo económico social, 1876-2001</i>, Zaragoza.</p> <p>COMPETITION COMMISSION (2002), <i>The supply of banking services by clearing banks to small and medium-sized enterprises. A report on the supply of banking services by clearing banks to small and medium-sized enterprises within the UK</i>, cuatro volúmenes.</p> <p>CRESPI CLADERA, Rafael, y GARCÍA CESTONA, Miguel A. (2004), «El gobierno de las entidades bancarias: Su evolución y el caso de las cajas de ahorros», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 101.</p> <p>CRUICKSHANK, D. (2000), «Competition in UK Banking: A report to the Chancellor of the Exchequer», Londres.</p> <p>CUERVO GARCÍA, Álvaro (2003), «El buen gobierno de sociedades y las cajas de ahorros», <i>Economistas</i>, n.º 98.</p> <p>FACES GARCÍA, Fernando (2004), «El gobierno corporativo en las cajas de ahorros españolas: Un modelo eficiente y precursor», <i>Boletín de Estudios Económicos</i>, vol. LIX, agosto, n.º 182.</p> <p>FAINÉ CASAS, Isidro (2005), «La evolución del sistema bancario español desde la perspectiva de los fondos de garantía de depósitos», <i>Estabilidad financiera</i>, n.º 8.</p> <p>FERNÁNDEZ GAYOSO, Julio, (1995), «Cajas de ahorros y economía real. Vinculaciones y dependencias», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 65.</p> <p>FUENTES QUINTANA (1995), «Las cajas de ahorros españolas y su obra social», Discurso pronunciado ante SSMM los Reyes de España en el acto de inauguración de las nuevas instalaciones de la CECA (junio), reproducido en CECA (ed.), <i>Las cajas de</i></p> | <p><i>ahorros y su obra social: Pasado, presente y futuro</i>, Madrid, 2005.</p> <p>GARCÍA CABELLO, M. (2000), «El microcrédito: Ambito de aplicación dentro de las sociedades occidentales», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, 154: 109-115.</p> <p>GARCÍA, T., y ROBLES, D. (2002), «Estructura de propiedad y risk taking bancario. Un análisis empírico de cajas de ahorros y bancos españoles», <i>X Foro de Finanzas de la Asociación Española de Finanzas de Sevilla</i>.</p> <p>GARDENER, Edward P. M.; MOLYNEUX, Philip, y CARBÓ VALVERDE, Santiago (2004), <i>Financial Exclusion in the US, UK and Italy: Lessons for the Spanish Market</i>, Bangor, UK.</p> <p>GUTIÉRREZ NIETO, B. (2003), «El microcrédito. Análisis del caso español», tesis doctoral, Madrid, UNED, mimeo.</p> <p>— (2005), «Iniciativas microfinancieras en España», en DE LA CUESTA, M., y GALINDO GARCÍA, A. (coords.), <i>Inversiones socialmente responsables</i>, Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca, 221-240.</p> <p>HERRERO, T., y CARBAJO A. (2003), «Las cajas de ahorros como una forma eficiente de empresa», <i>Economistas</i>, n.º 98.</p> <p>KEMPSON, E., y WHYLEY, C. (1999), <i>Kept out or opted out? Understanding and combating financial exclusion</i>, Bristol.</p> <p>LAGARES CALVO, M. J., y LAGARES GÓMEZ-ABASCAL (2003), «Libertad e intervención: una nueva perspectiva en la historia de las cajas de ahorros españolas», <i>Economistas</i>, n.º 98.</p> <p>MARTÍNEZ ESTÉVEZ, A. (2005), «El programa de microcrédito del ICO», <i>Perspectivas del Sistema Financiero</i>, 84.</p> <p>MARTÍNEZ SOTO, A.P. (2000), «Las cajas de ahorros españolas en el siglo XX: entre la beneficencia y la integración en el sistema financiero», <i>Revista de Historia Económica</i>, 18-3.</p> <p>MARTÍNEZ SOTO, A. P., y CUEVAS, J. (2001), <i>El papel de la cajas de ahorros españolas en la captación del pequeño ahorro desde una perspectiva regional, 1876-1936</i>, Zaragoza.</p> <p>MEDINA ARAGÓN, Jorge; BEDIA PÉREZ, Pedro; MARTÍNEZ LÓPEZ, Jose M.^a, y MORENO BAQUERO, Carmela (2005), <i>El papel de las cajas de ahorros en la promoción del tejido productivo y la cohesión social</i>, Fundación 1º de Mayo, Madrid.</p> <p>MELLE, M., y MAROTO, J. A. (1999), «Una aplicación del gobierno de empresas: Incidencia de las administraciones públicas en las decisiones asignativas de las cajas de ahorro españolas», <i>Revista Europea de Economía de la Empresa</i>, vol. 8, n.º 2.</p> <p>MÉNDEZ ÁLVAREZ-CEDRÓN, Jose M.^a (2004), «Gobierno corporativo de las cajas de ahorros», <i>Análisis financiero</i>, n.º 94.</p> <p>PAMPILLÓN, Fernando (1998), «La financiación de las cajas de ahorros a la economía es-</p> |
|---|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| <p>pañola en el período 1990-1997», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, 74-75.</p> <p>PEACHEY, Stephen, y ROE, Alan (2004), <i>Access to Finance</i>, Oxford.</p> <p>PÉREZ, Francisco (dir.); MONTESINOS, Vicente, SERRANO, Lorenzo, y FERNÁNDEZ DE GUEVARA, Juan (2005), <i>La medición del capital social. Una aproximación económica</i>, Fundación BBVA, Madrid.</p> <p>PÉREZ, Francisco (2003), «Presente y futuro de las cajas de ahorros en el sistema bancario español», en AFI (dir.), y VALERO, F. J. (coord.), <i>Presente y futuro de las cajas de ahorros</i>, Fundación Caixa Galicia.</p> <p>PRADAS MONTILLA, Ricardo (1985), «Participación del personal en las cajas de ahorros», en <i>Temas de cajas de ahorros</i>, CECA, Madrid.</p> | <p>PRICEWATERHOUSECOOPERS/AIS (2005), <i>Obra social de las cajas de ahorros. Valoración del impacto de la obra</i>, Madrid.</p> <p>QUINTÁS, Juan R. (2004), «La gestación del modelo español de cajas», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 100, vol. I, noviembre.</p> <p>— (2004), «Las cajas de ahorros españolas: Los retos del futuro», discurso pronunciado en la XC Asamblea General de la CECA (diciembre), reproducido en CECA (ed.), <i>Las cajas de ahorros y su obra social: Pasado, presente y futuro</i>, Madrid, 2005.</p> <p>RODRÍGUEZ, Julio (1995), «Cajas de ahorros y economía real», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 65.</p> | <p>SALAS, V. (2003), «El gobierno de las cajas de ahorros», en AFI (dir.) y Valero, F. J. (coord.), <i>Presente y futuro de las cajas de ahorros</i>, Fundación Caixa Galicia.</p> <p>TEDDE, P. (1991), «La naturaleza de las cajas de ahorros: sus raíces históricas», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 46.</p> <p>TITOS, M. (1991), «La respuesta histórica de las cajas de ahorros a las demandas de la sociedad española», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 46.</p> <p>VALERO, F. J. (2003), «La singularidad de las cajas de ahorros frente a Europa», <i>Economistas</i>, n.º 98.</p> <p>VALLE, V. (2004), «El “dividendo social” de las cajas de ahorros españolas», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, n.º 100, vol. I.</p> |
|--|--|---|

Resumen

La responsabilidad social corporativa (RSC) en las cajas de ahorros abarca cuatro ámbitos fundamentales: la vertiente social de la actividad financiera; la dimensión interna y externa en las relaciones con la sociedad; el gobierno corporativo y la obra social. Concebida ésta como un compromiso libremente adoptado entre la entidad y los ciudadanos para contribuir al progreso de la sociedad, desencadena un proceso de colaboración para alcanzar mayores cotas de bienestar en la cultura, el medio ambiente, la educación, la investigación, la protección del patrimonio, la asistencia social y la sanidad, entre otros. Así, las cajas se han preocupado históricamente tanto por los grupos afectados por su actividad como por los intereses de toda la sociedad. En este artículo se analiza ese ejercicio de responsabilidad social de las cajas y la relevante aportación que supone para reducir el problema de la exclusión en España para generar capital social.

Palabras clave: cajas de ahorros, obra social, capital social, creación de riqueza, creación de empleo, exclusión social y financiera, movimientos migratorios, cooperación, solidaridad, cohesión social, promoción del desarrollo.

Abstract

In savings banks corporate social responsibility (CSR) encompasses four main areas: the social aspect of financial activity; the internal and external dimension in relations with society; corporate government and social works. Being conceived as a commitment freely entered into between the institution and the public in order to contribute to the progress of society, the latter triggers a process of cooperation so as to achieve higher levels of welfare in such areas as culture, the environment, education, research, protection of our heritage, social care and health. Thus, the savings banks have historically shown concern both for the groups affected by their activity and for the interests of the whole of society. In this article we examine this exercise of social responsibility of the savings banks and the significant contribution that makes towards alleviating the problem of exclusion in Spain, and generating social capital.

Key words: savings banks, social work, social capital, creation of wealth, job creation, social and financial exclusion, migratory movements, cooperation, solidarity, social cohesion, promotion of development.

JEL classification: G21, M14.

LA OBRA SOCIAL DE LAS CAJAS, UN PASO SIEMPRE POR DELANTE EN RSC

Carlos BALADO GARCÍA

Director Obra Social y Relaciones Institucionales de la CECA

I. LA OBRA SOCIAL COMO PARTE DE LA RSC

LA finalidad última de las cajas de ahorros es extender a toda la sociedad los beneficios de su actividad como empresa, ya sea en su vertiente estrictamente mercantil o en cuanto a la distribución de los resultados obtenidos de dicha actividad. Es un beneficio que alcanza a toda la población, independientemente del grado de vinculación con la entidad.

Este objetivo principal de las cajas de ahorros es el mismo que subyace en el concepto de responsabilidad social corporativa (RSC), puesto que, en último término, bajo esta idea se incluye una práctica empresarial encaminada a conseguir que la actividad económica sea equilibrada, sostenible y, por supuesto, beneficiosa para toda la sociedad. De hecho, al desarrollar su negocio, las cajas siempre tienen en cuenta el interés de toda clase de personas y grupos en aquellos ámbitos en donde actúan y, además, estos grupos están representados en sus órganos de gobierno. Con ello, sus intereses se encuentran atendidos de forma adecuada y equilibrada, precepto básico de la responsabilidad social corporativa.

Al rendir cuentas ante la sociedad del resultado obtenido, la vinculación con su entorno para lograr el bien común se hace aún más intensa. En primer lugar, por el elevado volumen de los recursos que, por medio de la obra social,

se destina a invertir en proyectos que mejoran la vida de todos los ciudadanos y, por otro lado, por su implicación permanente para encontrar soluciones a problemas sociales que afectan a la cohesión social.

Por esta razón, el valor adicional y singular aportado por las cajas cobra forma con la obra social. Concebida como un compromiso libremente adoptado entre la entidad y los ciudadanos con el fin de contribuir al progreso de la sociedad, desencadena un proceso de estrecha colaboración entre ambos para alcanzar mayores cotas de bienestar en la cultura, el medio ambiente, la educación, la investigación, la protección del patrimonio, la asistencia social y la sanidad, entre otros.

Estamos ante una relación permanente, un comportamiento solidario entre ambas partes, por cuanto que la obra social de las cajas de ahorros comparte los problemas de los ciudadanos con la vocación de resolverlos, y los ciudadanos encuentran en las cajas de ahorros un aliado en quien confiar.

No es el objeto de este artículo analizar las razones que en los últimos años han hecho resurgir esta visión de la empresa, existente ya, si bien con relevantes matices, desde la década de los años cincuenta, pero sí es importante tener en cuenta que esta idea resurge con mucha fuerza como consecuencia de la fuerte expan-

sión de las empresas transnacionales en mercados distintos a los que originaron su nacimiento.

Este tipo de empresas, tanto por la cultura de los gestores como por el entorno en que desarrollan su negocio, está movido, en la gran mayoría de los casos, por la idea weberiana de que el empresario, además de su beneficio personal, ha de aportar un beneficio a la comunidad, y que esto es necesario que sea conocido y apreciado, porque el éxito empresarial es éticamente aceptado y altamente valorado.

Son empresas que se mueven en mercados de fuerte competencia y en una sociedad de consumo en la que la persona es valorada, por encima de todo, por su capacidad de consumir bienes y servicios y, en ese terreno, su soberanía es indiscutible. De esta forma, la empresa ha de ser competitiva, es decir, tiene que obtener beneficios y, para conseguirlo, ha de ser viable, o bien producir aquello que sea aceptado por el mercado. Este requisito, en un contexto en el que el consumidor es el soberano absoluto, significa que la empresa ha de guiarse por principios éticos, en especial, por el precepto de que los clientes no pueden sentirse engañados.

Esto implica que, dado por supuesto que la empresa cumple con las leyes, ha de respetar los valores de la sociedad en la que actúa. Como consecuencia de esta exigencia, la empresa ha de ser excelente o, en otros términos, debe tener en cuenta que no es suficiente con generar capital físico que luego pueda ser reinvertido, sino que ha de atender a todos los grupos afectados por la actividad empresarial.

Las cajas de ahorros reúnen todos estos atributos, puesto que

en su actividad empresarial han conseguido ser muy competitivas, han sido claramente aceptadas por el mercado, como se pone de relieve en el liderazgo conseguido en todos los ámbitos del negocio financiero, y también han alcanzado ese nivel de excelencia requerido que consiste en que no basta con generar capital físico, sino que hay que preocuparse por todos los grupos afectados por la actividad de la entidad.

Aunque esos requerimientos, surgidos recientemente en el ámbito de las compañías multinacionales, han empezado a extenderse a todo tipo de empresas, en las cajas este compromiso se ha desarrollado desde hace más de trescientos años, superando todo tipo de situaciones económicas, políticas, sociales y regulatorias, de una manera permanente y de forma creciente.

La responsabilidad social corporativa en las cajas de ahorros se puede estructurar, pues, en cuatro ámbitos fundamentales: en primer lugar, la vertiente social de la actividad financiera; en segundo lugar, la dimensión interna y externa en las relaciones con la sociedad, los empleados, los clientes, los proveedores, las administraciones públicas y el medio ambiente; por otro lado, el gobierno corporativo y, como un capítulo muy relevante y muy singular, la obra social. De esta forma, por las metas alcanzadas bajo esta concepción y, sobre todo, por la actividad continuada de la obra social, es posible asegurar que las cajas de ahorros se encuentran siempre, respecto a otro tipo de empresas, un paso por delante de lo que habitualmente se conoce como una empresa socialmente responsable.

Esta evidencia la podemos encontrar en que, históricamente, las cajas no sólo se han preocu-

pado por los grupos a los que ha afectado su actividad, sino que, además de éstos, han atendido también a los intereses de toda la sociedad. La manera de demostrarlo ha sido mediante la inversión en toda clase de proyectos que permiten generar tejido social, y la vía de éxito más sobresaliente y perdurable es, sin duda, la obra social.

Por tanto, al analizar ese comportamiento socialmente responsable de empresas como las cajas de ahorros, estamos ante entidades que:

— Contribuyen a solucionar los desequilibrios sociales mediante acciones capaces de generar solidaridad, sin olvidar la capacidad de competir.

— Crean inclusión social y activan la lucha contra la pobreza, tanto al impulsar el desarrollo económico como al invertir en proyectos sociales de toda naturaleza.

— Como empresas eficientes, han desarrollado habilidades para gestionar la diversidad y defender los derechos sociales económicos y culturales de los ciudadanos, y con ello encarnan la idea de empresa ciudadana.

— Trabajan con la idea última de procurar el bienestar social y facilitar la creación de empleo para todos, y entienden la educación y la investigación como vehículos para lograr una sociedad más cohesionada.

— Crean y ayudan a crear proyectos que tienen como fin la conservación y protección del medio ambiente.

— Se ocupan de la restauración del patrimonio histórico más que ninguna otra institución en nuestro país.

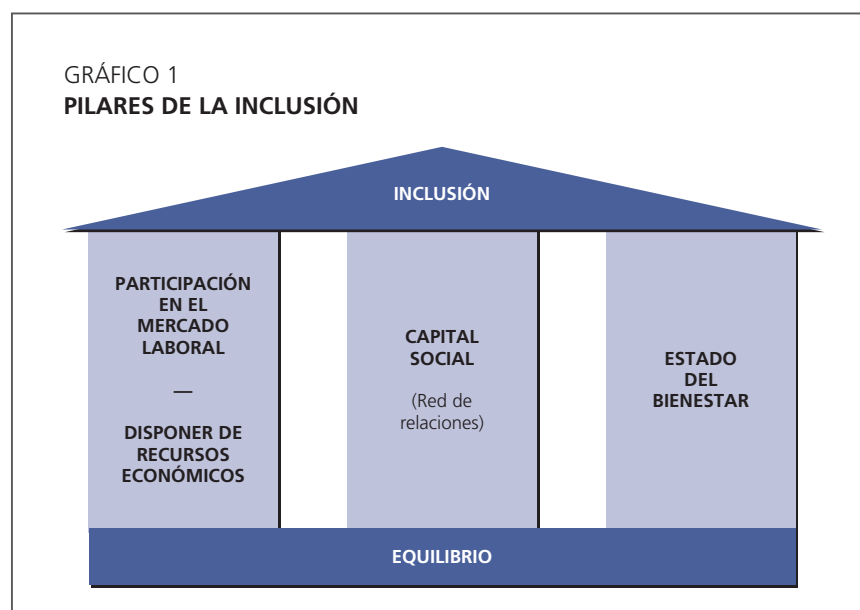
Por tanto, la actividad financiera y la obra social constituyen un binomio en el que ambos componentes principales son inseparables y, así, no se puede entender la forma en que abordan el negocio las cajas de ahorros si no es el por el fin que se persigue al realizarlo: obtener beneficios para poder autofinanciarse, crecer y atender al mayor número posible de personas, con el fin de evitar situaciones de exclusión. De la misma manera, no es posible que la obra social extienda su influencia a toda la sociedad o, expresado en otros términos, se pueda crear tejido social si, previamente, no se obtienen beneficios de la actividad empresarial.

II. LAS EMPRESAS EN UNA SOCIEDAD CAMBIANTE

Acordado, pues, que el papel principal de las cajas de ahorros es lograr una sociedad más cohesionada, más vertebrada, orientada a solucionar problemas de exclusión, debemos ahora centrarnos en ese ejercicio específico de la RSC que resulta de la obra social.

Para entender en toda su dimensión el significado de la labor de las cajas en este ámbito, es necesario conocer previamente qué problemas de las sociedades de hoy no pueden ser despreciados por las empresas socialmente responsables.

Es imprescindible analizar, en primer lugar, las cuestiones más inquietantes que amenazan a las sociedades de nuestros días, porque explican muchos de los fenómenos que vivimos en la actualidad y, al mismo tiempo, anticipan ciertos problemas futuros. A este respecto, es necesario constatar que la exclusión social se ha convertido en un reto, así como en una seria barrera hacia el progre-



so, para los países en vías de desarrollo y también para las economías más desarrolladas.

La exclusión surge como consecuencia de la pérdida continuada de vínculos personales y sociales, que hace que una persona o un grupo se encuentre con serias dificultades para acceder a las oportunidades y recursos de los que dispone la propia sociedad. Es, por tanto, un proceso y, en ese sentido, no tiene por qué derivarse del lugar de nacimiento, la edad o la posesión de recursos económicos. No es algo inevitable, ni tampoco es consustancial a las nuevas formas de desarrollo económico.

La exclusión depende de la fortaleza y del equilibrio que se logre en tres pilares fundamentales de la sociedad: el acceso al mercado laboral o la disponibilidad de los recursos, el capital social y el papel del Estado (gráfico 1).

El acceso al mercado laboral, o la disponibilidad de recursos económicos, es un pilar esencial para evitar la exclusión, si bien tener un empleo o recursos económi-

cos no garantiza estar cubierto contra la exclusión, porque, como se verá más adelante, conseguida esta situación, existe todavía una serie de obstáculos que una persona o grupo ha de superar hasta conseguir estar incluido en una sociedad. Por tanto, el empleo o un nivel básico de recursos económicos, es condición necesaria, pero no suficiente.

El segundo pilar, el capital social en términos sociológicos, está formado por esa red de relaciones e intereses comunes encaminados a la cooperación que se genera en el seno de una sociedad. Son esas vinculaciones extensas y ricas entre instituciones de la sociedad civil y los poderes públicos, pero sobre todo entre las personas, las que crean un entramado con el que es posible lograr una sociedad más sólida, estructurada y participativa. De esta forma, la generación de capital social se produce al existir una propensión de las personas a comprometerse con otras en la vida comunitaria y asociativa. Desde el punto de vista de la exclusión, cuanto más capital social posee una sociedad menos vulnerable resulta a este proceso.

El tercer pilar lo constituye el Estado, y su capacidad para equilibrar la distribución de recursos con la finalidad de evitar que determinados grupos sociales puedan quedarse al margen de los logros alcanzados por la mayor parte de los ciudadanos.

Teniendo en cuenta estos tres pilares, y bajo una perspectiva estructural, nos encontramos con que la exclusión es una suma de componentes sociales, es decir, cuáles son las redes de relación personales y familiares, así como sus condiciones de vida, materiales y psíquicas. También culturales, puesto que es básico conocer si la exclusión es un fenómeno aceptado o rechazado dentro de una sociedad. Hay componentes del ámbito económico que es necesario conocer; entre otros, quién controla los recursos o cómo se asignan. Por último, la exclusión no puede olvidar un enfoque político: qué posibilidades existen en una sociedad de participar en la toma de decisiones y cómo se accede en ella a los derechos de ciudadanía y a determinados servicios públicos.

A partir de estas consideraciones, y dependiendo del nivel general de desarrollo de una sociedad, podemos, por consiguiente, estar ante fenómenos de exclusión de bienes y servicios: no tener acceso a ciertos mercados de productos donde se ofrecen los bienes de consumo típicos de una determinada sociedad. También puede significar la exclusión del derecho a tener un sustento básico, o del mercado laboral, o de la tierra, que es un aspecto específico de la exclusión social de los países en desarrollo, o la exclusión de la seguridad, o incluso de los derechos humanos, lo que puede significar el acceso real al sistema legal y a derechos políticos (libertad de asociación, derecho a no ser

discriminado, así como a una amplia variedad de derechos sociales).

Por tanto, aun contando con empleo o recursos económicos, existen otras dificultades hasta conseguir estar incluido, entre las que se pueden destacar:

— La descalificación vinculada a las condiciones de la vivienda o a factores epidemiológicos, o por minusvalía, o vinculada a procesos migratorios.

— Dificultad de acceso a los servicios sanitarios, a la formación y a la instrucción, a los servicios sociales o de movilidad territorial.

— La discriminación étnico lingüística, de género, discriminación religiosa o política.

— La carencia del control del territorio o del funcionamiento del Estado.

— Precariedad familiar, hostilidad ambiental, abandono social, entre los principales.

Pero, ¿qué significado tiene hoy en día estar excluido o, en otras palabras, que se entiende por estar incluido? En términos de la sociedad de principios del siglo XXI, la exclusión significa, fundamentalmente, no pertenecer a la sociedad de consumo. La capacidad de una persona para comprar bienes y servicios marca hoy, principalmente, la frontera entre estar integrado y excluido.

La sociedad de consumo ha experimentado una fuerte expansión durante la década de los años noventa, tras la caída del muro de Berlín, y en ese período el comercio mundial pasó de los cuatro billones de dólares a un total de seis billones de dólares que representa en estos momentos, es decir, más de cien veces el PIB español.

Esta extensión o globalización de la sociedad de consumo tiene como fin mejorar la calidad de vida para todos y causar el mínimo daño al entorno. Además, se ha planteado como el motor económico en las últimas décadas y ocupa el lugar que antes estaba asignado a las familias, la religión o la comunidad. Otorga a las personas un nuevo sentido de interdependencia, e incluso resulta hoy en día una referencia común para medir los logros personales. Con esa expansión desde principios de la década de los años noventa por todos los países del mundo, la sociedad de consumo se convierte en un modelo de vida generalizado, que determina las decisiones económicas, sociales y políticas, aunque con unos altos costes, por mucho que esa no fuera su intención inicial (gráfico 2).

Es también una realidad compleja, por cuanto que dentro de este tipo de sociedad se producen y conviven dos escenarios simultáneos y contradictorios. Por una parte, surgen enfrentamientos entre culturas, entre personas y entre tribus; y, por otra, existe una integración fruto de la información, el entretenimiento y el consenso para intentar solucionar problemas comunes.

Para formar parte de la sociedad de consumo una persona ha de tener unos ingresos superiores a 7.000 dólares anuales. Hoy en día, el 27 por 100 de la población mundial, 1.700 millones de personas, cuenta con esa capacidad de compra de veinte dólares al día, es decir, está incluido. El 53 por 100 de las personas que componen este grupo está en países industrializados, mientras que el 47 por 100 se encuentra en países en desarrollo, por lo que estar incluido en la sociedad de consumo no es potestad exclusiva de los países más desarrollados.

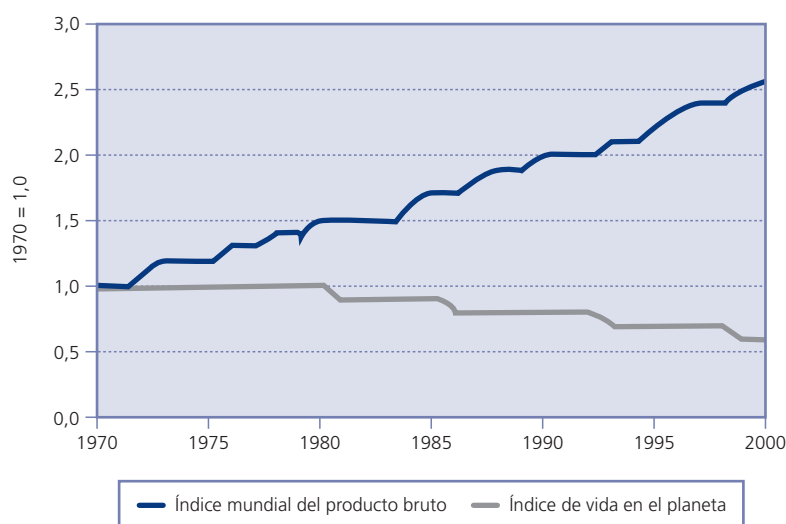
A pesar de que la sociedad de consumo es una de las principales características que tienen en común muchas de las sociedades actuales y que define su modelo de vida, pertenecer a ella no parece suficiente logro para satisfacer los fines personales (gráfico 3).

Frente a esta situación nos encontramos con que 1.600 millones de personas viven con menos de dos dólares al día, es decir, en la pobreza, y 1.200 millones de personas con menos de un dólar al día o, lo que es lo mismo, en situación de extrema pobreza. Ambos grupos representan un 44 por 100 de la población mundial. A partir de estos dos grupos, cerca de un 30 por 100 de la población mundial, en torno a 2.000 millones de personas, es vulnerable a procesos de exclusión, entendida esta idea de acuerdo a los conceptos desarrollados con anterioridad.

Si tenemos en cuenta que las estimaciones de la ONU cifran en 3.000 millones el número de personas que a mitad de siglo se integrarán en la sociedad de consumo, y que la población mundial será entonces de 9.100 millones de personas, es decir, 3.000 millones más que ahora, o mucho cambian las cosas o las proporciones podrían mantenerse igual.

¿Es muy probable ese cambio? Para conocer la respuesta ha de observarse cómo evolucionan los países más desfavorecidos para salvar sus problemas y, a la vista de los datos, en estos últimos años no parece que ese crecimiento de la sociedad de consumo haya servido para mejorar la calidad de vida en los países más desarrollados, ni tampoco para avanzar en los Objetivos del Milenio, las metas que la ONU ha establecido y que los países se han comprometido a lograr para conseguir equilibrar esos

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA
Y EL ESTADO DEL ECOSISTEMA (1970-2000)



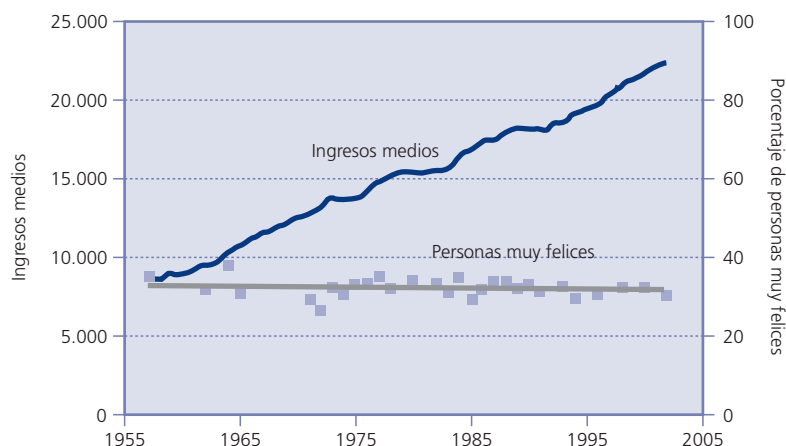
Fuente: State of the World - Maddison, IMF, WWF ind, UNEP, RP.

desajustes que se han expuesto anteriormente (cuadro n.º 1).

Como se puede ver en el gráfico 4, la mayoría de las regiones

alcanzará los Objetivos del Milenio (excepto América Latina y el Caribe, así como el África Subsahariana), que se centran en que para el año 2015 no exista po-

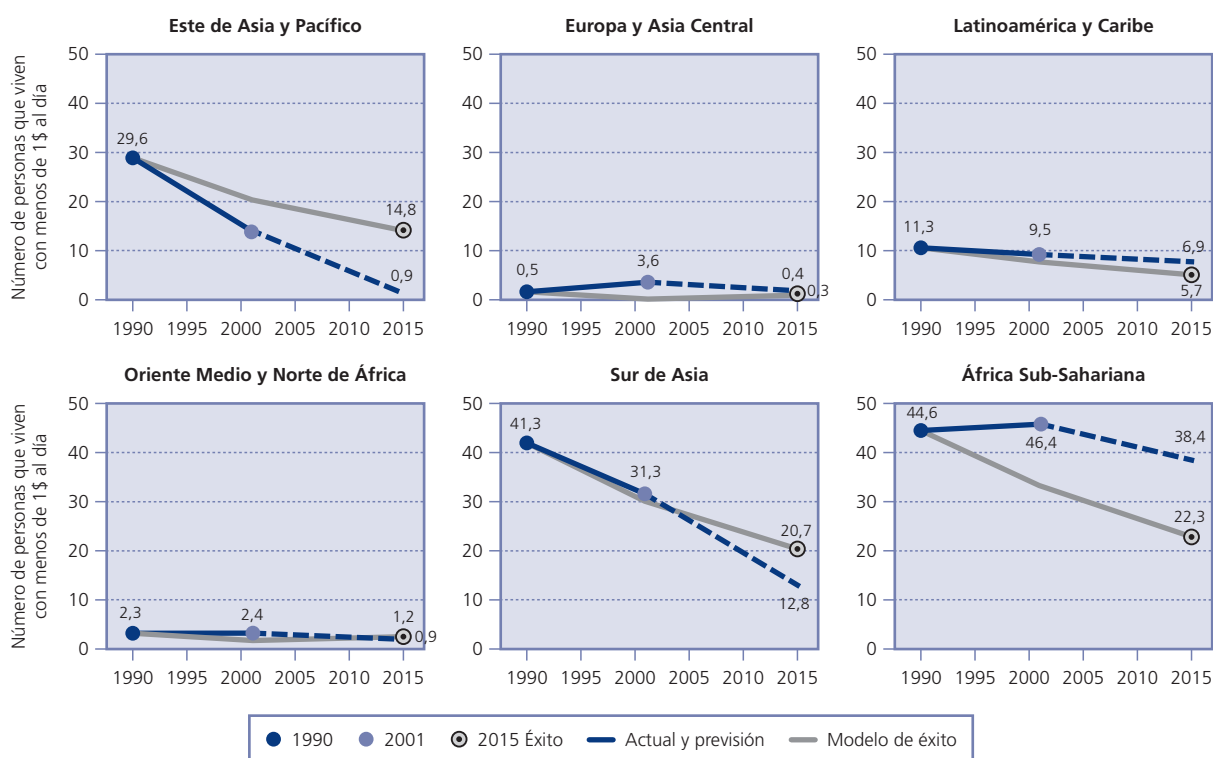
GRÁFICO 3
RELACIÓN ENTRE INGRESOS MEDIOS Y FELICIDAD DE EE.UU.
(1957-2002)



Fuente: State of the World - Myers.

GRÁFICO 4

LA MAYORÍA DE LAS REGIONES ALCANZARÁN LOS OBJETIVOS DEL ODM, EXCEPTO AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE Y EL ÁFRICA SUB-SAHARIANA, QUE ESTÁ COMPLETAMENTE ALEJADA



Fuente: Estimaciones previstas por el Banco Mundial.

breza extrema en el mundo, es decir, que para entonces nadie viva con menos de un dólar al día.

Si bien las causas de ese alejamiento son muy diferentes en am-

bas regiones, llama la atención que en el caso de América Latina y el Caribe el problema radica, sobre todo, en la desigual distribución de los ingresos. Por lo tanto, es posible interpretar el hecho de que estas

regiones no alcancen estos objetivos como un anuncio de un aumento de los procesos migratorios de esa parte del mundo hacia países que ofrezcan mejores expectativas de inclusión social (gráfico 5).

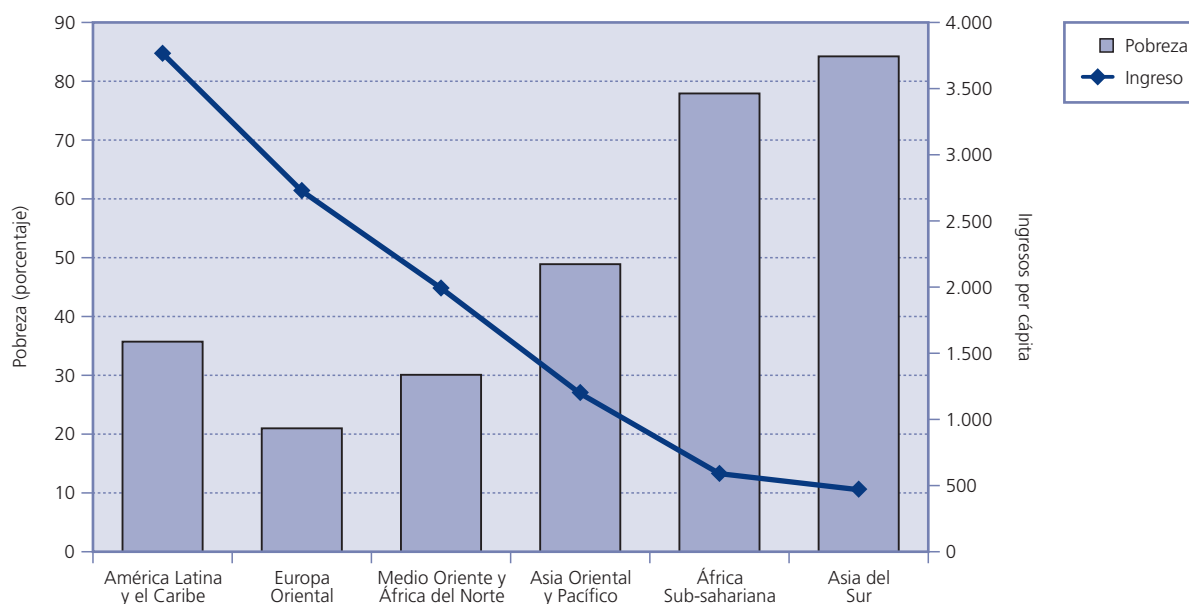
CUADRO N.º 1

BALANCE ACTUAL DE LA SITUACIÓN INTERNACIONAL: CÓMO ESTÁ EL MUNDO

| Región | Pobreza | Hambre | Educación primaria | Mortalidad infantil | Acceso a agua | Acceso a la sanidad |
|--------------------------------------|--------------------|------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| Estados Árabes..... | Logrado | En retroceso | En comienzo | Retrasado | N.a. | N.a. |
| Europa Central y del Este y CIS..... | En retroceso | N.a. | Logrado | Retrasado | Logrado | N.a. |
| Este de Asia y Pacífico | Logrado | En comienzo | Logrado | Retrasado | Retrasado | Retrasado |
| Latinoamérica y Caribe | Retrasado | En comienzo | Logrado | En comienzo | En comienzo | Retrasado |
| Sudasia | En comienzo | Retrasado | Retrasado | Retrasado | En comienzo | Retrasado |
| África subsahariana | En retroceso | En retroceso | Retrasado | Retrasado | Retrasado | En retroceso |
| Mundo | En comienzo | Retrasado | Retrasado | Retrasado | En comienzo | Retrasado |

GRÁFICO 5

POBREZA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE COMPARADA CON OTRAS REGIONES DEL MUNDO



Fuente: Estrategia de Reducción de la Pobreza y Promoción de la Equidad Social. Washington. DC: BID, 2003.

III. ¿QUÉ PROBLEMAS SOCIALES TIENE ESPAÑA? ¿QUÉ PUEDE HACER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?

En España, los aspectos sociales han cobrado una posición muy destacada entre las preocupaciones de la sociedad. En los últimos cinco años, los ciudadanos han comenzado a destacar como problemas sociales asuntos que antes no suscitaban tal grado de preocupación. El paro, la vivienda, la inmigración y los problemas económicos se han situado a la cabeza de las preocupaciones de los ciudadanos, y no es extraño que se perciba así si nos atenemos a algunos de los cambios más recientes que han tenido lugar en nuestro país.

