

PRESENTACIÓN

Es una satisfacción para nosotros haber podido coordinar este número monográfico (referido a Responsabilidad Social Corporativa) de esta revista, a la que venimos unidos desde siempre, por lo que agradecemos muy sinceramente a sus responsables editoriales la sensibilidad que han demostrado con esta línea que tiene un lugar muy acreditado en la agenda de investigación sobre temas de empresa, y en la que se están dando grandes pasos, para que deje de ser una moda o un sueño. Tanto desde la academia como desde la práctica empresarial, así como también desde un punto de vista normativo, se ha avanzado significativamente en el estudio, la gestión y la comunicación sobre el compromiso social de la actividad empresarial.

La empresa moderna asume que su responsabilidad con la sociedad es algo que va más allá del cumplimiento del mínimo que las obligaciones legales han establecido. Aunque hay opiniones en otro sentido, estamos de acuerdo con Rivero (2010) sobre que “un elemento fundamental de la Responsabilidad Social Corporativa es su carácter voluntario, y en esa voluntariedad, en la imaginación de cada empresa, radica su capacidad de crear nuevo valor ...”. Hay que seguir caminando en la exigencia por parte de los ciudadanos en la demanda de comportamientos responsables, premiando a las empresas que ofrecen iniciativas sociales y valorando con su fidelidad a las que tienen una actuación ética, lo que tendrá como premio unas claras ventajas competitivas, en un mundo tan cambiante. Covey (1989) señala como cuarto hábito de la gente eficiente el de “pensar en ganar/ganar”, o beneficio mutuo, el estar en la capacidad de interactuar positivamente con los demás, de formar relaciones efectivas y maduras, es decir, basado en la filosofía de que en el mundo hay mucho para todos.

Hendriksen (1981) entiende en su denominada *teoría de la empresa* que los partícipes de la empresa no son sólo los accionistas y los inversores a largo plazo, como sostiene la *teoría de la entidad pura*, sino también los restantes elementos de la coalición empresarial. El asociar renta empresarial al concepto de beneficio económico limita el enfoque de la empresa a la óptica del propietario, límites que se hacen patentes cuando se acepta la responsabilidad social de la empresa. En esta trayectoria podemos señalar desde el planteamiento de rendición de cuentas sobre el resultado económico (Friedman, 1962) a los nuevos paradigmas en los que la transparencia informativa tiene que extenderse a los ámbitos social y medioambiental (Gray *et al.*, 1988; Hess, 2008).

No cabe duda en estos momentos que los objetivos de las empresas trascienden de lo puramente económico, ya que su actuación tiene una clara relación en la sociedad en la que desarrollan su actividad, y todos los agentes, tanto los más directamente relacionados con la empresa como aquellos quizás más alejados, están demandando prácticas de responsabilidad social. Las empresas cada vez son más conscientes de ello, y lo han interiorizado en su plan estratégico, como un reto en búsqueda de las ventajas que esa política de diálogo puede tener para su futuro, entendiendo que ese puede ser un modelo ganador. Quieren tener buenos resultados, y para ello hay que pensar en el largo plazo y en una manera de gestionarlas que genere bienestar a todos los implicados (*stakeholders*). Aquellas que benefician a toda la sociedad podrán sobrevivir, sólo cuando no haya motivo para que ningún grupo de interés se queje, con un cambio de visión a largo plazo, alejado del objetivo de la consecución inmediata de unos resultados positivos, y fidelizando a sus grupos de interés (por encima de la legalidad), cambiando individualismo por cooperativismo. Los directivos que han sabido entender así la responsabilidad social se sentirán más felices y harán más felices a los demás;

tratar bien a los empleados y a la sociedad es de sentido común, y estas buenas prácticas podrán tener competitividad al ser reconocidas por el mercado.

Como hemos dicho, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) hay que entenderla como, además del cumplimiento de la legalidad, la incorporación voluntaria en el gobierno y en la gestión de criterios sociales y medioambientales al objetivo de maximización de la riqueza para los accionistas, haciendo compatible ello con la mejora del bienestar del resto de los interesados, y legitimando su actuación. La integración de la RSE en la gestión supone la creación de importantes intangibles, que son una parte fundamental del valor de la empresa y de los que se puede deducir ventajas competitivas muy significativas. En un contexto como el comentado las necesidades de información son otras, seguro que más complejas y más extensas, pero en las que descansará la confianza en la entidad.

