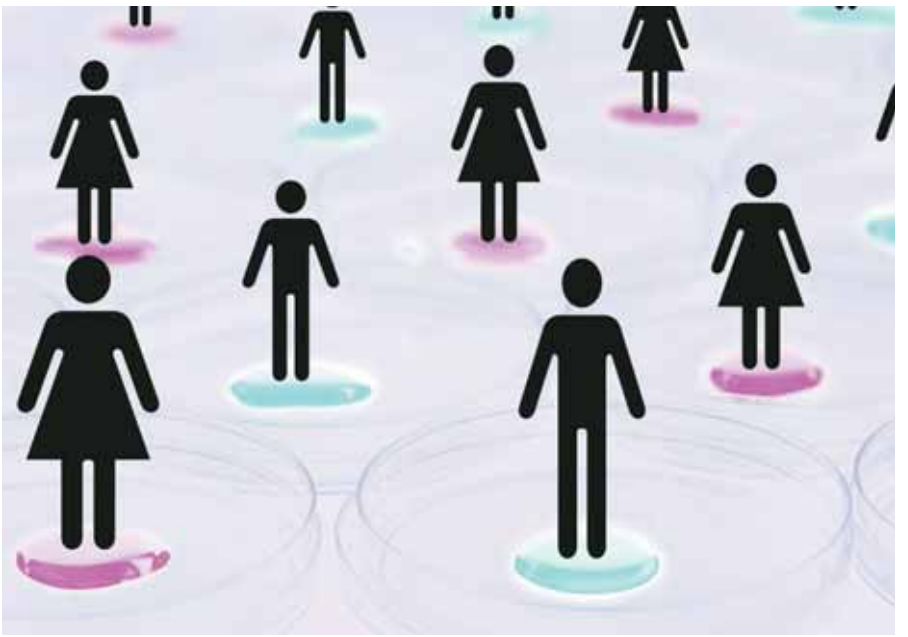
Responsabilidad Social Corporativa (RSC) e Inversión Socialmente Responsable (ISR) operan con una empatía positiva recíproca

La **dimensión social** y la **creación de valor** en la empresa de hoy

Probablemente la eclosión del fenómeno de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el ámbito de la gestión empresarial moderna es una forma de adaptación al medio. El desarrollo plural de los conceptos de libre mercado, democracia y la filosofía del capitalismo como guía de acción económica, han provocado un intenso acercamiento entre la empresa y la población general, donde la voluntad de esta última se ha convertido en principio y fin de todas las actuaciones societarias. Desde esta realidad se produce un claro fenómeno de empatía positiva o identificación de intereses comunes entre las empresas y su entorno relacional global ("stakeholders": accionistas, proveedores, trabajadores,...). En este proceso, el creciente interés de las poblaciones desarrolladas por los comportamientos socialmente responsables en general, se han trasladado progresivamente a las decisiones de inversión y de gasto de los individuos, solos o asociados. Se produce aquí el punto de encuentro donde la Inversión Socialmente Responsable (ISR) determina la necesidad de las empresas de incorporar a su política de gestión integral criterios de RSC. Con la voluntariedad como requisito primordial y la sostenibilidad de la compañía a largo plazo como objetivo, existen ya suficientes iniciativas en los mercados y las empresas que evidencian los efectos favorables de un buen ejercicio de RSC sobre la creación de valor de las empresas, en especial las cotizadas. Sin embargo, el hecho de que las políticas de comunicación alcancen en este ámbito de debate un peso relevante y de que el momento para la confianza de los inversores no sea el mejor de los posibles, hace que el temor a una banalización del enfoque RSC se extienda entre determinadas organizaciones sociales: ¿es la RSC una herramienta de los departamentos de relaciones públicas o ha calado realmente en la filosofía empresarial?.



Pilar Gomiz,
Periodista

El rol que juega la empresa en la sociedad está cambiando y este cambio llega con vigor a los mercados. La proliferación del uso de conceptos como responsabilidad social, inversión responsable, desarrollo sostenible, inversión ética, reputación corporativa, acción social, marketing con causa o ecología social son una prueba de la fortaleza con la que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) está calando en la cultura empresarial en los últimos años. El argumento principal de esta transformación es que la creación de valor para los diferentes *stakeholders* redunda finalmente en una mayor creación de valor para el total de la sociedad, incluyendo a los accionistas. Las iniciativas que promueven estas prácticas son crecientes y alien-