Hay cuatro atributos característicos de la sociedad española de hoy muy relacionados con los

problemas anteriormente mencionados. En primer lugar, es una sociedad fragmentada; segundo, inmersa en un mundo donde predomina la información y el conocimiento; tercero, con un déficit de políticas públicas para afrontar fenómenos nuevos, y cuarto, con un reducido gasto social, de manera que la cobertura social de la Administración pública resulta insuficiente para evitar situaciones de pobreza económica.

Así, el hecho fundamental que demuestra esta sociedad fragmentada es el aumento de los movimientos migratorios, la diversidad étnica y cultural, y la necesidad de integración de esos nuevos ciudadanos que se incorporan a nuestro país y modo de vida. Si en 1991 la población extranjera en España representaba el 2,2 por 100 del total de la población española, hoy en día supera el 7 por 100 y es previsible

que en el año 2010 sea el 14,3 por 100 de la población española, es decir, habrá entonces algo más de seis millones de inmigrantes que residirán en España.

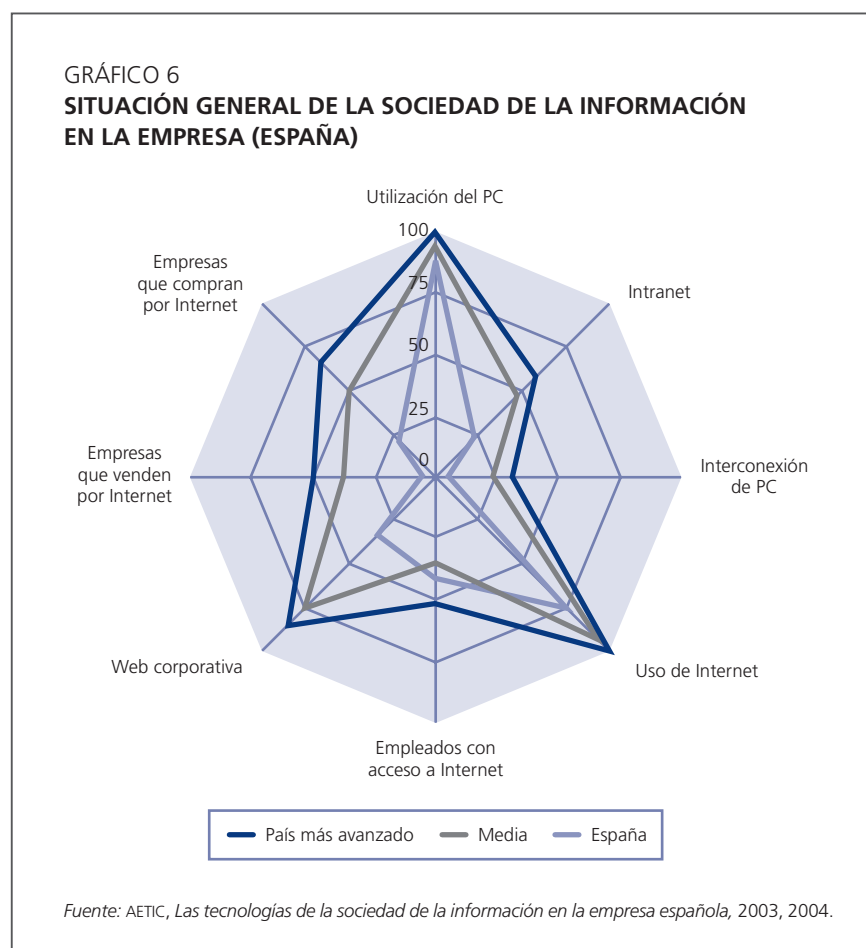
Al igual que el del resto de los países de la Unión Europea, el modelo de desarrollo español está basado en el predominio de la información y del conocimiento, lo que significa, en términos económicos, que de la producción de mercancías, rasgo de identidad de la era industrial, se ha pasado a la gestión de la información. Este cambio lleva aparejado que el valor del trabajador no reside tanto en lo que produce como en lo que es capaz de aportar a su empresa. Al mismo tiempo, en esta fase de la sociedad de la información se ha pasado de un modelo en el que predomina el empleo estable y asalariado a otro en el que es frecuente el empleo discontinuo y precario. De hecho,

la tasa de desempleo, con un 9,3 por 100, sigue por encima de la media de la Unión Europea y la tasa de temporalidad está en el 30,4 por 100, muy por encima de la media europea (un 13 por 100).

La participación, por tanto, en la sociedad de la información aún no ha reportado las ventajas que conlleva ni en términos de empleo ni de uso por parte de las empresas españolas. En nuestro país, el 76 por 100 de las empresas tiene acceso a Internet, si bien la media europea es del 94 por 100; y en aspectos como la compraventa por Internet, el disponer de una web corporativa o la interconexión de ordenadores, España está muy alejada de la media de los países de nuestro entorno. También se encuentra entre los países en los que la utilización de Internet por los menores de 18 años resulta más baja (gráfico 6).

Al mismo tiempo, en estas dos últimas décadas han tenido lugar fenómenos nuevos a los que las políticas públicas no han dado respuesta y, en este sentido, el caso más evidente ha sido el de la vivienda. El porcentaje de la renta que los hogares dedican al pago de una hipoteca a veinte años ha pasado del 22 por 100 en el año 1998 a más del 30 por 100 en la actualidad, y el esfuerzo mayor lo hacen, sobre todo, las generaciones jóvenes, entre 30 y 35 años. Aunque el número de viviendas terminadas ha pasado de las 300.000 de la década de finales de los años setenta a más de 500.000 en estos últimos años, las viviendas de protección oficial han descendido de las casi 200.000 terminadas en 1977 a cerca de 50.000 en el año 2001, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

Esta situación es particularmente difícil para los sectores más



jóvenes, puesto que el precio máximo tolerable de la vivienda para un hogar cuyos miembros están entre 18 y 24 años está en 100.000 euros anuales o en algo más de 120.000 en el caso de los hogares de personas entre 30 y 34 años. La consecuencia fundamental de esta situación es que la tasa de emancipación en España es de las más bajas de Europa, puesto que si en el año 1977 el 60 por 100 dejaba el domicilio de sus padres antes de cumplir los 30 años, hoy en día sólo lo hace un 35 por 100.

De igual forma, el gasto social en España no resulta suficiente para atender los cambios de nuestra sociedad. Después de Irlanda, país que, por otra parte, aparece como uno de los más avanzados

en la sociedad del conocimiento, España es el que menos gasto dedica a protección social como porcentaje del PIB: un 20, frente a un 27 por 100 de media de la UE. Además, las ayudas para personas con bajos ingresos sólo son significativas en España en el caso de los grupos en los que la edad supera los 50 años.

Ni las escuelas de infancia para niños hasta tres años, ni el acceso a la escuela pública para niños de edades comprendidas entre uno y tres años, ni los servicios domiciliarios a personas mayores de 65 años, ni las pensiones no contributivas o de viudedad alcanzan en nuestro país los niveles de los países de la UE y están lejos de los estándares internacionales.

1. El umbral de la exclusión social

El hecho cierto es que de la combinación de todas estas variables se sigue que en nuestro país no sólo existe exclusión, sino que todavía hay personas afectadas por la pobreza. Según los datos de UNICEF (gráfico 7), España ocupa la undécima posición en la clasificación mundial de pobreza infantil, con un 13,3 por 100 de

niños que vive en hogares cuyos ingresos están por debajo del 50 por 100 del promedio nacional.

Si tenemos en cuenta también que la Unión Europea ha establecido como criterio que vivir con menos del 60 por 100 de la renta media nacional supone hallarse en una situación de privación y dificultad para integrarse en el plano social, nos encontramos con que en España, cuya

renta media anual está en 13.729 euros, el umbral de exclusión social está situado en unos ingresos anuales por debajo de 8.232 euros. Como puede comprobarse, ésta es una cifra similar a la de los ingresos necesarios para formar parte de la sociedad de consumo.

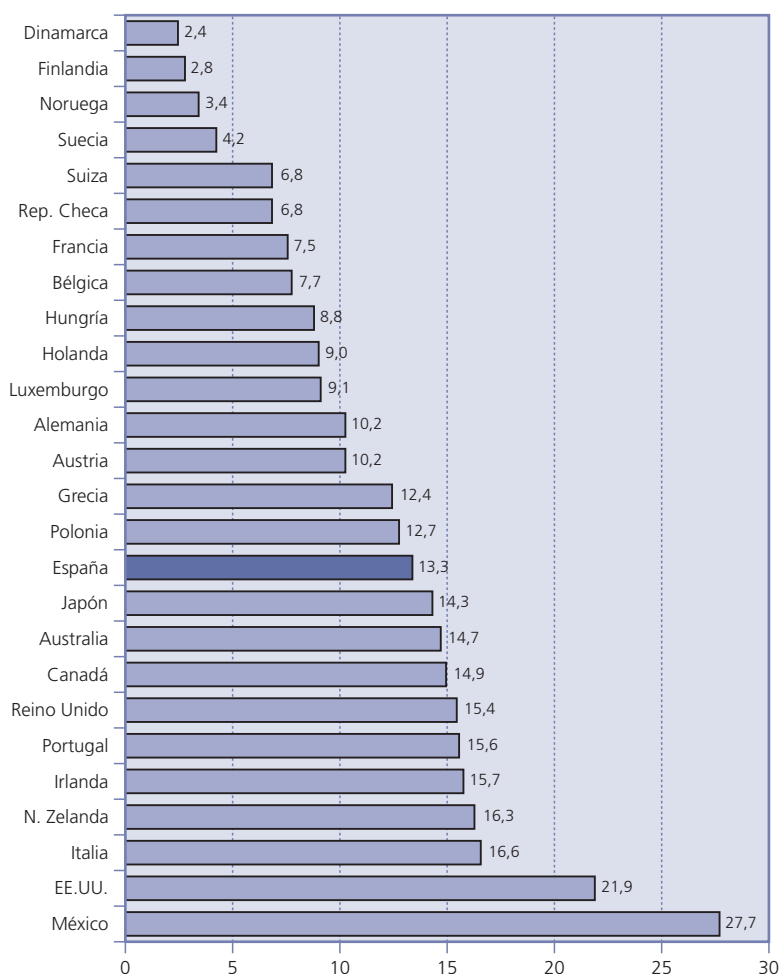
En España hay en la actualidad tres millones de hogares, de un total de catorce millones, cuyos ingresos están situados aproximadamente en ese umbral, lo que significa que cerca de nueve millones de personas son vulnerables al proceso de exclusión. De ese total, más de ocho millones de españoles viven con menos de 6.000 euros al año, es decir, en el umbral de la pobreza. Por consiguiente, cerca de un millón de personas se encuentran en situación de exclusión social, y ocho millones, en el umbral de la pobreza.

2. Autocontrol

Como veíamos, es el capital social, la red de relaciones, el factor principal que explica que la exclusión social tenga en nuestro país sus propios mecanismos de autocontrol. Para ser más precisos, dentro de la estructura social española existe un grupo, el formado por las mujeres, que canaliza ese grado de conflicto y realiza una labor atenuante de esas diferencias sociales. De hecho, son las personas que integran este grupo quienes dedican un 163 por 100 más de tiempo que los hombres a las tareas domésticas, un 87 por 100 más a la atención a los menores y un 102 por 100 más a la atención a los mayores.

Asimismo, si se analiza desde el punto de vista de los hogares, en el 71,9 por 100 de éstos es la madre la que cuida a los menores de

GRÁFICO 7
LA LIGA DE POBREZA INFANTIL (*)



(*) Las barras muestran el porcentaje de niños que viven en situación de pobreza «relativa», es decir, los ingresos del hogar están por debajo del 50 por 100 del promedio nacional.
Fuente: UNICEF, 2005.

tres años que no van a las guarderías. En el 72,5 por 100 de los hogares es también la madre quien atiende en situaciones de enfermedad. En un 76,5 por 100 de los hogares la madre es la que acude a las reuniones escolares, y en un 80 por 100 de los hogares es quien se ocupa de acompañar a los hijos al médico.

Por tanto, analizada esta cuestión en términos de vulnerabilidad a procesos de exclusión social y de los tres pilares básicos en los que se asienta la inclusión, en España el empleo aún no se encuentra en la situación que sería deseable en comparación con los países de su entorno, el gasto social no resulta suficiente para encauzar la situación, aunque el capital social es lo suficientemente abundante en la actualidad como para evitar que niños, jóvenes, mayores y mujeres se vean intensamente afectados por procesos de exclusión. No obstante, no debe perderse de vista que, en este aspecto, no existe una red lo suficientemente tupida para que, a medio plazo, y en especial cuando se logre la plena equiparación de hombres y mujeres, pueda soportar las necesidades y cambios que se están produciendo en todos los grupos sociales.

A partir de aquí, es posible concluir que en España el perfil más acusado de la exclusión aparece centrado en las mujeres cuyo trabajo en el ámbito doméstico no es reconocido y su falta de experiencia laboral limita sus posibilidades de encontrar un empleo, en los jóvenes con evolución muy frágil de inserción laboral, en los ancianos con problemas de soledad y pobreza, así como en los extranjeros no comunitarios que viven aislados y en claras condiciones de precariedad, tanto laboral como de derechos. Pero no se termina aquí.

Se producen también combinaciones múltiples de factores, como el desempleo, las dificultades económicas en el hogar y un nivel formativo muy bajo, que se entremezclan y aumentan la complejidad de este problema, y terminan por afectar a un elevado número de personas, como hemos visto.

En la medida en que la exclusión social afecta a una parte elevada de la población europea, al 18 por 100, desde el año 2000 en el Consejo Europeo de Niza se decidió poner en marcha los denominados Planes Nacionales de Acción, con el objetivo de dar un impulso definitivo a la lucha contra la exclusión social. Estos planes dedican recursos económicos para apoyar desde el acceso al empleo hasta la prevención de riesgos de exclusión o actuaciones a favor de grupos más vulnerables, y constituyen hoy en día uno de los principales instrumentos de lucha en la UE contra la exclusión.

Como resulta evidente, la exclusión social se ha convertido en uno de los principales problemas de nuestro mundo, y no hay región o país que no sufra, en menor o mayor grado, este problema. Parece, pues, prioritario encontrar medios para combatir este desequilibrio a partir de los tres pilares básicos que garantizan la inclusión.

Por ello, es de gran valor que las iniciativas que puedan servir para evitar la exclusión y fortalecer la estructura social sean reconocidas; en ese sentido, en nuestro país, las cajas de ahorros son un ejemplo de instituciones capaces de reducir las diferencias sociales y conseguir cohesión económica, geográfica y social.

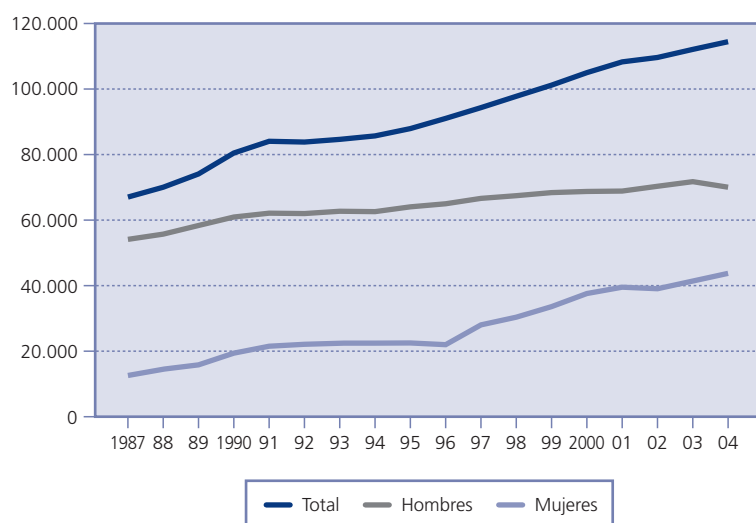
Buscar soluciones a la exclusión no puede ser una aventura personal, debe ser un proceso colectivo

en el que grupos de personas, de manera formal e informal, traten de conseguir un entorno de cohesión social. La sociedad española empieza a ser consciente de estas cuestiones, y una de las primeras demandas que se hace a las cajas de ahorros es que, sin descuidar otros ámbitos, aumenten sus acciones en actividades relacionadas con la asistencia social y bajo las que aparece casi siempre el fenómeno de la exclusión.

IV. LA APORTACIÓN DE LA OBRA SOCIAL DE LAS CAJAS A LA SOCIEDAD: RIQUEZA, EMPLEO Y EQUILIBRIO

Uno de los primeros aspectos que cabe destacar de las cajas de ahorros como empresas socialmente responsables es la creación de empleo, factor básico que permite dar el primer paso en la integración social. En los últimos diez años se han creado 28.811 puestos de trabajo, un 94,6 por 100 en la modalidad de contratación indefinida. Además, la mayor parte de las contrataciones nuevas realizadas en el último ejercicio, el 83 por 100, fueron mujeres (gráfico 8). Otro de los aspectos relevantes es la capacidad de las cajas de prestar servicios financieros a toda la población; de hecho, el 97 por 100 de la población española está directamente cubierta por la presencia de oficinas de las cajas de ahorros. En la medida en que toda la población cuenta, gracias a las cajas, con acceso al sistema financiero, se puede afirmar que en España no se produce exclusión financiera. Además, para alcanzar a grupos de inmigrantes que puedan tener dificultades de acceso al crédito, existen líneas de microcrédito, en las que el importe medio del préstamo concedido está situado en 9.000 euros, y también los mon-

GRÁFICO 8
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS
DE LAS CAJAS DE AHORROS



tes de piedad, cuyos importes medios concedidos están en la actualidad en 413 euros.

No obstante por medio de su obra social, las cajas de ahorros tienen un papel fundamental en la vertebración de la sociedad (cuadro n.º 2). La obra social forma parte constitutiva de la actividad de las cajas de ahorros desde su fundación, por lo que no se trata de una aportación nueva. Esa larga vida no hubiera sido posible si no hubiera ido evolucionando

a lo largo de todos esos años, tanto en sus modalidades de acción como en la cantidad de recursos destinados a ella.

1. Los grandes números

Las cajas de ahorros han invertido en obra social en el año 2004 un total de 1.163 millones de euros (según datos de la Memoria de Obra Social), que se han dedicado al mantenimiento de 4.247 centros, de los cuales, 1.963 son

centros propios. Asimismo, han realizado más de 120.275 actividades y han llegado a un número estimado de 123 millones de beneficiarios.

El gasto promedio por habitante en obra social ha sido en 2004 —y según datos del informe «Valoración del impacto de la Obra Social» realizado por Price Waterhouse Coopers y AIS para la CECA— de 26,94 euros. Las áreas de cultura y asistencia social representan respectivamente el 34 y 36 por 100 del presupuesto de la obra social, por lo que son las dos grandes áreas de referencia. A continuación se sitúan las áreas de educación e investigación (12 por 100 del presupuesto) y las restantes áreas sociales, con porcentajes menores (gráfico 9).

En treinta y una provincias, el mayor gasto social se ha realizado en el área de cultura, mientras que en quince provincias la prioridad ha sido el área de asistencia social.

En general, prevalece la gestión directa de las iniciativas de obra social (a través de medios propios), si bien, en algunas áreas sociales (asistencia social, patrimonio histórico-artístico e I+D) predomina la colaboración con terceros, lo que permite ganar capilaridad y experiencia.

CUADRO N.º 2

LAS CAJAS COMO VERTEBRADORAS DE LA SOCIEDAD CIVIL

Fondos de Cohesión ue recibidos por España:

1.500 millones de euros (*)

Total empresas españolas: patrocinio, mecenazgo, marketing social:

324,70 millones de euros

Importe concedido por la convocatoria 2004

del 0,52 por 100 del IRPF:

95,04 millones de euros

Total obra social invertido en 2004:

1.163 millones de euros

Obra social en colaboración 2004:

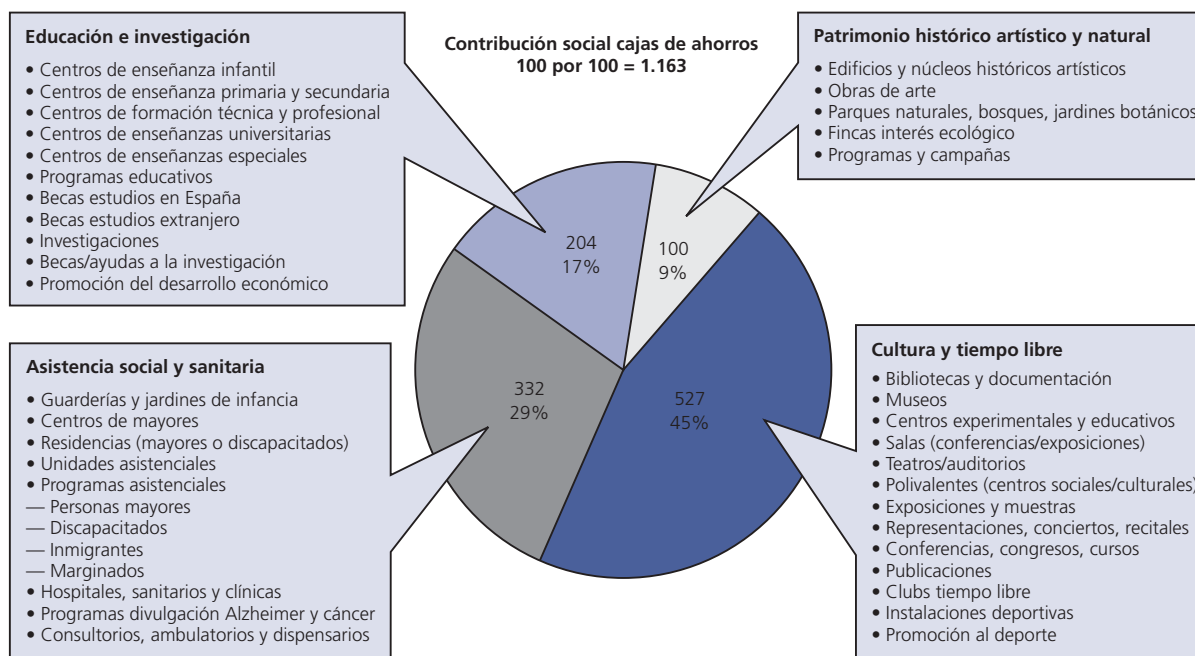
426,94 millones de euros

Obra social en colaboración asistencia social en 2004:

159,71 millones de euros

(*) Media anual programa 2000-2006.

GRÁFICO 9
RECURSOS DEDICADOS POR ÁREAS SOCIALES EN 2004
 (Millones de euros y porcentajes)



La obra social ha llegado a tal dimensión en nuestro país —un total de 1.163 millones en 2004— que para hacerla visible sólo es comparable al volumen de fondos que España recibe anualmente de la UE y que asciende a 1.500 millones de euros. Lo más importante, sin embargo, es lo que se consigue con ese volumen de recursos.

En primer lugar, evitar situaciones de exclusión social. En la medida en que las cajas de ahorros han conseguido, a lo largo del tiempo, generar capital social en nuestro país, es decir, tejer una densa red de relaciones para solucionar problemas sociales, los grupos más vulnerables tienen una vía de integración que facilita el equilibrio social. Sin ella, la otra alternativa sería una participación mucho más activa del Estado. Con la obra social, es la sociedad civil la que se articula por

sí misma para conseguir objetivos comunes, y esto hace posible que la confianza entre los ciudadanos aumente. Lo más destacado de la actividad de la obra social es la capacidad de implicarse y mover a las personas a resolver de forma cooperativa sus dificultades, y su labor para que toda la población pueda tener acceso a bienes y servicios que, de otra forma, quedarían reducidos a determinadas minorías.

Es de destacar, en este sentido, como puede comprobarse en el gráfico 10, que las cajas promueven acciones entre todos los colectivos recogidos en los planes nacionales de acción contra la exclusión, aun cuando no existe ninguno que llegue a esa cobertura. Incluso se abarca más de lo que realizan países como España, que están entre los que más grupos atienden con sus planes.

Otro de los hitos que se consiguen con la inversión de las cajas es crear riqueza y empleo. En contra de lo que a priori se podría suponer, los recursos de las cajas no se diluyen entre las numerosas necesidades de la población española. Cada euro invertido repercute favorablemente en la economía y el empleo. Así, según el estudio recientemente elaborado para la CECA por Price Waterhouse Coopers y AIS, la obra social consigue un alto impacto social y también económico, por cuanto que la inversión con fines sociales de las cajas aporta riqueza y empleo a nuestro país.

2. Impacto social: Cohesión

El perfil del gasto medio por municipio (entendido como proporción del gasto destinado a las

GRÁFICO 10
COLECTIVOS CONTEMPLADOS POR CADA PLAN NACIONAL DE ACCIÓN

| Colectivos contemplados | Países | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|---------|---------|-----------|--------|-------|-----------|---------|--------|---------|---------|--------|------------|----------|
| | Alemania | Austria | Bélgica | Dinamarca | España | Cajas | Finlandia | Francia | Grecia | Holanda | Irlanda | Italia | Luxemburgo | Portugal |
| Personas discapacitadas | | | | | | | | | | | | | | |
| Niños / infancia | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas inmigradas / asiladas | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas sin techo | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres | | | | | | | | | | | | | | |
| Jóvenes | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas drogodependientes | | | | | | | | | | | | | | |
| Familias | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas mayores | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas ex reclusas / con antecedentes | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas con problemas psíquicos | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas alcohólicas | | | | | | | | | | | | | | |
| Minorías étnicas | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas pobres | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas desempleadas | | | | | | | | | | | | | | |
| Prostitutas | | | | | | | | | | | | | | |
| Emigrantes retornados | | | | | | | | | | | | | | |
| Personas analfabetas | | | | | | | | | | | | | | |

diversas áreas de la obra social) varía según el tamaño. En los municipios pequeños, la prioridad ha sido asistencia social, mientras en los grandes, la prioridad ha sido cultura. La diferenciación de los perfiles es aún más acentuada si consideramos los municipios según su nivel económico. En los municipios de menor renta se ha destinado más de un 40 por 100 al área de asistencia social. Es de destacar el hecho de que en los municipios de todos los niveles económicos existen inversiones en I+D de la obra social.

Es relevante, en este sentido, resaltar la importancia del porcentaje total del presupuesto dedicado por la obra social de las cajas a I+D, teniendo en cuenta que

la media europea está situada en el 2 por 100 del PIB.

En las comunidades autónomas donde la ratio entre la obra social y los recursos por persona es más reducida, el porcentaje destinado a cultura y asistencia social es del 70 por 100. En cambio, en aquellas en las que se supera la media de gasto por persona, que se situó en el año 2004 en 27 euros, el porcentaje destinado a cultura y asistencia social es del 58 por 100, de modo que, una vez cubierto un mínimo de atención en las áreas de cultura y asistencia social, la inversión de la obra social se diversifica y se especializa más.

En términos absolutos, se dedican más recursos a algunas áreas

sociales en las ciudades de mayor población. Sin embargo, en términos relativos, el esfuerzo inversor se dirige a los entornos rurales y de menor población.

Dentro del gasto total que la obra social asigna a cultura, una proporción muy importante se dirige a museos y exposiciones (centros y actividades). De acuerdo con el tamaño de las provincias, son las más pequeñas las que mayor número de exposiciones por habitante han registrado, lo que indica una redistribución de estas actividades hacia las provincias de menor tamaño.

Las actividades o centros de las cajas de ahorros son, en muchos casos, la única o una de las úni-

cas opciones de exposiciones, conciertos, espectáculos con las que cuentan los municipios pequeños.

En los municipios de mayor tamaño se observa un alto grado de asistencia a los centros y una importante participación en las actividades. En estas ciudades, la obra social representa una alternativa gratuita o de coste muy bajo a salas de conciertos, teatro, danza y cine, que permite el acceso a la cultura de las personas con menos recursos.

El gasto por habitante en patrimonio histórico artístico ha sido más elevado en las provincias de menor tamaño. De esta forma, la obra social colabora en la rehabilitación de las zonas más despobladas y contribuye en ellas a la creación de empleo. Además, se han realizado actividades de patrimonio histórico artístico en todo tipo de municipios, de acuerdo con su tamaño. No obstante, el gasto medio por actividad fue mucho más alto en las grandes ciudades, lo que guarda relación con el tipo de patrimonio que se encuentra en las grandes ciudades y los mayores costes de su rehabilitación.

Los gastos en medio ambiente son más altos en las comunidades mediterráneas. A la inversa de los centros culturales, los centros de medio ambiente están ubicados en la periferia y no en las ciudades principales. En este mismo sentido, el gasto por habitante fue mayor tanto en las provincias como en los municipios de menor tamaño.

Dentro de las actividades de I+D que realiza la obra social, las que más peso tienen son las de promoción al desarrollo, propias del ámbito de la economía social. Estas actividades incluyen la creación de empleo y la formación

empresarial. Agrupando a las provincias según su tasa de paro, se observa que el mayor gasto por persona ha tenido lugar en las provincias en las que el índice de desempleo es más alto, por lo que, una vez más, se pone de manifiesto la capacidad de las cajas para dirigir su esfuerzo allí donde se necesita y donde resulta mayor el beneficio que se aporta a la sociedad.

Es de destacar, asimismo, que las cajas destinan un cuarto del presupuesto de la obra social a la atención de grupos sociales en riesgo de exclusión social, como son las personas mayores, las personas con discapacidades, jóvenes e inmigrantes. Divididos estos recursos entre la población de los principales grupos destinatarios, el mayor receptor es el formado por personas discapacitadas: 17 euros por persona discapacitada frente a 13 euros por persona mayor.

El gasto por persona mayor es más alto en los municipios que tienen entre un 15 y un 30 por 100 de población mayor, donde reside más del 60 por 100 de la población mayor española, por lo que el esfuerzo dirigido a un determinado colectivo coincide, una vez más, con los lugares donde más se necesita. Existen también centros y actividades de la obra social para personas discapacitadas repartidos por todo el territorio español.

La obra social destinada a inmigrantes supuso un total de 6,5 millones de euros en 2004. Además de las actuaciones en las grandes ciudades, donde el número total de inmigrantes es mayor, las cajas de ahorros han sabido detectar necesidades en municipios de menor tamaño, pero con un alto porcentaje de población inmigrante, en los cuales reside más del 19 por 100 de este colectivo.

Es muy destacado el logro en la cooperación internacional para el desarrollo, a la que la obra social dedica el 0,88 por 100 de su presupuesto, superando el 0,7 por 100 establecido en el Pacto de Solidaridad de Ayuda Oficial al Desarrollo. Sus actuaciones han podido clasificarse dentro de las siguientes categorías: desarrollo económico y social, paz y refugiados, educación, salud e infancia.

3. Cobertura

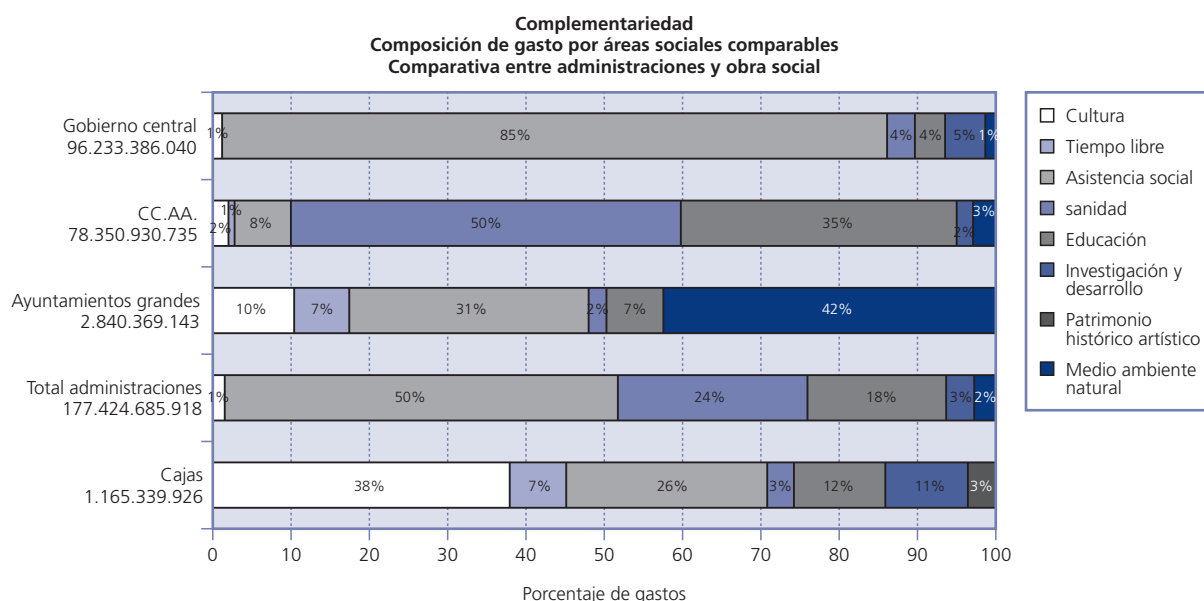
La obra social alcanza una cobertura del 53 por 100 de los municipios y del 96 por 100 de la población española. El 63 por 100 se produce en los municipios rurales, el 91 por 100 en los municipios semi urbanos y el 99 por 100 en los municipios urbanos; en otras palabras, la cobertura es total y completa en los municipios de más de 100.000 habitantes, y superior al 80 por 100 de la población en municipios de más de 1.000 habitantes.

4. Complementariedad

Al comparar los perfiles de gasto de las administraciones públicas y de las cajas, se observa un alto grado de complementariedad en sus actuaciones, dado que las cajas se desplazan de las áreas donde la cobertura pública es muy importante, e incluso obligatoria (como sanidad y educación en las comunidades autónomas), hacia el área de cultura y asistencia social (gráfico 11).

En este ámbito, la obra social suple las carencias de los servicios públicos o mejora su nivel de calidad y atención, especialmente en el caso de los grupos más vulnerables. El gasto por persona de las cajas en cultura y patrimonio

GRÁFICO 11
ALTA COBERTURA DE NECESIDADES



histórico en algunas comunidades supera el 50 por 100 de gasto por persona de las administraciones autonómicas. Es decir, el esfuerzo de las cajas en estas áreas es mayor en las regiones donde este gasto es menor.

A partir de estos resultados, es posible afirmar que la obra social extiende la cultura y contribuye a preservar el patrimonio histórico a lo largo de todo el territorio. Dado el nivel de estas aportaciones, se deduce que si no existieran la oferta cultural sería notablemente inferior.

Entre las administraciones públicas, el perfil de gasto que relativamente presenta mayor similitud con el de las cajas es el de los ayuntamientos. Esto se debe a la característica común de cercanía con su entorno e inversión de carácter esencialmente local que muestran tanto las cajas como los ayuntamientos.

5. Impacto económico

Las cajas de ahorros, por medio de su obra social, han creado 26.136 puestos de trabajo, han producido un impacto en el PIB de 955 millones de euros y un impacto en la producción total de 1.841 millones de euros. Esto permite asegurar que las actuaciones de la obra social, además del ya comentado impacto social, generan un importante impacto económico en términos de creación de riqueza y empleo. La diversificación de sus actuaciones en las distintas áreas sociales se traduce en una diversificación similar en la creación de puestos de trabajo en los 71 sectores económicos.

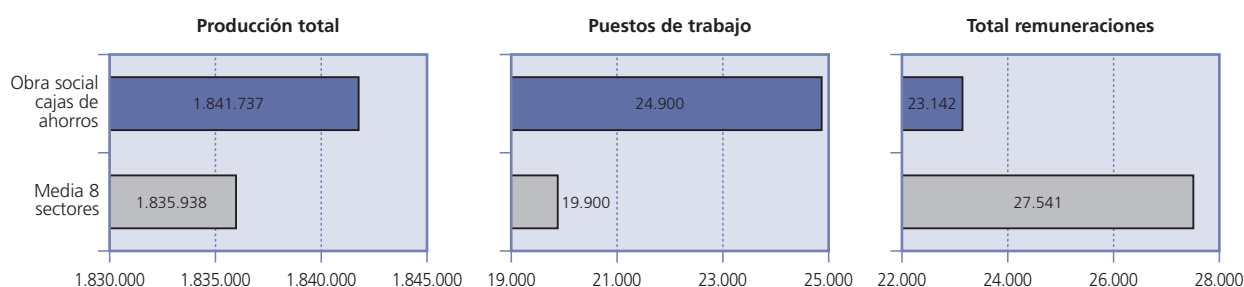
El impacto en el PIB y en la producción total demuestra que si se diera el caso de que los recursos destinados a la obra social hubiesen sido destinados a otros fines (no sociales), esto habría creado, en la mayoría de los casos, menor

riqueza y empleo en el país, ya que la obra social de las cajas de ahorros, comparada con otros sectores económicos, se sitúa por encima de la media española en cuanto al impacto en la riqueza y en la creación de empleo. Comparando la obra social con otros sectores relevantes, como, por ejemplo, la construcción o el sector de crédito y seguros, se observa que la obra social de las cajas de ahorros no sólo genera más empleo, sino que el empleo generado es de mayor calidad, ya que la remuneración media del empleo generado por la obra social es de 24.467 euros, frente a 21.846 euros de media de remuneraciones de los empleos generados en España (gráfico 12).

De las simulaciones realizadas en cada una de las áreas específicas de actuación, se desprende que si se realizaran inversiones similares en cada uno de los centros y actividades, los centros dedica-

GRÁFICO 12
SIMULACIONES DE CREACIÓN DE RIQUEZA Y EMPLEO EN ALGUNOS SECTORES
DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

| Concepto | Obra Social de las cajas de ahorros | Construcción | Artículos de papel e impresión | Maderas y muebles de madera | Energía eléctrica | Otros servicios destinados a la venta | Servicios prestados a empresas | Créditos y seguros | Investig. y enseñanza destinadas a la venta | Media 8 sectores |
|-------------------------|-------------------------------------|--------------|--------------------------------|-----------------------------|-------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------------|---|------------------|
| Producción total..... | 1.841.737 | 2.256.580 | 2.392.811 | 2.128.481 | 1.804.276 | 1.616.885 | 1.513.053 | 1.497.657 | 1.477.760 | 1.835.938 |
| Puesto de trabajo..... | 24.900 | 27.020 | 24.120 | 27.545 | 8.972 | 18.956 | 14.011 | 11.474 | 27.147 | 19.906 |
| Total remuneraciones... | 23.142 | 20.718 | 24.233 | 18.428 | 28.771 | 35.984 | 24.886 | 42.010 | 25.301 | 27.541 |



dos a exposiciones y de enseñanzas especiales serían los de mayor impacto en la producción total; los hospitales, sanatorios y clínicas son, en cambio, los de mayor impacto en la creación de empleo.