Desde hace ya bastantes años se están realizando diversas actuaciones que tienen como objetivo potenciar la RSE y su transparencia, desde organismos supranacionales (Pacto Mundial de la ONU, 2000; Libro Verde de la UE, 2001, Directrices de la OCDE; Convenciones de la OIT; Orientaciones sobre los Indicadores de la Responsabilidad Social de las Empresas de la UNCTAD, 2008) entre otras muchas iniciativas. También tenemos que señalar algunas otras propuestas normativas a nivel nacional que pretenden el fomento de estas prácticas, de su comunicación y de la validación de las mismas, entre las que es destacable la creación en enero de 2009, por el Ministerio de Trabajo e Inmigración, del Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas, que en la fecha en la que redactamos estas líneas va a aprobar sus dos primeros documentos (los elaborados por el grupo de Educación y el de Diversidad, Cohesión Social y Cooperación al Desarrollo). Por otra parte, en breve, empezará la tramitación de la Ley de Economía Sostenible, que se prevé finalice en los próximos meses. Estas actuaciones, entre otras, ponen de manifiesto el impulso que se está dando desde un punto de vista normativo a la RSE. Otros factores también han provocado importantes cambios en la actuación de las empresas y en su política de comunicación, como es el papel de los índices de sostenibilidad, que acreditan a las compañías que pertenecen a ellos como bien gobernadas y gestionadas, con requerimientos exigentes en los ámbitos sociales y ambientales (*Dow Jones Sustainability*, como uno de los estándares más reconocidos de la inversión socialmente responsable, al que se pueden incorporar las empresas cuando aplican un conjunto de criterios muy exigentes sobre su comportamiento en los ámbitos económico, social y medioambiental, o el FTSE4Good, del que existe una versión para las empresas del IBEX), y que tienen una gran importancia e influencia en los mercados de capitales.

Como en otras tantas actuaciones, como por ejemplo las políticas de calidad, de prevención de riesgos o medioambientales, han sido las grandes empresas las que han dado el pistoletazo de salida. Por traer aquí un ejemplo de la importancia de la RSE, podemos decir que Heineken vinculará los salarios de sus directivos (desde 2011) a los objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social que estos cumplan, pretendiendo de esta forma primar el trabajo a largo plazo, en un porcentaje de retribución variable que dependerá de las responsabilidades de los directivos, con una horquilla que oscilará entre el 5 por 100 y el 100 por 100, de acuerdo con Plan de Sostenibilidad de la compañía para el periodo 2011-2013. Pero, en todas estas tareas, más adelante se incorporan también –y así lo están haciendo– las pymes, que en muchos casos sólo les resta hacer una demostración de lo que realmente hacen. Son otras muchas instituciones las que se encuentran en este camino: ONGs, administraciones públicas, entidades no lucrativas, etc. Y desde luego, es imprescindible que la educación se encargue de ello, ya que existe una clara demanda de estos aspectos.

Se ha avanzado mucho en materia de comunicación de la RSE y de rendición de cuentas sobre el impacto social y medioambiental de las empresas a través de los informes de sostenibilidad, basados en información de triple vertiente: económica, social y medioambiental, que es una práctica habitual por parte de las grandes compañías (en la actualidad prácticamente todas las del IBEX), como puede apreciarse consultando sus webs. En las pymes está menos generalizada esta comunicación, aunque cada vez son más las que se están incorporando a ello. Ha sido la guía del *Global Reporting Initiative* (GRI) el modelo más generalmente utilizado (del que existe una adaptación para las pymes), siendo también destacable la Serie de Normas AA1000, sobre *accountability*, como fomento del desarrollo sostenible. En nuestro país es muy meritoria y fructífera la labor que viene desarrollando la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de AECA (que preside el Profesor Pedro Rivero), y que ya ha producido siete documentos sobre esta temática (el primero, sobre el Marco Conceptual de la Responsabilidad Social, fue emitido en 2004), de los que pueden destacarse: el relativo a la “Taxonomía XBRL de Responsabilidad Social Corporativa”(2009), que recoge el Cuadro General de Indicadores (CGI-RSC) y la herramienta para su aplicación (que se encuentra en la web de AECA), de libre utilización, y el recientemente emitido “Normalización de la Información sobre Responsabilidad Social Corporativa”(2010), donde aparece un cuadro central básico de indicadores (CCI-RSC), comparables y analizables, de fácil aplicación y utilizable por cualquier tipo de empresa.

Las redes sociales son un instrumento eficaz para que todos los interesados puedan tener una participación cada vez más activa en el proceso de comunicación. El reto está en ser cada vez más creíbles y más específicos en la comunicación que aporta valor a toda la colectividad interesada. Un avance importante en RSE es la aprobación (por aplastante mayoría) de la norma ISO 26000, que puede considerarse la primera norma global sobre responsabilidad social, donde se ha podido definir con claridad qué es ser responsable social y medioambientalmente, permitiendo una objetividad y estandarización conceptual para la comunicación tanto interna como externa de los logros de una correcta responsabilidad social. El GRI acaba de publicar una guía (*How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000*), para orientar a los usuarios en la adopción de las directrices marcadas por la norma ISO 26000, que permitirá que las empresas puedan realizar más fácilmente el informe de sostenibilidad (utilizando GRI).