ESTÁNDARES MUNDIALES DE RSC

TEMAS RSC REFERENCIADOS	CÓDIGO DE CONDUCTA APEC[14]	CAUX ROUND TABLE PRINCIPLES FOR BUSINESS[15]	GLOBAL REPORTING INITIATIVE [16]	GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES[17]	LÍNEAS DIRECTRICES OCDE[18]	PRINCIPLES FOR GLOBAL CORPORATE RESPONSABILITY[19]	SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000[20]	PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS[21]
TRANSPARENCIA	●	●	●	●	●	●	●	●
COLABORACIÓN/ DIÁLOGO CON SKATEHOLDERS	●	●	●	●	●	●		
COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE ACUERDO AL ESTÁNDAR			●	●	●	●	●	●
INFORMACIÓN SOBRE IMPACTO MEDIOAMBIENTAL			●		●	●		
INFORMACIÓN SOBRE DERECHOS HUMANOS			●				●	
VERIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA			●		●	●	●	●
EL ESTÁNDAR SE APLICA A LA COMPAÑÍA	●	●	●	●	●	●	●	●
EL ESTÁNDAR SE APLICA TAMBIÉN A LOS SOCIOS EMPRESARIALES		●		●	●	●	●	●

Fuente: Anuario ECODES

tan la valoración positiva y el desarrollo de las mismas por parte de las compañías, especialmente las multinacionales.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RSC Y LA ISR

Los orígenes de la responsabilidad social corporativa van implícitos en las relaciones socio-económicas establecidas por el hombre desde las sociedades más primitivas. Sin embargo, su incorporación en las políticas de gestión empresarial data de la última mitad del siglo pasado, y los principales argumentos de su evolución comienzan en Estados Unidos con el surgimiento de las Inversiones Socialmente Responsables (ISR). En los años cincuenta, grupos religiosos, cuáqueros y metodistas, decidieron no invertir en actividades que consideraban de dudosa ética para la sociedad. *"Años más tarde esta medida fue desarrollada por un grupo de universitarios que cuestionan la conveniencia de financiar con sus inversiones la guerra de Vietnam"* –señalan desde Morgan Stanley– *"naciendo el primer fondo ético moderno, el Pax World Fund, que excluía de sus operaciones a empresas relacionadas con la industria bélica"*. Pero es a mediados de los 80 cuando estas inversiones alcanzan un verdadero desarrollo en el mundo anglosajón. *"En Europa, fueron los británicos los que inauguraron el primer fondo ético en 1984, el Stewardship Fund que excluía a las empresas que mantenían inversiones en Sudáfrica, en pleno régimen racista del apartheid"*.

EMPRESAS FIRMANTES DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS, POR PAÍSES

PAÍS	FIRMANTES 19-12-2002	% SOBRE EL TOTAL	FIRMANTES 01-08-2003	% SOBRE EL TOTAL
BRASIL	19	3	76	6,1
INDIA	85	14	87	7
FILIPINAS	91	15	93	7.5
POLONIA	22	3	176	14,1
ESPAÑA	117	19	126	10,1
FRANCIA	16	2,6	186	15
EE.UU.	40	6	69	5,5
RESTO	211	35	427	34,5

Fuente: http://www.unglobalcompact.org

En los últimos años, escándalos contables como los del gigante Enron, o el reciente caso Parmalat, y las malas prácticas de gobierno corporativo, la fuerza de ciertas ONG's convertidas en interlocutoras entre la empresa y la sociedad, así como distintas iniciativas promovidas desde instituciones como Naciones Unidas con el Pacto Mundial (Global Compact) o el Libro Verde elaborado por la Unión Europea, han supuesto la consolidación de la filosofía RSC en el mundo financiero, como aval de buen rendimiento económico en el largo plazo.

En España, aunque con cierto retraso, la RSC también ha sufrido en poco tiempo una considerable evolución. Según el Anuario sobre Responsabilidad Social Corporativa en España 2003, publicado por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), en 1999, cuando *Dow Jones* decide lanzar al mercado su serie de índices selectivos de RSC, sólo las empresas que entraron a formar parte de él prestaban atención a estos temas, y los primeros productos financieros que incorporaban criterios RSC no tenían demasiado éxito entre los inversores.

Los signos de cambio se dejan ver a partir >

de 2000, cuando la demanda internacional de RSC llega a las grandes empresas españolas. Es entonces cuando surge la necesidad de adoptar unos criterios para o bien implantar este tipo de prácticas, o bien dar a conocer los avances realizados en esta dirección. *"Efectivamente existe una demanda de los propios mercados a la que hay que dar respuesta"*, indica José Ángel Moreno, director de RSC de BBVA. *"Las grandes empresas españolas así lo entendimos al vernos sometidos al escrutinio de los mercados internacionales, cada vez más atentos a lo que se realizaba en esta materia, lo que nos obligaba a dar a conocer prácticas que en muchos casos ya veníamos desarrollando, pero que ahora había que comunicar"*.

Pero no sólo fue la presencia internacional lo que condujo a las empresas españolas a acercarse a la RSC. En junio de 2000 se constituye el Sustainable Investment Research Internacional Group (SiRi), que junto con otras agencias de análisis RSC, como EIRIS, comienzan a prestar atención a las empresas españolas. La firma de Inditex del Pacto Mundial a finales del 2001, supuso el paso necesario para *"dotar de credibilidad en España a la filosofía RSC"*. A partir de ese momento los seminarios y foros de debate proliferaron espectacularmente y diferentes asociaciones se vuelcan para acercar la RSC tanto a las grandes empresas como a las Pymes, y aparecen herramientas que, como el Global Reporting Iniciative (GRI), facilitan el compromiso de las empresas. La RSC no tenía marcha atrás.

UN NUEVO CONCEPTO DE EMPRESA

La Comisión Europea define la Responsabilidad Social Corporativa como *"un concepto según el cual las empresas integran, de forma voluntaria, las dimensiones social y medioambiental en sus operaciones de negocio y en sus interacciones con sus 'actores' internos y externos"*. Si se traslada esta definición a la práctica empresarial, no es difícil deducir que el enfoque RSC implica un cambio conceptual y real de la manera de entender la relación de la empresa con lo que le rodea, esto es, la sociedad. *"Estamos asistiendo a una negociación entre la sociedad y el mercado. Una vía para paliar*

CRITERIOS DE INVERSIÓN QUE CONCILIAN CON LA RSC

ISR: DONDE LA ÉTICA Y LA RENTABILIDAD CONVERGEN

La denominada Inversión Socialmente Responsable (ISR) se ha convertido en una opción cada vez más extendida entre los inversores. En España, aunque todavía no se ha desarrollado de forma significativa, todo apunta a la creación de un nicho importante en los próximos años. En Europa, por ejemplo, eran 215 los fondos que cumplían características RSC hace tres años, mientras que en la actualidad, son cerca de 430, según la base de datos de Standard&Poor's. Pero, ¿qué es realmente la ISR?. Como adelantábamos al hablar de los orígenes de la RSC, la ISR implica invertir en empresas que cumplen con unos criterios éticos determinados y/o evitar compañías que no cumplen con determinados valores. En nuestro país, tal vez por tradición cultural, los primeros fondos que nacieron en esta línea fueron los Fondos Solidarios, definidos por INVERCO (Patronal de Instituciones de Inversión Colectiva), como aquellos en que *"la Sociedad Gestora cede una parte de la comisión de gestión a determinadas entidades benéficas o no gubernamentales"*, independientemente de las empresas en que invierta. La no existencia de restricciones en cuanto a las empresas participantes, originan en ocasiones situaciones incoherentes. *"Puede suceder que al invertir en un Fondo Solidario, destines un pequeño porcentaje de la rentabilidad a asociaciones que defienden el medioambiente, a la vez que inviertes en compañías altamente contaminantes"*, señala Stephánie Capdeville. Quizás por ello, estos fondos han ido adquiriendo determinados criterios en la inversión, hasta convertirse en Fondos Éticos, denominación que para el profesor de ESADE Josep María Lozano resulta ambigua pues "*puede llevar al error de pensar que existan fondos no éticos, por lo que es más exacto hablar de inversión socialmente responsable, en consonancia con Europa"*.

En España son varias las gestoras que incluyen en sus carteras productos con estos criterios. Morgan Stanley, que gestiona el Morgan Stanley Fondo Ético FI desde 1999, explica cómo este producto nació con la clara vocación de ser fundamentalmente un fondo ético para atender a un sector creciente de la población, aunque también tiene un carácter solidario, pues cede parte de la comisión a empresas beneficiarias con las que colabora y entre las que el propio partícipe puede decidir a cuál destinar su parte (fondo multisolidario) aunque insisten en que el componente solidario "*es algo que complementa la inversión socialmente responsable"*. En esta línea se encuentra el Fondo BNP Paribas Solidaridad, gestionado desde 1999 por BNP Paribas, en el que los criterios éticos de inversión se unen a la donación de parte de los ingresos percibidos a Cáritas (fondo monosolidario). En ambos

EMPRESAS ESPAÑOLAS PRESENTES EN ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD (SEPTIEMBRE DE 2003)

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX	FTSE4GOOD
AMADEUS	BANKINTER
SANTANDER CENTRAL HISPANO	
ENDESA	GAS NATURAL
FERROVIAL	REPSOL YPF
INDITEX	
BBVA	
IBERDROLA	TELEFÓNICA

Fuente: http://www.ftse.com y http://wwwsustainability-index.com. Suma de todas las series de índices de cada proveedor

las consecuencias menos agradables de fenómenos como la globalización o una excesiva mercantilización de las relaciones sociales", resume Manuel Carneiro, profesor de la Universidad Francisco de Vitoria.