En cuanto a las actividades, las exposiciones, muestras de ciencia, de material escolar y de animación a personas representan las de mayor impacto tanto en creación de empleo como en producción total.

Los resultados de contribución al PIB obtenidos indican en qué grado la obra social de las cajas de ahorros ha contribuido a la creación de riqueza, es decir, qué impacto ha tenido en el PIB de España. Este impacto se puede clasificar en directo e inducido:

— El impacto directo es producto de los gastos realizados por las cajas de ahorros directamente sobre los sectores económicos.

— Los efectos inducidos representan la repercusión que tiene en el resto de los sectores económicos la inversión que realiza la obra social en un determinado sector.

Por ejemplo, el impacto producido en el sector de la construcción como consecuencia de la inversión realizada por las cajas de ahorros en los centros para mayores corresponde a impacto directo en el PIB. En cambio, la inversión que realiza el sector de la construcción en otros sectores económicos para poder llevar a cabo la construcción de dichos centros para mayores es lo que se denomina efecto inducido.

El movimiento económico representa la producción o facturación total que se realizó para satisfacer la demanda final de las obras sociales. La inversión de 1.163 millones de euros en obra social ha permitido un movimien-

to intersectorial (en los 71 sectores económicos) de 1.841 millones de euros. Esto da una idea del dinamismo económico generado por las cajas de ahorros por medio de su obra social.

Los 71 sectores económicos de la matriz de *input-output* pueden agruparse en los siguientes grandes sectores:

- Primario.
- Industria.
- Construcción.
- Servicios.

El mayor impacto en la riqueza se produjo en el sector de servicios, con un total de 1.018 millones de euros de impacto en el PIB, de los cuales el 73 por 100 corresponde a impacto directo y el 27 por 100 restante, al efecto inducido de la creación de riqueza.

En el sector de la construcción se produjo un impacto de 314 millones de euros. En este sector, el 66 por 100 corresponde a impacto directo y el 34 por 100 a efectos inducidos.

En el sector de la industria el impacto fue de 503 millones de euros. En este sector se produce un efecto inducido mucho mayor que en los dos sectores anteriores: el 78 por 100 del impacto corresponde a efectos inducidos.

Por último, en el sector primario se produjo un impacto de 4,9 millones de euros. En este sector, el impacto en el PIB se debe totalmente a efectos inducidos. Es decir, las cajas de ahorros no realizan ningún tipo de contratación directa en el sector primario, pero la inversión realizada en otros sectores provoca el impacto mencionado.

Los puestos de trabajo creados por las obras sociales fueron de contratación directa e inducida. Este último tipo de contratación se refiere al empleo indirecto derivado de la realización de trabajos secundarios que dan soporte a la actividad principal. La distribución del empleo generado en los cuatro grandes sectores es la siguiente:

— Primario. Se crearon 43 puestos de trabajo, que son en su totalidad de contratación inducida, es decir, que la obra social no realizó ninguna actuación en este sector de forma directa.

— Industria. En este sector se crearon 4.171 puestos de trabajo; 3.210 son por contratación inducida.

— Construcción. Se crearon 3.756 puestos de trabajo, de los cuales, 3.060 son de contratación directa.

— Servicios. Es el sector de mayor creación de empleo por parte de las obras sociales. Se crearon 15.080 puestos de trabajo, de los cuales 12.346 corresponden a contratación directa y el resto a contratación inducida.

Las cajas de ahorros contribuyen a la creación de empleo en todas las comunidades autónomas. La creación de puestos de trabajo por parte de las cajas de ahorros contribuyó, en distinta medida en cada una de las comunidades autónomas, a la disminución del índice del paro.

La obra social ha creado, en promedio, más de seis puestos de trabajo por cada 10.000 personas activas, contribuyendo de esta manera, en distinta medida, a la disminución del índice del paro en cada una de las comunidades autónomas. En promedio, la obra social ha creado más de dieciséis puestos de trabajo por cada 1.000 parados. Asimismo, el número promedio de puestos de trabajo creados por cada 10.000 habitantes es de 4,85.

En definitiva, el objetivo fundamental de la obra social de las cajas de ahorros es lograr la reducción de la exclusión social, creando un clima de bienestar, integración y confianza en la sociedad. Con las acciones emprendidas, las cajas colaboran en la integración social de las personas y en su desarrollo dentro de la sociedad, asisten a los más necesitados y contribuyen a la protección del medio ambiente y del patrimonio histórico artístico. Mediante sus actuaciones, las cajas consiguen complementar los servicios sociales prestados por el Estado y las administraciones respectivas.

Decía Frederic Bastiat en 1845 que «conservarse y desenvolverse es aspiración común a todos

los hombres, pero también es disposición de éstos vivir y desenvolverse, cuando pueden, los unos a expensas de otros». Lo que pretende la obra social de las cajas de ahorros es actuar y promover actuaciones entre todos los grupos sociales para evitar que los beneficios de unos no supongan la exclusión de otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Responsabilidad social corporativa de las Cajas de Ahorros 2004. Obra Social, actividad financiera y gobierno corporativo*, CECA 2005.
- Pobreza y exclusión social*, Fundación La Caixa, Colección estudios sociales, n.º 16, 2004.
- Objetivos de desarrollo del milenio, Informe de 2005*, Naciones Unidas.
- Global Development Finance. Mobilizing Finance and Managing Vulnerability*, The World Bank, 2005.
- Estudio sobre la conciliación de la vida familiar y la vida laboral en España*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2005.
- Informe, por propia iniciativa sobre cooperación y acción exterior*, Consejo Económico y Social. Sesión Ordinaria del Pleno del Congreso de los Diputados, junio 2005.
- Informe conjunto sobre la inclusión social*, Comisión Europea, Comunicación de la Comisión 21 de diciembre de 2004.
- Construir una Europa que fomente la integración*, Comisión Europea, Comunicación de la Comisión Europea 21-12-2004.
- State of the World 2004. The Consumer Society*, The worldwatch institute.
- State of the World 2005. Redefining Global Security*, The Worldwatch Institute.
- Valoración del impacto de la Obra Social*, CECA, Price WaterhouseCoopers, AIS, 2005.
- Estrategia de reducción de la pobreza y promoción de la equidad social*, Washington, Banco Interamericano de desarrollo 2003.
- Las tecnologías de la sociedad de la información en la empresa española 2003*, AETIC 2004.
- Boletines mensuales de estadística*, Instituto Nacional de Estadística.
- Objetivos de desarrollo del milenio. Una mirada desde América Latina*, CEPAL, junio 2005.
- El Estado del bienestar en España*, Editorial Tecnos, 2004.
- La emancipación de los jóvenes y la situación de la vivienda en España*, Consejo Económico y Social 2002.

Resumen

La obra social constituye el principal rasgo distintivo de las cajas de ahorros españolas respecto del resto de entidades financieras. De ahí la importancia de analizar en qué medida ese tipo de gasto coincide con las preferencias sociales. Este artículo revisa la evolución cuantitativa reciente del gasto social de las cajas en España y la compara con las preferencias sociales al respecto, obtenidas mediante la elaboración de una encuesta personal representativa de todo el territorio nacional. Los resultados obtenidos indican la existencia de diferencias entre ambas distribuciones del gasto social, centradas estas diferencias en las áreas cultural y asistencial. Sin embargo, desde el año 2001 ha tenido lugar un cambio de tendencia caracterizado por un importante incremento del gasto en el área asistencial y en la preservación del entorno natural, lo cual ha servido para aproximar la obra social a las preferencias de los españoles.

Palabras clave: cajas de ahorros, obra social, preferencias sociales.

Abstract

Social work is the main distinguishing factor of the Spanish savings banks in relation to all the other financial institutions. Hence the importance of examining to what extent this type of expenditure is in line with social preferences. This article reviews the recent quantitative evolution of the social expenditure of the savings banks in Spain and compares it with social preferences, ascertained by means of the elaboration of an opinion poll representative of the whole country. The results obtained indicate the existence of differences between the two distributions of social spending, these differences being centred on the cultural and care areas. However, since 2001 there has been a change in trend characterised by a considerable increase in expenditure in the care area and in the preservation of the natural environment, which has succeeded in bringing this social work into line with Spanish social preferences.

Key words: savings banks, social work, social preferences.

JEL classification: C81, G21, G35.

PREFERENCIAS DE LOS ESPAÑOLES SOBRE LA COMPOSICIÓN DE LA OBRA SOCIAL DE LAS CAJAS DE AHORROS

Alejandro ESTELLER-MORÉ

Jonatan JORBA GIMÉNEZ

Albert SOLÉ-OLLÉ (*)

*Universidad de Barcelona
Institut d'Economia de Barcelona*

I. INTRODUCCIÓN

LAS cajas de ahorros españolas son instituciones financieras de carácter social que revierten un porcentaje sustancial de sus beneficios a la comunidad donde operan, a través de una amplia y creciente variedad de actividades destinadas a atender las necesidades que recaen en los ámbitos cultural, socio-asistencial, educativo y medioambiental, fundamentalmente. Según datos de la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA), las cajas destinaron en promedio, en el período 1979-2004, prácticamente el 30 por 100 de sus beneficios netos a obra social (OS), es decir, el 30 por 100 de la parte del beneficio que, después de impuestos, no se destina a la dotación de reservas fijadas por las disposiciones legales o estatutarias. La prestación de este tipo de actividades constituye el principal elemento diferenciador entre estas entidades y el resto de entidades de depósito (bancos y cooperativas de crédito).

A lo largo de su vida institucional, el sector de las cajas de ahorros ha sido objeto frecuente de estudio por parte de analistas y de expertos del sector financiero. En concreto, la creciente importancia de la actividad social de las cajas y el hecho de que la legitimidad de estas entidades dependa, en par-

te, de la valoración que de su actividad haga la sociedad son dos factores que han llevado a muchos autores a analizar la OS desde distintas perspectivas. Así, por ejemplo, existen distintas contribuciones que se han centrado en el análisis de la influencia de la actividad de las cajas sobre la cohesión social del territorio en el que desarrollan su actividad. En esos trabajos, los autores sugieren que estas entidades contribuyen notablemente al progreso social y cultural de las comunidades en las que operan (Guijarro, 2003), facilitando el crecimiento y el desarrollo económico, así como la cohesión social de esos territorios (Carbó y López, 2004). Asimismo, también se suele destacar el papel de las cajas en la satisfacción de las necesidades y preferencias financieras de las clases populares (Carbó y Rodríguez, 1998). Del mismo modo, Carbó y López (2001) sugieren que la orientación de los recursos destinados por las cajas a su OS ha venido determinada por las demandas sociales. Sin embargo, esta afirmación no ha sido contrastada empíricamente en la literatura. Por este motivo, el análisis de esta relación constituye el objeto de este trabajo.

El presente artículo se centra en el análisis de la composición actual del gasto en obra social de las cajas de ahorros españolas, así como

de las preferencias sociales respecto de este tipo de actividades, comprobando el grado de adecuación entre ambas. De este modo, se pretende analizar si existen diferencias entre la actividad social de las cajas y las demandas sociales y, en caso afirmativo, si éstas han tendido o no a reducirse en los últimos años, lo cual demostraría un esfuerzo por parte de las cajas en ajustarse a los cambios en las demandas sociales en OS. Este análisis representa la principal aportación de este trabajo y constituye un aspecto novedoso en la literatura existente sobre cajas de ahorros.

Durante el período 1997-2004, las cajas han destinado más del 45 por 100 del total de recursos de la OS a actividades de tipo cultural, mientras que, a partir de los resultados de la encuesta personal, resulta que las actividades más valoradas por los ciudadanos españoles son las de tipo asistencial y sanitario, al representar algo más del 50 por 100 del gasto socialmente deseado en OS. Sin embargo, la existencia de diferencias centradas en estas áreas de la OS parece haber sido percibida por las cajas, pues desde 2001 se ha producido una reducción significativa de estas diferencias, habiéndose incrementado fuertemente el gasto asistencial (en un 34,35 por 100 durante el período 2001-2004) en detrimento del educativo (con una reducción del gasto del 7,92 por 100) y cultural (con un crecimiento del gasto del 3,63 por 100, notoriamente inferior al registrado en años anteriores). Asimismo, la existencia de una fuerte demanda de gasto en actividades de preservación del entorno natural también parece haber sido correctamente internalizada por las cajas, como lo demuestra el notable incremento de los recursos destinados a este tipo de actividades (cercano al 44 por 100) desde el año 2001.

El resto del trabajo está organizado en cuatro apartados. En el II, se revisa brevemente el contenido y composición de la OS; el III comprende la descripción de las principales características y destinos de la obra social en el período 1997-2004 (el período más reciente para el que se dispone de datos); el apartado IV presenta y compara las preferencias sociales respecto del gasto en OS, obtenidas a partir de la aplicación de una encuesta personalizada a una muestra representativa de la población española, con la distribución real del gasto en OS. Finalmente, en el V se extraen las principales conclusiones del trabajo.

II. LA FACETA SOCIAL DE LAS CAJAS DE AHORROS

En las últimas décadas, la obra social de las cajas de ahorros ha constituido su principal rasgo distintivo dentro del sistema financiero nacional, hasta el punto de que la CECA ha afirmado al respecto que «... su desaparición o desnaturalización implicaría un cambio en la propia naturaleza institucional de estas entidades» (CECA, 1999). Esta faceta social de las cajas ha evolucionado a lo largo del tiempo, condicionada fundamentalmente por los principales cambios históricos del entorno en el que desarrollan su actividad y por ciertos rasgos distintivos de estas entidades. En concreto, podemos señalar que la propia naturaleza mixta privada-social de las cajas, su fuerte vinculación territorial, las principales reformas legales en materia de entidades financieras y la peculiar estructura de sus órganos rectores (en los que no existe la figura del accionista) han tenido una especial incidencia en la distribución de los recursos destinados a obra social en los últimos años.

Conviene tener presente que las cajas de ahorros son, por lo tanto, instituciones peculiares en tanto en cuanto adoptan una forma funcional de fundaciones privadas (frente a los bancos, que adoptan la forma corporativa de sociedades anónimas, y a las cooperativas de crédito, que adoptan la forma de sociedades cooperativas) que comparten su misión empresarial (realizar una actividad de intermediación financiera) con una función social (materializada en su OS). Esta faceta social se desarrolla en una doble vertiente: en la forma en la que han de llevar a término su misión empresarial (favoreciendo la inclusión financiera) y en cuanto al destino de sus beneficios (que son aplicados en beneficio de la comunidad en la que desarrollan su actividad empresarial). Este aspecto convierte a las cajas de ahorros en entidades de marcado carácter territorial (Coello y Carbó, 1999), siendo la contribución al desarrollo regional un aspecto crucial de su actividad (Carbó y López, 2001). Este principio de territorialidad se manifiesta en numerosos aspectos: en la configuración de sus órganos de gobierno, en su implantación territorial, en su papel en el mercado de créditos y de depósitos, en sus participaciones empresariales y en su obra social (Medel y Domínguez, 2004).

Por otra parte, las recientes reformas legales han tenido una importante repercusión sobre las decisiones de distribución del gasto en obra social. En este sentido, conviene destacar las reformas llevadas a cabo en las últimas dos décadas con la finalidad de asegurar la estabilidad financiera de estas entidades a través del incremento de los coeficientes de las reservas legales. Asimismo, las reformas liberalizadoras de la década de los ochenta han servido para aumentar el mercado en el

que desarrollan su actividad las cajas de ahorros, permitiendo, en primer lugar, la expansión de su actividad al conjunto de la comunidad autónoma (1979) y, posteriormente, al conjunto del territorio español (1989) (1). Asimismo, las recientes reformas legislativas en materia de órganos rectores también han incidido en la actividad benéfico-social de las cajas en tanto en cuanto la distribución de los recursos destinados a OS depende de la composición de éstos. De este modo, la aprobación y aplicación de la Ley 13/1985, de Regulación de las Normas Básicas sobre Órganos Rectores de las Cajas de Ahorros (LORCA), modificada por la

Ley 44/2002, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero (Ley Financiera), ha dado lugar a la existencia de importantes diferencias regionales en la estructura de los órganos de gobierno de estas entidades (Carbó *et al.*, 2004).

Finalmente, conviene destacar la aprobación en la última década de reformas legislativas encaminadas a asegurar la estabilidad financiera de las cajas. Estas reformas, que, en líneas generales, han supuesto el incremento de los coeficientes de reservas legales, no han evitado que la OS de las cajas haya seguido una evolución expansiva en este período, aumen-

tando tanto en el volumen de recursos que representa como en el abanico de actividades que comprende. Así, por ejemplo, en el cuadro n.º 1 se muestra cómo en las últimas dos décadas los recursos destinados a obra social se han más que triplicado (con un incremento de más del 245 por 100 sobre el valor inicial), pasando de los 337 millones de euros en 1979 a los 1.163 millones de euros en 2004 (2), y representando, en términos medios, prácticamente el 30 por 100 de los beneficios netos de las cajas durante el período 1979-2004. Asimismo, en el cuadro n.º 1 se muestra la estabilidad del porcentaje de contri-

CUADRO N.º 1

RECURSOS INVERTIDOS EN LA OBRA SOCIAL, 1979-2004

| AÑO | BENEFICIO NETO | | RECURSOS DESTINADOS A OBRA SOCIAL | | PORCENTAJE DE CONTRIBUCIÓN OS/BENEFICIO |
|--------------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---|
| | Millones de euros (*) | Porcentaje de crecimiento | Millones de euros (*) | Porcentaje de crecimiento | |
| 1979..... | 850 | — | 337 | — | 39,67 |
| 1980..... | 906 | 6,59 | 341 | 1,24 | 37,68 |
| 1981..... | 990 | 9,27 | 384 | 12,47 | 38,78 |
| 1982..... | 977 | -1,31 | 357 | -7,07 | 36,52 |
| 1983..... | 1.127 | 15,35 | 370 | 3,69 | 32,83 |
| 1984..... | 1.242 | 10,20 | 348 | -6,03 | 27,99 |
| 1985..... | 1.281 | 3,14 | 331 | -4,74 | 25,85 |
| 1986..... | 1.262 | -1,48 | 325 | -1,80 | 25,77 |
| 1987..... | 1.694 | 34,23 | 358 | 10,01 | 21,12 |
| 1988..... | 1.249 | -26,27 | 369 | 3,14 | 29,55 |
| 1989..... | 1.664 | 33,23 | 411 | 11,28 | 24,68 |
| 1990..... | 1.463 | -12,08 | 500 | 21,73 | 34,17 |
| 1991..... | 1.861 | 27,20 | 455 | -8,90 | 24,47 |
| 1992..... | 1.867 | 0,32 | 490 | 7,65 | 26,26 |
| 1993..... | 1.830 | -1,98 | 552 | 12,62 | 30,17 |
| 1994..... | 1.880 | 2,73 | 644 | 16,69 | 34,27 |
| 1995..... | 2.066 | 9,89 | 622 | -3,41 | 30,12 |
| 1996..... | 2.365 | 14,47 | 633 | 1,75 | 26,78 |
| 1997..... | 2.797 | 18,27 | 777 | 22,65 | 27,77 |
| 1998..... | 3.128 | 11,83 | 868 | 11,82 | 27,76 |
| 1999..... | 3.339 | 6,75 | 983 | 13,20 | 29,44 |
| 2000..... | 3.542 | 6,08 | 987 | 0,41 | 27,87 |
| 2001..... | 3.638 | 2,71 | 1.068 | 8,15 | 29,34 |
| 2002..... | 3.677 | 1,07 | 1.133 | 6,10 | 30,81 |
| 2003..... | 3.766 | 2,42 | 1.176 | 3,83 | 31,23 |
| 2004..... | 4.152 | 10,25 | 1.163 | -1,07 | 28,02 |
| Promedio 1979-2004..... | — | 7,32 | — | 5,42 | 29,96 |

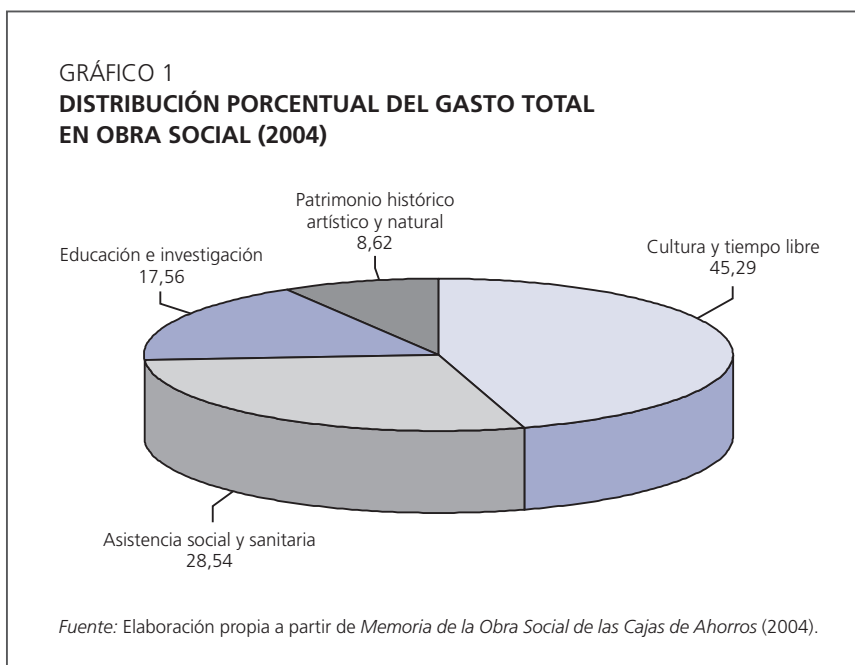
Nota: (*) Datos en millones de euros del año 2004.
Fuentes: CECA (2004) y CECA (varios años).

bución de la OS respecto del beneficio neto, especialmente en los últimos quince años, a pesar del endurecimiento de la legislación en materia de reservas legales.

No obstante, el hecho de que la OS haya experimentado una notable expansión en términos cuantitativos no implica necesariamente que los recursos a ella destinados hayan sido distribuidos de forma que satisfagan las necesidades sociales en cada momento. Con la finalidad de comprobar si ha tenido lugar tal adecuación, en el próximo apartado se analiza la evolución en los últimos años de la composición del gasto real en obra social de las cajas de ahorros, para poderla comparar, posteriormente, con las preferencias sociales al respecto.

III. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y DESTINOS DE LA OBRA SOCIAL (1997-2004)

En el apartado II, se ha destacado la expansión, al menos en términos absolutos, de la obra social que ha tenido lugar en los últimos veinticinco años, tanto en lo que se refiere a las actividades que abarca como a los recursos que representa. Sin embargo, desde el momento en que la legitimidad de la actividad de las cajas se fundamenta, en parte, en la valoración social que de ésta se hace, resulta conveniente analizar la evolución más reciente hasta el presente del gasto en obra social para poder comprobar si su composición se adecua o no a las demandas actuales de la sociedad española. En este sentido, un primer análisis de la evolución de estos recursos permite comprobar cómo los recursos destinados a OS se han incrementado de forma considerable entre 1997 y 2004. En concreto, durante este período



los recursos destinados a OS se incrementaron en un 49,68 por 100, desde los 777 millones de euros en 1997 hasta los 1.163 millones en 2004. No obstante, en los últimos años, se observa una tendencia a la desaceleración en el incremento de los recursos destinados a OS, pasándose de tasas de crecimiento anual del 22,65 por 100 en 1997 a tasas negativas del -1,07 por 100 en 2004 (véase cuadro n.º 1).

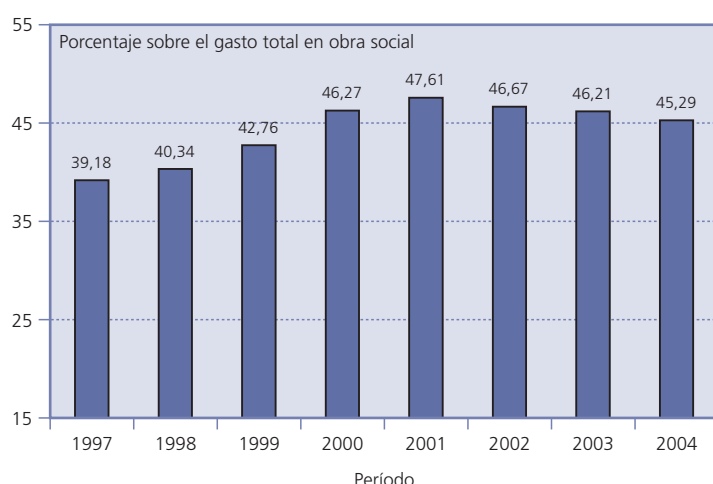
Este volumen creciente de recursos destinados a obra social ha sido distribuido por las cajas en diversas actividades comprendidas dentro de las cuatro grandes áreas definidas por la CECA: cultura y tiempo libre, asistencia social y sanitaria, educación e investigación y conservación del patrimonio natural e histórico-artístico. Así, actualmente, tal y como se puede apreciar en el gráfico 1, las cajas destinan el 45,29 por 100 del gasto total en OS a actividades comprendidas en el área cultural, el 28,54 por 100 al área asistencial, el 17,56 por 100 al área educativa y de investigación, y el 8,62 por

100 restante al área de conservación del patrimonio natural e histórico-artístico.

El área cultural ha sido, a lo largo del período 1997-2004, la que ha acumulado el mayor porcentaje de los recursos destinados a OS. En el gráfico 2, se aprecia cómo los recursos destinados a esta área aumentaron notablemente desde el 39,18 por 100 del total en 1997 hasta el 47,61 por 100 en 2001.

Posteriormente a la consecución de este máximo, los recursos destinados a esta área decrecieron suavemente hasta situarse en el actual 45,29 por 100 del total de la OS, representando más de medio millón de euros en el año 2004. Como podemos apreciar en el cuadro n.º 2, dentro del área cultural, las categorías con mayor peso sobre el total de recursos destinados a OS son las de museos y salas de exposiciones, representaciones artísticas, bibliotecas y promoción del deporte. Si bien las tres últimas han reducido considerablemente su peso (presen-

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO EN CULTURA
Y TIEMPO LIBRE (1997-2004)



Fuente: Elaboración propia a partir de Memoria de la Obra Social de las Cajas de Ahorros (varios años).

tando tasas de crecimiento negativas en el período 2001-2004), suponen todavía un porcentaje considerable del presupuesto de la obra social de las cajas (alrededor del 10 por 100 del gasto total en OS). Sin embargo, la categoría más relevante dentro de esta área es, sin lugar a dudas, la de museos y salas de exposiciones. Ésta representa el 13,44 por 100 del gasto total en OS del año 2004, y es la única del área cultural que ha aumentado los recursos (en más del 2 por 100) en los últimos cuatro años.

La segunda área de la OS en términos de recursos recibidos actualmente es la asistencial. Tal y como se aprecia en el gráfico 3, esta área ha seguido una evolución muy peculiar, con una im-

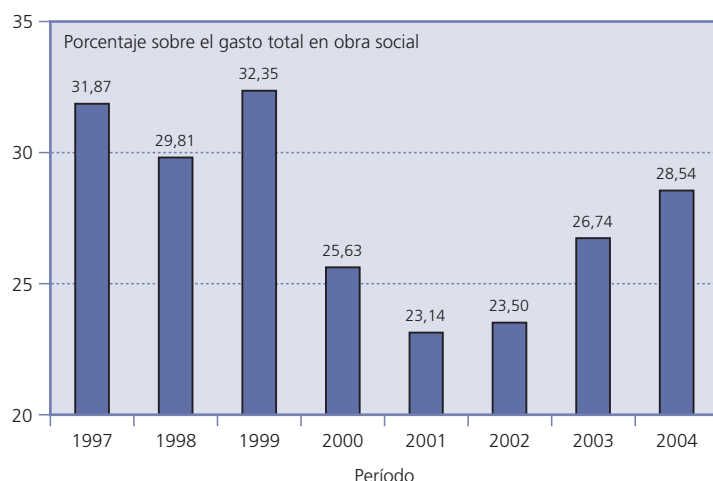
CUADRO N.º 2

EVOLUCIÓN DE LOS RECURSOS DESTINADOS POR ÁREAS Y PRINCIPALES CATEGORÍAS DE GASTO EN OBRA SOCIAL, 2001-2004 (*)

| Área/Categoría de gasto en obra social | 2001 | | 2002 | | 2003 | | 2004 | | Tasa crecimiento 2001-2004 (porcentaje) |
|---|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|---|
| Cultura y tiempo libre | 508.422 | 47,61 | 528.772 | 46,67 | 543.224 | 46,21 | 526.903 | 45,29 | 3,63 |
| — Museos y salas de exposiciones | 153.071 | 14,33 | 138.266 | 12,20 | 167.964 | 14,29 | 156.420 | 13,44 | 2,19 |
| — Representaciones artísticas | 76.871 | 7,20 | 79.663 | 7,03 | 71.652 | 6,09 | 67.340 | 5,79 | -12,40 |
| — Bibliotecas | 22.255 | 2,08 | 18.700 | 1,65 | 18.190 | 1,55 | 16.833 | 1,45 | -24,36 |
| — Promoción del deporte | 56.733 | 5,31 | 68.597 | 6,05 | 57.493 | 4,89 | 54.989 | 4,73 | -3,07 |
| Asistencia social y sanitaria | 247.177 | 23,14 | 266.268 | 23,50 | 314.348 | 26,74 | 332.088 | 28,54 | 34,35 |
| — Guarderías y jardines de infancia | 16.893 | 1,58 | 15.883 | 1,40 | 20.854 | 1,77 | 16.525 | 1,42 | -2,18 |
| — Asistencia a la tercera edad | 72.510 | 6,79 | 73.684 | 6,50 | 96.184 | 8,18 | 67.387 | 5,79 | -7,06 |
| — Asistencia a grupos desfavorecidos | 40.807 | 3,82 | 64.620 | 5,70 | 77.339 | 6,58 | 82.324 | 7,08 | 101,74 |
| — Cooperación internacional | 3.741 | 0,35 | 4.052 | 0,36 | 8.162 | 0,69 | 10.294 | 0,88 | 175,13 |
| — Promoción de vivienda social | 640 | 0,06 | 2.397 | 0,21 | 3.512 | 0,30 | 100 | 0,01 | -84,46 |
| — Gasto sanitario | 26.792 | 2,51 | 27.772 | 2,45 | 25.777 | 2,19 | 32.911 | 2,83 | 22,84 |
| Educación e investigación | 221.814 | 20,77 | 224.604 | 19,82 | 212.528 | 18,08 | 204.254 | 17,56 | -7,92 |
| — Formación profesional | 47.753 | 4,47 | 45.042 | 3,98 | 43.471 | 3,70 | 43.532 | 3,74 | -8,84 |
| — Promoción de la educación | 87.260 | 8,17 | 83.733 | 7,39 | 81.887 | 6,97 | 62.342 | 5,36 | -28,56 |
| — Investigación y desarrollo | 63.175 | 5,92 | 74.569 | 6,58 | 61.437 | 5,23 | 60.426 | 5,19 | -4,35 |
| Cons. y rest. del patrimonio | 90.558 | 8,48 | 113.338 | 10,00 | 105.575 | 8,98 | 100.252 | 8,62 | 10,70 |
| — Cons. y rest. del patr. natural | 25.821 | 2,42 | 38.912 | 3,43 | 37.322 | 3,17 | 37.121 | 3,19 | 43,76 |
| — Cons. y rest. del patr. histórico-artístico | 64.397 | 6,03 | 73.701 | 6,50 | 67.667 | 5,76 | 63.131 | 5,43 | -1,96 |
| Total gasto en obra social | 1.067.971 | 100,00 | 1.132.983 | 100,00 | 1.175.675 | 100,00 | 1.163.498 | 100,00 | 8,94 |

Nota: (*) Cifras de recursos en miles de euros del año 2004, obtenidas a partir de CECA (varios años). La primera columna de cada año refleja el volumen de recursos absolutos destinados al área o categoría de gasto en OS en cuestión. La segunda columna muestra el porcentaje que representaron para cada año los recursos destinados a una determinada área o categoría de OS respecto del montante total de recursos destinados a OS en el mismo período.

GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO EN ASISTENCIA SOCIAL
Y SANITARIA (1997-2004)



Fuente: Véase gráfico 2.

portante pérdida de importancia relativa entre los años 1999-2000.

Sin embargo, desde el año 2001 estas actividades han representado una cantidad creciente del total de recursos destinados a la OS. En concreto, los recursos destinados a este grupo de actividades han aumentado en un 34,35 por 100 (véase el cuadro número 2), si bien no se ha vuelto a alcanzar el nivel del año 1999, cuando representaron el 32,35 por 100 del total de recursos destinados a obra social.

Dentro del área asistencial, las actividades que han experimentado un mayor incremento de recursos en los últimos años han sido las de cooperación internacional y las de asistencia a grupos desfavorecidos (como, por ejemplo, mujeres maltratadas, inmigrantes y drogadictos), con un incremento entre los años 2001 y 2004 del 175,13 y del 101,74 por 100, respectivamente. Asimismo, el gasto sanitario también repre-

senta una cifra importante del gasto en obra social de las cajas, con prácticamente 33 millones de euros en 2004 (el 22,84 por 100 más que en 2001). Por el contrario, han perdido importancia relativa en términos cuantitativos las actividades de asistencia a la tercera edad, las de guarderías y jardines de infancia y, de forma muy significativa, las de promoción de vivienda social. Sin embargo, el fuerte descenso de los recursos destinados a esta última es consecuencia de la drástica reducción de la OS propia en este ámbito. Este descenso ha alcanzado su punto álgido en 2004, cuando el total de recursos destinados por las cajas a vivienda social corresponde a actividades en colaboración (con otras cajas, con otras entidades financieras o con las administraciones públicas).

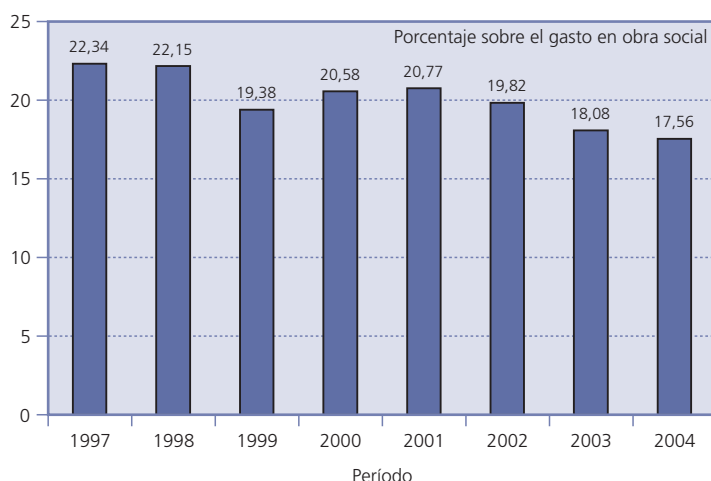
El gasto en educación e investigación ha representado una porción decreciente del gasto en OS durante el período 1997-2004. De este modo, se aprecia cómo

las actividades de esta área han pasado de representar el 20,77 por 100 del gasto total en OS en 2001 al 17,56 por 100 en 2004, lo cual supone una reducción del 7,92 por 100 en el volumen de recursos absolutos que representa. Esta tendencia negativa se aprecia más claramente si consideramos los años finales de la década de los noventa. Así, por ejemplo, en 1997 y 1998 las actividades de esta área suponían más del 22 por 100 del total de recursos destinados a OS, tal y como se aprecia en el gráfico 4.

En el cuadro n.º 2 se muestra cómo una de las categorías que ha padecido una mayor reducción en el volumen de recursos recibidos es la de promoción de la educación, que comprende actividades de construcción de infraestructuras educativas (en colegios, por ejemplo) y de ayudas para el estudio (becas de estudio). También han disminuido los recursos destinados al conjunto de actividades dedicadas a la formación profesional (cursos de idiomas, de informática, etc.) y, ya en menor medida, los gastos en investigación y desarrollo.

Por último, el área de la OS que ha recibido una menor, aunque creciente, dotación de recursos ha sido la de conservación del patrimonio natural e histórico-artístico, como puede observarse en el gráfico 5. Así, por ejemplo, ha pasado de representar el 6,61 por 100 del total de recursos destinados a OS en 1997 al 8,62 por 100 en 2004, alcanzando el 10 por 100, de forma excepcional, en 2002. En otras palabras, los recursos destinados a las categorías de esta área han aumentado más de un 10 por 100 (en conjunto) en los últimos cuatro años (véase el cuadro número 2). Actualmente, se destinan más de 100 millones de eu-

GRÁFICO 4
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO EN EDUCACIÓN
E INVESTIGACIÓN (1997-2004)

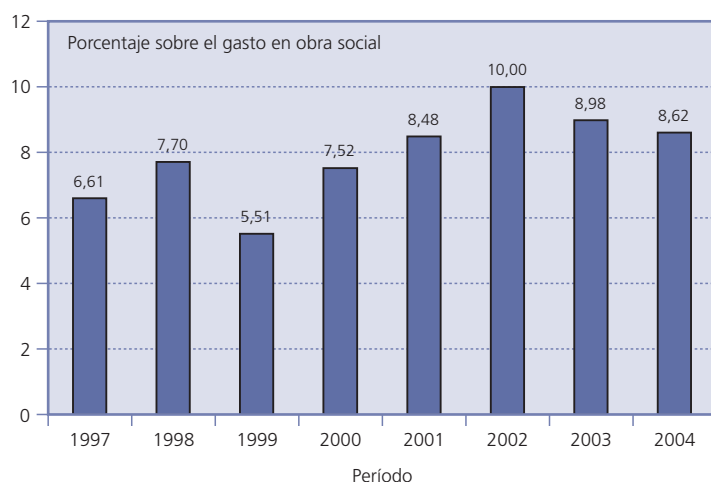


Fuente: Véase gráfico 2.

ros a este tipo de actividades, si bien prácticamente dos tercios de esta cifra se orientan a la conservación del patrimonio histórico-artístico (obras de arte, mo-

numentos, yacimientos prehistóricos, etc.), mientras que únicamente el tercio restante se aplica a acciones de preservación del medio ambiente natural.

GRÁFICO 5
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO EN CONSERVACIÓN DEL
PATRIMONIO (1997-2004)



Fuente: Véase gráfico 2.

Como ya se ha comentado, las actividades de esta área han ganado mucha importancia en los últimos años. Probablemente como consecuencia de una mayor concienciación social en materia de medioambiente, las cajas han aumentado en casi un 44 por 100 el monto de recursos que destinan a conservación del medio natural, pasando de los cerca de 26 millones de euros en 2001 a los más de 37 millones de 2004. La tendencia contraria se observa en el caso de la conservación del patrimonio histórico-artístico, el cual ha perdido ligeramente importancia en los últimos años (especialmente desde 2002), presentando una tasa de crecimiento negativa de alrededor del 2 por 100 (véase, de nuevo, el cuadro n.º 2).

En resumen, podemos concluir que, a lo largo del período 1997-2004, las cajas han gastado el grueso de sus recursos destinados a OS en actividades de tipo cultural, asignando a éstas prácticamente la mitad del presupuesto y distribuyendo el resto en actividades de tipo asistencial, educativo y, en menor medida, de conservación del medioambiente y del patrimonio histórico-artístico. Sin embargo, en los últimos cuatro años se aprecia un incipiente cambio de tendencia. De este modo, el incremento de recursos en el área cultural ha sido únicamente del 3,63 por 100, de manera que ésta ha empezado a perder importancia relativa, a pesar de seguir siendo la que más recursos acumula. Igualmente, en este mismo período, se observa un fuerte incremento del gasto en el área asistencial y de conservación del patrimonio natural. Mientras en el primer caso este incremento se debe en gran medida al aumento de importancia de actividades de asistencia a grupos desfavorecidos y de cooperación internacional, en el caso del área de con-

servación del patrimonio el incremento se debe al fuerte aumento de recursos que las cajas destinan al área medioambiental. Estos incrementos tienen lugar en detrimento de, fundamentalmente, el área educativa, la cual acumula una reducción de cerca del 8 por 100 de los recursos recibidos en el período 2001-2004.

A partir de la descripción de la composición del gasto en obra social de las cajas de ahorros, resulta interesante preguntarse en qué medida coincide aquella con la demanda de gasto por parte de la ciudadanía española. Este análisis debe servir no sólo para contrastar la realidad actual con lo socialmente demandado, sino para verificar si el proceso de decisión de las cajas es suficientemente flexible como para acomodarse en el tiempo a las demandas manifestadas por la ciudadanía. Esta cuestión es precisamente abordada en el siguiente apartado, donde se describen las preferencias sociales (obtenidas a partir de la realización de una encuesta a una muestra representativa de la sociedad española) y se comparan con la distribución real del gasto en OS. El resultado de esta comparación permitirá dar una respuesta clara en un sentido o en otro.

IV. LAS PREFERENCIAS SOCIALES RESPECTO DEL GASTO EN OBRA SOCIAL DE LAS CAJAS DE AHORROS

El análisis de la evolución reciente de la obra social de las cajas señala una pérdida de importancia relativa de las actividades educativas y, en menor medida, también de las culturales, como consecuencia del fuerte aumento del gasto en actividades socioasistenciales y medioambientales, fundamentalmente. Sin embargo,

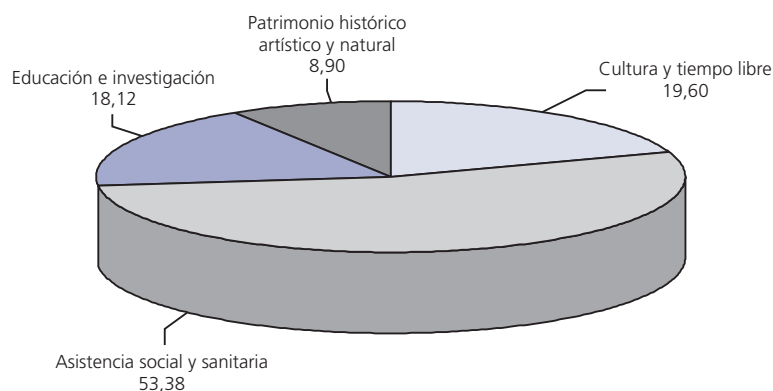
conviene analizar si tales cambios recientes en la composición del gasto en OS son congruentes con las demandas manifestadas por la sociedad española. Con la finalidad de dar respuesta a esta cuestión, resulta imprescindible disponer de información sobre las preferencias de la sociedad española. Este ejercicio es el que se va a desarrollar en el presente apartado.

La disponibilidad de esta información sobre las preferencias sociales en OS ha sido posible gracias a la elaboración de una encuesta personal a una muestra de 516 individuos representativa del territorio español (3), diseñada siguiendo las recomendaciones que se derivan de la moderna literatura sobre manifestación de preferencias (*stated preferences*) y evaluación de servicios públicos (4). Las respuestas obtenidas a partir de la encuesta han permitido obtener datos acerca de las preferencias sociales sobre la distribución del gasto en las quince principales categorías de obra social (véase el cuadro n.º 3) (5).

La información obtenida a partir de la encuesta permite confirmar la presencia de una fuerte demanda de gasto en actividades de contenido asistencial. En concreto, si agregamos los porcentajes que representarían las actividades seleccionadas dentro de cada área de OS, podemos apreciar cómo los entrevistados destinan el 53,38 por 100 del gasto total a actividades del área asistencial. Tal y como se puede apreciar en el gráfico 6, en un segundo lugar encontramos el área cultural, cuyas actividades acumulan el 19,60 por 100 del gasto socialmente deseado en OS, seguida muy de cerca por el área educativa y de investigación, que representa el 18,12 por 100 de las preferencias sociales. Finalmente, el área que acumula el menor peso relativo dentro de la composición socialmente deseada es la de conservación del patrimonio natural e histórico-artístico, con el 8,90 por 100 restante.

Un análisis más detallado de las preferencias sociales respecto de la OS nos permite apreciar que el

GRÁFICO 6
DISTRIBUCIÓN SOCIALMENTE DESEADA
DEL GASTO TOTAL EN OBRA SOCIAL
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta. Los porcentajes correspondientes a cada área se han obtenido a partir de la media de los incrementos socialmente deseados en las categorías de OS seleccionadas.

CUADRO N.º 3

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS DISTRIBUCIONES REAL Y SOCIALMENTE DESEADA DEL GASTO EN OBRA SOCIAL PARA LAS CATEGORÍAS SELECCIONADAS, 2001-2004 (a)

| ÁREA/CATEGORÍA DE GASTO EN OBRA SOCIAL | COMPOSICIÓN REAL (PORCENTAJE) | | | | COMPOSICIÓN DESEADA (PORCENTAJE) [B] (C) | DIFERENCIAS (PORCENTAJE) [A-B]/[B] | TASA CRECIMIENTO 2001-2004 (PORCENTAJE) |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--|------------------------------------|---|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 [A] (b) | | | |
| Cultura y tiempo libre (d) | 40,71 (1) | 37,70 (1) | 37,58 (1) | 38,31 (1) | 19,60 (2) | 95,46 | -5,89 |
| — Museos y salas de exposiciones | 20,17 (1) | 17,08 (1) | 20,02 (1) | 20,27 (1) | 4,58 (11) | 342,58 | 0,50 |
| — Representaciones artísticas | 10,13 (3) | 9,84 (3) | 8,54 (5) | 8,73 (4) | 4,27 (14) | 104,45 | -13,82 |
| — Bibliotecas..... | 2,93 (12) | 2,31 (12) | 2,17 (13) | 2,18 (12) | 5,31 (9) | -58,95 | -25,60 |
| — Promoción del deporte | 7,48 (7) | 8,47 (7) | 6,85 (8) | 7,13 (8) | 5,44 (8) | 31,07 | -4,68 |
| Asistencia social y sanitaria | 21,27 (3) | 23,28 (3) | 27,64 (2) | 27,14 (2) | 53,38 (1) | -49,16 | 27,59 |
| — Guarderías y jardines de infancia | 2,23 (13) | 1,96 (13) | 2,49 (12) | 2,14 (13) | 8,61 (4) | -75,15 | -4,04 |
| — Asistencia a la tercera edad | 9,56 (4) | 9,10 (6) | 11,47 (2) | 8,73 (3) | 11,67 (1) | -25,19 | -8,68 |
| — Asistencia a grupos desfavorecidos..... | 5,38 (9) | 7,98 (8) | 9,22 (4) | 10,67 (2) | 10,05 (3) | 6,17 | 98,33 |
| — Cooperación internacional..... | 0,49 (14) | 0,50 (14) | 0,97 (14) | 1,33 (14) | 4,34 (12) | -69,35 | 171,43 |
| — Promoción de vivienda social | 0,08 (15) | 0,30 (15) | 0,42 (15) | 0,01 (15) | 10,51 (2) | -99,90 | -87,50 |
| — Gasto sanitario | 3,53 (10) | 3,43 (11) | 3,07 (11) | 4,26 (11) | 8,20 (5) | -48,05 | 20,68 |
| Educación e investigación | 26,13 (2) | 25,11 (2) | 22,26 (3) | 21,55 (3) | 18,12 (3) | 18,93 | -17,53 |
| — Formación profesional | 6,29 (8) | 5,56 (9) | 5,18 (9) | 5,64 (9) | 4,33 (13) | 30,25 | -10,33 |
| — Promoción de la educación..... | 11,50 (2) | 10,34 (2) | 9,76 (3) | 8,08 (6) | 7,62 (6) | 6,04 | -29,74 |
| — Investigación y desarrollo..... | 8,33 (6) | 9,21 (4) | 7,32 (7) | 7,83 (7) | 6,17 (7) | 26,90 | -6,00 |
| Cons. y rest. del patrimonio | 11,89 (4) | 13,91 (4) | 12,52 (4) | 12,99 (4) | 8,90 (4) | 45,96 | 9,25 |
| — Cons. y rest. del patr. natural..... | 3,40 (11) | 4,81 (10) | 4,45 (10) | 4,81 (10) | 5,05 (10) | -4,75 | 41,47 |
| — Cons. y rest. del patr. histórico-artístico ... | 8,49 (5) | 9,10 (5) | 8,07 (6) | 8,18 (5) | 3,85 (15) | 112,47 | -3,65 |
| Total gasto en obra social | 100,00 (00) | 100,00 (00) | 100,00 (00) | 100,00 (00) | 100,00 (00) | — | — |

Notas: (a) Entre paréntesis aparece el *ranking* obtenido en función del porcentaje que representa cada categoría respecto del total de las quince seleccionadas. (b) La valoración real ha sido obtenida a partir de CECA (varios años). (c) La composición socialmente deseada del gasto en OS ha sido obtenida a partir de la encuesta elaborada. (d) Las cifras recogidas en las filas de grandes áreas de OS se han obtenido considerando únicamente las principales categorías de OS seleccionadas, de modo que no reflejan el total del gasto destinado a cada una de las grandes áreas de OS.

tipo de actividades con mayor demanda social son las de asistencia social a la tercera edad, la promoción de vivienda social y la asistencia a grupos desfavorecidos. En concreto, si nos centramos únicamente en los recursos destinados a las quince categorías seleccionadas, observamos cómo cada uno de los tres tipos de actividades citadas representan más del 10 por 100 del gasto destinado al grupo. Por el contrario, las actividades que representan un menor peso en las preferencias sociales dentro de la selección son las de formación profesional, las representaciones artísticas, y las actividades de conservación y restauración del patrimonio histórico-artístico, con el 4,33 por 100, el 4,27 y el 3,85 por 100, respectivamente, del total de

recursos destinados a las quince categorías seleccionadas (véase el cuadro n.º 3).

Los resultados obtenidos a través del ejercicio de manifestación de preferencias contrastan con la distribución real del gasto en OS de las cajas. De este modo, la fuerte demanda social de gasto asistencial contrasta con el hecho de que las cajas hayan destinado el grueso de la obra social a actividades de tipo cultural. Si consideramos únicamente las quince categorías más relevantes de la OS, apreciamos cómo el 38,31 por 100 de ésta fue destinado a actividades de esta área en 2004. Así, por ejemplo, en el mismo año 2004, el 20,27 por 100 de los recursos destinados a las categorías selec-

cionadas fueron destinados a museos y salas de exposiciones, y prácticamente un 9 por 100 se destinó a representaciones artísticas. Sin embargo, las actividades del área asistencial han ganado mucha importancia en los últimos cuatro años, aumentando los recursos recibidos en un 27,59 por 100 y situándose en el 27,14 por 100 del gasto total en las principales categorías de OS. Responsables de este importante aumento son, en gran medida, los fuertes incrementos de recursos destinados a la cooperación internacional (171,43 por 100) y a la asistencia a grupos desfavorecidos (98,33 por 100) entre 2001 y 2004.

Por otra parte, el gasto en educación e investigación ha sido el

área con mayor pérdida de peso relativo, reduciendo los recursos recibidos en un 17,53 por 100 entre 2001 y 2004. Las tres principales actividades consideradas dentro de esta área representan en la actualidad más del 21 por 100, cifra superior, pero en sintonía con la socialmente deseada. De hecho, las diferencias claramente apreciables en las otras áreas de OS son prácticamente inexistentes en este caso, donde la ordenación de las actividades en el gasto real es muy similar a la obtenida en las preferencias sociales. Esta situación es similar a la que tiene lugar en el caso del área de conservación del patrimonio, que ocupa el cuarto lugar en las preferencias sociales y en la distribución real del gasto en OS. No obstante, se aprecian en este caso importantes diferencias en la categoría de conservación del patrimonio histórico-artístico. Tal y como se observa en el cuadro número 3, ésta es la categoría menos valorada por la sociedad, representando el 3,85 por 100 del gasto socialmente deseado en OS, mientras que la misma actividad representa el 8,18 por 100 del total destinado a las quince categorías seleccionadas (más del doble de lo obtenido en las preferencias sociales).

En resumen, el análisis de las preferencias sociales respecto del gasto en obra social permite concluir la existencia de una fuerte demanda de gasto asistencial y sanitario, en detrimento del gasto en actividades de tipo cultural y educativo. Asimismo, se aprecia una importante demanda de gasto en las categorías de preservación del medio ambiente, factor que ha conducido a un notable aumento de los recursos destinados al área de conservación y restauración del patrimonio natural e histórico-artístico. Estos resultados contrastan con la distribución del gasto en OS que las cajas han

llevado a cabo en los últimos años, en la cual el gasto de tipo cultural ha supuesto el grueso del total de recursos destinados a OS. Estas diferencias pueden deberse a la idea de vanguardismo que las cajas desean imprimir en su faceta social, tratando de adelantarse a las futuras demandas o necesidades sociales. No obstante, su existencia lleva a plantearse la cuestión de si éstas tienden a reducirse o no con el paso del tiempo. De este modo, resulta interesante saber si los recientes cambios en la composición de la obra social de las cajas obedecen a una voluntad de adaptación a las demandas sociales o bien obedecen a otros factores.

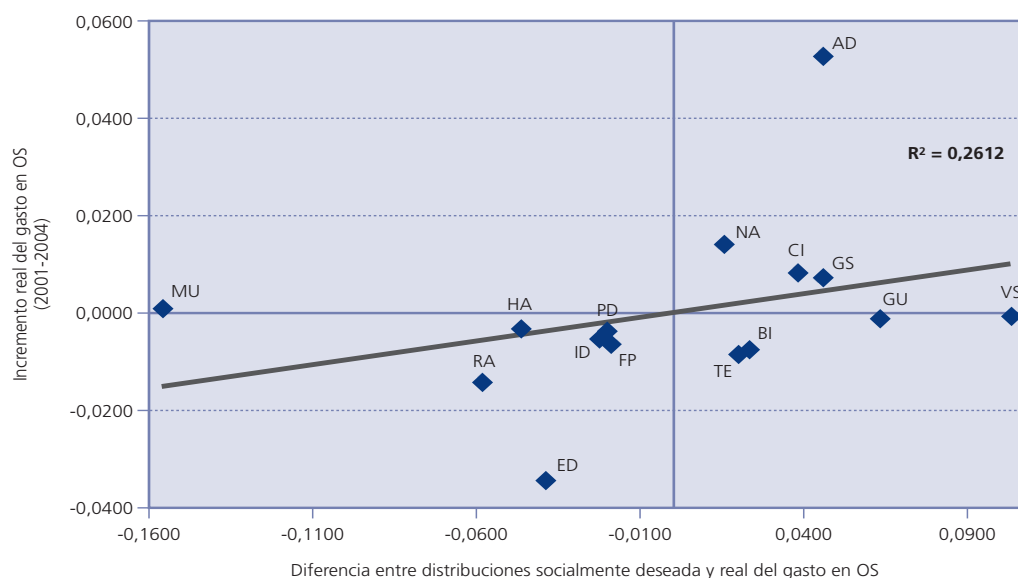
El análisis de los incrementos del gasto en OS realizados en los últimos años por las cajas bastará para comprobar que las diferencias se han reducido significativamente. De este modo, y centrándonos en el período 2001-2004 (6), el gráfico 7 muestra cómo las cajas han aumentado los recursos que destinan a aquellas actividades donde había una importante demanda social no satisfecha. Así, observamos que existe una relación positiva entre los incrementos del gasto en las principales actividades de la OS y la diferencia entre la distribución socialmente deseada y real del mismo, lo que permitirá concluir que se han reducido significativamente las diferencias (esto es, que ambas distribuciones de la OS han convergido). Este resultado muestra, de nuevo, que los recientes cambios que las cajas de ahorros han llevado a cabo en la distribución de su obra social han llevado a una mejor adecuación a las preferencias sociales.

A pesar de que los resultados recogidos en el gráfico 7 reflejan la existencia de un proceso de convergencia en los últimos años del gasto real en OS con las necesidades sociales, ambas distribuciones

del gasto presentan importantes diferencias. Sin embargo, este resultado puede ser visto como consecuencia del comportamiento inercial del gasto en OS. De este modo, las características inherentes a algunas de las actividades de la obra social de las cajas (como, por ejemplo, aquellas que suponen la construcción de infraestructuras educativas o culturales) hacen prácticamente imposible que estas entidades puedan modificar la composición de la OS en el corto (e incluso medio) plazo. Asimismo, conviene tener presente el compromiso que, de forma voluntaria, las cajas han adoptado respecto del mantenimiento de sus actividades de obra social, que impide la posibilidad de llevar a cabo cambios bruscos en la distribución de los recursos.

Por otra parte, conviene tener presente que las preferencias sociales varían según las características personales de los individuos. Este hecho supone que, en realidad, no exista una única composición socialmente deseada del gasto en OS, ya que los individuos presentan unas preferencias diferenciadas según su edad, su renta mensual, su zona geográfica de residencia y su nivel de estudios (véase Esteller *et al.*, 2005). Así, por ejemplo, y partiendo de los datos obtenidos en la encuesta, los sujetos de edad más avanzada valoran en mayor medida las actividades de tipo asistencial (especialmente aquéllas dirigidas a este sector de la población), en detrimento de las de tipo cultural y educativo. Asimismo, los individuos de mayor renta mensual desearían un mayor gasto en actividades de tipo educativo, mientras que los de menores ingresos destinarían mayores incrementos del gasto a aquéllas de tipo asistencial. Del mismo modo, podemos afirmar que, por ejemplo, los residentes en el Noreste peninsular

GRÁFICO 7
CONVERGENCIA EN EL GASTO EN LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS DE OBRA SOCIAL (2001-2004)



Fuente: Elaboración propia a partir de CECA (varios años) y de los resultados de la encuesta. El gráfico presenta la recta de ajuste que se deriva de la estimación del modelo donde la variable endógena es el incremento del gasto real en OS en el período 2001 a 2004 (Δe_t) y la variable explicativa de la diferencia entre las distribuciones socialmente deseada (e^*) y real para el período inicial (e_{t-1}), esto es: $\Delta e_t = (1 - \beta) \cdot (e^* - e_{t-1})$. Los puntos azules identifican cada una de las principales categorías de gasto en OS: museos y salas de exposiciones (MU), representaciones artísticas (RA), bibliotecas (BI), promoción del deporte (PD), guarderías y jardines de infancia (GU), asistencia a la tercera edad (TE), asistencia a grupos desfavorecidos (AD), cooperación internacional (CI), vivienda social (VS), gasto sanitario (GS), formación profesional (FP), promoción de la educación (ED), investigación y desarrollo (ID) y conservación del patrimonio natural (NA) e histórico-artístico (HA). En el modelo de regresión estimado no se han considerado las observaciones atípicas MU y AD.

(Aragón y Cataluña) desearían un menor gasto en actividades de tipo cultural, todo lo contrario que los habitantes del Sur (Andalucía y Extremadura). Finalmente, los individuos de mayor nivel cultural muestran una mayor preferencia por actividades de tipo cultural y educativo, todo lo contrario que los sujetos sin estudios (o con estudios finalizados de grado preuniversitario), quienes preferirían un mayor gasto en actividades asistenciales.

La existencia de importantes diferencias en las preferencias sociales en función de las características personales de los individuos es, por lo tanto, otro factor que imposibilita el que tenga lugar una total adecuación entre éstas y la OS de las cajas. De este modo, siempre se encontrarán individuos

insatisfechos con respecto la actividad social de estas entidades. Este hecho fuerza a la adopción de una visión más general (analizar las preferencias del conjunto de la población española, sin diferenciar según características personales) y a considerar que los recientes cambios en la distribución del gasto social de las cajas han servido para acercar las composiciones real y socialmente deseada de la obra social.

V. CONCLUSIONES

La obra social es el principal rasgo distintivo de la actividad de las cajas de ahorros en relación con el resto de entidades del sistema financiero español. De hecho, la legitimidad de estas entidades depende, en gran medida, de la

valoración social de la actividad de las cajas, incluida su obra social. Por este motivo, en este trabajo, se ha realizado un análisis comparativo de la evolución reciente y la composición real del gasto en OS con respecto de las preferencias sociales por este tipo de actividades de las cajas. Los resultados de este análisis permiten confirmar que, durante el período 1997-2004, el área de la OS que más recursos ha recibido ha sido la cultural y de tiempo libre, que ha representado más del 45 por 100 del gasto real en OS de las cajas a lo largo de estos años. Por el contrario, el tipo de actividades socialmente más valoradas son las comprendidas en el área asistencial. En concreto, más del 50 por 100 de la distribución socialmente deseada del gasto en OS sería destinado a actividades de esta área.

Sin embargo, la obtención de diferencias claramente apreciables y centradas, especialmente, en las áreas cultural y asistencial debe ser matizada. En concreto, podemos afirmar que, desde el año 2001, se ha producido un acercamiento entre las composiciones real y socialmente deseada del gasto en obra social. Esta convergencia se ha materializado en forma de un fuerte aumento de los recursos destinados a actividades de tipo asistencial en detrimento de las áreas cultural y educativa. De este modo, los recursos destinados a actividades de asistencia social y sanitaria han aumentado entre 2001 y 2004 en un 34,35 por 100, pasando de más de 247 millones de euros a 332 millones. Asimismo, se ha observado un fuerte incremento del gasto en actividades de preservación del entorno natural, en consonancia con la creciente demanda social de este tipo de actividades.

Por lo tanto, los resultados obtenidos nos permiten afirmar que desde el año 2001 ha tenido lugar un cambio en la distribución del gasto en obra social por parte de las cajas que ha servido para mejorar su adecuación a las demandas sociales. No obstante, se aprecian todavía algunas diferencias cuya corrección se antoja una tarea complicada si tenemos en consideración las características intrínsecas de algunas de las actividades de obra social de las cajas, y el compromiso de mantenimiento adquirido por estas entidades. Ambos factores impiden la posibilidad de realizar grandes cambios en la composición del gasto en obra social en el corto (e incluso medio) plazo. Asimismo, conviene tener presente la existencia de preferencias sociales diferenciadas según las características personales de los individuos. Este factor permite ser menos estrictos con las diferencias

observadas entre las composiciones socialmente deseada y real del gasto en obra social.

NOTAS

(*) Los autores agradecen los comentarios recibidos de Santiago Carbó, Antonio Ciccone, Antoni Garrido, Juan Ramón Quintás, Daniel Tirado y de Victorio Valle, así como el apoyo financiero de la Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas (FUNCAS).

(1) Sin embargo, y a pesar de este proceso de liberalización, la mayoría de las cajas siguen desarrollando, en general, el conjunto de su actividad, y particularmente su obra social, en el territorio de origen.

(2) Último año para el que se dispone de datos. A lo largo de todo el trabajo, todos los valores monetarios están expresados en euros del año 2004.

(3) La encuesta personal realizada para el conjunto de España ha constado de un total de 519 entrevistas, siendo el número final de observaciones de 516, después de la eliminación de las respuestas incoherentes o contradictorias. El margen de error asociado a las mismas es del $\pm 4,39$ por 100 para un nivel de confianza del 95 por 100, referido a los resultados globales de España. Las entrevistas fueron realizadas por una empresa independiente, Central de Campo, S.L., del 3 de junio al 1 de julio de 2004. Asimismo, éstas fueron llevadas a cabo personalmente a individuos mayores de 18 años en diferentes puntos de muestreo repartidos por España, con cuotas de edad, sexo, zona geográfica y tamaño de la población según los parámetros de la muestra.

(4) En concreto, en el diseño y realización de la encuesta se han seguido algunas de las más recientes aportaciones en la metodología de la elección contingente de bienes públicos, como por ejemplo el trabajo de BLOMQUIST *et al.* (2004). Siguiendo el procedimiento empleado en estos trabajos, se solicitó a los encuestados que repartiesen un presupuesto dado (100 millones de euros) entre las quince principales actividades de gasto en obra social de las cajas, pudiendo asignar cantidades limitadas (0, 5, 10, 15 ó 20 millones de euros). Asimismo, en las entrevistas se solicitaban los datos personales de los individuos (como la edad, la renta mensual o la zona geográfica de residencia), lo cual ha permitido disponer de esta información para la construcción de variables de control en el análisis de las preferencias sociales.

(5) La elección de estas categorías obedece a su importancia cuantitativa en términos de recursos recibidos respecto del total de la OS. En concreto, las categorías seleccionadas, recogidas en el cuadro n.º 3, representan más de dos tercios del gasto en OS de las cajas en los últimos años. Entre éstas, se en-

cuentran actividades que representan elevados porcentajes del gasto total en OS, como museos y salas de exposiciones (13,44 por 100 del total destinado a OS), y otras que presentan importantes incrementos de los recursos recibidos durante los últimos años, como la cooperación internacional (175,13 por 100 de incremento entre 2001 y 2004).

(6) Únicos años para los que se dispone de datos desagregados del gasto en las principales categorías de obra social.

BIBLIOGRAFÍA

- BLOMQUIST, G. C.; NEWSOME, M. A., y STONE, D. B. (2004), «Public preferences for program tradeoffs: community values for budget priorities», *Public Budgeting and Finance*, 24: 50-71.
- CARBÓ, S., y RODRÍGUEZ, F. (1998), «Tendencias recientes en la obra social de las cajas de ahorros españolas», *PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA*, 74-75: 226-233.
- CARBÓ, S., y LÓPEZ, R. (2001), «El papel de las cajas de ahorros en la cohesión económica y social», *Cuadernos de Información Económica*, 164: 65-73.
- (2004), «La obra benéfico-social: exponente de eficiencia y responsabilidad social empresarial», *Cuadernos de Información Económica*, 182: 63-70.
- CARBÓ, S.; PALOMARES, A., y RAMÍREZ, V. (2004), «La regulación de los órganos de gobierno de las cajas de ahorros: consideraciones electorales», *Hacienda Pública Española/Revista de Economía Pública*, 171: 33-55.
- COELLO, J., y CARBÓ, S. (1999), «Un balance económico-social de las cajas de ahorros españolas», *Cuadernos de Información Económica*, 146: 55-68.
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS -CECA- (1999), «Informe de la Comisión de Estudio de la Obra Social», 16 de junio de 1999, Madrid.
- (2004), *Cajas de Ahorros: capitales para la sociedad*, Madrid.
- (varios años), *Memoria de la Obra Social de las Cajas de Ahorros*, Madrid.
- ESTELLER, A.; JORBA, J., y SOLÉ, A. (2005), «Análisis empírico de las preferencias sociales respecto del gasto en Obra Benéfico-Social», *Institut d'Economia de Barcelona*, mimeo.
- GUIJARRO, M. J. (2003), «La obra social de las cajas de ahorros: elemento clave de su cultura corporativa», *Cuadernos de Información Económica*, 175: 131-136.
- La Vanguardia* (2005), «Zapatero pide a las cajas que dupliquen la inversión en investigación y tecnología», 10 de junio, Barcelona.
- MEDEL, B., y DOMÍNGUEZ, J. M. (2004), «La vinculación territorial de las cajas de ahorros», *PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA*, 100: 306-320.

Resumen

La actividad financiera condiciona el modelo de desarrollo económico y su sostenibilidad ambiental y social. Ésta es la tesis sobre la que se sustenta este artículo, centrado en analizar cómo se puede aplicar el concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) a la intermediación bancaria. Tras aportar nuestra visión sobre significado, características e implicaciones de la RSC, se analizan los compromisos, políticas y prácticas que dentro del negocio bancario se están desarrollando para incorporar nuevos criterios de ética, buen gobierno, respeto al medio ambiente e implicación con la comunidad a la gestión diaria de estas instituciones. Analizamos así los programas de microcréditos dirigidos a luchar contra la exclusión financiera y social; los fondos de inversión gestionados con criterios de sostenibilidad y ética, y como ejemplo de gestión bancaria socialmente responsable, exponemos algunos casos de bancos éticos, verdes o sociales que operan en los países industrializados.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, banca y finanzas, microfinanzas, inversiones socialmente responsables.

Abstract

Financial activity predetermines the model of economic development and its environmental and social sustainability. This is the theory that upholds this article, focused on examining on how the concept of corporate social responsibility (CSR) is applied to banking intermediation. After offering our viewpoint on the significance, features and implications of CSR, we examine the commitments, policies and practices being developed within the banking business in order to incorporate ethics and good government behaviour environment impacts and involvement with the community in the everyday management of these institutions. In this way we analyse the microcredit programmes aimed at fighting financial and social exclusion; the investment funds managed with sustainability and ethical criteria and, as an example of socially responsible banking management, we outline a few examples of ethical, green or social banks operating in the industrialized countries.

Key words: corporate social responsibility, banking and finance, microfinance, socially responsible investments.

JEL classification: G21, M14, Z13.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL SECTOR BANCARIO. SU CONTRIBUCIÓN A UN DESARROLLO MÁS SOSTENIBLE

Marta DE LA CUESTA GONZÁLEZ

Universidad Nacional de Educación a Distancia

I. INTRODUCCIÓN

LOS intermediarios financieros, y en especial las entidades de depósito, juegan un papel activo en el desarrollo económico y social de los países al tener la capacidad de seleccionar proyectos de inversión y consumo, gestionar riesgos y decidir quién accede al capital y qué actividades se financian. Su responsabilidad social en la lucha contra la pobreza, las desigualdades sociales y el desarrollo sostenible es importante. La industria financiera comienza a ser consciente de esa responsabilidad y de las repercusiones económicas que puede suponer eludirla. Su función económica no se limita sólo a intermediar flujos gestionando adecuadamente riesgos financieros, sino que va más allá tratando de evaluar y gestionar otro tipo de riesgos éticos, sociales y medioambientales, y ofrecer productos y servicios que contribuyan a un desarrollo más humano del planeta, respondiendo así al reclamo de una ciudadanía cada vez más preocupada por el destino de su ahorro y de unos accionistas más interesados por los impactos económicos de determinados comportamientos poco sostenibles.

Este trabajo pretende analizar los comportamientos y prácticas bancarias que mejor se ajustan al concepto de responsabilidad social. Para ello, será necesario pre-

cisar antes qué entendemos por responsabilidad social corporativa, concepto éste sujeto a discusión a pesar de las diferentes comunicaciones, directrices y estándares que han ido apareciendo en los últimos años. A continuación entraremos en el significado de la responsabilidad social aplicada al sector financiero, y en concreto a los intermediarios bancarios, describiendo malas y buenas prácticas. Seguidamente, describiremos qué se entiende por banca ética y qué características y ejemplos de entidades de este tipo existen en países occidentales. Concluimos este artículo con algunas reflexiones sobre la realidad y el futuro de esta nueva tendencia de gestión empresarial dentro del mundo financiero.

II. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: CONCEPTO Y JUSTIFICACIÓN

La preocupación por la responsabilidad social de las empresa (RSE) o responsabilidad social corporativa (RSC) es un fenómeno que desde hace algunos años viene llamando la atención de las propias empresas, especialmente las grandes corporaciones; de la sociedad civil, preocupada por el impacto social y medioambiental de sus actividades; de las instituciones políticas, como es el caso de la propia Comisión Europea o de or-

ganismos multilaterales como Naciones Unidas.

Diferentes compromisos, declaraciones, e incluso normativas, han ido emanando en los últimos años en torno a lo que se considera RSC (1). A pesar de la dificultad de encontrar un consenso en torno a la definición, por la variedad de intereses que hay que aunar en esta nueva forma de entender la empresa, recogemos a continuación la definición consensuada por el Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo español, que tiene el encargo parlamentario de elaborar un documento sobre RSC que oriente al Gobierno en las políticas que en esta materia pudiera poner en marcha: «La RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones (2)».

Tras esta definición se trasluce un concepto comunitario de empresa contrario al enfoque contractual tradicional (contratos entre principal y agente), en el que la empresa no se considera como un ente abstracto sino como una institución social, coalición o asociación de agentes económicos aparte de los individuos que la componen, con derechos y obligaciones en cuanto tal (Rodríguez, 2003)

Siguiendo a Kay (1996), la compañía (que no empresa) se concibe como una institución social articulada mediante un nexo de relaciones de confianza manteni-

das a largo plazo. Ello supone que administradores y gerentes deben preservar y aumentar el valor de los activos bajo su control, no actuar meramente como agentes de los accionistas. Activos son no sólo los tangibles, sino también las capacidades de los empleados, las expectativas de los clientes o proveedores, la reputación e imagen de la empresa dentro de la sociedad, etc., activos decisivos en el largo plazo.

Al conjunto de estos activos y recursos (tangibles o virtuales) acumulados a través de las relaciones sociales externas e internas por la organización y por sus participantes se les denomina capital social. Se trata de un conjunto de redes, normas y relaciones de confianza que facilitan la resolución de los dilemas de la acción colectiva. Según Putnam (1993 y 1995), el capital social favorece una mejor cooperación y coordinación en las organizaciones sociales al potenciar los valores compartidos, la comunicación, la comprensión mutua y la reputación.

Bajo este prisma, la RSC se concibe como una forma de gestión cuyo objetivo es hacer bien las cosas para todos (accionistas, empleados, clientes, proveedores, sociedad en general). La empresa debe generar valor social, económico y medioambiental. La RSC es mucho más que realizar actividades de acción social o *marketing* social. La clave está en la responsabilidad, algo que no es voluntario y que tiene que ver con la rendición de cuentas.

La RSC se concibe así como un proceso de gestión que busca la sostenibilidad económica, social y medioambiental y que debe:

Ser integrador. Se trata de un proceso abierto en el que tienen cabida todos los agentes de la so-

ciedad que, en un momento dado, se ven afectados por la actividad de la empresa.

Ser participativo. Ello exige conocer las demandas de los grupos de interés y establecer procedimientos y mecanismos de diálogo con ellos.

Exigir que se adopten compromisos encuadrados dentro de un plan de acción. Una vez que ese compromiso es firme, se convierte en una obligación, lo que comporta establecer procedimientos adecuados para su consecución y para su exigencia por parte de terceros.

Tener carácter global. La RSC afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus participadas en todas las zonas geográficas en donde desarrollen su actividad. El carácter global de la RSC está expresamente reconocido en la Comunicación de la Comisión de la RSC de Bruselas en 2002, donde se dice: «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».

Ser extensivo. Afecta a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.

Cumplir con el principio de materialidad. Se deben reflejar los avances en una publicación dirigida a todos los grupos de interés que recoja la información estandarizada en las tres vertientes que comprende la RSC —económica, social y medio ambiente— y que deberá estar sometida a verificación.

Ser transversal y coherente. Se trata de un sistema de gestión que se debe integrar en todas las

áreas/decisiones de la empresa. Debe depender de la Presidencia e impregnar todas las políticas para evitar incoherencias.

La RSC exige ir más allá de la ley, pero supone asumir los tratados y convenios internacionales sobre derechos humanos, derechos laborales y protección del medio ambiente, con especial atención a los emanados de la Organización Internacional del Trabajo y sus convenios, la OCDE y sus directrices para empresas transnacionales, o iniciativas como el Consejo Mundial Empresarial sobre Desarrollo Sostenible. También deberá ser referencia en materia de RSC el papel de Naciones Unidas, referente básico de derecho internacional, y sus documentos relativos a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Objetivos del Milenio, las normas para la lucha contra la corrupción y la resolución del Alto Comisionado respecto de las normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en materia de derechos humanos.

Pero es que además a las empresas les interesa preocuparse de estas cuestiones. Tal y como recoge el último informe de la consultora KPMG (2005), que analiza las tendencias en elaboración de informes y memorias de las grandes corporaciones del mundo (3), los tres factores económicos más importantes por los que las compañías entran en la RSC son: innovación y aprendizaje, motivación de los empleados, y gestión y reducción de riesgos.

La RSC trata, en definitiva, de concebir a la empresa en sociedad, de la que depende en sus relaciones económicas y sociales, por lo que cualquier actuación en materia social y medioambiental no debe hacerse al margen de ésta, sino en constatación de comunicación y diálogo con los agentes implicados, o *stakeholders*.

ción y diálogo con los agentes implicados, o *stakeholders*.

III. RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL SECTOR FINANCIERO: LOS INTERMEDIARIOS BANCARIOS

El papel que juega el sistema financiero en la economía y el desarrollo, aunque a la vista puede parecer evidente, ha sido tenido poco en cuenta por los economistas hasta hace bien poco.

No es hasta principios del siglo pasado cuando un autor, Schumpeter, reconocía explícitamente la relación entre desarrollo financiero y real, estableciendo la intensificación financiera (desarrollo de los mercados, amplia red de intermediarios y variedad de instrumentos financieros) como condicionante del desarrollo. Autores posteriores como Goldsmith (1969), Shaw (1973), Mc Kinnon (1973), Allen (1990) y Levine (1997, 2000), entre otros, profundizaron en analizar cómo se produce esa relación, cuál es la dirección de causalidad y qué estructura financiera, si es que ello influye, es la más adecuada para lograr una mayor profundidad y penetración financiera del ahorro y su asignación a los mejores proyectos de inversión, generando de esa manera mayor productividad.

Precisamente Levine (2000) llega a la conclusión de que lo importante para el crecimiento es la calidad y disponibilidad de los servicios financieros, no si los prestan bancos o mercados de valores. En sistemas con mayor intermediación bancaria, como el español, esa responsabilidad recae en mayor medida en los bancos, cajas y cooperativas de crédito, por intermediar el 95,5 por 100 de los flujos financieros de nuestra economía. Si por desarrollo entendemos

hoy crecimiento sostenible y con cohesión social, la responsabilidad de estas entidades bancarias trasciende el ámbito puramente económico y se extiende al ámbito social y medioambiental.

A simple vista, puede parecer que la industria financiera no está sometida a grandes riesgos sociales o medioambientales, dado que se trata de empresas de servicios, «limpias» y que distribuyen dinero. Ahora bien, si nos paramos a pensar en la discrecionalidad de los intermediarios financieros a la hora de dirigir ese dinero y seleccionar inversiones y proyectos a financiar, su poder y responsabilidad se incrementan al ritmo del multiplicador bancario.

Es decir, las entidades financieras no se limitan a distribuir recursos de unos agentes a otros, sino que en esa transferencia de fondos asumen riesgos financieros, pero también no financieros (éticos, sociales y medioambientales) y toman decisiones sobre el destino más o menos sostenible del dinero. Cuando un banco decide financiar un gran proyecto de infraestructuras está haciendo partícipe de ese proyecto y de sus consecuencias e impactos a los accionistas y acreedores que han depositado su confianza y dinero en él. De ahí que, al menos, tenga la obligación moral y económica de informarles de ello. Del mismo modo, si decide financiar una explotación petrolífera en un país con régimen dictatorial y alto nivel de corrupción, está siendo partícipe de las consecuencias sociales que esa decisión puede tener sobre la calidad de vida de la población local. Así pues, el papel de los intermediarios bancarios en el desarrollo es activo y clave para garantizar su sostenibilidad.

La falta de consideración de los riesgos éticos, sociales y me-

dioambientales asociados al negocio bancario puede derivar en riesgos económicos. No sólo puede quedar en entredicho la reputación de la entidad, sino que puede peligrar la obtención de capital en los mercados si la gestión de fondos (ya sea por cuenta propia o por cuenta de terceros, a través de fondos de inversión o de pensiones) se lleva a cabo sin tener en cuenta los riesgos éticos, sociales y medioambientales de las empresas en las que invierte. Cada vez más, los accionistas, especialmente los grandes inversores institucionales, exigen la evaluación de estos riesgos en la gestión de carteras por ver condicionado el valor a largo plazo de los activos financieros a la gestión de estos riesgos.

Pero la rendición de cuentas en una entidad financiera se extiende más allá de los accionistas. También los acreedores tienen derecho a conocer no sólo la rentabilidad y el riesgo al que está sometido su ahorro, sino el destino ético de éste. Conviene recordar que los intermediarios bancarios gestionan dinero ajeno, su materia prima básica.

Podemos concluir, por tanto, diciendo que el sector financiero, y en especial los intermediarios bancarios, juegan un papel clave en el desarrollo, condicionando a través de su negocio el devenir de la sociedad.

Y esta afirmación es especialmente relevante si tenemos en cuenta que, tras los procesos de absorciones y fusiones vividos en las últimas décadas, los conglomerados financieros representan el 60 por 100 de las veinte principales empresas del mundo y más del 40 por 100 de las 100 principales compañías, de acuerdo con la lista *Forbes*. Estos grandes grupos financieros han ad-

quirido un papel muy importante en el actual contexto geopolítico, y un poder económico sin precedentes.

Desde un punto de vista de sostenibilidad global, este fenómeno imparable de consolidaciones puede acarrear un incremento considerable del riesgo sistémico, ya que se produce una interdependencia económica tal que una supuesta crisis de un grupo financiero tendría enormes repercusiones directas sobre el sistema financiero y la economía en general.

Asimismo, el proceso de concentración de los servicios financieros implica también riesgo de oligopolio, falta de competencia y posibles racionamiento y encarecimiento del crédito y servicios financieros a regiones, sectores y poblaciones de menor tamaño y nivel de renta.

La estrategia actual de la industria financiera está basada en la reducción de costes y concentración de clientes más rentables dentro del afán de consolidación. Se busca la creación de riqueza para el accionista, puesto que cuanto mayor sea el valor de la acción existirán menos posibilidades de ser adquirido.

Por ello, el sector bancario privado, salvo excepciones, en su estrategia y práctica diaria no se cuestiona en profundidad ni los intereses de otros agentes al margen de los accionistas ni el impacto social y medioambiental de sus políticas, y se mantiene al margen de ese ansiado desarrollo sostenible por considerar que no es función suya preocuparse de estas cuestiones.

Esa visión excesivamente cortoplacista ha generando comportamientos socialmente irresponsables, con consecuencias socioeconómi-

cas importantes sobre los ciudadanos. A modo de ejemplo, recogemos a continuación algunas de las más relevantes.

1. Exclusión financiera y racionamiento del crédito

La principal responsabilidad económica de una entidad financiera consiste en facilitar el acceso a la financiación, estimulando y captando ahorro en condiciones de calidad. La excesiva preocupación por incrementar el valor y el rendimiento para el accionista, unida a procesos de privatización o de concentración, ha originado el desabastecimiento financiero en regiones y poblaciones de bajo nivel de renta. En algunos países, la segmentación del mercado ha traído consigo el cierre de sucursales y la exclusión de clientes sin recursos a través de la reducción de los servicios básicos, la penalización vía intereses y comisiones, y el uso compulsivo de servicios de transacción electrónica. En el Reino Unido se estima que el nivel de exclusión financiera se encuentra entre el 6 y el 9 por 100 de la población (desempleados, pensionistas sin vivienda en propiedad, dependientes de subsidios...) (Rogaly, Fisher y Mayo, 1999).

Asimismo, el acceso de las PYME a la financiación sigue siendo la asignatura pendiente en todo el mundo. Los intermediarios financieros lo siguen considerando como un segmento de mercado con alto riesgo y altos costes administrativos. Este hecho contrasta con el dato de que las PYME son la base del tejido empresarial en la mayor parte de las economías, convirtiéndose en los principales proveedores de empleo. Esta dificultad es aún mayor en países en desarrollo (4), donde sin la previa intervención o el apoyo por parte

de los gobiernos, es improbable que el crédito resulte accesible a las PYME (5).

2. Fomento del sobreendeudamiento

Se realiza a través nuevos productos financieros, como las tarjetas de crédito o los préstamos de bajo importe, destinados a la obtención de bienes de consumo o a actividades de ocio (6). En ciertos países, los bancos y otras compañías financieras aplican estrategias agresivas para vender créditos con altas tasas de interés, diseñados específicamente para atraer a deudores vulnerables. En los EE.UU., su blanco particular son las personas que habitan áreas metropolitanas y están excluidas del sistema general de créditos —incluyendo minorías étnicas, deudores de bajos o medianos ingresos, mujeres—, que se transforman en víctimas de estos préstamos usureros, lo cual contribuye a su mayor marginalización (7).

Las tarjetas de crédito proporcionan acceso fácil al crédito y al pago por adelantado, tanto en el propio país como en el extranjero. Facilitan los pagos a empresas y viajeros, quienes así evitan tener que llevar consigo grandes sumas de dinero o divisas. Sin embargo, también provocan el aumento significativo del endeudamiento. Las tasas de interés que se abonan cuando el pago no es inmediato a la recepción de la factura son más altas que las de los créditos bancarios. Por otro lado, las tarjetas de crédito son ofrecidas en el mercado en formas cada vez más atractivas, apuntando a grupos específicos, como los jóvenes, de quienes esperan endeudamientos a edades tempranas, convirtiéndose así en clientes vitalicios de la tarjeta (8).

3. Conflicto de intereses y manipulación de los mercados de valores

Los últimos escándalos en Estados Unidos e Italia constatan que la banca de inversión actúa, en algunas ocasiones, en connivencia con la empresa ocultando información con la intención de inflar temporalmente el valor de los activos suscritos por los bancos, mientras transmiten el riesgo a terceros a través de diferentes mecanismos como, por ejemplo, las instituciones de inversión colectiva (la investigación del papel de los grandes bancos en la ocultación de la deuda de Parmalat —de más de 12 billones de euros— es un claro ejemplo de ello). Además de asesorar erróneamente, algunas entidades financieras llegaron a manipular los precios de las acciones para beneficiar a empresas clientes o potenciales clientes (9), contribuyendo a crear una burbuja financiera cuyo desplome ha traído consecuencias nefastas, especialmente para los pequeños inversores (incluyendo pensionistas), fondos de pensiones, compañías de seguros y empresas en países en desarrollo.

Si a ello sumamos los fallos de las empresas calificadoras de riesgo acerca de los problemas financieros de gobiernos y empresas que se encontraban en situación dudosa, el resultado se agrava.

Junto a estas malas prácticas podríamos añadir otras, por todos conocidas, en lo que se refiere a fomento de la evasión fiscal mediante la colocación de fondos en paraísos fiscales o a incorrecta aplicación de códigos de conducta dirigidos a detección de operaciones de blanqueo de dinero, corrupción o sobornos, por lo que no es de extrañar que el sector bancario sea uno de los sectores empresariales con peor reputación.

Los efectos que estas malas prácticas pueden tener sobre la estabilidad financiera y económica mundial, sobre la eficiencia y productividad, y sobre la credibilidad y seguridad en el sistema financiero, basado en la confianza y en la transparencia, han propiciado en los últimos años la aparición de directrices aplicables a todas las actividades de la industria de servicios financieros. Estas directrices, de carácter voluntario, tratan de prevenir dichas prácticas y corregir las externalidades en materia social y medioambiental que estos comportamientos están teniendo en el desarrollo. Recogemos a continuación una breve reseña de las más importantes.

- *Declaración de instituciones financieras acerca del medio ambiente y el desarrollo sostenible (PNUMA):*

Esta declaración establece la necesidad de que los firmantes realicen evaluaciones internas de sus actividades en función de sus objetivos en materia medioambiental. También promueve la investigación, el intercambio de información y el diálogo entre la entidad financiera, el cliente y otros *stakeholders*; así como el intercambio de mejores prácticas con otras corporaciones financieras. El compromiso adquirido por los firmantes se concreta:

- en aplicar los principios de sostenibilidad a los procesos internos de la entidad (incluyendo el consumo de energía, la eficiencia en el uso de los recursos y el reciclaje de los desechos);

- en identificar y cuantificar el riesgo medioambiental dentro del habitual proceso interno de evaluación de riesgos y gestión de la empresa;

- en potenciar el desarrollo de productos y servicios que, a su

vez, promuevan activamente la protección medioambiental.

- *Suplemento sectorial de indicadores sociales para la elaboración de informes. SPI-Finance 2002.* La iniciativa de información en sostenibilidad más ampliamente difundida y aceptada en la actualidad es la *Global Reporting Initiative* —GRI (10)—, que, con el apoyo de 10 instituciones financieras y E2 Management Consulting, lanzó en 2000 (con la posterior revisión en 2002) la adaptación al sector financiero de las directrices para elaboración de los informes de sostenibilidad, proponiendo indicadores específicos de desempeño social para el sector.

Esta iniciativa, de carácter voluntario, pretende ofrecer al sector una serie de indicadores que pueden ser utilizados como guía para diseñar la gestión de la responsabilidad social, rediseñar las políticas, los procedimientos y la organización interna, fijar objetivos, programas y sistemas de control e informar sobre el impacto social de la entidad a los diferentes grupos de interés.

- *Suplemento sectorial de indicadores medioambientales para la elaboración de informes.* En septiembre de 2003, la UNEP-FI (programa de medio ambiente de Naciones Unidas para instituciones financieras) se asoció a la GRI a fin de continuar con el trabajo logrado hasta la fecha en el área social y comenzar a trabajar en el desarrollo de indicadores de desempeño medioambiental. Ambas instituciones conformaron un grupo de trabajo que, aprovechando los esfuerzos en materia de indicadores medioambientales de EPI-Finance 2000, FORGE (11) y el borrador de las directrices formulado por el grupo de trabajo del programa de Naciones Unidas para medio ambiente y la industria fi-

nanciera (UNEP-FI) sobre gestión medioambiental y elaboración de informes, finalizó en 2004 el suplemento del sector de servicios financieros sobre indicadores de desempeño medioambiental de la GRI, destinado a ser empleado juntamente con las directrices generales de ésta (12).

- *Principios de Ecuador. 2002.* Principios impulsados por la Corporación Financiera Internacional (CFI), agencia dependiente del Banco Mundial, que plantea principios sociales y medioambientales en la financiación de grandes proyectos de inversión en países emergentes. Son principios voluntarios aplicables a grandes proyectos. Alrededor de treinta bancos han firmado los principios, y se comprometen, entre otras cosas, a no financiar proyectos por encima de los cincuenta millones de dólares que no cumplan los criterios sociales y medioambientales fijados por la Corporación Financiera Internacional (13).

Partiendo del contenido de estas iniciativas surgidas para guiar buenas prácticas financieras en materia de sostenibilidad, y a tenor de lo expuesto anteriormente sobre malas prácticas en responsabilidad social, podríamos concluir que la responsabilidad social afecta a las entidades bancarias de la siguiente manera:

- Por un lado, en su dimensión interna, la RSC implica trasladar la responsabilidad ambiental y social a la gestión interna del banco. Esto supone, en el ámbito laboral, cumplir con las convenciones de la OIT, las de derechos humanos y de igualdad de género, entre otras directrices. En el ámbito medioambiental, implica el uso sostenible de la energía, y la formación del propio personal en temas de sostenibilidad o mejoras de reciclaje y rendimiento

energético, entre otras prácticas. Y en el ámbito más social, involucrarse en la sociedad a través del patrocinio de actividades culturales, educativas y asistenciales o donaciones caritativas.

- Por otro lado, la RSC en su dimensión externa, esto es, en su actividad de inversión e intermediación financiera, supone aplicar estos mismos principios a los negocios propios de la entidad. Consiste básicamente en:

- a) La integración de la RSC y la sostenibilidad en el propio negocio, incorporando consideraciones ambientales y sociales en el diseño de productos, la política de crédito e inversión y, en definitiva, en la estrategia del negocio y en la asunción de riesgos.

- b) La prestación de servicios financieros con carácter universal y el acercamiento de estos servicios al ciudadano a través de los diferentes canales de distribución.

Entendida así la RSC en banca, su puesta en práctica supone asumir una serie de compromisos y poner en marcha los medios, políticas y procedimientos adecuados para alcanzar los resultados deseados:

- *Compromiso con la sostenibilidad* en lo relativo al negocio principal. Ello supone medir los impactos medioambientales y sociales de toda la gama de actividades de la entidad, buscar la mejora constante de los sistemas de gestión y evaluación de dichos impactos, promover operaciones y productos pro-sostenibles, evitando el apoyo financiero de actividades dañinas para la sociedad y el medioambiente (14).

- *Compromiso con la responsabilidad*, asumiendo al más alto nivel las consecuencias de los

impactos de las propias transacciones y riesgos gestionados.

— *Compromiso con la rendición de cuentas* a los diferentes grupos de interés. Ello exige la implicación en consultas públicas con el fin de recibir información sobre las visiones de estos grupos, especialmente de los afectados por los servicios financieros.

— *Compromiso con la transparencia*. Producir suficiente información de sostenibilidad relativa a todos los niveles de la empresa, incluyendo sus negocios, sucursales, filiales y participadas, tratando de integrar la información económica, social y medioambiental. Esto no significa informar sólo de lo bueno, sino también de aquellas cuestiones delicadas o críticas en materia de buen gobierno y responsabilidad social y medioambiental.

— *Compromiso con los mercados y la gobernabilidad*. Esto supone desalentar prácticas financieras inapropiadas (uso de paraísos fiscales, especulación monetaria, lavado de dinero, corrupción) y alentar decisiones basadas en el largo plazo, reconociendo siempre el papel de los gobiernos en materia política, ejerciendo *lobby* no en contra, sino a favor, de regulaciones públicas que protejan intereses sociales.

Todos estos compromisos implican implementar en la gestión diaria objetivos de sostenibilidad, capacitar a sus responsables y remunerarles en función de la consecución de dichos objetivos. Para ello, resultará de gran utilidad definir una serie de indicadores que permitan comparar la gestión interna y el impacto de su actividad con los estándares internacionalmente aceptados, con las demandas de los grupos de interés y con la media del sector, en

cada una de las áreas y dimensiones que implica la responsabilidad social. Es necesario contar con indicadores sometidos a verificación externa que reflejen el grado de cumplimiento de la responsabilidad de un banco y su acercamiento a criterios de gestión ética o de banca social y medioambiental.

En el cuadro n.º 1 se recogen algunos ejemplos de las cuestiones sociales más relevantes a las que debería enfrentarse el gestor responsable de ejecutar un plan estratégico de RSC en su empresa. Cuestiones a las que también se ve sometida la entidad por parte de evaluadores externos, como por ejemplo índices bursátiles de sostenibilidad o gestores de fondos de inversión y de pensiones interesados en conocer estas cuestiones de cara a sus decisiones de inversión.

Junto a estas cuestiones que tienen que ver más con la dimensión social, habría que considerar otras que afectan a la dimensión medioambiental (consumo de energía, gestión de los residuos y transponte, utilización de productos reciclados, etc.), de menor importancia en lo que a la gestión interna del banco se refiere, comparado con lo que sucede en otros sectores industriales, pero de enorme trascendencia si traducimos esa dimensión medioambiental al negocio bancario, es decir a los proyectos, créditos e inversiones financiadas por la entidad.

Pero sin duda, la auténtica responsabilidad social de una empresa reside en el negocio que atiende, y en el caso de una entidad bancaria, en el destino que da al dinero que intermedia.

Las entidades bancarias son empresas de servicios financieros que gestionan riesgos, y cada vez

más son más conscientes de que una mala gestión de los riesgos medioambientales y sociales de sus clientes representa una amenaza para su negocio de prestamista. Por ello, para disminuir su exposición a estos riesgos y para mejorar su gerencia, comienzan a prestar más atención al funcionamiento ambiental y social de sus clientes, y a desarrollar mecanismos para determinar su exposición a dichos riesgos con el fin de protegerse contra pérdidas potenciales. Esta preocupación por el comportamiento de sus clientes, manifestada en sus decisiones de préstamos e inversión, estimula a su vez un mejor comportamiento sostenible en el sector privado.

Al valorar los riesgos financieros, sociales y medioambientales asociados a un cliente, las entidades tienen la oportunidad de descartar la financiación de proyectos excesivamente arriesgados o trasladar esos riesgos al cliente cargándole precios más altos por los fondos prestados, haciendo de esta manera que el cliente socialmente irresponsable asuma las externalidades negativas de su actuación.

Así pues, la clave de una adecuada gestión RSC en banca está en aplicar el concepto RSC al negocio, cuestionando cada una de las actividades y decisiones bancarias desde un punto de vista ético, social y medioambiental. Ello obliga a una serie de compromisos y prácticas en las áreas de banca comercial, banca de inversión y gestión de activos como los que, a modo de ejemplo, se recogen a continuación:

a) *Buenas prácticas en Banca Comercial*

— *Incrementar el volumen de préstamos con alto impacto so-*

CUADRO N.º 1

ALGUNAS CUESTIONES SOCIALES RELEVANTES EN LA GESTIÓN DE LA RSC

Política y organización de la RSC

¿El Consejo de Administración lleva a cabo una revisión regular de los aspectos sociales y medioambientales éticos (SME)? ¿Existe formación específica de los directivos en aspectos SME? ¿Hay establecido algún tipo de incentivo o pagos a directivos y *seniors* ligado a los resultados sobre SME? ¿Hay establecido algún sistema de gestión de riesgos de ámbito corporativo para los diferentes negocios y clientes de la entidad? ¿Contempla los tres tipos de riesgos: sociales, medioambientales y éticos?

¿Existe algún procedimiento de verificación o auditoría de la estimación de dichos riesgos?

¿Qué procedimientos utiliza para identificar los riesgos SME? ¿Se evalúan y cuantifican las potenciales oportunidades, pérdidas o pasivos derivadas de los riesgos SME?

¿Existe una política definida de RSC?

¿Qué departamento ostenta la máxima responsabilidad en la gestión RSC? ¿Cuál es su presupuesto?

¿Existe algún sistema de verificación o auditoría de la RSC?

Gestión de la relación con los stakeholders

¿Cómo selecciona y define a los *stakeholders*? ¿Cuántos tiene identificados?

¿Qué tipo de relación tiene con ellos? ¿Qué mecanismos de comunicación utiliza para relacionarse con ellos?

¿Cómo se mide la satisfacción de sus *stakeholders*? ¿Los empleados tienen objetivos y recompensas en función de la satisfacción de los *stakeholders* con los que interactúa?

Relación con empleados

¿Existe política sociolaboral por escrito?

¿Cuál es el grado de participación de los empleados en la toma de decisiones?

¿Existen políticas y procedimientos relativos a información, consultas y negociación con empleados sobre cambios en las operaciones de la empresa?

¿A cuánto ha ascendido la creación de puestos de trabajo en términos homogéneos de dedicación?

¿Cuál es el grado de rotación laboral, el número de despidos (si los hubiere), la participación de los empleados en la toma de decisiones y en el capital de la empresa? ¿Existen incentivos que priman el éxito y los resultados a largo plazo?

¿Cuántas horas se dedican a formación por empleado?

¿Cuál es el saldo medio de salarios de la entidad? ¿Y el grado de dispersión y de diversidad: mujeres, discapacitados, edad media de los empleados? ¿Qué grado de diversidad existe en la composición de los puestos directivos y los órganos de gobierno?

¿Se cuantifica de alguna manera la satisfacción de los empleados?

¿Qué proporción de contratos temporales sobre el número de contratos fijos existe?

¿A cuánto ascienden los gastos de formación por empleado de media por año y por categoría de empleados?

¿Y los gastos sociales por empleado (pensiones, contribuciones al cuidado de la salud, discapacitados, maternidad, educación y retiro) en relación al beneficio neto?

Derechos humanos (DD.HH.)

¿Existe código de conducta para contratistas o proveedores? ¿Qué sistemas de control y resultados se utilizan para evaluar el desempeño en DD.HH. dentro de la cadena de proveedores y contratistas? ¿Existe una evaluación de riesgos y análisis de inversiones que incorporen el impacto en los DD.HH. de decisiones de este tipo?

¿Existe formación específica, especialmente en países con violaciones graves de DD.HH.?

Acción social y relaciones con la comunidad

¿Existe planificación y estrategia clara de la acción social o solidaria de la entidad? ¿Existen sistemas de evaluación en la selección de proyectos y medición del impacto?

¿Qué porcentaje del beneficio se destina a obra social o fundación de carácter social?, ¿cuál es el grado de participación de la sociedad, empleados y clientes en el destino de los fondos solidarios?, ¿cómo se desglosa el gasto por tipo de actividades?

cial. Financiando a comunidades o regiones deprimidas en términos de PIB, mostrando apoyo financiero a proyectos educativos, culturales y sociales, a negocios promovidos por inmigrantes, mujeres y discapacitados, a microempresas y a la creación de nuevas empresas.

— *Favorecer la inclusión financiera.* Permaneciendo en regiones con menor renta y volumen de población, impulsando la financiación de pequeños negocios o el autoempleo, especialmente en zonas rurales. Poniendo en marcha políticas y actuaciones para facilitar el acceso de rentas bajas a las nuevas tecnologías y los nuevos canales de distribución de servicios financieros.

b) *Buenas prácticas en banca de inversión*

— Adherirse a compromisos públicos y estándares, como los Principios de Ecuador, que impliquen el rechazo o la selección de grandes proyectos de inversión en función de criterios de sostenibilidad.

— Incrementar la inversión en negocios de alto beneficio social, como por ejemplo: proyectos de desarrollo rural y regional, proyectos de conservación del agua, proyectos de energía renovable y sostenible, iniciativas médicas y de salud, reciclado y gestión de residuos o algunos proyectos de infraestructuras.

c) *Buenas prácticas en gestión de activos*

— Aplicar filtros de RSC o sostenibilidad a las participaciones industriales, a las carteras de inversión y a la gestión de valores por cuenta de terceros.

— Ofertar productos y servicios de inversión que apliquen criterios éticos y de sostenibilidad (fondos de inversión éticos o ecológicos, por ejemplo).

— Participar activamente como accionista responsable, trasladando a los consejos de administración de las empresas participadas y de las que se es accionista sus preocupaciones en materia RSC y ejerciendo su poder político en las juntas de accionistas.

IV. DOS EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BANCARIA EN ESPAÑA: MICROCRÉDITOS Y FONDOS DE INVERSIÓN ÉTICOS

De las diferentes iniciativas a través de las cuáles un banco puede ejercer la responsabilidad social en su propio negocio, destacamos en este apartado dos de las que están teniendo mayor acogida en la industria financiera internacional y también, aunque en menor medida, en el sector financiero español: los programas de microcrédito y los fondos de inversión socialmente responsables.

Los microcréditos, con sus limitaciones, están demostrando que una de las vías para luchar contra la pobreza y la exclusión social es permitir a los más desfavorecidos acceder a un capital mínimo que les permita emprender un pequeño negocio con el que poder salir del círculo vicioso de la pobreza. Por su parte, los fondos de inversión éticos permiten al ciudadano que invierte en los mercados de valores, conocer y decidir sobre el impacto social y medioambiental de su inversión.

1. Programas de microcréditos

Los programas de microcrédito surgen en los países en desarrollo en los años setenta para dar respuesta financiera a la economía informal y como nueva fórmula de ayuda al desarrollo. Posteriormente, estos programas, con algunas diferencias sustanciales, comienzan a desarrollarse en países industrializados para luchar contra las bolsas de pobreza y exclusión social.

En los países desarrollados se trata de pequeños préstamos ligados a la inversión social y actividades empresariales, y destinados a personas pobres para proyectos de autoempleo generadores de renta. Son por tanto préstamos reintegrables para autoayuda e inserción socio-laboral que pretenden dar financiación a personas con difícil acceso al sector financiero, pero que cumplen con todos los requisitos formales para su incorporación al mercado laboral.

Sus *destinatarios* son personas en situación de precariedad laboral o desempleo, con proyectos de empresa con posibilidades de supervivencia, pero sin garantías tradicionales, con capacidad emprendedora y que cuentan con un proyecto empresarial viable. Fundamentalmente, estos programas sirven para financiar *actividades productivas*, no de consumo, que, a diferencia de lo que ocurre en países en desarrollo, están integradas en la economía formal, con lo que entrañan mayor burocracia. También suelen llevar a aparejados programas de formación y asistencia microempresarial, ya que el acreditado no cuenta con experiencia empresarial.

Aunque su cuantía media (18.000 dólares) es más elevada que en países en desarrollo (450 dólares),

entrañan también altos costes de gestión y de información. Se trata de un mercado poco definido, analizado y estructurado en el que se necesita la colaboración de organizaciones de acompañamiento de carácter social (ONG, corporaciones locales, etc.) que conocen al beneficiario, sus necesidades y su capacidad emprendedora. Los costes de análisis y seguimiento del riesgo financiero y del impacto social no se imputan al coste del préstamo, de ahí que los programas estén subvencionados por bancos de desarrollo, por donantes privados o por las propias entidades gestoras.

Aunque las condiciones socioeconómicas españolas son sensiblemente diferentes a las de los países en vías de desarrollo, resulta claro que existen en nuestro país grupos de personas que no pueden o a las que les resulta casi imposible acceder a los recursos financieros existentes y ofertados por las entidades financieras convencionales. Los análisis de riesgo de crédito a los que se someten las operaciones previamente a su concesión exigen en todos los casos que el solicitante presente alguna garantía financiera para limitar el riesgo que asume la entidad prestamista. Así, cuando los solicitantes son personas que parten de una situación de exclusión social, y con ello de carencia total de bienes con los que poder garantizar las operaciones, sus solicitudes de financiación son denegadas sistemáticamente. Esta falta de acceso a la financiación, genera una imposibilidad total de incorporación al mercado laboral para muchas personas, condenándolas a perpetuarse en sus situaciones de exclusión y a que no puedan acceder a los niveles mínimos de bienestar.

En este contexto, los programas de microcrédito en España su-

ponen un instrumento que permite a las capas de la población menos favorecidas acceder a los recursos financieros y así lograr su integración plena en la sociedad. Permiten a colectivos en riesgo de exclusión social y financiera ejercer su derecho al crédito y poder transformar sus ideas de negocio en microempresas rentables con las que generar ingresos que mejoren sus condiciones de vida. Los beneficiarios identificados en la mayoría de los programas existentes en nuestro país son mujeres, inmigrantes, parados de larga duración, hogares monoparentales, mayores de 45 años, discapacitados y minorías étnicas.

Se trata de créditos sin garantías reales cuya cuantía oscila entre 6.000 y 30.000 euros, que a finales de 2004 alcanzaban un volumen total de 32,7 millones de euros (frente a 1,1 millones de 2001), y gestionados por instituciones financieras o no financieras con el apoyo y la promoción de instituciones públicas y privadas (ICO, fundaciones, ONG) que aportan los fondos, dando la oportunidad en algunos casos de canalizar ahorro de inversores socialmente responsables.

El impacto del microcrédito es difícil de medir. Si nos circunscribimos al ámbito de la creación de empresas y empleo, según el informe del Foro Nantik Lum de Microfinanzas (2005b), el microcrédito en España ha beneficiado mayoritariamente a mujeres (un 61 por 100) y en más de una tercera parte los beneficiarios pertenecen a la población inmigrante, destacando la alta proporción de beneficiarios colombianos y argentinos. El criterio más valorado a la hora de la concesión ha sido la viabilidad del proyecto. En segundo lugar, se ha tenido en cuenta la confianza en la institución social que presenta al candidato,

así como su situación en cuanto a exclusión social y financiera, siendo el factor menos decisivo a la hora de conceder un microcrédito la posibilidad del proyecto de generar empleo.

Según los estudios del Foro Nantik Lum (2005a y b), los resultados demuestran que los créditos son básicamente para autoempleo (1,1 o 1,3 la cifra de empleos creados por microcrédito), y las actividades económicas que han sido puestas en marcha a través de estos programas en España pertenecen a la hostelería, servicios a la construcción, actividades recreativas y comercio, entre otros. Los promotores de estos programas de microcrédito en España, intermediarios financieros y entidades sociales de acompañamientos evalúan positivamente como beneficiarios de los microcréditos a personas con un perfil emprendedor con posibilidades económicas alternativas, con habilidades técnicas específicas, con experiencia de trabajo anterior y con estabilidad familiar y social. Es decir, los microcréditos están alcanzando a personas capaces de llevar adelante exitosamente un proyecto microempresarial, y existen recelos en llegar a los más pobres entre los pobres. A diferencia de lo que ocurre en el mundo en desarrollo, se considera más acertado atender a estas capas pobres con ayudas no reembolsables que con microcréditos.

Podemos decir, por tanto, que los microcréditos en España se conciben como instrumento de lucha contra la exclusión financiera, y no contra la pobreza.

Algunos trabajos, como el de Gutiérrez (2004), estiman que el coste económico de apoyo o subsidio al microcrédito es más barato que el gasto público anual por prestación de desempleo. Si a ello

añadimos el impacto positivo que el microcrédito genera en su receptor —credibilidad, confianza, autoestima—, podemos entender la apuesta que algunos gobiernos han hecho por este tipo de programas, incluso en materia de regulación financiera.

En cualquier caso, el impacto social de estos programas dependerá de la atención que presten a aquellas regiones o poblaciones con mayor porcentaje de exclusión financiera y a sus necesidades, lo cual exige un análisis previo y exhaustivo de los problemas financieros asociados a la exclusión social y de las demandas de sus beneficiarios.

El hecho de que algunos programas estén infrautilizados (15) y con altas tasas de fallidos exige replantearse el sistema de análisis y concesión de microcréditos de dichas instituciones. Su éxito financiero y social dependerá de su grado de autosuficiencia, de la definición clara de las tipologías de beneficiarios que haga, de las alternativas a las garantías tradicionales que se exijan (ahorro obligatorio, garantía en especie, intervención de una entidad financiera, mejor análisis y seguimiento de los proyectos, involucración de la Administración local) y de la selección que se haga de la organización de apoyo social. Ésta, además de tener experiencia en trabajar con los colectivos a los que van dirigidos los microcréditos, debería contar con experiencia o conocimientos en análisis de proyectos y microfinanzas y con respaldo financiero suficiente para llevar a cabo sus actuaciones de apoyo técnico y acompañamiento, más que de seguimiento y control.

Entre las iniciativas privadas llevadas a cabo en España en los últimos años destacan, por volumen

de fondos, los programas de microcréditos de las cajas de ahorros. La naturaleza social de las cajas y su especialización en el negocio al por menor y local ha propiciado el desarrollo de estos productos financieros de alto impacto social y de lucha contra la exclusión financiera. Para luchar contra esa exclusión, las cajas españolas conservan oficinas en zonas rurales y de escasa densidad de población. En el conjunto de las cajas, la mitad de las oficinas está en municipios de menos de 50.000 habitantes y el 28 por 100 en municipios de menos de 10.000 (CECA, 2005). Son muchas las cajas de ahorros que están operando con microcréditos, aunque algunas con un mayor grado de experiencia y especialización. Según la CECA, las cajas de ahorros son las entidades que más operan con estos productos en España, ya que han formalizado, hasta el primer trimestre de 2005, 3.000 operaciones de microcrédito, por un importe de 25 millones de euros y con un impacto de 6.000 empleos directos.

La gestión de estos productos se hace, en la mayoría de los casos, a través de fundaciones creadas con fondos de la obra social, aunque algunas la insertan dentro de la propia actividad de la entidad financiera.

Las características de los programas de microcrédito gestionados por las cajas son las que se indican en el cuadro n.º 2.

El esquema seguido por las cajas a la hora de instrumentar el microcrédito suele responder, salvo alguna excepción, al mismo patrón. Se firman convenios con entidades sociales, principalmente ONG de desarrollo, o administraciones públicas, normalmente ayuntamientos, que son las que aportan al posible acreditado/be-

neficiario el soporte o apoyo moral ante la entidad financiera y, en algunos casos, como es el de La Caixa, son las encargadas de ejecutar el plan de viabilidad y realizar el posterior seguimiento. Los recursos financieros necesarios son aportados desde la obra social, desvinculando del riesgo a la actividad financiera y no existiendo una relación directa entre depositante y beneficiario, salvo en el caso de BBK, la Caja Inmaculada y la Caixa, en las que el riesgo se integra en el balance de la actividad financiera dentro de la partida «Créditos sobre clientes».

2. Fondos de inversión éticos o socialmente responsables

Otro de los productos financieros sostenibles que más repercusión ha tenido en España, esta vez dentro del negocio de gestión de activos, son los fondos de inversión éticos, solidarios y medioambientales.

Al igual que venía sucediendo en otros países de nuestro entorno, pero con cierto retraso, y sobre todo con mucha menor intensidad, a finales de los noventa comienzan a distribuirse por parte de las entidades bancarias productos de inversión colectiva que, a la vez que contribuyen con una donación a proyectos de índole social, seleccionan las inversiones atendiendo a filtros éticos, sociales y medioambientales. Esta doble naturaleza, ética y solidaria, que poseen la mayoría de los fondos que surgen a partir de esa fecha trata de atraer a inversores conscientes de que su dinero debe de procurar una rentabilidad social, además de una rentabilidad financiera.

En España, estos fondos toman fuerza en los años 1999 y

CUADRO N.º 2

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PROGRAMAS DE MICROCRÉDITO DE LAS CAJAS DE AHORROS EN ESPAÑA

| | |
|-------------------------|--|
| Importe medio | Entre 3.000 y 25.000 euros |
| Plazo de amortización | De 3 a 7 años, con flexibilidad en los reembolsos |
| Período de carencia | Entre 0 y 6 meses |
| Tipo de interés | Entre el 4 y el 6 por 100 |
| Morosidad | Entre el 0,18 y el 4,8 por 100 |
| Perfil del beneficiario | Mujer inmigrante de unos 35 años |
| Característica general | Préstamos individuales que se otorgan para la puesta en marcha de pequeñas empresas que generen autoempleo |
| Público objetivo | <p>a) Formar parte de colectivos sociales desfavorecidos y con especiales dificultades de inserción laboral (mujeres, inmigrantes, parados de larga duración, mayores de 45 años, hogares monoparentales, discapacitados, minorías étnicas, y otras personas en situación de pobreza y marginación social)</p> <p>b) No tener acceso al sistema financiero formal por falta de avales o garantías</p> <p>c) Tener espíritu emprendedor y disponer de una iniciativa empresarial viable</p> |
| Fuente de recursos | Obra social en todos los casos salvo en el de La Caixa, la CAI y BBK, que tienen incluidas estas operaciones en la actividad financiera |

Fuente: Cuadernos Monográficos Nantik Lum (2005), CECA (2005), memorias 2005 de BBK, Caja de Ahorros de Granada, Caixa, Caixa Galicia y Caja Inmaculada, y elaboración propia.

2000. La mayoría de los que surgen son fondos éticos (con filtros de exclusión e inclusión de valores) y solidarios al mismo tiempo, y su patrimonio, aunque aumenta en su fase inicial, sufre una caída importante a partir de 2001, como consecuencia del empeoramiento de los mercados de renta variable y de la pérdida de atractivo para los inversores de los fondos mixtos, que es la modalidad de inversión en la que se suele encuadrar la oferta de fondos éticos en España. Sin embargo, en 2003 pudimos asistir al nacimiento de nuevos fondos de inversión éticos y a una cierta recuperación de los que se mantuvieron en el mercado español, tendencia que ha continuado en 2004 y 2005 con el surgimiento de nuevos fondos más guiados por criterios de sostenibilidad que de ética. También en 2003 se produjo el lanzamiento del primer fondo de pensiones ético de régimen individual en España

El cuadro n.º 3 recoge los fondos de inversión éticos gestionados por las entidades españolas a septiembre de 2005.

La participación mínima para la inversión en estos fondos es muy variable, oscilando desde los 10 euros del Creación de Cultura en Español a los 30.000 euros del SCH Responsabilidad, lo que nos indica su orientación a diferentes tipos de partícipes: en el primer caso, hacia los socios de la Sociedad General de Autores, y en el segundo, hacia los inversores institucionales, más concretamente congregaciones y colectivos de la Iglesia Católica. La mayor parte de ellos posee el doble carácter ético y solidario, algo que no es nada habitual en la ISR internacional. Quizá por esa doble naturaleza el inversor final no ha sido capaz de captar la verdadera finalidad de estos productos de ahorro ético, y no los ha demandado tanto como en países de nuestro entorno. A

30 de junio de 2004 el patrimonio de los fondos éticos y solidarios en España alcanzaba los 74 millones de euros. A esa fecha había en Europa un total de 354 fondos éticos, con un crecimiento del 13 por 100 respecto al año anterior. El patrimonio se incrementó un 57 por 100, alcanzando un volumen de 19.034 millones de euros a junio de 2004. Reino Unido, Suecia, Francia y Bélgica concentran el 64,4 por 100 de la oferta de este tipo de fondos (gráfico 1). Reino Unido es el mayor mercado europeo, con más de 6.800 millones de euros, el 36 por 100 del patrimonio total europeo, y, junto con Italia, posee los fondos con mayor volumen de patrimonio. Los mercados más dinámicos entre junio de 2003 y junio de 2004 fueron Francia y Austria (SIRI, 2004).

El universo de los planes de pensiones gestionados bajo criterios de sostenibilidad en España es muy limitado, al contrario de lo

CUADRO N.º 3

FONDOS DE INVERSIÓN ÉTICOS OFERTADOS POR ENTIDADES ESPAÑOLAS. SEPTIEMBRE 2005

| Entidad bancaria | Gestora | Fondos de inversión | Carácter |
|------------------|---|---|-------------------------------------|
| Grupo Santander | SCH Gestión, S.A., SGIIC | Santander dividendo solidario (a), FIM SCH Responsabilidad, FIM Inveractivo confianza, FI | Ético y solidario Ético Ético |
| Grupo BBVA | BBVA Gestión, S.A. | BBVA Desarrollo sostenible BBVA Extra 5 II Garantizado (b) | Ético Ético |
| Caja Madrid | Gesmadrid, S.A., SGIIC | Fondo solidario PRO Unicef, FIM | Ético y solidario |
| La Caixa | InverCaixa Gestión, S.A., SGIIC | FonCaixa Cooperación, FIM | Ético y solidario |
| BNP Paribas | BNP Paribas Gestión de Inversiones, S.A., SGIIC | BNP Paribas Fondo Solidaridad, FIM | Ético y solidario |
| Banco Urquijo | Urquijo Gestión, S.A., SGIIC | Urquijo Inversión Solidaria, FIM | Ético y solidario |
| Renta 4 | Renta 4 Gestora, S.A., SGIIC | Renta 4 Siglo XXI FI (c) | Ético |
| Morgan Stanley | Morgan Stanley Gestión, S.A., SGIIC | Morgan Stanley Fondo Ético, FIM (d) | Ético y solidario |
| Grupo Interdin | Interdin Gestión, S.A., SGIIC | Creación de Cultura en Español, FIMF | Ético |
| BBK | BBK Gestión | BBK Solidarioa FI | Ético y solidario |
| Caixa Catalunya | Caixa Catalunya Gestio, S.A., SGIIC | Caixa Catalunya Europa Valor, FI | Ético y solidario |

Notas:

(a) Es la reconversión, en septiembre de 2005, del fondo SCH Solidaridad que venía funcionando desde junio de 1999.

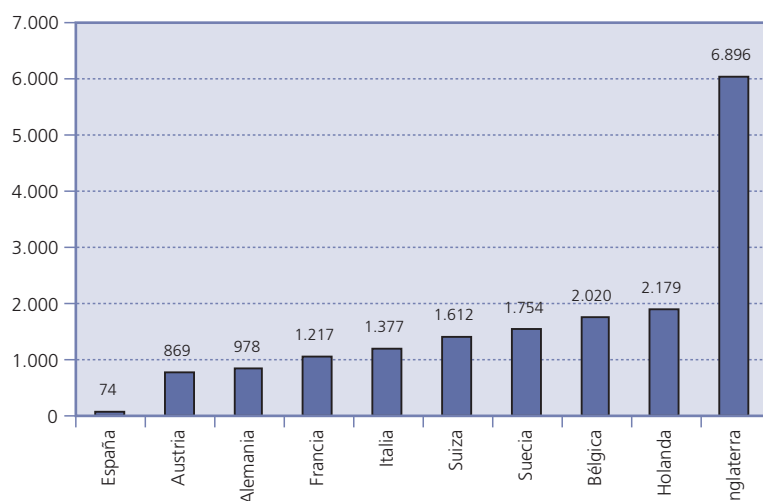
(b) Se encuentra indexado al índice ético FTSE4GOOD.

(c) Este fondo resulta de la reconversión del antiguo fondo Renta 4 EcoFondo FIM, que nació en 1999.

(d) Este fondo utiliza la base de datos elaborada por la agencia de calificación social inglesa EIRIS.

Fuente: Elaboración propia y CNMV.

GRAFICO 1
LA ISR EN EUROPA.
COMPARATIVO POR PAÍSES



Fuente: SIRI Company (2004).

ocurrido en otros países europeos, en los que este tipo de inversión institucional se ha convertido en el motor de las ISR. En un estudio realizado en España durante 2004-2005, dentro del marco de un proyecto de investigación sobre la integración e implementación de los criterios ISR en el marco de los planes y fondos de pensiones en diferentes países de Europa, se concluye que en España al menos siete planes de pensiones de empleo han introducido ya criterios éticos, de sostenibilidad o responsabilidad social corporativa en la política de inversión definida por la comisión de control del fondo (16). Algunos de estos fondos de pensiones están invirtiendo parte de su patrimonio en otras instituciones de inversión colectiva calificadas como éticas. Se trata de un tipo de gestión pasiva desde la perspectiva ética, y presen-

ta el inconveniente de tener que estar sujeto a los criterios de inversión establecidos por otros gestores (17). Junto a estos fondos de empleo existen, a fecha de septiembre de 2005, dos fondos de pensiones individuales: plan de pensiones ético y solidario y Caixa Catalunya VIII (de carácter exclusivamente ético).

A pesar de la distancia que nos separa en cifras de la ISR europea o estadounidense, en un futuro cercano es de esperar que este tipo de inversión se consolide en España y que los recursos gestionados experimenten un considerable crecimiento. Esta previsión se basa en los siguientes factores:

— La sostenibilidad es ya un factor relevante en la gestión de carteras y en su desempeño financiero y, cada vez más, los grandes inversores institucionales demandan este tipo de información social, ética y medioambiental (18). Esta tendencia está llegando a las entidades gestoras españolas a través de sus competidoras extranjeras, quienes han empezado a comercializar en nuestro mercado fondos de inversión sostenibles, llegando a suponer la mitad de la oferta existente.

— Siguiendo la corriente de países cercanos (Reino Unido, Alemania, Bélgica u Holanda) se espera que surja alguna normativa que incentive la demanda de este tipo de productos. Así se deduce de los trabajos del foro de expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales sobre RSC y de las propuestas planteadas en el Congreso y en el Senado por algunos grupos políticos. Esta normativa exige a los gestores de fondos de inversión y de pensiones informar si aplican o no criterios de sostenibilidad en la selección de inversiones y, en algunos países, incluso aplica descuentos fiscales

a los partícipes de los fondos socialmente responsables.

— Los fondos y planes de pensiones, grandes protagonistas de las ISR en Europa, no han adoptado un papel activo en las ISR en España.

— Las entidades financieras tradicionales saldrán al mercado a satisfacer esa demanda, sentida desde una parte de la sociedad que busca coherencia en sus actos, y de inversores conscientes del impacto que una adecuada gestión de riesgos éticos sociales y medioambientales tiene en el valor de la empresa a largo plazo.

V. HACIA UNA BANCA ÉTICA

Como hemos tenido ocasión de analizar, la integración de la RSC en el mundo financiero y en el negocio bancario hace posible una mayor canalización del ahorro hacia proyectos ambientalmente o socialmente responsables, tecnologías innovadoras y empresas sostenibles, siendo el impacto social de su actividad financiera mucho mayor que en cualquier otro sector.

La preocupación por la RSC en el mundo financiero se hace cada vez más patente, no sólo por la necesidad de las propias entidades de gestionar adecuadamente sus riesgos reputacionales, éticos, sociales y medioambientales, sino también por la presión de reguladores e instituciones gubernamentales, inversores, clientes y sociedad en general, que exigen cada vez más transparencia e involucración de la banca en la sociedad y en el desarrollo sostenible.

En la actualidad, podemos encontrarnos con bancos que empiezan a ser conscientes de su responsabilidad social y comienzan a desarrollar estrategias tratando

de seguir las demandas sociales y asimilarse a sus competidores. Desde una postura más defensiva en las primeras etapas, van tornando hacia una visión más preocupada por la dimensión interna de la RSC (la relación con sus empleados, con los proveedores, con el medioambiente y con la sociedad), llegando a adoptar estrategias algo más proactivas en sus diferentes negocios de banca comercial, de inversión y de gestión de activos. Incluso los más convencidos de la RSC han optado por una estrategia de especialización en el negocio de banca ética, orientada a operar en los mercados financieros bajo principios éticos y de sostenibilidad social y medioambiental, imponiendo estos criterios a los de rentabilidad sin descuidar estos últimos, y evitando negocios especulativos, tratando de buscar siempre la máxima rentabilidad a largo plazo en términos de sostenibilidad.

La denominada banca ética, social o medioambiental está especializada en financiar todas aquellas actividades económicas que tengan un impacto social positivo, dando cobertura financiera a los sectores de la sociedad más desfavorecidos, al tercer sector y a la economía social, reinvertiendo cuando sea necesario los beneficios obtenidos. La actividad crediticia de estos bancos se concentra en sectores como la economía alternativa, el comercio justo, la agricultura ecológica, el autoempleo, las energías renovables, los proyectos medioambientales, educativos, sanitarios o culturales, la bioarquitectura, la economía social y la cooperación al desarrollo. Las garantías que exigen a los prestatarios difieren de las utilizadas habitualmente por la banca convencional, y se basan más en la persona, el proyecto a financiar y su viabilidad, e incluso en grupos de solidaridad.

Sus accionistas y acreedores son personas físicas y jurídicas convencidas del poder transformador del dinero hacia un desarrollo más humano y sostenible, dispuestas a exigir menos rentabilidad financiera a cambio de más rentabilidad social.

En definitiva se trata de entidades que integran en el negocio bancario a aquellos que, por su situación socio-económica, no tienen cabida dentro de la banca convencional, y que tratan de influir en la sociedad en general, en las empresas y en los consumidores y para que rijan su comportamiento bajo principios éticos.

Podríamos reducir a cinco los aspectos claves que deben calificar a un banco como ético.

1) *Cuestiones éticas.* Un banco ético hará pública, en primer lugar, la política ética que afecta a cada uno de sus negocios a la hora de rechazar financiación, de forma que se muestren los estándares bajo los cuales los clientes y proveedores serán examinados. Para ello, excluirá de su práctica diaria actividades que fomenten la evasión fiscal y contará con procedimientos para prevenir y evitar el lavado de dinero o para disuadir la financiación de negocio de armamentos, terrorismo y cualquier otra actividad cuya producción genere efectos dañinos para la salud o para el medio ambiente. De la misma manera, deberá contribuir a la gobernabilidad de las regiones donde actúa, aprovechando su posición dominante en el mercado para ejercer *lobby* a favor y de políticas públicas que protegen intereses sociales.

2) *Actitud proactiva hacia operaciones de banca medioambiental y sostenible.* Un banco ético contará con políticas que impulsen proactivamente el desarrollo

sostenible, a través del diseño de servicios financieros (por ejemplo, mejores condiciones para conductas sostenibles) o la elección del receptor de la financiación (por ejemplo, energía renovable en lugar de oleo/gaseoductos).

3) *En su dimensión internacional,* y en especial con países en vías de desarrollo (PVD), deberá prestar especial atención al respeto de los derechos humanos en los países en los que invierte, tratando de no contribuir a un sobreendeudamiento de los más pobres y apoyando con capital instituciones microfinancieras o de ahorro popular locales y solventes (19).

4) *Implicación en la comunidad.* Significa una mayor implicación de la entidad en la comunidad en la que actúa, ofreciendo productos adaptados a las necesidades locales y que faciliten el acceso al crédito y a los servicios bancarios básicos a regiones, sectores o poblaciones con riesgo de exclusión social y financiera (por razones de localización, edad o conocimientos tecnológicos). Se trata de luchar contra la exclusión financiera y social, y de garantizar el acceso universal a servicios financieros con calidad, evitando endeudamiento indebido de los clientes más vulnerables. Esa implicación también significa preocuparse por los problemas sociales, contribuyendo con donaciones y actividades caritativas a paliarlos o a mitigar sus efectos.

5) *Transparencia, verificación y rendición de cuentas.* La transparencia es la base de la confianza, y la confianza, el activo intangible más valorado en el mundo financiero. La transparencia implica rendir cuentas a la sociedad sobre la repercusión que la actividad del banco tiene en el desarrollo y la respuesta que la entidad está dando a las preocupaciones de los gru-

pos de interés implicados directa o directamente con ella.

El cuadro n.º 4 recogen algunos ejemplos de bancos que han optado por esta estrategia de especialización en banca ética en Europa, Canadá y Estados Unidos.

VI. CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN FINAL

Como hemos podido comprobar a lo largo de este artículo, las iniciativas dirigidas a aplicar el concepto de responsabilidad social al negocio bancario señalan varias áreas en las cuales la industria financiera puede evitar un impacto social y medioambiental negativo, y en las que puede trabajar para contribuir a la construcción de sociedades más justas y sostenibles. A escala internacional, la propia industria financiera ha elaborado códigos y directrices en materia de sostenibilidad que han sido secundadas voluntariamente por algunos de los principales bancos y compañías financieras del mundo. Hasta la fecha, resulta imposible evaluar si esta variedad de declaraciones han logrado alguna mejora concreta para la sociedad, ya que dichas iniciativas no han generado las necesarias herramientas de verificación externa en lo que se refiere a suministro de información a terceros, evaluaciones de impacto, elaboración independiente de informes o rendición de cuentas a los grupos de interés de forma continua e integrada. Escándalos recientes en el sector financiero nos demuestran que queda aún mucho por hacer para el logro de esa ansiada conducta ética.

Dentro de esa visión del carácter voluntario de la RSC, las preguntas que surgen son: ¿Resulta suficiente la presión que ejercen en la actualidad los clientes, in-

CUADRO N.º 4

PRINCIPALES BANCOS ÉTICOS EN PAÍSES INDUSTRIALIZADOS

| | |
|---|--|
| ShoreBank (EE.UU.) | A finales del año 2003 había invertido 1,7 millones de dólares en prioridades comunitarias de barrios de baja renta, 279 en negocios regentados por minorías étnicas y organizaciones religiosas o sin ánimos de lucro, 71 en créditos de conservación inmobiliaria, y 51 en créditos a pequeñas empresas. Los accionistas de ShoreBank engloban instituciones financieras, fundaciones, compañías de seguros, grandes compañías e inversores particulares. |
| Citizens Bank (Canadá) | Propiedad de Vancouver City Savings Credit Union, la mayor institución crediticia de Canadá, que se distingue por sus buenas prácticas en materia de transparencia. Como parte de su programa de donaciones sociales, el Citizens Bank convoca a sus clientes a proponer grupos que merecen recibir parte del fondo solidario. Las propuestas se clasifican en cuatro grupos en función de su área de actuación, y posteriormente los clientes votan para decidir cuál de los grupos recibe el 50, el 25, el 15 y el 10 por 100 del fondo. Este procedimiento cuenta además con un comité asesor compuesto por representantes de ONG, del banco y de los trabajadores de éste. |
| OIKOCREDIT (Holanda) | Cooperativa mundial que presta apoyo financiero en forma de créditos convencionales y de microcréditos, para el desarrollo de iniciativas productivas que los interesados presentan en las diversas oficinas que OIKOCREDIT Internacional tiene en África, América Latina y Asia. En España, OIKOCREDIT tiene constituidas delegaciones en Bilbao y Barcelona a través de organizaciones sociales que están actuando en el territorio y que les sirven de intermediarios para la captación de dinero. |
| Bank für Sozialwirtschaft (Alemania) | Fundado en 1923, es un banco especializado en los sectores social y de salud. Ofrece diversos productos tanto de ahorro como de crédito, y está centrado en organizaciones e instituciones de los sectores cooperativos, mutualistas y no lucrativos. |
| Merkurbank (Dinamarca 1985) | Filial en Alemania. |
| Triodos Bank (Holanda 1980) | Filiales en Bélgica, Reino Unido y España. |
| ASN Bank (Holanda) | Especializado en créditos verdes. Tasas de interés en línea con el mercado. |
| Cooperative Bank (Inglaterra) | Banco perteneciente a la economía social. A partir de 1992 implanta su política ética. |
| Ekobanken (Suecia) | Préstamos a iniciativas de la economía social o proyectos ecológicos. Excepcionalmente, individuales. |
| Cultura Sparebank (Noruega 1966) | Apoyan principalmente educación, asistencia médica, agricultura orgánica y vivienda. |
| Alternative Bank Suisse —ABS— (Suiza) | Banca ética orientada al apoyo de organizaciones del tercer sector o para proyectos no lucrativos. |
| Freie Gemeinschaftsbank BCL —Banque Communautaire Libre— (Basilea. Suiza) | Desarrollan los siguientes proyectos: agricultura orgánica, hogares educativos, comunidades terapéuticas, prácticas médicas y terapias basadas en la antroposofía, enseñanza para adultos, escuelas primarias, investigación, arte y cultura, etcétera. |
| Charity Bank (Inglaterra 2002) | Es a la vez ONG registrada y una institución financiera regulada. Su actividad consiste en captar ahorro para conceder créditos a organizaciones del tercer sector, y todos los beneficios se reinvierten en fines no lucrativos. También buscan educar y proporcionar asistencia al tercer sector para que sus actividades sean más sostenibles. |
| Unity Trust Bank (Inglaterra) | Banco establecido en 1984 por y para los sindicatos. |
| Banca Popolare Etica (Italia) | Banco Cooperativo desde 1998. Financia proyectos de cooperación social internacional (comercio justo y microcrédito); asociacionismo (cultura, arte, deporte, espectáculo); medio ambiente, y sociedad civil. Recientemente opera como agencia financiera en España. |
| JAK (Suecia) | Banca ética sin interés 27.000 miembros La licencia bancaria fue obtenida en 1997. Formalmente JAK es un banco cooperativo. Los depósitos de los miembros financian todos los préstamos. Su crecimiento es de 9 por 100 al año. |

Fuente: Elaboración propia.

versores y medios de comunicación para cambiar determinadas actitudes o prácticas bancarias que están resultando perniciosas? ¿Son las compañías financieras las únicas que deberían voluntariamente establecer esos filtros o también tienen un papel que jugar las autoridades reguladoras y supervisoras en la promoción pública de estas buenas conductas?

En general, los bancos son reacios a someter voluntariamente a sus clientes a un control medioambiental o social alegando que nos son reguladores y que, por tanto, no es su misión. Los bancos más avanzados y que creen que ese control de riesgos beneficia al negocio ya están desarrollando voluntariamente métodos internos de evaluación para poder aplicar la sostenibilidad a sus actividades en materia crediticia y de financiación de proyectos, y explorar nuevas oportunidades de negocio.

En el terreno de lo público, existen algunas iniciativas de fomento de la RSC en banca cuyo ejemplo más paradigmático es la Community Reinvestment Act (CRA) de Estados Unidos. Esta ley, que está en vigor desde hace casi treinta años, pretende animar a las instituciones de depósito a ayudar a acercar y responder a las necesidades de crédito de las comunidades en las que operan, incluyendo comunidades de renta baja y moderada. La CRA obliga a las instituciones bancarias de un determinado tamaño a obtener y dar información sobre negocios pequeños, explotaciones agropecuarias de escasa dimensión, préstamos para el desarrollo de la comunidad o préstamos hipotecarios para el hogar en zonas fuera de las áreas metropolitanas entre otras materias. La CRA otorga a las agencias federales competencias para evaluar periódicamente esa información, teniendo

en cuenta los resultados de esa evaluación incluso a la hora de autorizar fusiones y adquisiciones. Se somete a evaluación información sobre el número y la cantidad de préstamos concedidos, su distribución geográfica, el nivel de renta de sus prestatarios o el uso de herramientas innovadoras y flexibles para acercar el crédito a las necesidades de los individuos de renta baja y moderada, o a áreas geográficas concretas, de forma segura y saludable.

También las inversiones son objeto de análisis, evaluándose positivamente el volumen de dinero destinado a inversiones de alta cualificación, con alto grado de innovación o complejidad, responsables con las necesidades de desarrollo de la comunidad y que no suelen ser financiadas por inversores privados.

En cuanto a los servicios financieros, la Community Reinvestment Act valora la distribución de la red de oficinas entre áreas de diferentes rentas, la apertura y cierre de las mismas, sobre todo en zonas más deprimidas, la disponibilidad y efectividad de sistemas alternativos para distribuir servicios al por menor, la gama de servicios que se ofrecen en zonas geográficas de diferentes niveles de renta y si se ajustan o no a las necesidades de dichas zonas.

Por último, se evalúa hasta qué punto la entidad bancaria proporciona servicios de desarrollo de la comunidad, tales como: asistencia técnica en asuntos financieros a organizaciones sociales, cobertura de necesidades de los hogares de bajo nivel de renta (acceso a vivienda por ejemplo), otros servicios comunitarios para promover el desarrollo de pequeños negocios, y actividades dirigidas a revitalizar o estabilizar regiones deprimidas.

Para ser aprobado por la agencia, el plan estratégico de reinversión en la comunidad del banco debe tener objetivos medibles y especificar cómo la entidad planea atender las necesidades de crédito de su área a evaluar, en concreto de individuos y regiones de rentas bajas y moderadas, a través del préstamo, la inversión y la prestación de servicios.

Las áreas objeto de evaluación son aquellas donde la entidad tiene su sede central o sus sucursales y de donde toma depósitos, así como las zonas de influencia donde haya concedido una parte sustancial de los préstamos.

Afortunadamente, en España contamos con un conjunto de entidades que, por vocación y por naturaleza, vienen poniendo en práctica ese compromiso social y local sin necesidad de una ley que les obligue o anime a ello. Sin embargo, la competencia o la «lógica» economicista del mercado puede poner en peligro el abastecimiento de crédito y servicios financieros a determinadas capas de población y regiones, como ya está sucediendo en países cercanos como el Reino Unido. No olvidemos que la responsabilidad de un banco es garantizar el acceso universal a los servicios financieros a toda la población, proveyendo productos y servicios de calidad adecuados a las necesidades de los clientes, independientemente de su situación geográfica o su renta.

NOTAS

(1) En el ámbito internacional se utilizan más las siglas RSC porque es en especial a las grandes corporaciones a las que se les exige mayor responsabilidad, dado el volumen de recursos que emplean y el impacto que tienen sus decisiones en el desarrollo del planeta.

(2) Extraída del documento de definición y ámbito de la RSE (I, II y III sesión de trabajo del Foro de Expertos de RSE. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales).

(3) Incluyendo las 250 mayores del *Fortune 500* y las 100 mayores de 16 países, encuestando a un total de más de 1.600 compañías.

(4) En un estudio de Vander STICHELE (2004) para la ONG holandesa SOMO, se pone de relieve el escaso apoyo de la banca extranjera a favor de las PYME en los países en desarrollo en donde actúan. En Indonesia, en el período entre 2002 y 2003, los bancos extranjeros proveyeron el 0,005 por 100 del total del crédito hacia las PYME, cuando en 1998 el porcentaje alcanzó el 0,28 por 100.

(5) Por ello, el Banco Mundial ha iniciado instancias de entrenamiento, junto con el Citigroup, para promover la financiación de PYME en Latinoamérica. Ver más información en *Building a sound SME finance business* (Construyendo un buen negocio de financiamiento a PYME), en www.worldbank.org/wbi/banking/microfinance/smelac2003/index.html: junio de 2003.

(6) El nivel de endeudamiento personal debido a las tarjetas de crédito ha alcanzado niveles críticos en varios países —incluyendo los EE.UU. y el Reino Unido— en razón de que sus tenedores compran artículos que de otra forma no podrían pagar. En Corea del Sur, donde las tarjetas de crédito fueron puestas a disposición con facilidad y se estimuló el consumo mediante incentivos gubernamentales, muchos clientes fueron incapaces de devolver sus deudas con la desaceleración económica. A fin de prevenir el colapso de los proveedores de este servicio, el gobierno debió intervenir a fines de 2003, afectando así a todo el sistema bancario surcoreano (VANDER STICHELE, 2004).

(7) Según el informe «America's best and worst lenders: a consumers' guide to lending in 25 metropolitan areas», elaborado para el período 2000-2001, con el fin de apoyar la ley estadounidense para la reinversión en la comunidad (*us Community Reinvestment act*). www.socialfunds.com/news/article.cgi/article1073.html.

(8) Visa diseñó, para los consumidores asiáticos jóvenes, una mini tarjeta de crédito que se adhiere a un collar o pulsera.

(9) La Securities and Exchange Comisión (SEC) ha impuesto recientemente una multa de 1,4 billones de dólares a grandes bancos estadounidenses por este tipo de fraudes.

(10) La GRI fue lanzada en 1997 como una iniciativa conjunta de CERES, la coalición de organizaciones no gubernamentales de los Estados Unidos para economías medioambientalmente responsables, y el programa medioambiental de las Naciones Unidas con el objetivo de promover la calidad, el rigor y la utilidad de los informes o memorias de sostenibilidad.

(11) El grupo FORGE, basado en el Reino Unido, publicó las «Directrices sobre gestión medioambiental y elaboración de informes para el sector de servicios financieros»; como documento PDF se encuentra en las páginas de

la *Association of British Insurers* o la *British Bankers Association*.

(12) <http://www.unepfi.org>.

(13) www.equator-principles.com.

(14) De ahí la conveniencia de adoptar compromisos o estándares internacionales relevantes en relación con los proyectos o empresas a las que se proporcionan servicios financieros: por ejemplo, estándares medioambientales como el *Forest Stewardship Council* en el caso de empresas que trabajen en la explotación de la madera o la *S48000* para aquellas otras con altos riesgos laborales por producir en países con menor protección social.

(15) La línea ICO 2003 sólo financió un 61 por 100 de las inversiones reales realizadas por los solicitantes, frente al máximo del 95 por 100 que posibilitaba la línea. Su tasa de fallidos rondaba el 10 por 100.

(16) El estudio ha sido realizado por Caser, Caja Madrid Pensiones, Comisiones Obreras, Economistas sin Fronteras, la gestora de fondos suiza SAM, y ESADE, y se enmarca en un proyecto que está siendo desarrollado por EUROSIF, red europea que promueve las ISR: www.eurosif.org.

(17) Es el caso de la gestora de fondos de pensiones del grupo Telefónica, Fonditel, que invierte en fondos éticos el 1 por 100 del total de su patrimonio, o de La Caixa, que invierte un total de cinco millones de euros en estos fondos.

(18) Se estima que la inversión institucional que está ya aplicando criterios de responsabilidad social en Europa alcanza casi el 10 por 100 del total de la inversión institucional.

(19) De acuerdo con la resolución de Río, los bancos que operan en otros países tienen la responsabilidad de integrar este tipo de criterios en sus préstamos e inversiones cuando financian operaciones de comercio internacional o proyectos de desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

ALLEN, F. (1990), «The market for information and the origin of financial intermediation», *Journal of Financial Intermediation*, n.º 1: 3-30.

CECA (2005), *Memoria RSC 2004*.

CUESTA, M. DE LA; FERNÁNDEZ, B., y VÁZQUEZ, O. (2006), *Razón de ser de la Banca Ética. Experiencias internacionales y nacionales*. Colección Ensayos, FUNCAS.

FORO NANTIK LUM DE MICROFINANZAS (2005a), *Los microcréditos en España: Principales magnitudes 2004*, Madrid, Obra Social La Caixa.

— (2005b), Cuaderno n.º 3: *Las entidades sociales de apoyo al microcrédito. Su papel en la concesión de microcréditos en España*.

GOLDSMITH (1969), *Financial Structure and Development*, New Haven, Conn., Yale university Press.

GUTIÉRREZ, B. (2004), «Iniciativas microfinancieras en España», en *Las inversiones socialmente responsables*, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

KAY, J. (1996), *The Economics of Business*, Oxford University Press.

KPMG (2005), *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005*, junio.

LEVINE, R. (1997), «Financial development and economic growth: views and agenda», *Journal of Economic Literature*, junio 3592: 688-726.

— (2000), «Bank-based or market-based financial systems: which is better?», mimeo

McKINNON, R. I. (1973), *Money and Capital in Economic Development*, Washington, Brookings Institution.

PUTNAM, R. D. (1993), «The prosperous community: social capital and public life», *American Prospect*, 13: 25-42.

— (1995), «Bowling alone: America's declining social capital», *Journal of democracy*, 6: 65-78.

RODRÍGUEZ, J. M. (2003), *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*, ed. Akal, Economía actual, Madrid.

ROGALY, B.; FISHER, T., y MAYO, E. (1999), *Poverty, Social Exclusion and Microfinance in Britain*, London, Oxfam.

SCHUMPETER, J. (1911), *Theory of Economic Development*, Duncket & Humblot, Leipzig.

SHAW, E. S. (1973), *Financial deepening in economic development*, Cambridge, Harvard University Press.

SIRI Company (2004), *Green, Social and Ethical Funds in Europe 2004*.

VANDER STICHELE, M. (2004), «Critical issues in the financial industry», publicado por SOMO Centro de Investigación de Corporaciones Multinacionales, Holanda (www.somo.nl).

ENLACES DE INTERÉS

Declaración de instituciones financieras acerca del medio ambiente y el desarrollo sostenible – PNUMA, ver <http://unepfi.net/fii/english.htm>.

Los «Principios de Ecuador» <http://www.ifc.org/ifcext/equatorprinciples.nsf/Content/The-Principles>.

Declaración del sector de seguros en defensa del medio ambiente – PNUMA <http://unepfi.net/iii/statemen.htm>.

Suplemento del sector de servicios financieros sobre desempeño social —GRI— (noviembre 2002) <http://www.globalreporting.org/guidelines/sectors/GRIFinancialServices.pdf>.

IV. DOCUMENTO

En enero de 1999, el Secretario General de la ONU lanzó la idea de establecer un Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) en materia de responsabilidad social de las empresas.

Sin embargo, hasta el 26 de julio de 2000 no entró en su fase operativa. Se trataba de establecer un acuerdo global entre los líderes y responsables de las empresas para poner de acuerdo la actividad y necesidades empresariales con los principios y objetivos de la acción política e institucional de las Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y de la propia sociedad civil.

El Pacto consta de diez principios (nueve iniciales más un décimo posterior) de libre adscripción por parte de empresas, organizaciones laborales y civiles.

El texto del Pacto Mundial se ha difundido ampliamente. Sin embargo, PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA ha considerado de interés incluir en este número una versión escueta de su contenido para facilitar su consulta por los lectores, dada la reiteración de citas y referencias al mismo en las colaboraciones que lo integran.

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS (GLOBAL COMPACT)

PRINCIPIO UNO

LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES, RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE, DENTRO DE SU ÁMBITO DE INFLUENCIA

Por qué son importantes para las empresas los derechos humanos

La responsabilidad de respetar los derechos humanos no le corresponde sólo a los gobiernos o a los estados soberanos. Los derechos humanos son importantes tanto para los individuos como para las organizaciones que los individuos crean. Parte del compromiso asumido por el Pacto Mundial es que la comunidad empresarial tiene la responsabilidad de hacer que se respeten los derechos humanos tanto en los lugares de trabajo como en su esfera de influencia más amplia. El imperativo ético se impone como salvaguardia de un comportamiento cívico; además públicamente se reconoce que el respeto a los derechos humanos contribuye a mejorar la producción de las empresas. Entre las razones esgrimidas por las empresas para abordar la cuestión de los derechos humanos se encuentran:

Cumplimiento del derecho nacional e internacional

Como mínimo, las empresas deben esforzarse por garantizar que sus actividades se llevan a cabo de acuerdo con la legalidad vigente en el país en el que desarrollan su actividad. Hay una tendencia creciente a presentar demandas contra multinacionales por malas prácticas ejercidas fuera de sus países de origen.

Promoción de los principios de derecho

Las empresas que operan fuera de sus países de origen pueden aprovechar su presencia en ellos

para promover el respeto a los principios de derecho y exigir el cumplimiento de la ley en países en los que el apoyo y el respeto por los derechos humanos es insuficiente. Las sociedades en las que se respetan los derechos humanos son más estables y facilitan un buen ambiente para la práctica de los negocios.

Acercamiento a las preocupaciones de los consumidores

El acceso a la información global supone que los consumidores están cada vez más informados sobre el origen de los productos que consumen y sobre las condiciones en que éstos se fabrican. Un enfoque dinámico de la cuestión de los derechos humanos puede contribuir a reducir el impacto potencialmente negativo que ejerce la publicidad adversa difundida desde las organizaciones de consumidores y desde otras comunidades de intereses.

Gestión de la cadena de suministros

Las fuentes de materias primas y la fabricación a nivel mundial hacen que las empresas necesiten conocer a fondo las responsabilidades en cuestión de derechos humanos en ambos extremos del flujo de producción. Promover buenas prácticas en relación con los derechos humanos permitirá a las empresas aliarse con los socios que más les convengan.

Incremento de la productividad del trabajador y permanencia

Los trabajadores tratados con dignidad y que son retribuidos de manera justa y equitativa son más productivos y están más inclinados a guardar fidelidad a la empresa. Los solicitantes de empleo tienen cada vez más en cuenta la reputación de las empresas cuando seleccionan una empresa en la que desearían trabajar.

Mejora de las relaciones en el seno de la sociedad local

Las empresas que trabajan sobre una base mundial están sometidas al escrutinio global como resultado de los avances producidos en las tecnologías de la información. Un acercamiento positivo hacia la cuestión de los derechos humanos puede resultar beneficioso tanto en los propios centros de trabajo, a nivel de la comunidad local particular, como en el terreno comunal mundial en el que operan las compañías.

Inclusión de los derechos humanos en la política y cultura empresariales

Uno de los puntos de partida decisivos para que los individuos dentro de las empresas entiendan las cuestiones fundamentales que están en juego es difundir las Declaración Universal de los Derechos Humanos. Las empresas también necesitan garantizar su respeto a las leyes nacionales en los países en los que desarrollan su actividad y saber cómo puede variar su aplicación en función de la cultura local particular. Igualmente importante es difundir que el respeto a los derechos humanos forma parte del núcleo esencial de valores de la organización y de su cultura.

El desarrollo y puesta en práctica de una política de derechos humanos debe tener en cuenta unos requisitos básicos y, si es posible, debe apoyarse en informaciones facilitadas por las comunidades de intereses —personas e instituciones interesadas— y dejarse aconsejar por ellas.

Algunas de las ideas para poner en práctica el respeto a los derechos humanos en una empresa consisten en:

- Desarrollar una política de empresa y una estrategia que fomenten el respeto de los derechos humanos.
- Desarrollar un proyecto higiénico-sanitario y de seguridad en el trabajo.
- Disponer de dotación de personal para la formación en cuestiones relativas a los derechos humanos e identificar la forma en que estas cuestiones pueden afectar al negocio.
- Disponer de dotación de personal de formación para la aplicación de políticas internas en la empresa en relación con los derechos humanos.

— Realizar informes de impacto de derechos humanos sobre la actividad del negocio y revisarlos periódicamente.

— Discutir el impacto de las cuestiones relativas a los derechos humanos con los grupos afectados y

— Trabajar en la mejora de las condiciones de trabajo junto con los trabajadores y sus representantes.

Finalmente, hay una serie de ejemplos sobre cómo pueden las empresas garantizar los derechos humanos a través de su actividad cotidiana:

En los lugares de trabajo

- Facilitando condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Garantizando la libertad de asociación.
- Garantizando la no discriminación en los procesos de selección de personal.
- Garantizando que no se emplea, bien directa o indirectamente, mano de obra forzosa o infantil, y
- Facilitando el acceso básico a la salud, la educación y la vivienda a los trabajadores y sus familias, si no pueden lograrlo fuera.

En la comunidad

- Evitando el desplazamiento forzoso de individuos, grupos o comunidades.
- Trabajando para proteger el modo de vida económico de las comunidades locales y
- Contribuyendo a generar un debate público. Las empresas interactúan a todos los niveles con la administración del país en el que desarrollan su actividad. Por lo tanto ostentan el derecho y la responsabilidad de expresar sus puntos de vista en cuestiones que afecten a su actividad, a sus empleados, a sus clientes y a las comunidades de las que forman parte.

Finalmente, *si las empresas utilizan cuerpos de seguridad privada* para proteger sus instalaciones, deben garantizar el respeto a las leyes internacionales e imponer límites sobre el uso de la fuerza.

PRINCIPIO DOS

LAS EMPRESAS DEBEN ASEGURARSE DE QUE SUS EMPRESAS NO SON CÓMPlices EN LA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

Complicidad

Muchos están de acuerdo en que el concepto de «complicidad» es difícil de matizar y categorizar (ver recuadro) y comprender su importancia, a fin de evitar la complicidad en la vulneración de los derechos humanos, supone un reto importante para las empresas. La dinámica entre los gobiernos, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil está en continua evolución, así como nuestra percepción sobre cuándo y cómo las diferentes organizaciones deberían tomar conciencia de las cuestiones que afectan a los derechos humanos. Es necesario reconocer que la actuación de los gobiernos para garantizar el respeto a los derechos humanos continúa siendo clave, aunque el contexto operativo en continua evolución que afecta a la actividad de las empresas ha instado a la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos a liderar los esfuerzos para definir qué se puede considerar como complicidad corporativa en los casos de vulneración de los derechos humanos.

Es importante entender que en un contexto empresarial la noción de complicidad puede llegar a producirse de variadas maneras:

Complicidad directa

Tiene lugar cuando una empresa, a sabiendas, colabora con un estado en la vulneración de los derechos humanos. Un ejemplo de ello es el caso en el que una empresa colabora en el desplazamiento forzoso de poblaciones en circunstancias derivadas de la actividad de su negocio.

Complicidad por beneficio indirecto

Sugiere que una empresa se beneficia directamente de los abusos cometidos por un tercero en cuestiones de derechos humanos. Por ejemplo, son a menudo citados en este contexto los abusos cometidos por los cuerpos de seguridad, como la prohibición de protestas pacíficas contra determinadas actividades de un negocio o el uso de medidas represivas en la protección de las instalaciones de una empresa.

Complicidad silenciada

Describe la forma en que los defensores de los derechos humanos aprecian indicios de que una empresa ha incurrido en la vulneración sistemática o continuada de los derechos humanos en su relación con las autoridades de un país. Por ejemplo, la pasividad o aceptación por parte de las empresas de prácticas de discriminación sistemática en las leyes de contratación aplicadas a grupos concretos discriminados por raza o sexo, podrían originar acusaciones de complicidad silenciada.

Cuestiones de actualidad

Las cuestiones de derechos humanos adquieren importancia a medida que cambia la naturaleza y el alcance de los negocios. Los diferentes agentes representan diferentes papeles y es importante que las empresas se mantengan al corriente de los factores que en la actualidad hacen que los derechos humanos se hayan convertido en un tema de importancia decisiva dentro de las organizaciones.

Globalización

El crecimiento en la inversión privada ha sido testigo de cómo las empresas amplían sus actividades a países que anteriormente permanecían fuera del alcance del mercado global. En algunos casos estos países tienen un historial negativo por el escaso respeto mostrado hacia las cuestiones de derechos humanos y/o debido a la limitada capacidad de sus estados para abordar la cuestión. En estos casos el papel de la empresa en la promoción y respeto de los derechos humanos es particularmente importante.

Consolidación de la sociedad civil

En algunos casos, la capacidad de los estados para abordar los asuntos relativos a los derechos humanos ha disminuido. A consecuencia de ello se ha producido un alejamiento progresivo de la gente con respecto a aquellas instituciones públicas creadas en principio para ser sus garantes. Las organizaciones no gubernamentales de todo tipo y tamaño han venido a llenar el vacío existente, influyendo progresivamente tanto en la política pública como en las cuestiones de actuación del mercado. Hay nuevas organizaciones de defensa de los derechos humanos, de las condiciones laborales dignas y de la responsabilidad cívica corporativa.

Actuaciones posibles a realizar por las empresas

Una política eficaz de los derechos humanos podrá ayudar a las empresas a evitar verse implicadas en casos de vulneración de los derechos humanos. A fin de evitar este tipo de situaciones, las empresas pueden plantearse las siguientes cuestiones:

— ¿Ha realizado su empresa una valoración de la situación de los derechos humanos en los países donde desarrolla —o tiene intención de desarrollar— su actividad y de esta forma, ha podido identificar el riesgo potencial de verse implicada en la vulneración de derechos humanos fundamentales y ha valorado las repercusiones potenciales que ello puede acarrear para la empresa?

— ¿Dispone la empresa de políticas explícitas para la defensa de los derechos humanos de los trabajadores, de sus empleados directos y a lo largo de toda la cadena de suministros?

— ¿Ha establecido la empresa un sistema de control que garantice que su política de derechos humanos ha sido puesta aplicada?

— ¿Dispone la empresa de una política explícita que garantice que sus cuerpos de seguridad no cometen violaciones de los derechos humanos? Este aspecto se aplica si dispone de su propio cuerpo de seguridad, si la contrata a terceros o en el caso de que la seguridad sea facilitada por la propia administración regional o nacional.

— ¿Participa la empresa de forma activa en un diálogo abierto con las organizaciones defensoras de los derechos humanos?

Con respecto a este último punto se sugiere que las empresas:

— Respeten las directrices generales internacionales y las exigencias básicas sobre el uso de la fuerza (por ejemplo, los Principios Básicos de las Naciones Unidas sobre el Empleo de la Fuerza y de Armas de Fuego por los Funcionarios Encargados de Hacer Cumplir la Ley y el Código de Conducta de las Naciones Unidas para Funcionarios Encargados de Hacer Cumplir la Ley).

— En caso de que se facilite apoyo financiero o material a los agentes de protección de la ley o cuerpos de seguridad, establecer límites claros y precisos que garanticen que no vulnerarán los derechos

humanos y dejar claro en cualquier tipo de acuerdo que se suscriba con los cuerpos de seguridad, que la empresa no condonará ningún tipo de violación cometida de los preceptos internacionales de los derechos humanos.

— Condenar privada y públicamente los abusos sistemáticos y continuados cometidos en el ámbito de los derechos humanos.

PRINCIPIO TRES

LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA LIBERTAD DE AFILIACIÓN Y EL RECONOCIMIENTO EFECTIVO DEL DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Libertad de afiliación y negociación colectiva

Las empresas se enfrentan a numerosas incertidumbres en el cambiante mercado mundial. El establecimiento de un diálogo genuino con los representantes libremente elegidos de los trabajadores permite tanto a los trabajadores como a los empresarios entender mejor sus problemas recíprocos y colaborar en su resolución. Garantizar la representación sindical es uno de los pilares sobre los que descansa confianza en ambos extremos. La libertad de afiliación y el ejercicio de la negociación colectiva deben ser considerados como una oportunidad para proponer un diálogo constructivo en lugar de otro confrontativo y libera la energía necesaria para formular soluciones que benefician a la empresa, a las personas e instituciones interesadas y a la sociedad en su conjunto.

Una serie de estudios han puesto de manifiesto que la dinámica resultante de la libertad de afiliación puede poner en marcha un ciclo de «trabajo ético» que mejora la productividad, los ingresos y los beneficios de todos los implicados. La garantía de disponer de un representante o «voz en el trabajo» facilita respuestas de carácter local dirigidas a la economía globalizada y sirve de base para lograr un crecimiento sostenible y garantizar beneficios sobre las inversiones realizadas. Los resultados ayudan a tender puentes para salvar las lagunas de representación sindical existentes en las negociaciones laborales a nivel internacional y ayudan a que se tenga en cuenta la información facilitada por pueblos, regiones y sectores económicos —especialmente mujeres y sectores de trabajadores sin representación formal— que de otra forma quedarían excluidos de participar en procesos de creación de ambientes de «trabajo ético».

Libertad de asociación y afiliación

La libertad de afiliación reconoce el derecho de empresarios y trabajadores a constituir asociaciones y sindicatos en función de sus necesidades. No significa que las fuerzas del mercado deban ser controladas por organizaciones o que las empresas deban invitar a los sindicatos a participar en las suyas. Los empresarios no deben interferir en la decisión de un empleado sobre su derecho de afiliación ni discriminarlo por afiliarse, como tampoco a un representante de dicho empleado. «Afiliación» implica actividades que regulan la formación, la administración y la elección de representantes. La libertad de afiliación implica que los empresarios, los sindicatos y los representantes de los empleados pueden discutir libremente sus problemas en los centros de trabajo con el fin de alcanzar acuerdos conjuntamente aceptados. Esta libertad también permite que los trabajadores (y las organizaciones) ejerzan su derecho ante el sector industrial de defender sus intereses económicos y sociales.

Negociación colectiva

La negociación colectiva se refiere al proceso o actividad que conduce a la firma de un convenio colectivo. La negociación colectiva es un proceso voluntario utilizado para determinar las exigencias y las condiciones de trabajo y para regular las relaciones entre los empresarios, los trabajadores y sus organizaciones. Una parte importante del reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva es guiarse por el «principio de buena fe». Esto es importante para lograr un desarrollo armonioso de las relaciones laborales. Este principio implica que los agentes sociales se muestran dispuestos a trabajar juntos y a realizar cualquier tipo de esfuerzo encaminado a lograr un acuerdo mediante negociaciones genuinas y constructivas y que ambas partes evitan retrasar injustificadamente las negociaciones. El principio de buena fe no implica un nivel predefinido de negociación, ni exige una negociación obligatoria por parte de los empresarios o de los trabajadores y sus organizaciones.

Posibles estrategias para las empresas

El Pacto Mundial no sugiere que los empresarios deban cambiar su marco general de relaciones dentro de su sector industrial. Sin embargo, tal como algunas organizaciones como la Organización Internacional de Empleadores han indicado, algunas

empresas de «alto rendimiento» reconocen la importancia de recurrir al diálogo y a la negociación para lograr resultados competitivos.

Lo que las empresas pueden hacer:

En los lugares de trabajo

— Garantizar que todos los trabajadores puedan constituir un sindicato y afiliarse a uno de su elección sin temor a sufrir represalias.

— Garantizar políticas de neutralidad de los sindicatos, así como de los procedimientos en aspectos concretos como solicitudes de empleo, archivo de información y datos personales y decisiones sobre promociones, despidos o traslados.

— Facilitar lugares para que los representantes de los trabajadores puedan realizar sus labor proporcionales a las necesidades, tamaño y capacidad de la compañía.

— Estas facilidades incluyen la posibilidad de cobrar cuotas de afiliación dentro de la de la empresa, la colocación de carteles informativos y la libre distribución de documentos sindicales que tengan que ver con las actividades normales del sindicato dentro de la empresa, así como facilitar tiempo retribuido dentro del horario laboral para dedicarlo a actividades sindicales.

En la mesa de negociación

— Reconocer a las organizaciones sindicales para sentar las bases de la negociación colectiva.

— Utilizar la negociación colectiva como foro constructivo para debatir las condiciones de trabajo y empleo y las relaciones entre los empleados y los trabajadores o sus organizaciones respectivas.

— Abordar cualquier problema o necesidad de tipo preventivo teniendo en cuenta el interés tanto de la dirección de la empresa como de los trabajadores, incluyendo reestructuraciones y necesidades de formación, procedimientos de regulación de empleo, seguridad y sanidad, agravios y procedimientos de arbitraje de disputas, reglas disciplinarias y bienestar familiar y comunitario.

— Facilitar toda la información necesaria para que una negociación adquiera pleno sentido.

— Compensar el trato con el sindicato más representativo garantizando la escucha a trabajadores pertenecientes a organizaciones de menor tamaño y velar por su viabilidad.

En la comunidad donde se desarrollan las actividades

— Tener en cuenta el clima de relaciones laborales con la empresa en el país anfitrión a la hora de asegurar la libertad de afiliación y la negociación colectiva. En los países que cuentan con cobertura legal insuficiente, tomar medidas para preservar la seguridad y confidencialidad de los sindicatos y de sus líderes.

— Apoyar el establecimiento y buen funcionamiento de organizaciones locales/nacionales de empleadores y sindicatos.

— Informar a la comunidad local, a los medios de comunicación y a las autoridades sobre la adhesión de su empresa al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y hacer pública su intención de respetar los dispositivos legales incluyendo aquellos que conciernen a los derechos fundamentales de los trabajadores.

PRINCIPIO CUATRO

LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ELIMINACIÓN DE TODA FORMA DE TRABAJO FORZOSO O REALIZADO BAJO COACCIÓN

Trabajo forzoso o realizado bajo coacción

El trabajo forzoso o realizado mediante coacción es cualquier tipo de trabajo o servicio al que es obligada una persona mediante amenaza o castigo, que dicha persona no se haya ofrecido a realizar de forma voluntaria. Ni el salario ni cualquier otro tipo de compensación ofrecida a un trabajador indican necesariamente que el trabajo no esté siendo realizado de manera forzada o bajo coacción. Por ley, el trabajo debe ser ofrecido libremente y los empleados deben tener libertad para marcharse siguiendo los cauces establecidos.

El trabajo forzoso priva a la sociedad de la oportunidad de desarrollar buenos recursos humanos para el mercado de trabajo moderno, para desarrollar los conocimientos y preparar a los niños para el

mercado laboral del futuro. Las consecuencias debilitantes que produce el trabajo forzoso dejan huella en el individuo, en particular en los niños, así como en la economía, ya que la degradación del capital humano y de la estabilidad social ponen en peligro las inversiones.

Al retardar el desarrollo adecuado de los recursos humanos, el trabajo forzoso reduce el nivel de productividad y ralentiza el crecimiento económico de la sociedad en su conjunto. La disminución de ingresos debida a la pérdida de puestos de trabajo habituales o de actividades generadoras de ingresos reduce los ingresos vitales de familias enteras y además, acarrea la pérdida de alimento, refugio y servicios sanitarios.

A pesar de que las empresas que funcionan de forma legal normalmente no recurren a este tipo de prácticas, el trabajo forzoso puede venir a través de empresas subcontratadas y proveedores. Por ello, los responsables de las empresas deben conocer todas las formas y causas por las que se produce el trabajo forzoso, así como las modalidades que adopta en cada sector industrial. El trabajo forzoso y realizado bajo coacción puede adoptar las siguientes modalidades:

— Esclavismo.

— Trabajo obligado para devolución de deudas; una práctica antigua pero aún vigente en algunos países en los que tanto adultos como niños se ven obligados a trabajar en condiciones esclavistas para devolver deudas contraídas por sus padres o familiares.

— Trabajo infantil en condiciones particularmente abusivas en las que los niños no tienen elección sobre el trabajo.

— El trabajo o la prestación de servicios por parte de presos si son contratados y puestos a disposición de individuos particulares, empresas o asociaciones de forma involuntaria y sin supervisión de las autoridades públicas.

— Trabajo obligado por las autoridades para impulsar el desarrollo, por ejemplo trabajo en la construcción, agricultura y otras obras públicas.

— Trabajo obligado como castigo por haber expresado opiniones o puntos de vista ideológicamente contrarios al sistema político, social o económico imperante, y

— Prácticas cercanas a la explotación como la obligación de trabajar más horas de las legales o la retención de depósitos (financieros o documentos personales) a cambio de empleo.

Estrategias para las empresas

Las organizaciones deben determinar si el trabajo forzoso constituye un problema dentro de su sector de negocios. Es importante mencionar que, aunque en los países en desarrollo se hacen públicos los casos más flagrantes, el trabajo forzoso está también presente en los países desarrollados y como tal, debe considerarse un problema de alcance global.

Comprender las causas del trabajo forzoso es el primer paso para actuar y evitar que se produzca, lo que exige una serie de intervenciones dirigidas no sólo a paliar las necesidades de los propios trabajadores forzosos sino también las de sus familias. Por lo tanto, si se detectan casos de trabajo forzoso esas personas deben ser apartadas del trabajo para proporcionarles alternativas adecuadas.

En general, es necesaria una toma de decisiones conjunta entre la empresa y la comunidad para garantizar la erradicación de este tipo de prácticas.

En el centro de trabajo

— Ofrecer a todos los empleados contratos de trabajo en los que se establezcan cláusulas y condiciones para la prestación de servicios, se explicita la naturaleza voluntaria del empleo, la libertad de rescisión del contrato (amparada por procedimientos legales) y cualquier tipo de penalización que conlleve la resolución del contrato por cualquiera de las partes.

— En la planificación y dirección de centros de trabajo asegurarse de que no se contratan trabajadores que tengan deudas o que de cualquier otro modo puedan acceder de manera forzosa al trabajo y, en caso de que se les haya contratado, realizar las gestiones necesarias para apartarles del empleo y proporcionarles alternativas viables dentro de su comunidad.

— Instituir prácticas y procedimientos que prohíban que los trabajadores depositen activos financieros en la propia empresa.

— Si se contrata a reclusos para que trabajen fuera de la prisión, garantizar que las cláusulas y condiciones de trabajo sean similares a las del libre empleo en el sector de que se trate y de que los presos hayan dado su consentimiento expreso para trabajar en una empresa privada.

— Garantizar que en ninguna de las fases de las inversiones a gran escala en las que participe una empresa se produce trabajo forzoso.

En la comunidad donde se desarrolla la actividad

— Ayudar a desarrollar unas directrices generales de actuación por sectores industriales y para empresas pequeñas o medianas en las que se sabe que es habitual el trabajo forzoso para devolución de deudas u otro tipo de prácticas similares.

— Apoyar y ayudar a diseñar programas educativos, desarrollar la orientación de la formación profesional así como prestar ayuda a niños que hayan sido apartados de situaciones de trabajo forzoso.

— Ayudar a desarrollar técnicas alternativas de formación y actividades generadoras de ingresos como los programas de financiación mediante micro créditos destinados a adultos apartados de la actividad laboral por motivo de prácticas de trabajo forzoso.

— Fomentar el desarrollo de programas complementarios de salud y nutrición destinados a trabajadores apartados del trabajo forzoso y peligroso y facilitar servicios sanitarios destinados a aquellos que se hayan visto afectados por enfermedades laborales y malnutrición como resultado de su trabajo realizado de forma no voluntaria.

PRINCIPIO CINCO

LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

Trabajo infantil

El trabajo infantil se ha producido prácticamente sin excepción en todos los países del mundo en alguna de las diferentes etapas de su historia o desarrollo. En muchos países en desarrollo constituye aún un grave problema, a pesar de que también existe (de forma menos visible) en los países desarrollados e

industrializados donde por ejemplo se produce en comunidades de inmigrantes.

El trabajo forzoso priva a la sociedad de la oportunidad de desarrollar buenos recursos humanos para el mercado de trabajo moderno, para desarrollar los conocimientos y preparar a los niños para el mercado laboral del futuro. Las consecuencias debilitantes que produce el trabajo forzoso dejan huella en el individuo, en particular en los niños, así como en la economía, ya que la degradación del capital humano y de la estabilidad social ponen en peligro las inversiones.

El trabajo infantil priva a los niños de su infancia y de su dignidad. Muchos de los niños trabajan largas jornadas sin ser retribuidos o a cambio de salarios mínimos, a menudo en condiciones que ponen en peligro su salud y su desarrollo físico y mental. Se les priva de una educación y pueden llegar a ser separados de sus familias. Estos niños no completan el ciclo de educación primaria y tienen más posibilidades de ser analfabetos y no llegar a adquirir nunca los conocimientos necesarios para conseguir un empleo y contribuir así al desarrollo de la economía moderna. Esto ayuda a crear trabajadores sin formación, no cualificados y pone en peligro el desarrollo de los conocimientos de la fuerza laboral.

El trabajo infantil se produce a causa de las presiones que ejerce la pobreza y el desarrollo insuficiente, pero también simplemente como resultado de la explotación. Existe tanto en la economía legal como en la ilegal, sin embargo, en este último caso es donde se encuentran las peores formas de explotación infantil.

A pesar de que los niños poseen los mismos derechos humanos que los adultos, por su falta de conocimientos, experiencia y capacidad de decisión tienen otros derechos adicionales en virtud de su edad. Entre estos derechos están la protección contra la explotación económica en el trabajo que puede poner en peligro su salud o su integridad moral y que puede dificultar su desarrollo. Esto no significa que los niños no deban ser admitidos en el trabajo, sino que deben existir normas para distinguir lo que es o no aceptable en el trabajo infantil en las diferentes edades y etapas del desarrollo.

Los empresarios no deben utilizar mano de obra infantil bajo modalidades socialmente inaceptables que puedan contribuir a que los niños pierdan oportunidades educativas. La complejidad de la proble-

mática del trabajo infantil supone que las empresas deben abordar la cuestión de una forma sensible y no tomar medidas que puedan dejar a los niños en manos de modalidades de explotación aún más peligrosas. Sin embargo, tal como establece el Principio 5, el objetivo de toda empresa debería ser la abolición del trabajo infantil dentro de su esfera de influencia.

Hay que mencionar que el empleo de mano de obra infantil puede dañar seriamente la reputación de una empresa. Esto es especialmente cierto en el caso de empresas transnacionales que disponen de extensas cadenas de suministros y servicios, en las que la explotación económica de los niños, incluso por parte de una empresa asociada al negocio, puede dañar la imagen de la marca y ocasionar fuertes pérdidas y reducción del valor de las acciones.

Definiciones

Las convenciones de la Organización Laboral Internacional recomiendan una edad mínima para la admisión en el empleo que no debe ser inferior a la edad de finalización de la escolaridad obligatoria y en cualquier caso, nunca inferior a los 15 años. En países en los que las facilidades educativas son menores la edad permitida puede ser menor: 14 años y 13 años para «trabajos ligeros». Por otra parte el edad mínima para realizar trabajo que entraña riesgo es superior a los 18 años:

| Países desarrollados | | Países en desarrollo | |
|----------------------|---------|----------------------|---------|
| Trabajo ligero | 13 años | Trabajo ligero | 12 años |
| Trabajo normal | 15 años | Trabajo normal | 14 años |
| Trabajo peligroso | 18 años | Trabajo peligroso | 18 años |

Se da prioridad a la erradicación, para todas las personas menores de 18 años, de las peores modalidades de trabajo infantil, incluyendo los trabajos o empleos que entrañan riesgos. Las peores modalidades de trabajo infantil son:

— Cualquier tipo de esclavismo, incluyendo el tráfico de niños, el trabajo obligado para la devolución de deudas, el trabajo forzoso y obligatorio y la utilización de niños en conflictos armados.

— El empleo de niños para la prostitución infantil, para la producción de pornografía o para propósitos pornográficos.

— El empleo u ofrecimiento de niños para actividades ilegales, en particular la fabricación y el tráfico de drogas y

— El trabajo infantil que atente contra la salud, la seguridad o la integridad moral de los niños debido a su naturaleza o a las circunstancias en las que se desarrolle.

Estrategias para las empresas

El desarrollo del conocimiento y la comprensión de las causas y consecuencias del trabajo infantil es el primer paso que una empresa puede dar para evitar la explotación infantil. Esto supone identificar el problema y saber determinar si una empresa tiene un problema con el trabajo infantil. Las empresas que buscan sus recursos en sectores de la industria específicos con cadenas de proveedores geográficamente muy distantes necesitan prestar especial atención a este problema.

El trabajo forzoso priva a la sociedad de la oportunidad de desarrollar buenos recursos humanos para el mercado de trabajo moderno, para adquirir conocimientos y preparar a los niños para el mercado laboral del futuro. Las consecuencias debilitantes que produce el trabajo forzoso dejan huella en el individuo, en particular en los niños, así como en la economía, ya que la degradación del capital humano y de la estabilidad social ponen en peligro las inversiones.

Sin embargo, detectar los casos de trabajo infantil puede llegar a ser una tarea difícil, por ejemplo cuando no se guardan documentos o archivos, por lo que las empresas pueden recurrir a la utilización de organizaciones no gubernamentales, organizaciones de desarrollo o agencias de las Naciones Unidas para que les ayuden en el proceso.

Si se detecta un caso de trabajo infantil, los niños deben ser apartados del lugar de trabajo y ofrecerles alternativas viables. Entre las actuaciones posibles están la escolarización de los niños y el ofrecimiento de alternativas generadoras de ingresos para los padres o miembros de la familia de mayor edad. Las empresas necesitan tomar conciencia de que sin apoyo, los niños pueden verse abocados a la prostitución y en algunos casos, cuando los niños son los únicos generadores de ingresos, su retirada inmediata del trabajo puede exacerbar en lugar de aliviar sus condiciones de miseria.

Actuaciones

¿Qué medidas concretas pueden adoptar las empresas?

En el trabajo

— Hacer cumplir las recomendaciones sobre edades mínimas de la legislación laboral a nivel nacional y, cuando la ley nacional resulte insuficiente, tener en cuenta la normativa internacional al respecto.

— Utilizar mecanismos adecuados y fiables para la verificación de la edad en los procesos de contratación.

— Cuando haya niños de edad inferior a la recomendada empleados en los centros de trabajo adoptar medidas para que sean apartados del mismo a la vez que se les proporcionan alternativas viables destinadas tanto a las familias como a los propios niños.

— Presionar a los subcontratistas, proveedores y otros aliados empresariales para que combatan el trabajo infantil.

— Desarrollar y poner en práctica mecanismos para detectar el trabajo infantil.

— Garantizar empleo y salarios dignos a todos los adultos trabajadores de forma que no deban enviar a sus hijos a trabajar.

En la comunidad

— Ayudar en el desarrollo de directrices destinadas a asociaciones del sector industrial y a empresas pequeñas y medianas.

— Apoyar y ayudar a diseñar programas educativos, de orientación profesional y ayuda para los niños trabajadores y contribuir a mejorar la formación de los padres de los niños trabajadores.

— Crear programas complementarios de sanidad y nutrición para niños que hayan sido apartados de las ocupaciones laborales de riesgo y facilitar ayuda médica para curar a los niños aquejados de enfermedades ocupacionales y de malnutrición.

— Ayudar a dar a conocer los problemas del trabajo infantil y movilizar a los sectores empresariales

y a la sociedad en general para tomar medidas contra el trabajo infantil.

PRINCIPIO SEIS

LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ABOLICIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE DISCRIMINACIÓN EN EL EMPLEO Y LA OCUPACIÓN

Discriminación

La definición de discriminación en el empleo y la ocupación es «cualquier distinción, exclusión o preferencia que produzca el rechazo o la desigualdad en las oportunidades o en el trato de solicitudes de empleo o de ocupación» realizada por razón de «raza, color, sexo, religión, opiniones políticas, nacionalidad de origen o extracción social». Obviamente las distinciones realizadas estrictamente en función de las exigencias inherentes al trabajo no se consideran discriminatorias.

La discriminación puede surgir en una gran variedad de situaciones relacionadas con el acceso al trabajo. Entre ellas se encuentra el acceso al empleo y a determinadas ocupaciones, a la formación y a la orientación profesional. Además puede producirse en cuanto a las cláusulas y las condiciones de contrato de empleo, por ejemplo en la igualdad en la remuneración, el número de horas de trabajo y descanso establecidas, las vacaciones pagadas, la baja por maternidad, la seguridad durante el período de ocupación, la política de ascensos, la seguridad social y la seguridad ocupacional y sanitaria. En algunos países cobra cada vez mayor importancia la discriminación en el trabajo por motivos de edad o por la condición de ser portador de HIV. También es importante subrayar que la discriminación en el trabajo surge en diferentes escenarios y puede ser un problema tanto en una empresa agrícola del entorno rural o en una empresa urbana dedicada a la alta tecnología.

La no discriminación supone simplemente que la selección de los empleados se realiza en función de su capacidad para realizar el trabajo en cuestión y que no existe distinción, exclusión o preferencias basadas en otras cuestiones. A los empleados que sufren discriminación en el trabajo se les niegan oportunidades y se vulneran sus derechos humanos fundamentales. Esto afecta al sujeto particular y ejerce un impacto negativo que afecta a la gran contribución que estos trabajadores pueden hacer a la sociedad.

Discriminación (directa e indirecta)

La discriminación puede producirse de variadas maneras, tanto en el momento de acceder al empleo como en el propio tratamiento dispensado a los empleados una vez incorporados a sus puestos. Lo más común es que la discriminación se realice de forma indirecta y que surja cuando las reglas o prácticas tienen apariencia de realizarse con equidad cuando, de hecho, se está produciendo una situación de discriminación. Esta discriminación indirecta a menudo existe de manera informal en las actitudes y en las prácticas y si no se combate puede llegar a perpetuarse en las organizaciones. La discriminación también puede tener raíces culturales que demanden un acercamiento individual más específico.

Estrategias para las empresas

Desde el punto de vista de una empresa la discriminación no tiene ningún sentido. Es una cuestión que debe preocupar a todas las empresas porque las prácticas discriminatorias en el empleo y la ocupación restringen el número de candidatos disponibles y su formación y ralentizan el crecimiento económico del conjunto de la sociedad. La ausencia de un clima de tolerancia produce pérdidas de oportunidades para el desarrollo de conocimientos e infraestructuras que fortalecen la competitividad en la economía globalizada. Finalmente, la discriminación aísla al empleado de la esfera de la comunidad y puede dañar la reputación de una empresa y potencialmente reducir sus beneficios y el valor de sus acciones.

En primer lugar y el más destacado, las empresas necesitan cumplir todas las leyes locales y nacionales en vigor. Cualquier empresa que instituya medidas para promover la igualdad de oportunidades necesita ser consciente de la diversidad en cuanto a idioma, cultura y circunstancias familiares que pueda existir dentro de la fuerza laboral. El personal directivo y supervisor en particular, debe profundizar en el conocimiento de los diferentes tipos de discriminación y la forma en que ésta puede afectar a la fuerza laboral. Por ejemplo, las mujeres constituyen una proporción creciente de la fuerza laboral mundial pero en todos los casos cobran menos que sus colegas masculinos.

Las empresas deben desarrollar y promover una política de igualdad de oportunidades aplicable a la cualificación, conocimientos y experiencia en la que se cimiente la contratación. Cada vez más, los jóve-

nes graduados y los nuevos empleados juzgan a las empresas en base a su política social y ética en el trabajo. Además se debe promover un trato igualitario en el trabajo, lo que significa que todos los individuos reciban igualdad de trato y oportunidades para desarrollar los conocimientos, la técnicas y las competencias relevantes para su trabajo.

Actuaciones

Las empresas pueden adoptar medidas específicas para abordar la cuestión de la discriminación y eliminarla de los lugares de trabajo. Algunos ejemplos de ello son:

- La institución de políticas y procedimientos en las empresas cuya base para la contratación, asignación de puestos, formación y promoción del personal de todos los niveles sean las cualificaciones, los conocimientos y la experiencia personales.

- Asignar, a alto nivel directivo, las responsabilidades para la aplicación de las medidas destinadas a conseguir la igualdad en el empleo, mantener una política transparente aplicable a toda la actividad de la compañía y orientar en las prácticas de contratación para conseguir la igualdad de oportunidades, así como vincular el progreso con el comportamiento exigido en este área.

- Establecer programas para promover el acceso a la formación, al desarrollo de conocimientos y a las ocupaciones particulares.

- Estudiar caso por caso a fin de valorar si un requisito particular se considera inherente a un puesto de trabajo y evitar que los requisitos exigidos para determinados puestos presenten sistemáticas desventajas para determinados grupos.

- Mantener actualizados los archivos sobre contratación, formación y promoción que faciliten la transparencia en la igualdad de oportunidades para el empleo y la trayectoria seguida por la organización a este respecto.

- Cuando se detecten casos de discriminación, desarrollar procedimientos de respuesta para abordar denuncias, gestionar demandas y facilitar recursos a los empleados.

- Dar a conocer las estructuras formales y las cuestiones culturales informales que puedan oponer dificultades para que los empleados presenten quejas.

Fuera del lugar de trabajo las empresas también deben desempeñar su labor en la erradicación de la discriminación, por ejemplo, animando y apoyando los esfuerzos realizados por la comunidad para fomentar un ambiente de tolerancia e igualdad en el acceso a las oportunidades para el desarrollo ocupacional. Dos ejemplos podrían ser a través de programas de educación de adultos, facilitando servicios sanitarios y servicios de ayuda para el cuidado de niños.

En la actividades realizadas en el extranjero, las empresas pueden necesitar adaptarse a las tradiciones culturales propias del país y colaborar con los representantes sindicales y de las administraciones a fin de garantizar el acceso al empleo en igualdad de condiciones a las mujeres y los grupos minoritarios.

PRINCIPIO SIETE

LAS EMPRESAS DEBERÁN MANTENER UN ENFOQUE PREVENTIVO QUE FAVOREZCA EL MEDIO AMBIENTE

¿Qué es un enfoque preventivo?

La Declaración de Río establecía claramente el vínculo existente entre las cuestiones medioambientales y el desarrollo estableciendo que:

«...a fin de lograr un desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente formará parte integral del proceso de desarrollo y no puede ser considerada como una parte aislada del mismo».

Por ello, si la protección del medio ambiente va a ser considerada como parte integral del proceso de desarrollo ¿de qué forma se evalúan los riesgos medioambientales que conlleva la actividad humana?

La Declaración de Río propone una idea extremadamente importante, aceptada en la actualidad por los dirigentes políticos que es mantener un enfoque preventivo en favor de la protección medioambiental.

«Para proteger el medio ambiente, el enfoque preventivo deberá ser aplicado por cada uno de los estados en función de sus posibilidades. Cuando exista la amenaza de que se produzcan daños serios o irreversibles, no se podrá alegar falta de conocimientos científicos como razón para aplazar la adopción de medidas eficaces que impidan la degradación medioambiental».

El concepto no es nuevo pues ya surgió en relación con la Ley del Aire Limpio en la República Federal de Alemania en 1970. Se ha convertido en un principio aceptado en la Unión Europea y forma parte del derecho medioambiental internacional. El concepto alemán de *vorsorgprinzip* engloba nociones de prevención de riesgos, efectividad de costes, responsabilidades éticas hacia el medio ambiente y limitaciones (ocasionales) del conocimiento humano.

Las medidas preventivas se apoyan en una serie de conceptos clave, tales como:

Medidas preventivas. Adopción de medidas, en caso necesario antes incluso de disponer de pruebas científicamente contrastadas, que impidan que un retraso en la aplicación de dichas medidas pueda acabar perjudicando a los recursos naturales o a la sociedad.

Salvaguardia de un «espacio» ecológico sin interferir en los márgenes ecológicos de forma que se proteja y se amplíe la capacidad asimiladora del entorno natural, lo que implica no hacer un mal uso de los recursos.

Proporcionalidad de la respuesta para demostrar que determinadas restricciones selectivas no se traducen en unos costes excesivos. En otras palabras, tener en cuenta los riesgos que deberán afrontar las generaciones futuras si se ponen en peligro los ecosistemas de vida esenciales.

Obligación moral de proteger. Aquellos que emprendan una actividad o que realicen alteraciones en un entorno determinado deberán demostrar que no causan daños al medio ambiente.

Promover los derechos intrínsecos del medio ambiente permitiendo que los procesos naturales funcionen de tal manera que se conserven los ecosistemas vitales que permiten la vida en el planeta.

Pago de la deuda ecológica o compensación por errores de juicio pasados tal como indica la noción de «responsabilidad común pero diferenciada» recogida en el marco de trabajo de las Naciones Unidas.

Convención sobre el cambio climático

Es importante en este punto señalar la existencia de dos conceptos: el «enfoque preventivo» tal como está contemplado en el Principio 15 de la Declaración

de Río y el «principio de precaución». Más abajo se amplía el concepto de principio de precaución.

Estrategia empresarial ante el enfoque de prevención

El elemento clave del enfoque preventivo, desde un punto de vista empresarial, es la idea de prevención en lugar de la de cura. En otras palabras, resulta más rentable la adopción de medidas preventivas que garanticen que no se van a causar daños al medio ambiente. Las empresas deberían considerar lo siguiente:

1. A pesar de que es cierto que las medidas preventivas para evitar causar daños al medio ambiente y su puesta en práctica suponen un gasto adicional, las medidas para paliar daños ya producidos, por ejemplo los costes de reparación o deterioro de la imagen de la compañía, pueden ser mucho más gravosas.

2. La inversión en métodos de producción no sostenibles, es decir que agoten los recursos y degraden el medio ambiente produce una rentabilidad menor a largo plazo que la inversión en instalaciones ecosostenibles. A su vez, la mejora el rendimiento ambiental supone un riesgo financiero inferior, una consideración importante a tener en cuenta por parte de las aseguradoras.

3. La investigación y el desarrollo en productos respetuosos con el medio ambiente pueden producir considerables beneficios a largo plazo.

Sin embargo, la interpretación del enfoque preventivo puede plantear dificultades a las empresas que tendrán una situación más ventajosa para valorar cualquier riesgo ambiental potencial si tienen un conocimiento profundo de las cuestiones actuales del impacto ambiental, así como de las condiciones básicas ambientales de referencia dentro de su ámbito de influencia. Esto exige el desarrollo de un enfoque de ciclo vital hacia las actividades de las empresas que permita:

- Manejar las incertidumbres y
- Garantizar la transparencia.

Con respecto a la valoración de las incertidumbres, se dispone de una serie de valiosas herramientas para recabar información sobre problemas potenciales e impactos ocasionados por los cambios tecnológicos, de procesos, de planificación y de gestión, tales como:

— Informe de riesgo ambiental. Establece el potencial de daños ambientales no intencionados junto con otro tipo de riesgos.

— Informe de ciclo vital. Estudia las oportunidades de *inputs* y *outputs* de signo medioambientalmente positivo para el desarrollo de productos y procesos

— Informe de impacto ambiental. Garantiza que el impacto de los proyectos de desarrollo se mantengan en un nivel aceptable.

— Informe de estrategia medioambiental. Garantiza que el impacto de las políticas y planes son tenidos en cuenta y son mitigados sus efectos.

Estas herramientas facilitan los datos que las organizaciones necesitan cuando deciden qué medidas adoptar. Cuando la prevención resulta fundamental y se convierte en un problema estratégico de la empresa, es posible adoptar una serie de medidas:

— Desarrollar márgenes de seguridad cuando se establece la normativa en aquellas áreas en las que todavía existe una considerable inseguridad.

— Prohibición o limitación de actividades cuyo impacto en el medioambiente sea dudoso.

— Utilización de los medios tecnológicos más avanzados.

— Implementación de los enfoques ecológicos industriales de producción más limpia.

— Comunicación con las personas e instituciones interesadas.

PRINCIPIO OCHO

LAS EMPRESAS DEBEN FOMENTAR LAS INICIATIVAS QUE PROMUEVAN UNA MAYOR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Los antecedentes del Principio 8

La Cumbre del Planeta de Río celebrada en 1992 ha actuado como una «llamada de atención» para muchos sectores de la sociedad, siendo uno de ellos el sector empresarial. Por vez primera un grupo de accionistas se reunió para debatir las dificultades planteadas por los modelos de industrialización, el creci-

miento de la población y los desequilibrios sociales del mundo. La conferencia puso de relieve la fragilidad real del planeta y, en particular, centró la atención sobre tres puntos:

— El daño que se está produciendo a muchos ecosistemas naturales.

— La amenazada capacidad del planeta para sostener la vida en el futuro, y

— Nuestra limitada capacidad para sostener el desarrollo económico y social a largo plazo.

El mensaje lanzado a las empresas se recogió en el Capítulo 30 de la Agenda 21 en el que se ahonda en la función que desempeñan las empresas y la industria en la agenda de temas para el desarrollo sostenible y se presentan unas directrices generales de lo que la responsabilidad medioambiental debe significar para las empresas.

«la gestión responsable y ética de los productos y los procesos de fabricación desde el punto de vista de la salud, la seguridad y el medioambiente. Hacia este fin, las empresas y la industria deben encaminar sus medidas autorreguladoras, orientándose hacia la aplicación de los códigos adecuados, los permisos y las iniciativas integradas en todos los estamentos de la planificación empresarial y la toma de decisiones y fomentando la apertura y el diálogo con los empleados y con el público» (30.26)

«A fin de proteger el medioambiente, el enfoque preventivo deberá ser aplicado por cada uno de los estados en función de sus posibilidades. Cuando exista la amenaza de que se produzcan daños serios o irreversibles, no se podrá alegar falta de conocimientos científicos como razón para aplazar la adopción de medidas eficaces que impidan la degradación medioambiental».

En los diez años posteriores a «Río» no se ha aligerado el imperativo de que las empresas realicen sus actividades de una manera responsable con el medioambiente. Por el contrario, tal como indican recientes análisis sobre el «estado del planeta», a pesar de los progresos realizados en algunas áreas (por ejemplo en el agotamiento del ozono, la contaminación atmosférica en muchas regiones desarrolladas o los avances hacia la reducción del efecto de gases invernadero en virtud del Protocolo de Kioto) las tendencias globales son negativas y todavía queda mucho trabajo por hacer. Los científicos y los expertos informan sobre las tendencias globales adversas que ponen en peligro no sólo los aspectos vitales de nuestros sistemas de vida sino también los cimientos de nuestro sistema de desarrollo social.

Dado el papel cada vez más importante que desempeña el sector privado en las cuestiones de gobierno mundial, el público demanda que las empresas desarrollen sus actividades de una manera que no sólo se traduzca en una mayor prosperidad económica y favorezca la justicia social, sino que también garantice la protección ambiental en las regiones y los países donde están radicados. Mediante el Principio 8, el Pacto Mundial facilita un marco de referencia para que las empresas afronten algunos de los retos clave planteados diez años atrás.

Hacia una práctica empresarial medioambientalmente responsable

Las empresas ganan legitimidad cuando satisfacen las demandas de la sociedad y cada vez más la sociedad expresa una necesidad clara de desarrollar prácticas medioambientalmente sostenibles. Una de las formas que tienen las empresas para demostrar su compromiso hacia una mayor responsabilidad medioambiental es el desplazamiento de su modus operandi desde los así llamados «métodos tradicionales» hacia los enfoques más responsables a la hora de plantear las cuestiones medioambientales:

- | | |
|----------------------------------|---|
| — Uso de recursos ineficiente | — Productividad de recursos |
| — Tecnología punta | — Producción más limpia |
| — Relaciones públicas | — Gobierno corporativo |
| — Defensiva | — Proactiva |
| — Sistemas de gestión | — Ciclo vital, diseño empresarial |
| — Una forma, comunicación pasiva | — Accionistas múltiples, diálogo activo |

Un cambio de este tipo en la estrategia empresarial conlleva una serie de beneficios. En la División de Tecnología, Industria y Economía del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-DTIE) se señalan las siguientes razones por las cuales una empresa debería valorar la mejora de su enfoque medioambiental:

- La aplicación de una producción más limpia y ecológica conduce a una mejora en la productividad de los recursos.
- Los nuevos instrumentos económicos (impuestos, cargas, permisos comerciales) recompensan a las empresas que actúan con conciencia ecológica.
- Las regulaciones de protección medioambiental se endurecen.

— Las aseguradoras prefieren asegurar a empresas ecológicas que plantean un riesgo inferior.

— Los bancos prefieren dar créditos a las empresas cuyas actividades no carguen al banco con demandas judiciales por infringir el derecho medioambiental o ingentes gastos para labores de limpieza.

— La gerencia de orientación medioambiental ejerce un efecto positivo sobre la imagen de una empresa.

— Los empleados prefieren trabajar en una empresa ecológicamente responsable (este tipo de empresa también ofrece al buen trabajador medidas de higiene y seguridad en el trabajo).

— La contaminación medioambiental es una amenaza para la salud humana.

— Los clientes demandan productos más limpios. Sin embargo, una vez que la empresa ha decidido adoptar una política corporativa más responsable respecto al medio ambiente ¿qué iniciativas necesita adoptar? Los siete elementos clave que contribuyen a mejorar la responsabilidad medioambiental son los siguientes:

- Aplicación de un enfoque preventivo.
- Adopción de las mismas exigencias operativas independientemente de la localización de las actividades.
- Garantizar la gestión medioambiental a lo largo de toda la cadena de suministros.
- Facilidades para la compra de tecnología.
- Profundización del conocimiento del medio ambiente en las localizaciones de la empresa.
- Diálogo con la comunidad local y
- Reparto equitativo de los beneficios

Y a fin de precisar estos conceptos convirtiéndolos en medidas de responsabilidad medioambiental, una empresa puede optar por:

- Implementar la Declaración Internacional sobre Producción Limpia (ver abajo).
- Trabajar con proveedores que mejoren su comportamiento medioambiental (gestión de la cadena de suministros).

- Redefinición de las estrategias de la empresa y de su política para incluir la «triple entente» del desarrollo sostenible: prosperidad económica, calidad medioambiental y justicia social.

- Establecer objetivos cuantificables.

- Desarrollar indicadores de sostenibilidad (económicos, ambientales, sociales).

- Cuantificación, seguimiento e información sobre progresos realizados en la incorporación de principios de sostenibilidad a las prácticas empresariales, incluyendo la denuncia por infringir las normativas de operación estándar.

- Adoptar principios y códigos de conducta voluntarios y códigos de prácticas en las iniciativas globales y sectoriales, y

- Garantizar la transparencia y el diálogo imparcial con los individuos e instituciones interesados.

PRINCIPIO NUEVE

LAS EMPRESAS DEBEN FAVORECER EL DESARROLLO Y LA DIFUSIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS RESPETUOSAS CON EL MEDIO AMBIENTE

¿Qué quiere decir «tecnología respetuosa con el medio ambiente»?

Favorecer el desarrollo y la difusión de la tecnología respetuosa con el medio ambiente constituye un reto a largo plazo para una empresa que repercutirá tanto en las capacidades directivas como investigadoras de la organización. Al objeto de comprometerse con el Pacto Mundial las tecnologías consideradas como respetuosas con el medio ambiente son aquellas descritas en el Capítulo 34 de la Agenda 21 como «medioambientalmente saludables». La Agenda 21 menciona las tecnologías medioambientalmente saludables como aquellas que:

«protegen el medio ambiente, contaminan menos, utilizan los recursos de una forma sostenible, reciclan más sus vertidos y productos y manejan los residuos de una manera más aceptable que las tecnologías a las cuales sustituyen. No se trata de tecnologías meramente individuales sino de sistemas integrales que incluyen *know-how*, procedimientos, productos y servicios y equipos así como procesos que mejoran la organización y la gestión medioambiental».

Lo importante aquí es comprender que esta amplia definición incluye los medios de alta tecnología y control pero también favorece de forma explícita un enfoque preventivo progresivo, como la prevención de la contaminación y las tecnologías de producción más limpia. Este principio se orienta, por lo tanto, hacia una tecnología más limpia cuya función sea facilitar un beneficio o servicio humano, en lugar de centrarse sólo en los productos per se.

Razones para desarrollar y difundir las tecnologías limpias

Las tecnologías que son medioambientalmente excepcionales nos permiten reducir el uso de recursos finitos así como utilizar los recursos existentes de forma más eficiente. Por ejemplo, las mejoras en las baterías y pilas ha producido una considerable reducción en el empleo de metales pesados tóxicos, al tiempo que han producido beneficios sustanciales para el consumidor.

El almacenamiento de residuos, su tratamiento y eliminación, es un proceso costoso tanto en términos económicos como ambientales y sociales. Como las tecnologías saludables generan menos residuos y desechos, el uso continuado de tecnologías ineficientes puede representar un incremento sobre los costes operativos de las empresas. Además también influye retrospectivamente sobre el tipo de control que prima el remedio sobre la prevención. En contraste, la evitación del impacto ambiental a través de la prevención de la contaminación y el diseño de productos ecológicos incrementa la eficiencia así como la competitividad global de la compañía y puede producir nuevas oportunidades de negocio.

Dado que las tecnologías medioambientalmente saludables reducen las ineficiencias operativas también producen un nivel inferior de emisiones contaminantes. Esto beneficia en primer lugar a los trabajadores que están expuestos a un menor riesgo de materiales peligrosos cada día y también se traduce en una reducción considerable del riesgo de accidentes o de desastres tecnológicos.

Métodos para favorecer el empleo y difusión de las tecnologías limpias

La adhesión al Principio 9 dependerá en cierta medida del tamaño y la naturaleza de la empresa. Sin embargo, todas las empresas desearán beneficiarse del uso más eficiente de los recursos. Como

este principio afecta tanto a las tecnologías *hard* como a los sistemas *soft* los puntos de partida potenciales son amplios.

El almacenamiento de residuos, su tratamiento y eliminación, es un proceso costoso tanto en términos económicos como ambientales y sociales. Como las tecnologías saludables generan menos residuos y desechos, el uso continuado de tecnologías ineficientes puede representar un incremento sobre los costes operativos de las empresas. Además también influye retrospectivamente sobre el tipo de control que prima el remedio sobre la prevención. En contraste, la evitación del impacto ambiental a través de la prevención de la contaminación y el diseño de productos ecológicos incrementa la eficiencia así como la competitividad global de la compañía y puede producir nuevas oportunidades de negocio.

En una fábrica básica o una unidad de negocio, la mejora de la tecnología puede lograrse a través de cuatro medios o principios:

1. *Cambios en el proceso o en las técnicas de fabricación.* Desde modificaciones sencillas hasta cambios más avanzados que requieren esfuerzos de investigación y desarrollo.
2. *Sustitución de unas materias primas por otras.* A fin de utilizar materias primas menos tóxicas, por ejemplo.
3. *Variaciones en los productos.* Por ejemplo el cambio de pinturas fabricadas con disolvente por pinturas al agua.
4. *Reutilización de materiales en la propia planta de fabricación.* Separación, tratamiento y recuperación de materiales útiles a partir de residuos, las así llamadas «sinergias de productos derivados».

Los enfoques a nivel estratégico para mejorar la tecnología son:

- Establecer una política de empresa individual o corporativa sobre el uso de tecnologías limpias.
- Difundir la información disponible entre los individuos o grupos de intereses para ilustrar el comportamiento medioambiental y los beneficios que se obtienen utilizando tecnologías limpias.
- Reorientar la investigación y el desarrollo hacia un «diseño por la sostenibilidad».

— Utilizar la evaluación del ciclo vital en el desarrollo de nuevas tecnologías y productos, de forma que tenga en cuenta los impactos en cuanto a fabricación, uso y fin de ciclo vital del producto.

— Empleo de Informes de Tecnología Medioambiental, una herramienta analítica diseñada para garantizar que el proceso de toma de decisiones relativo a la adaptación tecnológica, implementación y uso es sostenible.

— Revisión de los criterios de inversión y de la política de fuentes de proveedores y contratistas que garanticen que en sus ofertas se estipula un mínimo de criterios de protección medioambiental.

— Cooperación con los aliados del sector industrial para garantizar que «la mejor tecnología disponible» esté a disposición de otras organizaciones.

Un ejemplo de cómo se favorecen las tecnologías respetuosas con el medio ambiente procede del área del cambio climático y del trabajo con el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC). Aquí el objetivo es fomentar el uso de tecnologías que tengan como resultado unas emisiones más reducidas de gases con efecto invernadero y en particular el dióxido de carbono CO₂. En su Inventario de Tecnologías, Métodos y Prácticas para la Reducción de las Emisión de Gases con Efecto Invernadero, el IPCC se ha centrado en el sector energético. Como primer paso ha definido el Ciclo de la Energía comenzando con los recursos primarios de fuel y en su recorrido a través del ciclo vital hasta la entrega del servicio energético al consumidor. Esto se muestra en el diagrama siguiente al objeto de servir de referencia general sobre el ciclo de la energía. Se han identificado los aspectos medioambientales que producen gases con efecto invernadero en cada una de las partes del ciclo. Finalmente, se mencionan las tecnologías involucradas en cada uno de las etapas del proceso y se facilita un inventario de las tecnologías actuales que responden mejor al objetivo de reducir las emisiones de gases con efecto invernadero.

* * *

EL DÉCIMO PRINCIPIO CONTRA LA CORRUPCIÓN

El 24 de junio del 2004, durante la Cumbre de Líderes del Pacto Global, se anunció que a partir de ese momento el Grupo del Pacto Global incluiría un décimo principio en contra de la corrupción. Este

principio refleja el recientemente adoptado Convenio contra la Corrupción de las Naciones Unidas.

El siguiente documento apunta a brindar una breve reseña sobre las expectativas básicas en la implementación del décimo principio. También hace referencia a las fuentes y las herramientas que pueden usarse para dicho proceso. Puede encontrarse más información sobre cada tema en nuestro sitio de Internet www.unglobalcompact.org/anti-corruption.

La redacción del décimo principio, según lo acordado durante el proceso de consulta, es como sigue, y los participantes del Pacto Global deberán agregarle a todos los esfuerzos de comunicación e implementación.

PRINCIPIO DIEZ

LOS NEGOCIOS DEBERÁN ACTUAR EN CONTRA DE LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUYENDO LA EXTORSIÓN Y EL SOBORNO

A partir del 24 de junio de 2004, se asume que todos los participantes adhieren a todos los diez principios.

La adopción del décimo principio compromete a los participantes del Pacto Global, no solamente a evitar el soborno, la extorsión y otras formas de corrupción, sino también a desarrollar políticas y programas concretos para abordar el tema de la corrupción. Se desafía a que las empresas se unan a los gobiernos, a las agencias de la ONU y a la sociedad civil para crear una economía global más transparente y libre de corrupción.

El plan de trabajo de la Oficina del Pacto Global se enfocará en brindar las herramientas necesarias y la información básica para la implementación; en reunir buenas prácticas y cooperar en el apalancamiento de las iniciativas existentes, y respaldar los diálogos sobre temas específicos. Dado que la corrupción puede tomar formas diversas, y se trata a menudo de una cuestión específica de un país o de un sector industrial, resulta necesario enfocar dilemas específicos con un abordaje caso por caso. Por lo tanto, la Oficina del Pacto Global también se enfocará en el desarrollo de proyectos piloto específicos en desarrollo, a nivel global y local, a través del establecimiento de grupos de trabajo cuyos resultados

puedan potencialmente ampliarse a un nivel más grande o transferirse a otros sectores industriales.

Sugerimos específicamente que los participantes de Pacto Global:

1. como primera y elemental medida, introduzcan programas y políticas anticorrupción dentro de sus organizaciones y sus operaciones de negocios;
2. Informen sobre su trabajo en contra de la corrupción en la Comunicación Anual sobre Avance; y
3. Compartan experiencias y buenas prácticas a través de la presentación de ejemplos y estudios de casos;
4. Es más, colaboren con sus pares en la industria para encontrar soluciones en forma conjunta con el fin de combatir la corrupción mediante iniciativas sectoriales;
5. Colaboren con Transparencia Internacional y con la Cámara de Comercio Internacional como proveedor principal de herramientas en la lucha contra la corrupción;
6. Se comprometan en esfuerzos colectivos con todas las partes con intereses en esto, por ejemplo, usando los Pactos de Integridad de Transparencia Internacional o adhiriendo a la iniciativa de EITI o de Publique a medida que Paga (*Publish as You pay*);
7. Hagan lobby para la ratificación e implementación de la Convención de la ONU contra la corrupción en la mayor cantidad posible de países.

Antecedentes del décimo principio

Los antecedentes sobre la implementación del décimo principio, desarrollados en forma conjunta con Transparencia Internacional, la Cámara Internacional de Comercio y la Oficina de Drogas y Delitos de la ONU (UNODC) aparece en el sitio de la Web del Pacto Global. Como introducción a las políticas sobre anti-soborno para empresas, la Oficina del Pacto Global sugiere el uso de herramientas existentes ya probadas provistas por Transparencia Internacional y por la Cámara Internacional de Comercio. Del ángulo de la información se ha agregado un indicador a la tabla de referencias cruzadas sobre indicadores de la Iniciativa para la Información Global y sobre Principios del Pacto Global. Esto ya fue reflejado en un nuevo documento guía sobre Avance en la Comunicación que fuera enviado el 22 de octubre del 2004. La Oficina de Drogas y Delitos de la ONU se ha unido como sexta agencia central del Pacto Global y actuará como «guardiana» del décimo principio, como así también en carácter de contacto principal para el Convenio contra corrupción de la ONU.

Ejemplos y estudios de casos

El Pacto Global trabajará en pos de reunir buenas prácticas y ejemplos en cooperación con Trans-

parencia Internacional, la Cámara Internacional de Comercio y nuestras redes locales. Alentamos a las empresas a que compartan sus experiencias y políticas en el área de corrupción con otros participantes y partes interesadas a través de la presentación de estudios de casos. Estamos planificando emitir una publicación de buenas prácticas para el otoño del 2005.

Grupo de trabajo del décimo principio

La Oficina del Pacto Global empezará un grupo informal de trabajo con las partes interesadas para discutir otros modos de operacionalizar el décimo principio. En este grupo de múltiples partes interesadas, se identificarán las necesidades de la comunidad empresarial en la implementación del décimo principio. Más aún, se lanzarán o se apalancarán esfuerzos específicos de la industria y se explorarán, a nivel de país, proyectos e iniciativas específicas. Éstos ayudarán a cerrar la brecha de conocimiento y brindarán buenas prácticas básicas. Se planifica una primera reunión para enero del 2005.

Alentamos también el establecimiento de grupos de trabajo específicos anti-corrupción a nivel nacional. Estos grupos de trabajo locales podrían volverse el principal recurso sobre las cuestiones locales básicas y el desarrollo de conocimiento nacional. Podrán presentarse, a nivel global, los proyectos específicos que emerjan de los grupos de trabajo nacionales para evaluar el potencial para su lanzamiento en otros países o en otros sectores.

Reuniones sobre el décimo principio

Enero 2005. Reunión del Grupo de trabajo sobre el décimo principio.

13/14 enero 2005. Reunión de la red nórdica sobre el décimo principio

Marzo 2005. Alianza sobre integridad: NEPAD, OECD, Pacto Global, y Transparencia Internacional co-auspiciarán una reunión en Africa sobre integridad y desarrollo.

Primavera 2005. Mesa Redonda sobre Negocios de la UNODC sobre el Convenio de la ONU contra la corrupción: el Objetivo es definir el potencial aporte que la comunidad empresarial puede dar para la ratificación e implementación del Convenio.

16/17 de noviembre 2004. Reunión de la red alemana, 16/17 de noviembre del 2004: Primera red anfitriona de una reunión sobre el décimo principio.

24 noviembre 2004. Foro de Aprendizaje Brasileño que cubrirá la transparencia y el décimo principio.

Contactos

Oficina del Pacto Global

Birgit Errath
errath@un.org
t: +1-917-367 3421

Oficina de Drogas y Delitos de las Naciones Unidas

Dimitri Vlassis
Dimitri.vlassis@un.org
t: +43-1-26060

Transparencia Internacional (www.transparency.org)

Jermyn Brooks
jbrooks@transparency.org
t: + 49-30-343 8200

Susan Côté-Freeman
scotefreeman@transparency-usa.org
t: + 1-202-296 7730

Peter Wilkinson
Businessprinciples@transparency.org
t: + 44-20-8287 6580

Cámara Internacional de Comercio

Comisión Anti-Corrupción
Francois Vincke Julian Kassum
Julian.kassum@iccwbo.org
t: +33-1-49532926

COLABORADORES EN ESTE NÚMERO

ARGANDOÑA, Antonio. Profesor ordinario del Departamento de Economía y titular de la cátedra de Economía y Ética en IESE Business School, Universidad de Navarra. Académico Numerario de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras y catedrático de Fundamentos del Análisis Económico (en excedencia). Ha impartido docencia en las universidades de Barcelona, Málaga y Navarra. Autor de numerosos libros y artículos sobre macroeconomía, economía española e internacional y ética aplicada a la economía y a la empresa.

BALADO GARCÍA, Carlos. Licenciado en Ciencias de la Información (Periodismo) y en Ciencias Políticas y Sociología (Sociología Industrial) por la Universidad Complutense de Madrid. Director de Obra Social y Relaciones Institucionales de la Confederación Española de Cajas de Ahorros. Como responsable de esta división es vicepresidente de la Comisión Nacional de Montes de Piedad; miembro del Consejo de Redacción de *Paranorama Social*, editada por FUNCAS; secretario de la Comisión de Apoyo al Consejo de Administración para el Estudio de la Obra Social; director de la revista *Ahorro*; secretario de la Comisión de jefes de Obra Social; secretario de la Comisión Estatal de Directores de Comunicación; secretario de la Comisión de Marketing; secretario de la Comisión de los servicios de Atención al Cliente; miembro del Foro de expertos de RSC del Ministerio de Trabajo. Es también vocal del Comité Ejecutivo de la Asociación Internacional de Crédito Prendario y Social y miembro de la *Task Force* de la Agrupación Europea de Cajas de Ahorros encargada de preparar el Congreso Mundial de Cajas de Ahorros.

CASTRO SANZ, Marcos de. Licenciado en Psicología (1972). Especializado en Psicología Industrial (1973, Universidad Complutense). Diplomado en Administración de Empresas (1975, Escuela de Organización Industrial, EOI). Ha sido director del Departamento de Consumo de Eroski, S. Coop.; director de Desarrollo Territorial del Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE-Comunidad de Madrid); asesor de la Secretaría General de Comunicaciones (MOPT), en temas de Organización y Relaciones Laborales, y director general de la Región Centro-Sur en Eroski, S. Coop. Actualmente, representa a Mondragón Corporación Cooperativa (MCC) en los órganos para la Economía Social. También es consejero del Consejo Económico y Social (CES), de ámbito estatal, donde coordina al Grupo Tercero. Desde 1998 es presidente de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), donde está en representación de Mondragón Corporación Cooperativa.

CUESTA GONZÁLEZ, Marta de la. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid (CUNEF). Doctora en Ciencias Económicas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Profesora titular de Economía Aplicada de la UNED. Coordinadora del programa de doctorado de crecimiento económico y desarrollo de la UNED. Ha impartido

clases de sistema financiero español y gestión de empresas financieras en los centros de enseñanza superior Luis Vives y San Pablo CEU, y en el Centro Universitario Mapfre Estudios. Colabora en programas de doctorado de la Universidad Pontificia de Salamanca y Universidad Nebrija. Dirige y participa en cursos de postgrado sobre cooperación al desarrollo (UNED, OEI, CIDEAL), gestión de entidades no lucrativas (UNED-Fundación Luis Vives), responsabilidad social corporativa y educación ambiental (UNED). Ha publicado varios artículos y trabajos sobre el sector bancario, el sector financiero y el desarrollo, y las inversiones socialmente responsables. Es vicepresidenta del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa y socia fundadora de la ONG Economistas sin Fronteras.

EMBED IRUJO, José Miguel. Catedrático de Derecho Mercantil en la Universidad de Valencia, habiéndolo sido con anterioridad en las universidades de Murcia y Jaume I de Castellón. Autor de más de doscientas publicaciones, sus campos de investigación prioritarios son el derecho de sociedades mercantiles, con especial atención a los grupos de sociedades, el derecho bancario y de seguros, así como la vertiente jurídica de la integración europea. Es consejero de las revistas *Cuadernos de Derecho y Comercio* y *European Company and Financial Law Review*, y dirige la colección de monografías «Mercatura» en la Editorial Comares (Granada).

ESTELLER MORÉ, Alejandro. Nació en Barcelona en 1972. Licenciado en Economía por la Universidad de Barcelona (UB) (1995), MA in Economics por la Universidad de Essex (Reino Unido) (1997) y doctor en Economía por la UB (2002). Desde 1996, es profesor del departamento de Hacienda Pública de la UB, y desde 1999, miembro del Institut d'Economia de Barcelona (IEB). Más información en su página WEB: <http://www.eco.ub.es/~esteller/alex.htm>.

FORN ARGIMÓN, Ramón. Ingeniero de Caminos, máster por ESADE y Master of Science in Management por el MIT. Socio-Director de McKinsey & Company. Ha trabajado en distintos sectores que incluyen Instituciones Financieras, Consumo y Transporte. Su trabajo se ha enfocado en áreas que van desde estrategia a organización, reestructuraciones empresariales y mejoras operativas. Actualmente es responsable de la Práctica de Banca de McKinsey & Company en España.

JORBA GIMÉNEZ, Jonatan. Nació en Barcelona en 1981. Licenciado en Economía por la Universidad de Barcelona (2003). Diploma de Estudios Avanzados en Economía Aplicada por la Universidad de Barcelona (2005). Actualmente, cursando el Máster en Economía Matemática y Econometría de la Universidad de Toulouse I. Desde 2003, miembro del Institut d'Economia de Barcelona (IEB), centro de investigación sobre Federalismo Fiscal y Economía Regional de la Universidad de Barcelona.

LOZANO, Josep M. Doctor en Filosofía por la Universidad de Barcelona y licenciado en Teología por la Facultad de Teología de Cataluña. Diplomado en Alta Dirección de Empresas por ESADE. Actualmente es profesor del Departamento de Ciencias Sociales de ESADE, y director del Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES). Su actividad académica y profesional se centra en los campos de la ética aplicada y la responsabilidad social de la empresa. Es autor de seis libros y numerosos artículos relacionados con sus áreas de investigación, y ha colaborado en varios diarios. Co-fundador de Ética, Economía y Dirección (la rama española

del European Business Ethics Network); miembro del consejo internacional de las revistas *Ethical Perspectives* y *Society and Business Review*. Participó, en representación de ESADE, en el consorcio de universidades europeas y empresas que creó la European Academy of Business in Society (EABIS). Ha sido miembro de la *Comisió per al debat sobre els valors* del Gobierno de la Generalitat de Catalunya y actualmente es miembro del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España. Ha sido reconocido como *highly commended runner-up* en el *Faculty Pioneer Award* (2003) convocado por EABIS y Aspen Institute (EE.UU.).

MONEVA, José Mariano. Profesor titular de la Universidad de Zaragoza, ha publicado numerosos artículos nacionales e internacionales en el campo de la contabilidad social y medioambiental, e información sobre responsabilidad social corporativa. En el ámbito profesional es coordinador de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), representante español en el Sustainability Working Party de la Federación Europea de Auditores (FEE) y coordinador del grupo de trabajo sobre sostenibilidad del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE). Asimismo dirige la Comisión Técnica que evalúa los Premios a la Mejor Información de Sostenibilidad organizado por AECA-ICJCE y de los European Sustainability Reporting Awards (ESRA).

QUINTÁS SEOANE, Juan R. Su actividad académica como catedrático numerario de Universidad se ha desarrollado en los campos de la Teoría Económica, la Economía Aplicada y, muy especialmente, las Finanzas. Como profesional ha prestado sus servicios como consultor, experto o alto directivo en diversos organismos, comisiones y entidades públicas o privadas. En la actualidad es presidente-director general de la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA). Es también presidente del Patronato de la Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS), pertenece a la Comisión Gestora del Fondo de Garantía de Depósitos en Cajas de Ahorros, a la Comisión Ejecutiva y al Consejo de Administración de LICO Corporación y al Consejo de Administración de ENDESA, así como a la Comisión Delegada y al Consejo de Administración de CASER y a la Comisión Ejecutiva y al Consejo de Administración de Ahorro Corporación y de la Agrupación Europea de Cajas de Ahorro, siendo vicepresidente

de esta última. También es consejero electivo del Consejo de Estado, patrono vocal de la Fundación Carolina y miembro del Consejo Asesor de la Fundación Reina Sofía.

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, José Miguel. Es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, con premio extraordinario. Ha impartido docencia en la Universidad del País Vasco. Actualmente, es profesor titular de Economía Financiera en la Universidad de Valladolid, de cuya Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha sido vicedecano y decano durante largo tiempo. Autor de unas sesenta publicaciones en libros y revistas españolas e internacionales, sus principales líneas de investigación son la economía y regulación de las entidades financieras, el gobierno de la empresa desde la perspectiva *stakeholder* —incluyendo la responsabilidad social corporativa— y el análisis de las decisiones financieras sobre la base de la economía industrial e institucional.

SALAS FUMÁS, Vicente. Nació en Albelda (Huesca) en 1951. Doctor en Economía por la Universidad de Purdue (Indiana). Actualmente es catedrático de Organización de Empresas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. Premio Rey Jaime I de Economía, 1992.

SOLÉ OLLÉ, Albert. Nació en Tarragona en 1969. Licenciado en Economía por la Universidad de Barcelona (1992). Máster en Hacienda Pública y Análisis Económico por el Instituto de Estudios Fiscales (Madrid) y doctor en Economía por la UB. Desde 1994, es profesor del Departamento de Hacienda Pública de la UB, y desde 1999, miembro del Institut d'Economia de Barcelona (IEB). Más información en su página WEB: <http://www.eco.ub.es/~asole/index.htm>

TORTOSA COSME, Emilio. Economista. A los 14 años ingresó en la antigua Caja de Valencia (hoy Bancaja), llegando a director general del Grupo hasta 1998. Mediante un proceso de gestión del cambio (fusiones y adquisiciones de bancos y cajas) convirtió Bancaja en uno de los principales grupos financieros de España. En la actualidad es presidente de la Fundación ÉTNOR (para la ética de los negocios y las organizaciones), del CEEI-Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y consejero del Banco de Valencia. También dirige la cátedra de Innovación y Creatividad de la Universitat Jaume I de Castellón.

CAJAS DE AHORROS CONFEDERADAS

BANCAJA (Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alicante). Castellón.
BBK (Bilbao Bizkaia Kutxa). Bilbao.
CAI (Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón). Zaragoza.
CAIXA CATALUNYA (Caixa d'Estalvis de Catalunya). Barcelona.
CAIXA GALICIA (Caja de Ahorros de Galicia). La Coruña.
CAIXA DE GIRONA (Caixa d'Estalvis de Girona). Gerona.
CAIXA LAIETANA (Caixa d'Estalvis Laietana). Mataró (Barcelona).
CAIXA DE MANLLEU (Caixa d'Estalvis Comarcal de Manlleu). Manlleu (Barcelona).
CAIXA MANRESA (Caixa d'Estalvis de Manresa). Manresa (Barcelona).
CAIXA PENEDÈS (Caixa d'Estalvis del Penedès). Villafranca del Penedès (Barcelona).
CAIXA DE SABADELL (Caixa d'Estalvis de Sabadell). Sabadell (Barcelona).
CAIXA TARRAGONA (Caixa d'Estalvis de Tarragona). Tarragona.
CAIXA TERRASSA (Caixa d'Estalvis de Terrassa). Terrassa (Barcelona).
CAIXANOVA (Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra). Vigo (Pontevedra).
CAJASTUR (Caja de Ahorros de Asturias). Oviedo.
CAJA DE ÁVILA (Caja de Ahorros de Ávila). Ávila.
CAJA DE BADAJOZ (M.P. y Caja General de Ahorros de Badajoz). Badajoz.
CAJA DE BURGOS (Caja de Ahorros Municipal de Burgos). Burgos.
CAJA CANARIAS (Caja General de Ahorros de Canarias). Santa Cruz de Tenerife.
CAJA CANTABRIA (Caja de Ahorros de Santander y Cantabria). Santander.
CCM-CAJA CASTILLA LA MANCHA (Caja de Ahorros de Castilla La Mancha). Cuenca.
CAJA CÍRCULO (Caja de Ahorros y M. P. del Círculo Católico de Obreros de Burgos). Burgos.
CAJA DUERO (Caja de Ahorros de Salamanca y Soria). Salamanca.
CAJA ESPAÑA (Caja España de Inversiones, C.A. y M.P.). León.
CAJA DE EXTREMADURA (Caja de Ahorros y M.P. de Extremadura). Cáceres.
CAJA DE GUADALAJARA (Caja de Ahorro Provincial de Guadalajara). Guadalajara.
CAJA DE JAÉN (Caja Provincial de Ahorros de Jaén). Jaén.
CAJA MADRID (Caja de Ahorros y M. P. de Madrid). Madrid.
CAM (Caja de Ahorros del Mediterráneo). Alicante.
CAJA MURCIA (Caja de Ahorros de Murcia). Murcia.
CAJA NAVARRA (Caja de Ahorros y M.P. de Navarra). Pamplona.
CAIXA ONTINYENT (Caja de Ahorros y M.P. de Ontinyent). Ontinyent (Valencia).
CAJA RIOJA (Caja de Ahorros de La Rioja). Logroño.
CAJA SAN FERNANDO (Caja de Ahorros San Fernando de Sevilla y Jerez). Sevilla.
CAJA SEGOVIA (Caja de Ahorros y M.P. de Segovia). Segovia.
CAJA SUR (Caja de Ahorros y M.P. de Córdoba). Córdoba.
COLONYA CAIXA POLLENÇA (Caja de Ahorros de Pollença). Pollença (Islas Baleares).
EL MONTE (M.P. y Caja de Ahorros de Huelva y Sevilla). Sevilla.
IBERCAJA (Caja de Ahorros y M.P. de Zaragoza, Aragón y La Rioja). Zaragoza.
LA CAIXA (Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona). Barcelona.
LA CAJA DE CANARIAS (Caja Insular de Ahorros de Canarias). Las Palmas de Gran Canaria.
LA GENERAL (Caja General de Ahorros de Granada). Granada.
KUTXA (Caja de Ahorros y M.P. de Gipuzkoa y San Sebastián). San Sebastián.
SA NOSTRA (Caja de Ahorros y M.P. de las Baleares). Palma de Mallorca.
UNICAJA (M.P. y Caja de Ahorros de Ronda, Cádiz, Almería, Málaga y Antequera). Málaga.
VITAL (Caja de Ahorros de Vitoria y Álava). Vitoria.

PUBLICACIONES DE LA FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

Últimos números publicados:

PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA

- N.º EXTRA. Tarjetas de pago y tasas de intercambio
N.º 107. Convergencia regional europea

PERSPECTIVAS DEL SISTEMA FINANCIERO

- N.º 85. Bolsas y mercados españoles
N.º 86. Autónomos, emprendedores, economía social y su financiación

PANORAMA SOCIAL

- N.º 1. España 2005: Debates y procesos sociales
N.º 2. Dependencia y autonomía personal: Dilemas y compromisos

ECONOMÍA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

- N.º 21. La Raya Ibérica. Centro-Sur

CUADERNOS DE INFORMACIÓN ECONÓMICA

- N.º 189. Presupuesto, crecimiento y estabilidad
N.º 190. IRPF ¿Simple reforma o cambio de modelo?

ESTUDIOS DE LA FUNDACIÓN

ENSAYOS

EN INTERNET: <http://www.funcas.es/>

FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

Caballero de Gracia, 28. 28013 Madrid. Teléf. 91 596 54 81
suscrip@funcas.es

AÑO 2006

Deseo suscribirme a:


| | Euros | |
|---|--------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> <i>Papeles de Economía Española</i> | 55,00 | |
| Números sueltos | 17,00 | |
| <input type="checkbox"/> <i>Perspectivas del Sistema Financiero</i> | 48,00 | |
| Números sueltos | 17,00 | |
| <input type="checkbox"/> <i>Cuadernos de Información Económica</i> | 66,00 | |
| Números sueltos | 13,00 | |
| <input type="checkbox"/> <i>Panorama Social</i> (dos números) | 25,00 | |
| Números sueltos | 15,00 | |
| <input type="checkbox"/> <i>Estudios de la Fundación</i> (un ejemplar) | 13,00 | |
| <input type="checkbox"/> <i>Ensayos</i> (un ejemplar) | 15,00 | |
| <i>Economía y Economistas Españoles</i> <input type="checkbox"/> 8 tomos | 198,57 | (más gastos de envío) |

El pago lo efectuaré:

- ☐ Contra reembolso del primer envío ☐ Giro postal Núm. ☐ Cheque bancario
Nombre o razón social
Profesión, Actividad o Departamento
Domicilio Teléfono
Ciudad C.P. Provincia o país
Fecha

- ☐ Domiciliación bancaria

Muy Sres. míos: Ruego carguen hasta nuevo aviso los recibos que les presentará
LA FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS a mi nombre
en la siguiente Cuenta Corriente o Libreta de ahorros:

Firma o sello. 

| | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Entidad | Oficina | DC | Núm. de Cuenta |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Para mayor rapidez envíe su pedido por FAX: 91 596 57 96