Una vez que hemos revisado algunas implicaciones conceptuales de la RSE en los momentos presentes, nos ocupamos ahora de comentar el contenido de este número 2/2010. Creemos que en esta monografía se ha conseguido reunir un conjunto de trabajos que vienen a completar la investigación realizada hasta la fecha sobre RSE, introduciendo al lector en nuevos contextos empresariales y situacionales del tema que nos ocupa, y que abren la puerta a futuras investigaciones.

Uno de los artículos que se incluyen en este número monográfico se centra en las pymes, y de forma más específica en las que son familiares: la pymef. Los autores de este trabajo, Jiménez y Paternostro, de la Universidad de Castilla la Mancha y Siena respectivamente, efectúan una revisión teórica del concepto grupo de interés con el objetivo de analizar cómo se lleva a cabo la participación de éstos en las pymef. No se trata de replicar los esquemas y modelos de las grandes empresas, sino de identificar las peculiaridades que este tipo de entidades presentan especialmente en cuanto a la presencia de un grupo de interés fundamental para las mismas: la familia, y sus implicaciones en la gestión responsable. Un importante número de cuestiones de investigación quedan abiertas como futuras líneas de trabajo en este tema.

De igual modo, la *economía privada* es el contexto económico más utilizado en los estudios e investigaciones sobre RSE, quedando ausente la *economía social*, a pesar de la evidente relación que este tipo de economía, preocupada por el interés social y no particular de la actividad empresarial, mantiene con el tema que nos ocupa.

El ámbito cooperativo, y concretamente el análisis del caso de las cooperativas de crédito, es otro de los temas aquí tratados. La Responsabilidad Social Cooperativa se encuentra en la esencia del concepto RSE por cuanto las cooperativas son por sí mismas, y en función de sus principios y valores cooperativos, empresas socialmente responsables siempre y cuando éstos resulten respetados. Sin embargo, los autores de este trabajo, Cortés y Belmonte, de la Universidad de Almería, evidencian empíricamente una pérdida de relevancia del socio cooperativo, figura clave de la actuación social de las cooperativas, en favor del socio no cooperativo, en un horizonte temporal amplio, como ha sido el estudiado desde 1997 a 2008, y a tenor de tres indicadores que valoran la relevancia del papel de socio, su rentabilidad y su influencia en la gestión. Todo ello les permite concluir que nos encontramos en un momento en el que las cooperativas de crédito deben definir su misión en línea con la nueva realidad que presentan, donde el papel del socio y de la función cooperativizada, clave para la actuación responsable, están dejando de ser relevantes, como lo fueron en años anteriores, para ser menos trascendentales en la etapa actual.

También, manteniendo relación con las iniciativas propias de la economía social, encontramos otro de los temas de vanguardia en el campo de la RSE. Nos referimos a aquel que vincula la actividad del voluntariado a las empresas, dando lugar a un concepto que cada vez va cobrando más relevancia dentro de la actividad empresarial, nos referimos al *voluntariado corporativo*. Se trata de una iniciativa voluntaria que permite la combinación de esfuerzos entre empresas y empleados para el bien social, aprovechando de forma sinérgica los recursos y potencialidades de ambos colectivos.

Gallardo, Sánchez, Corchuelo y Guerra, de la Universidad de Extremadura, analizan el estado del voluntariado corporativo a nivel español. Realizan una exhaustiva caracterización del concepto voluntariado corporativo para acabar definiéndolo como una relación beneficiosa tanto para empleados como para la propia empresa, y evidentemente para los colectivos sobre los que se efectúan todas estas actuaciones. El voluntariado corporativo permite que los empleados efectúen una contribución personal que les gratifica y que no podrían hacer sin los medios y recursos de las empresas. La realización de este tipo de actuaciones redunda al final en diferentes formas de ventaja competitiva, si bien, del estudio empírico realizado, centrado en el lado empresarial de esta relación, se deduce que los costes de su implantación son los que más les preocupan, y que fundamentalmente se prefieren las actuaciones vinculadas con la atención a la discapacidad y la educación y, consecuentemente, los colectivos con los que se sienten más vinculados son la infancia y los discapacitados. No obstante, concluyen que el estado del voluntariado corporativo va ganando fuerza entre las empresas al encontrarse en un nivel claramente mejorable.