En esta línea de relación con los interlocutores, las empresas se enfrentan a un nuevo modelo de gestión en dos dimensiones: una interna y otra externa. En lo que respecta a la primera, la empresa debe aprender a responder a la demanda de los grupos de interés mediante la gestión de sus recursos humanos, la gestión del impacto ambiental y los recursos disponibles, la adaptación al cambio, la gestión económica y los temas referentes a la salud y seguridad en el trabajo. En cuanto a la dimensión externa, las comunidades locales, los problemas ecológicos mundiales, los Derechos Humanos, la acción social, así como sus socios comerciales, proveedores y consumidores, serán los ámbitos de actuación, destacando la calidad de todas esas relaciones. Ramón Pueyo, Director de Investigación de la Fundación ECODES, subraya esta idea. *"Es importante recordar que la RSC se refiere sobre todo a la calidad de las relaciones que las compañías mantienen con sus grupos de interés. No se trata de comunicar únicamente, sino de dialogar con las partes e involucrarse en este diálogo".* Tal vez por esta razón, ECODES defiende que son tres los asuntos implicados en la RSC: formalización, transparencia y escrutinio. "*Hablar de la creación de políticas formales o de adoptar determinados códigos de conducta no es suficiente"*—indica Pueyo—*"necesitamos agentes interesados en ejercer el escrutinio sobre esas prácticas empresariales para que sean valoradas y se entienda así su importancia, sin olvidar algo tan esencial como la transparencia a modo de garante del buen hacer".*

Sin embargo la principal aportación de la RSC radica en la toma de conciencia de las empresas de su papel diferencial como actor de la sociedad. Josep María Lozano, director del Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IEPES) de ESADE, lo explica así: *"Las empresas progresivamente van siendo conscientes del papel que ocupan en la sociedad del siglo XXI, y saben que es un papel diferente al que tuvieron en el pasado, que deben asumir".* Para él, la tendencia >

casos, existe una Comisión Ética encargada de determinar el universo de inversión y revisar periódicamente que se cumpla con los criterios de valoración, independiente de la Sociedad Gestora y sin voz en las decisiones de gestión.

Otras entidades financieras como el BBVA o el grupo Santander, también disponen de estos productos.

ÉTICA Y RENTABILIDAD

Para José Luis Blázquez, Director General de BNP Paribas, el atractivo de estos Fondos "*reside en poder ofrecer las rentabilidades de los mercados financieros con un sesgo ético en la selección de valores"*. Y es que se demuestra que la ISR ofrece las mismas posibilidades de rentabilidad o, incluso, más que otro tipo de inversión. *"Desde el Observatorio de Fondos Éticos* –señala Lozano— *se ha demostrado que aunque a priori pueda relacionarse la IRS como una actividad filantrópica, en realidad es una forma de invertir en la que se tienen en cuenta criterios de rentabilidad, riesgo, etc., que intenta sintonizar con los valores personales del inversor".* Los índices de sostenibilidad así lo demuestran presentando rentabilidades superiores a sus homólogos generales. El primer índice de estas características en lanzarse fue el Domini Social Index en 1990, aunque en España han tenido más impacto los lanzados por Dow Jones y FTSE en los últimos años: Dow Jones Sustainability Group Index (DJSI) y FTSE4Good. Los criterios de selección dependen de cada índice. Sandra Steel, XXX de FTSE4Good, explica que los criterios para elegir las empresas en el índice pertenecen a tres áreas: medioambiente, derechos humanos y derechos sociales. Para Steel, FTSE4Good ha cumplido las expectativas con las que surgió. *"Las empresas se interesan por entrar en el índice y para ello adecuan determinadas áreas de gestión de RSC. Hemos conseguido que 266 compañías respondieran a los criterios del índice y mejorasen sus políticas medioambientales, mientras que 53 han modificado aspectos relacionados con los derechos humanos, sin olvidar que parte de los beneficios que hemos conseguido con los índices se han destinado a UNICEF".*

Actualmente, tienen presencia en el FTSE4Good empresas españolas como Telefónica, Bankinter, Repsol YPF y Gas Natural; en el DJSI, BBVA, Endesa, Iberdrola o Ferrovial, sin olvidar al Grupo Santander e Inditex, con presencia en ambos. Todas ellas, conscientes de lo que esto supone. "*Pertenecer a un índice de sostenibilidad es un reconocimiento al compromiso que Gas Natural tiene con la sociedad y el medioambiente desde su constitución*", admite María del Carmen González, Jefa del departamento de Relaciones Institucionales del grupo.*"Pero también una forma de acercar nuestra compañía a determinados inversores que acuden a esos índices buscando credibilidad y garantía".* □

Iniciativas regulatorias a favor de la ISR

Desde las instituciones, la ISR está recibiendo un gran apoyo. Podemos resumir algunas de las iniciativas desarrolladas en las diferentes áreas geográficas de la siguiente forma:

- Desde el Reino Unido, Alemania y Francia, las leyes incitan a la transparencia acerca de criterios sociales y medioambientales en la gestión de los Fondos de Pensiones
- En Australia, la legislación implica a todos los gestores
- La Comisión Europea, encarga al EuroSIF (European Sustainable Investment Forum) misiones para definir la posición europea al respecto.
- España:
  - se aprueba la moción de CiU en el senado (enero 2003)
  - proposición no de Ley del grupo parlamentario popular, aprobada por el Congreso, que insta al gobierno a crear una comisión técnica de expertos, con el fin de elaborar un informe sobre la Responsabilidad Social de la Empresa.

Fuente: SAM

en la que estamos inmersos nos permite incluso hablar de 'empresa ciudadana', como forma última de expresar este cambio y sus consecuencias.

HACIA UNA GESTIÓN EMPRESARIAL INTEGRADA

Cada vez más lejos de quedarse en una moda, lo cierto es que la RSC tiende a convertirse en un elemento que abarque a toda la empresa. *"En el momento actual existen muchos modelos de gestión de RSC, y una cierta confusión a la hora de afrontarla"*, afirma Alberto Andreu, subdirector general de Reputación y Responsabilidad Social Corporativa de Telefónica. *"Sin embargo, algunas empresas ya se están dando cuenta de que es necesario extender la RSC en toda la organización y que todas las personas que la forman han de asumir el compromiso y su parte de responsabilidad"*. En este sentido, Telefónica ha identificado cerca de 40 proyectos concretos en las diferentes áreas de gestión, con el fin de asegurar la permeabilidad de la RSC en todos los niveles de la organización, una línea de actuación hacia la que cada vez se orientan más empresas. "*El objetivo es sumar, para aprovechar todo el potencial y elevar el aporte de valor social de todo lo que se hace dentro del Grupo"*, puntualiza Andreu. Desde Repsol YPF, el director de Reputación Corporativa, José María Pérez Garrido, define este concepto. "*Hablar de gestión integrada es hablar de una empresa comprometida que concibe la RSC como una forma de gestión que abarca a los distintos ámbitos de actividad y responde a las expectativas de los accionistas y demás grupos de interés incluyéndolas en su estrategia empresarial"*.

Y si efectivamente la responsabilidad social en la empresa no es algo nuevo, y la mayoría de las empresas consultadas explican que en sus actuaciones habituales han desarrollado iniciativas que han implicado un comportamiento responsable donde se ha valorado el impacto con el entorno, sí resulta innovador este concepto de integración. *"El comportamiento responsable no es algo nuevo de nuestra gestión"*, admite el director de RSC de una de estas compañías, *"pero sí lo es la gestión integrada por la que apostamos desde nuestra empresa"*.

De hecho, cada vez son más las compañías que gestionan la RSC desde áreas específicas creadas para tal materia, a modo de vías de canalización hacia toda la organiza-

LAS EMPRESAS DEL IBEX SE MUESTRAN MUY ACTIVAS EN ESTA MATERIA. ALGUNOS EJEMPLOS

DESARROLLO SOSTENIBLE: ACTITUDES Y ACTOS

Para Blanca Bonilla, directora de Proyectos de la Fundación Entorno, las empresas muestran cinco estadios a la hora de mostrar su actitud ante el desarrollo sostenible. Desde la Fundación, las certifican así:

- Las negativas: piensan que el asunto no les concierne. Si se les pide algo más de lo que demanda el cliente, cierran la empresa.
- Las pasivas: creen que el problema no les concierne, y que ellas no contaminan
- Las reactivas: se dedican a cumplir única y exclusivamente con la legislación establecida
- Las proactivas: Se adelantan a las normativas y entienden que mantener una posición proactiva implica ser competitivas
- Las líderes: participan y pilotan programas para promover la RSC y el desarrollo sostenible.

Brevemente, analizaremos las actividades que en esta materia realizan 9 empresas españolas que se encuentran, como mínimo, en los dos últimos estadios:

TELEFÓNICA

En Telefónica convergen dos ámbitos de actuación: la responsabilidad corporativa, vinculada al negocio, y el de la acción social a través de la Fundación Telefónica, con proyectos a los más desfavorecidos y de índole cultural. Con una inversión en acción social y cultural de más de 45 millones de euros, presta especial atención a los discapacitados y las personas mayores.

Es la primera empresa en España en destinar un 1% de los planes de Pensiones de sus empleados a fondos con criterios ISR.

BANKINTER

Sus principales ámbitos de actuación son las relaciones con el cliente, la formación de empleados y el cuestiones relacionadas con la transparencia y el buen gobierno.

Su memoria es un buen ejemplo de cómo integrar en un solo documento, información relativa a la gestión económica, social y medioambiental.

En su cartera de productos, cuenta con el Fondo Bankinter Solidaridad FIM, cuya comisiones cede en su totalidad para abrir centros de alfabetización tecnológica, iniciativa de la Red Conecta, promovida por la Fundación Esplai.

IBERDROLA

Desde la Fundación Iberdrola, el grupo participa en programas de acción social en sentido amplio, con especial atención al desarrollo de proyectos y actividades en los ámbitos social, cultural y científico-tecnológico.

Todo el Grupo desarrolla, además, programas de protección al medioambiente, trabajando en la reducción de emisiones específicas, residuos y consumos de agua y energías.

BBVA

Se establecen criterios de acción social en todas las áreas geográficas en las que el grupo está presente, sin descuidar la relación con los proveedores, clientes y empleados.

Además, tiene en el mercado dos Fondos Éticos: el Fondo de Solidaridad de BBVA, que reparte la mitad de su comisión entre 18 ONG's. El otro producto, destina parte de su subcomisión a un proyecto de de Investigación Médica de la Universidad de Navarra. Además comercializa fondos externos de carácter medioambiental.

Destaca entre sus productos el Estrella Fondos Garantizados,

ción. Algunas de estas empresas, cuentan así su experiencia: *"Nosotros contamos con un departamento de RSC que informa trimestralmente al Consejo de Administración y a la Comisión Ejecutiva, pues entendemos que es la forma de reportar el conocimiento de lo que estamos haciendo desde la base hasta el primer nivel del Banco, el nivel ejecutivo"*, comenta desde el Grupo Santander Borja Baselga, director de RSC de la entidad. Endesa, por su parte, ha creado un Comité de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible que *"ejerce las funciones de análisis y preparación de Planes de Sostenibilidad de la compañía y asesora a la Alta Dirección en estos ámbitos, coordinando a las diferentes áreas de la Empresa en este terreno"*, explica Miguel Temboury, director de Relaciones con el Inversor de la

"Hablar de gestión integrada es hablar de una empresa comprometida que concibe la RSC como una forma de gestión que abarca a los distintos ámbitos de actividad y responde a las expectativas de los accionistas y demás grupos de interés incluyéndolas en su estrategia empresarial", afirman desde Repsol

eléctrica. También Ferrovial dispone de un comité específico en materia RSC, el Comité de Sostenibilidad, creado en 2002 y constituido por las diferentes áreas corporativas y de negocio para la definición de las líneas de actuación, evaluación y seguimientos de propuestas. Amaya Blanco, directora de Comunicación y Relaciones Externas de la constructora nos explica el propósito de la empresa: *"Creemos que es a través del Comité desde donde se ha de canalizar la implementación de políticas de RSC en todo el Grupo y por ello en Ferrovial no hay un departamento de RSC específico"*. Sin embargo, y pese a esta tendencia, más acuciada en empresas cotizadas en mercados internacionales, son muchos aun los ejemplos en los que la gestión de RSC se relegan a departamentos de Recursos Hu- >

un fondo construido con empresas incluidas en el FTSE4Good, que dadas las características, lo convierten indirectamente en un fondo con características ISR.

GRUPO SANTANDER

Con más de 60 millones de euros en inversión el pasado año, el grupo Santander centra su línea de trabajo social en la Universidad, a través del proyecto *Santander Universidades,* que abarca a diferentes países. Además, colabora en otras áreas de salud y ayuda humanitaria.

En este sentido, han lanzado importantes campañas de Marketing social con Cruz Roja y ahora con Médicos Sin Fronteras, con quienes han adquirido el compromiso de financiar la vacunación de un millón de niños.

Todo ello sin descuidar otros ámbitos de actuación como los empleados, los clientes y los proveedores.

ENDESA

El compromiso de Endesa en el ámbito de los recursos humanos, desarrolla tres líneas de actuación: políticas de renovación (Plan de acogida, becarios, selección de directivos, reclutamiento, etc), de desarrollo (sistemas de gestión por competencias, estudio de niveles de satisfacción de los empleados, formación del personal, igualdad de oportunidades) y políticas laborales (relacionadas con la salud y la prevención de riesgos laborales).

En el ámbito medioambiental, se ha puesto en marcha un Plan Estratégico de medioambiente y Desarrollo Sostenible 2003-2007. La investigación, la mejora y el control de emisiones, son las principales líneas de actuación.

En lo que respecta al compromiso con la sociedad, se realizan proyectos de iluminación de edificios históricos y se colabora con proyectos para el desarrollo económico de los entornos locales y la participación en proyectos culturales.

FERROVIAL

La constructora basa su estrategia en RSC en seis valores: transparencia, diálogo, largo plazo, innovación, gestión y ética, que extrapola a las líneas de actuación económica, con políticas de crecimiento continuado, comunicación entre los agentes implicados y presencia en índices de sostenibilidad; de actuación medioambiental, al convertirse en la primera constructora en el mundo que tiene certificado su sistema de gestión medioambiental, según la ISO 14001, y destinando esfuerzos a las innovación, como la creación del primer Índice de Comportamiento Medioambiental en el sector de la construcción.

En lo que respecta a la Acción Social, desarrolla el programa "5 décadas, 5 proyectos", así como diferentes planes de integración social de colectivos discapacitados o desfavorecidos.

GAS NATURAL

La Fundación Gas Natural, nace a finales de los años 80, y su objetivo prioritario es la sensibilización y la educación medioambiental de las sociedad en todos los países del grupo. Además, desarrolla estudios de eficiencia y desarrollo sostenible, participando de forma activa en foros, conferencias y actividades diversas en materia RSC, en colaboración con instituciones de reconocido prestigio.

REPSOL YPF

Habitual en los foros de debate y estudio en materia RSC, Repsol realiza importantes esfuerzos en materia medioambiental, con una inversión de cerca de 40 millones de euros el año pasado, como la pertenencia de Global Compact en Argentina y la participación como socio fundador del Foro de Reputación Corporativa.

La acción social es otro de los ámbitos en los que presenta tradición en la realización de proyectos humanitarios, salud, formación de empleo y otras actividades de esta índole. Además desarrolla actividades de patrocinio y mecenazgo. □

manos, a departamentos de Relaciones Públicas o de Comunicación, o que incluso, defienden la idea de que lo importante es que la filosofía se tenga clara dentro en las esferas más altas de la organización, sin necesidad de centralizar la actividad en un área determinada.

SER SOSTENIBLE COMO ESTRATEGIA PARA CREAR VALOR

La multiplicidad de términos y la relativa novedad de muchos conceptos, al menos en su acepción actual, obliga a hacer una rápida reflexión sobre qué lugar ocupa cada uno. José Luis Lizcano miembro de AECA, puntualiza esta idea. *"En AECA somos* conscientes de la necesidad de unificar al menos los contenidos mínimos para que la *RSC prospere y en ello trabajamos"*. Prueba de ello, es el estudio publicado desde esta asociación sobre la promoción de la RSC en las empresas españolas, donde se recoge la importancia de crear un marco conceptual. *"Hay quienes entienden la RSC como acción social o marketing social"*, explica Lizcano. *"Sin embargo la RSC debe entenderse como un mecanismo para conseguir un desarrollo sostenible. La acción social es una parte de la responsabilidad social corporativa, mientras que la reputación social es un output de la RSC"*. Por otro lado, no se debe olvidar que la creación de valor es finalmente el cometido de las empresas. La pregunta es obvia, ¿se traducen realmente las prácticas de RSC en un incremento tácito de valor, el desarrollo sostenible crea valor?. La respuesta, al parecer, también.

Se define desarrollo sostenible como *"aquel que sobre la base de un crecimiento económico continuado contribuye al desarrollo social y al uso adecuado del entorno natural, posibilitando el incremento de valor de la compañía para todas las partes interesadas"*. De esta forma, y en palabras de Stephánie Capdeville, representante en España de SAM (Sustainable Asset Management), entidad analista del Dow Jones Sustainability Index en España, "*la sostenibilidad tiene una vertiente económica, derivada del equilibrio entre el ámbito social, medioambiental y económico del desarrollo, y otra temporal por la consideración de las generaciones futuras"*. Las empresas empiezan a ser conscientes de que la supervivencia de la empresa en el largo plazo reside en la sostenibilidad: *"Para Repsol, la RSC adquiere significado cuando se integra de forma armoniosa el objetivo principal de creación de rentabilidad con los criterios de desarrollo sostenible"*, argumenta Pérez Garrido. *"La integración de una estrategia de RSC ayuda a la creación de valor de una compañía a largo plazo, al permitir un mejor control de riesgos en la compañía, potenciar la cultura interna y ser clave para gestionar la reputación empresarial"*, indica Amaya Blanco desde Ferrovial. Además, son muchos los escenarios implicados: *"No se obtiene la mayor rentabilidad o creación de valor para los accionistas si no se logra el mayor compromiso de los empleados con la empresa, si no se satisfacen, incluso más allá de sus expectativas, las necesidades de los clientes, al tiempo que se garantiza el mejor y más limpio uso de los recursos para el medioambiente y los entornos locales"*, señala Miguel Temboury. *"A falta de herramientas que cuantifiquen qué parte del valor generado por una empresa, es fruto de sus compromisos en materia RSC, lo cierto es que esta forma de gestión repercute en las habilidades de la empresa, en la satisfacción de los clientes, en la relación con los proveedores, en el posicionamiento de la compañía"*, matizan fuentes de Iberdrola. Desde el sector bancario, fuentes de Bankinter afirman que "*tener una serie de compromisos con los empleados, los clientes y la gestión de la actividad que desarrollas incorpora un valor de satisfacción que reporta en mayor competitividad de tus empleados y mayor fidelización de los clientes"*.

Sin embargo, la reputación y la mejor aceptación de la empresa por parte de la sociedad y sus miembros, no son los únicos as-

"La integración de una estrategia de RSC ayuda a la creación de valor de una compañía a largo plazo, al permitir un mejor control de riesgos, potenciar la cultura interna y ser clave para gestionar la reputación empresarial", indican desde Ferrovial

pectos a tener en cuenta a la hora de hablar de la generación de valor por prácticas RSC. *"Es cierto que una mejor aceptación social contribuye a una mayor competitividad de la empresa, y es un buen indicador de la calidad de la gestión empresarial muy valoradas por los analistas financieros"*, señala José Ángel Moreno, de BBVA, *"sin embargo, existe una nueva vía de generación de valor que no debemos descuidar, pues cada vez son más los inversores institucionales que apuestan por empresas que utilizan la RSC, huyendo de posibles escándalos por malas prácticas, lo que abarata el coste de captación de capital por parte de estas empresas".*

REGULACIÓN INCENTIVADORA DE UNA RSC VOLUNTARIA

"La actitud de la empresas ante la RSC ha de ser proactiva y en esta línea trabajamos", advierte Borja Baselga. Si bien el director de RSC del Grupo Santander describe la tendencia en empresas grandes con presencia internacional, lo cierto es que es obligada la reflexión sobre la necesidad de regular. Marta de la Cuesta, de la ONG Economistas Sin Fronteras, organización muy volcada en el estudio de la RSC, explica cuál debiera ser el cometido de la regulación. *"La Administración debe facilitar herramientas que acerquen la RSC a todas las empresas y fomentar este tipo de buenas prácticas desde su posición de contratista, o incluso mediante subvenciones*". El papel asignado al Estado va ligado así al reconocimiento y valoración de determinadas acciones. *"Se necesita un marco de actuación flexible que permita a las empresas elegir qué valor añadido quieren dar a su actividad con estas prácticas",* defiende María del Carmen González desde Gas Natural. Para Iberdrola, la práctica voluntaria es fundamental y así debe ser valorada por la sociedad, quedando enfocada la reglamentación a aspectos de promoción e impulso. En igual línea se manifiesta Ferrovial, que si bien apuesta por la promoción de este tipo de prácticas y su desarrollo por parte del Estado, cree que "*en la medida en que se hiciesen obligatorias dejarían de constituir una ventaja competitiva para quien las adopte*". Por último y en comparación con otros países, Stephánie Capdeville no cree que sea necesario obligar desde la regulación, sino favorecer la transparencia. *"Lo contrario puede resultar, incluso, contraproducente, dada la cantidad de obligaciones a las que están sometidas las empresas".*

RETOS DE LA RSC

Uno de los retos a los que se enfrenta la RSC, más en España, es el diseño de estrategias de promoción que acerquen al público y a los inversores estos criterios, sensibilizando a las partes implicadas. Desde Iberdrola refuerzan este argumento *"el inversor ha de sensibilizarse en este tema y darse cuenta de que es una cuestión de creación de valor en el largo plazo".* En este sentido, la ISR juega un papel muy importante, y según vaya madurando el mercado, cada vez serán más los inversores institucionales que apoyen este tipo de fondos. En este sentido, la ISR se ha de presentar como una alternativa de rentabilidad para instituciones benéficas, organizaciones religiosas, ONG's, o incluso una elección para los Planes de Pensiones, iniciativas con muy buenos resultados en el mundo anglosajón –el Banco Sabadell, lanzó a finales del pasado año el primer Plan de Pensiones en España con estas características.

Dada la demanda de información existente, especialmente desde sectores extranjeros, las compañías han de buscar una armonización en su forma de comunicar. En este sentido, existe Global Reporting Initiative (GRI), iniciativa que pretende ser el modelo de información a modo de estándar abierto en materia RSC. Actualmente, son 24 las empresas e instituciones españolas reconocidas como "Reporters" u organizaciones que utilizan la Guía GRI como modelo para informar sobre su actividad en la triple dimensión económica, social y medioambiental. Entre ellas AECA, Telefónica, Ferrovial, Endesa, Iberdrola, Inditex, Gas Natural o Repsol.

El apoyo a las Pymes es otro de los retos. Desde la Fundación Entorno, se está realizando un importante esfuerzo en acercar estas prácticas a empresas de menor tamaño, para las que la RSC supone más un coste que un beneficio. *"Ellas no perciben ese valor añadido al no tener presencia internacional y dada la situación de España"*, señala Blanca Bonilla, Directora de Proyectos de la Fundación. *"Las empresas clientes, como demandantes de buenas prácticas, son la fuerza tractora para que avancen en el medio plazo".*

Marta de la Cuesta, apunta un último reto *"la RSC ha de dejar de ser entendida como un medio para conseguir un fin (una mayor generación de valor), para ser un fin en sí misma, en la búsqueda del desarrollo sostenible".* Entender esto es entender que trabajar por convertirse en una empresa socialmente responsable, lejos de ser una moda es una oportunidad, una ventaja competitiva y una herramienta de creación de valor a largo plazo. □