También consideramos especialmente novedoso la incorporación del *sector industrial o secundario* en el campo de la RSE. Generalmente las actividades económicas que han venido siendo objeto de estudio se vinculan con el sector terciario, quedando el sector industrial menos presente en la investigación aplicada de la RSE para temas sociales, más que medioambientales, donde no se observa tal divergencia.

El sector industrial, y concretamente la industria de procesos, es tratada por Sánchez, García y Pardo, de la Universidad de Valladolid. Efectúan una exhaustiva revisión teórica sobre los modelos de gestión calificados como sostenibles o

socialmente responsables para plantear a posteriori un modelo que denominan Modelo de Sostenibilidad Integrado (MSI), que reúne las características más significativas y aplicables para la cuantificación y despliegue del desarrollo sostenible en la industria de procesos. La idea es implementar la actuación estratégica a través de un conjunto de indicadores dirigidos por un cuadro de mando que combina la estrategia de calidad con la de responsabilidad social.

Finalmente, encontramos una interesante complementariedad entre las parcelas de estudio de la RSE y el Buen Gobierno y los diferentes códigos e informes que existen en el panorama nacional e internacional. El Buen Gobierno y el control directivo resultan desde la teoría cuestiones de responsabilidad, de ahí que ambos campos de estudio se puedan conectar y completar.

La relación que existe entre Códigos de Buen Gobierno y RSE es tratada por Velasco, Fuentes y Vilar, de la Universidad de Jaén. Aunque resulta evidente que los Códigos de Buen Gobierno, tanto nacionales como internacionales, no alcanzan a todos los grupos de interés que se integran en el campo de la actuación responsable de las empresas (de hecho solo se dirigen al colectivo de accionistas), nos parece especialmente interesante constatar cómo las empresas que cotizan en uno de los índices más relevantes para la inversión responsable, el FTSE4Good Ibex, cumplen en un elevado grado las indicaciones del Código Unificado de Buen Gobierno. Los autores de este trabajo constatan empíricamente esta relación y analizan las diferencias por sectores y por recomendaciones detectadas en su muestra.

Esperamos que este número que presentamos, sobre RSE, permita ofrecer a las personas interesadas en la investigación, implementación y gestión de la actuación responsable de las empresas nuevas perspectivas y enfoques para mejorar en su respectiva parcela. Ha sido nuestro objetivo agrupar un conjunto de trabajos que permitieran vislumbrar nuevos retos para la actuación responsable de las empresas, incluyendo nuevos escenarios económicos, industriales, sociales y de relación de la RSE. Todas las contribuciones que puedan hacerse en esta materia podrán hacer realidad algo que todos esperamos, y que se puede resumir con el eslogan *Today, I have a dream* y la conclusión *Sustainability is possible* del vídeo promocional de la ISO 26000.

En la sección de Tribuna se presenta el artículo realizado por José J. Benítez Rochel y Susana Cabrera Yeto titulado “Discusión sobre la política de innovación y de fomento del emprendimiento en Europa” en el que aportan algunas ideas sobre los costes sociales que pueden aparecer cuando se estimula la búsqueda de la innovación a través de la creación de empresas que compiten en los mismos mercados. Alguna de sus conclusiones es que las acciones emprendidas tienen un carácter convencional y no están avaladas por modelos teóricos robustos, que, en muchos casos, concluyen argumentando la necesidad de análisis más completos antes de definir recomendaciones políticas concretas.

Este número 2/2010 de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda época concluye con una reseña sobre el libro de Guillermo de la Dehesa titulado “La primera gran crisis del siglo XXI: orígenes, detonantes, efectos, respuestas y remedios” realizado por Antonio Moreno Ocaña.

Bibliografía

- Covey, S.R. (1997): Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, Paidós Ibérica, 1997 (versión original en inglés, 1989).
- Friedman, M. (1962): Capitalism and Freedom, University of Chicago Press, Chicago.
- Gray, R., Owen, D. y Maunders, K. (1988): “Corporate social reporting: Emerging trends in accountability and the social contract”, Accounting, Auditing and Accountability Journal, 1(I), pp. 6-20.
- Hendriksen, E.S. (1981): Teoría de la Contabilidad, Uthea, México (versión original en inglés, 1970).
- Hess, D. (2008), “The Three Pillars of Corporate Social Reporting as New Governance Regulation: Disclosure, Dialogue and Development”, Business Ethics Quarterly, 18(4), pp. 447-482.
- Rivero, P. (2010): “Empresa, información sobre responsabilidad social y confianza”, Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, septiembre, pp. 24-27.

Macario Cámara de la Fuente

Francisca Castilla Polo

Coordinadores del monográfico del número 2/2010

Marta Muñoz Guarasa.

Directora de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda época