



La inversión socialmente responsable

Víctor Viñuales y Ramón Pueyo
(Coordinadores)

Responsabilidad Social Corporativa



colección RSC

LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Víctor Viñuales y Ramón Pueyo
(Coordinadores)

COLECCIÓN RSC Responsabilidad Social Corporativa
N.º 1. *La Inversión Socialmente Responsable*
1.ª Edición 2002

COORDINACIÓN: Ramón Pueyo y Víctor Viñuales

EDICIÓN: Eva González y Ana Mastral

DISEÑO DE PORTADA: César Giménez

DISEÑO E IMPRESIÓN: Sansueña Industrias Gráficas. Río Guatizalema, 6. 50003 Zaragoza

I.S.B.N.: 84-930817-3-6

DEPÓSITO LEGAL: Z-3.416-01

Esta edición ha sido patrocinada por el Departamento de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Aragón

© Los autores

© Fundación Ecología y Desarrollo

La Fundación Ecología y Desarrollo está formada por un grupo de profesionales que desean contribuir a la construcción de un desarrollo sostenible mediante la generación de alternativas ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables.

Nace en 1992 con una clara vocación propositiva, trabajando con enfoques globales de los problemas, y asegurando que éstos se contemplen desde una perspectiva interdisciplinar. Intenta establecer relaciones de diálogo y colaboración con todos los actores clave para el cambio ambiental, participando en los debates de la sociedad, y tratando de influir en los decisores y en los líderes sociales, políticos y económicos, para así propiciar el cambio social.

Actualmente sus áreas de trabajo son las siguientes: Cooperación para el Desarrollo Sostenible, Eficiencia del Agua, Eficiencia Energética, Residuos y Responsabilidad Social Corporativa.

La colección RSC nace para aportar la documentación fundamental que existe actualmente sobre Responsabilidad Social Corporativa y productos financieros socialmente responsables, también llamados "verdes".

FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO

Plaza San Bruno, 9, oficina 1, 1º. 50001 Zaragoza · Teléfono + 34 976 29 82 82

Fax + 34 976 20 30 92 · ecodes@ecodes.org · <http://www.ecodes.org>

SUSTAINABLE INVESTMENT RESEARCH INTERNATIONAL

P.O. Box 55, 3700 AB Zeist, The Netherlands · Teléfono + 31 306936579 · Fax + 31 306936555

info@sirigroup.org · <http://www.sirigroup.org>



5
PRÓLOGO

9
AUTORES

I FORO DE ECONOMÍA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

15
LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE: PASADO, PRESENTE Y FUTURO
Steven D. Lydenberg, CFA, KLD & Co.

35
I FORO DE ECONOMÍA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
ORGANIZADO POR LA FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO
Eduardo Bandrés Moliné, Consejero de Economía, Hacienda y Empleo. Gobierno de Aragón.

DOCUMENTOS

45
LOS INVERSORES COMO NUEVOS AGENTES DEL CAMBIO AMBIENTAL DE LAS EMPRESAS
Miguel A. Rodríguez y Joan E. Ricart, IESE
Ramón Pueyo y Víctor Viñuales, Fundación Ecología y Desarrollo

69
COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. LIBRO VERDE
FOMENTAR UN MARCO EUROPEO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

123
COMISIÓN ÉTICA DE INVERCO
CIRCULAR SOBRE LA UTILIZACIÓN POR LAS INSTITUCIONES DE INVERSIÓN COLECTIVA DE
LA DENOMINACIÓN "ÉTICO", "ECOLÓGICO" O CUALQUIER OTRO TÉRMINO QUE INCIDA EN
ASPECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

129
GREEN, SOCIAL AND ETHICAL FUNDS IN EUROPE. 2001

147
PUBLICACIONES DE INTERÉS

149
DIRECCIONES WEB

La organización empresarial en sentido moderno es un concepto que tiene alrededor de cien años. El triunfo del sistema económico de mercado y de la democracia como sistema político ha posibilitado que, a principios del siglo XXI, aproximadamente la mitad de las economías más poderosas del mundo sean empresas. Esta circunstancia, unida a la “jibarización” del estado, consiguen que la actividad empresarial tenga un papel en la vida de cada individuo nunca visto anteriormente.

Además, la retirada del estado hace que, cada vez más, las sociedades vuelvan la vista hacia las empresas para que asuman papeles que tradicionalmente venían siendo asumidos por los estados. Es decir, estamos asistiendo a un cambio de percepción acerca del papel que las compañías deben jugar en la sociedad. La idea de Milton Friedman de que las empresas desarrollan su actividad con el sólo fin de obtener beneficios económicos y que no se debería esperar nada más de estas organizaciones está bajo cuestión. Parafraseando a D. Steven Lydenberg “los días en que la dirección corporativa podía parapetarse tras el argumento de que su única responsabilidad era conseguir beneficios para sus accionistas, sin importar el coste que ello pudiera suponer para sus trabajadores, el medio ambiente o la sociedad, ha quedado atrás”.

Este nuevo marco para el desarrollo de la empresa, en el que el énfasis se pone no sólo en lo económico, sino también en lo social y medioambiental es lo que ha llevado a la Fundación Ecología y Desarrollo a la creación de los Foros de Economía y Responsabilidad Social Empresarial, cuya misión es “promover el diálogo interdisciplinar sobre empresa, desarrollo sostenible y la respon-

sabilidad social de los agentes económicos” y cuyo objetivo es, por tanto, el convertirse en lugar de reflexión y estudio sobre la relación entre Economía, Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible.

La Fundación Ecología y Desarrollo es una organización no lucrativa, que desde hace cinco años ha desarrollado sus actividades en el terreno de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). En este sentido, la Fundación Ecología y Desarrollo es el socio español de *Sustainable Investment Research International*, organización formada por las mejores agencias de *rating* social y medioambiental del mundo, como la norteamericana KLD, y primera agencia de este tipo con vocación y alcance global. *Sustainable Investment Research International Group* está presente en 14 países.

La Fundación Ecología y Desarrollo pretende, en cada una de las sucesivas sesiones de este Foro, tratar aquellos temas que pueden ser considerados como indicadores de este nuevo marco de las relaciones de las empresas con la sociedad. Uno de los indicadores más claros actualmente existentes es el *boom* que en todos los países del mundo (aunque en España, a fecha de 2001 todavía en fase embrionaria), viene experimentando la inversión socialmente responsable, también llamada ética, social o sostenible.

La inversión socialmente responsable, asunto tratado en esta primera edición del Foro cuyas ponencias les estamos presentando, supone añadir un cuarto criterio a los tres criterios financieros tradicionales: liquidez, rentabilidad y riesgo. Este cuarto criterio requiere el cuestionarse cuál es el impacto social y medioambiental de las compañías en las que el inversor coloca su dinero, y parte de la base de que las empresas, a diferencia de la opinión de Friedman, deben jugar un papel en la sociedad que va más allá de obtener beneficios económicos: deben contribuir al cambio social positivo. Es de reseñar que en países como EE.UU. este tipo de inversión supone el 13% del total de activos invertidos, y en el Reino Unido y Alemania los gestores de fondos de

pensiones están obligados legalmente a manifestar en su política de inversiones “en qué medida factores sociales, medio-ambientales o éticos son tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones de inversión”.

Es decir, invertir de forma responsable supone elegir, de entre todas las opciones posibles, aquellas que son más coherentes con la visión del mundo del inversor. Por ejemplo, se trataría de elegir entre todas las empresas posibles aquellas cuyo impacto sobre el medio ambiente es mejor. Esta discriminación positiva, en la medida en que se alcance un volumen crítico, puede suponer un estímulo poderoso para que las empresas adopten formas de gestión compatibles con un desarrollo económico, socialmente justo y ecológicamente sostenible.

José Luis Batalla Carilla

COFUNDADOR Y VICEPRESIDENTE DE LA
FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO

• • **EDUARDO BANDRÉS MOLINÉ. GOBIERNO DE ARAGÓN**

Eduardo Bandrés es Consejero de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Aragón.

Licenciado en Ciencias Económicas (1980) por la Universidad de Zaragoza. Premio Extraordinario. Doctor en Ciencias Económicas (1986) por la Universidad de Zaragoza, Apto cum laude. Catedrático de Economía Aplicada de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. En el momento de incorporarse al Departamento de Economía era el director del Departamento de Estructura e Historia Económica y Economía Pública de la Universidad de Zaragoza.

Eduardo Bandrés es especialista en Economía y Hacienda del Sector Público. Ha sido director de los Cursos Pirineos de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. El actual Consejero de Economía del Gobierno de Aragón ha publicado numerosos artículos en diversas revistas científicas, es autor del libro *"Economía y redistribución. Teorías normativas y positivas sobre la redistribución de la renta"* (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1993, 340 páginas) y ha presentado numerosas comunicaciones y ponencias en diferentes congresos. Eduardo Bandrés ha sido secretario del Consejo de Redacción de Revista de Economía Aplicada (1992-1998), vicedecano de la Facultad de Ciencias Económicas de Zaragoza (1989-1990) y vicedecano del Colegio Oficial de Economistas de Aragón (1986-1993).

• • **STEVEN LYDENBERG, CFA, KLD & CO**

Co-fundador de Kinder, Lydenberg & Domini Inc. (KLD), una de las más prominentes firmas de inversión socialmente responsable del mundo.

KLD, cuya misión es “influir en el comportamiento empresarial, con el objetivo de conseguir una sociedad más justa y sostenible”, ofrece a los inversores institucionales información precisa acerca de las características sociales y medioambientales de las compañías estadounidenses. Este análisis de empresas es utilizado por inversores institucionales, fondos de inversión, bancos, y fondos de pensiones en todo el mundo. KLD gestiona activos por valor de alrededor de medio billón de pesetas. KLD creó en 1990 el primer índice bursátil, *Domini 400 Social Index*, que incorporó cuestiones sociales y medioambientales al seleccionar las empresas que lo forman. La rentabilidad de este índice ha venido superando, desde su creación, la del índice S&P 500, su índice de referencia.

D. Steven Lydenberg es también presidente de *Sustainable Investment Research International*, grupo formado por entidades de 10 países diferentes y cuyo objetivo es “proporcionar y promover productos y servicios de inversión socialmente responsable en todo el mundo”. D. Steven Lydenberg es, asimismo, autor de alguno de los mejores libros sobre inversión social y responsabilidad social corporativa.

• • **MIGUEL A. RODRÍGUEZ Y JOAN E. RICART, IESE**

Miguel Ángel Rodríguez es investigador asociado del IESE

Joan Enric Ricart es profesor de Dirección General del IESE

El IESE es una escuela de dirección de empresas perteneciente a la Universidad de Navarra que ofrece una cartera de programas de formación amplia, completa y flexible.

El IESE se dedica a:

- Promover oportunidades de aprendizaje orientadas a la acción, diseñadas para satisfacer las necesidades personales de todos los participantes con el objetivo de hacerles progresar en su desarrollo profesional.

- Desarrollar nuevas ideas en el mundo global de los negocios a través de una sólida plataforma de investigación.
- Situar a la persona en el centro del desarrollo de la sociedad y en el núcleo de las decisiones directivas.

· · **VÍCTOR VIÑUALES Y RAMÓN PUEYO, FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO**

Victor Viñuales es director ejecutivo de la Fundación Ecología y Desarrollo. Ramón Pueyo coordina las actividades RSC de la Fundación Ecología y Desarrollo.

La Fundación Ecología y Desarrollo está formada por un grupo de profesionales que desean contribuir a un desarrollo sostenible mediante la generación de alternativas ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables.

El área de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la Fundación Ecología y Desarrollo trabaja fundamentalmente en dos líneas: por un lado en el análisis, estudio y reflexión acerca de lo que se ha venido en llamar Responsabilidad Social Corporativa, y por otro lado en el *rating* de responsabilidad social de las compañías españolas cotizadas en bolsa. En este sentido la Fundación Ecología y Desarrollo, promotora en su día del primer fondo de inversión socialmente responsable presentado como tal ante la sociedad española, es el miembro español de *Sustainable Investment Research International Group*, organización especializada en la provisión de servicios de investigación y análisis para la inversión socialmente responsable. SiRi está presente en los 14 países más desarrollados del mundo y cuenta con una plantilla de más de 100 analistas.



**I FORO DE
ECONOMÍA Y
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
EMPRESARIAL**

**• • • • LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE:
PASADO, PRESENTE Y FUTURO**

Steven D. Lydenberg. *KLD & Co*

Estoy aquí para hablarles de la inversión socialmente responsable (o SRI, como se denomina en Estados Unidos). Hace cincuenta años habría sido sencillo. En dos minutos habría terminado. Actualmente, ni dos horas ni dos días son suficientes para decirles todo lo que tengo que decir. La ISR es un fenómeno mundial muy complejo y cada vez más importante para nuestra sociedad. En los próximos 45 minutos les expondré lo que yo considero las cuatro cosas más importantes sobre la ISR.

Son las siguientes:

- Qué es la ISR y de dónde procede.
- Por qué es de una importancia tan vital.
- Cuál es el futuro de la ISR.
- Y qué pueden hacer ustedes si desean participar en este movimiento.

Llevo trabajando en el mundo de la ISR desde hace 25 años, los 12 primeros como investigador en el entorno de organizaciones sin ánimo de lucro y después, durante 3 años, con la primera firma de los EE.UU. que se especializó en la gestión de ISR.

En 1990 pasé a formar parte de la firma en que actualmente trabajo, KLD, la primera empresa de investigación dedicada por completo a proporcionar datos para ISR a la comunidad financiera. KLD es conocida sobre todo por haber creado el Domini Social Index, del que les hablaré más adelante. KLD también es conocida por su exhaustiva base de datos sobre los historiales sociales de 650 grandes empresas de los EE.UU.. Desde 1990, KLD ha

pasado de una plantilla de dos personas a una de 33, incluyendo entre ellas a 22 investigadores. Hoy vengo a hablarles desde una perspectiva norteamericana, pero también les hablaré de la ISR en Europa y en otros lugares

Permítanme que comience hablando de lo que era la ISR hace cincuenta años. En 1950, un puñado de grupos religiosos en EE.UU. prohibieron la inversión en las llamadas "acciones de pecado", es decir, en empresas relacionadas con el alcohol, el juego y el tabaco. Esa era toda la ISR existente. Grupos religiosos como los Cuáqueros creían firmemente que no era ético lucrarse con actividades que dañaban el tejido moral de la sociedad. No buscaban llamar la atención y nadie les prestaba atención. El término inversión socialmente responsable no existía.

El primer acontecimiento importante para la ISR tuvo lugar en 1970, cuando una serie de activistas sociales en EE.UU. descubrieron que la inversión era un buen modo de plantear los temas sociales a las empresas y de instarles a cambiar. Era la época de la guerra del Vietnam y de una carrera armamentística descontrolada, de los grandes daños medioambientales sin que existiera ningún tipo de legislación para el medio ambiente y de las marchas de protesta sobre Washington pidiendo justicia racial e igualdad. El asesinato de Martin Luther King en 1968, tuvo un profundo impacto en la mente de los norteamericanos. En aquel momento, el río Cuyahoga, en Cleveland, estaba tan contaminado que se incendió. La amenaza de un holocausto nuclear derivado de la guerra con la Unión Soviética era real.

En los años 80, la inversión social en Estados Unidos experimentó importantes avances, debido en gran parte a las protestas contra el apartheid en Sudáfrica. Los gobiernos de muchos de los estados y ciudades grandes en los que los afroamericanos tenían una representación fuerte, se oponían acaloradamente a los abusos del apartheid. Como medio de expresar la frustración que les causaba la falta de acciones por parte del gobierno, las sociedades administradoras de los fondos de pensiones de Nueva York, Massachusetts, California y muchas otras ciudades se deshicieron

de aquellos valores de su cartera de fondos de pensiones pertenecientes a las empresas que hacían negocios en Sudáfrica.

Fue una maniobra arriesgada y que causó conmoción. Fue noticia de primera página en el *New York Times*. Encontró la feroz oposición de la comunidad financiera. Los participantes en el plan de pensiones de la ciudad de Baltimore se querellaron contra él, alegando que su política de desinversión en Sudáfrica era ilegal. Se libraron batallas importantes sobre si era o no prudente o legal discriminar en base a éste y a otros temas sociales. Durante esa década, la ISR ganó estas batallas y durante esa década se convirtió en parte aceptada del paisaje financiero.

En los años 90, la ISR comenzó a extenderse, lentamente al principio, y cada vez más rápidamente después. En los últimos cinco años, su crecimiento en Europa ha sido colosal. Y está comenzando a despegar en Japón.

Actualmente, este movimiento mundial recibe muchos nombres. En el Reino Unido se le llama inversión ética. En Europa se le conoce normalmente como inversión sostenible y como inversión 'triple-bottom line' o de triple resultado. En Japón se llama eco-inversión.

Sea cual sea su nombre o la cuestión de interés concreta en la que se centre, son cuatro los aspectos fundamentales que caracterizan este amplio y heterogéneo movimiento.

Estos cuatro aspectos son *inversión, compromiso, transparencia y colaboración*.

- *Inversión* es invertir los activos financieros siguiendo unos criterios sociales y medioambientales.
- *Compromiso* es utilizar al accionariado para implicar a la dirección de las empresas en el diálogo y la comunicación directos que lleven a promover el cambio social positivo.
- *Transparencia* es recopilar, publicar y evaluar los datos sobre los efectos de las empresas en nuestra vida cotidiana.

- *Colaboración* es la cooperación entre el gobierno y las empresas en proyectos sociales y medioambientales. Se trata de que el gobierno utilice medios distintos de las leyes y normativas para influir en que las empresas emprendan el cambio social positivo.

Estos cuatro aspectos están relacionados entre sí, pero estudiémoslos primero por separado.

Inversión

Vamos a empezar por la inversión, ya que es, con mucho, el aspecto más conocido de la inversión social y al que más publicidad se le ha dado. Se trata de la incorporación o introducción de consideraciones sociales y éticas en el proceso de toma de decisiones de inversión. Tiene como resultado un mercado de productos financieros con unos ‘filtros’ sociales diseñados para aquéllos que desean, con sus inversiones, hacer una manifestación o alegato social y medioambiental.

Los filtros pueden ser *negativos*: por ejemplo, no invertir en tabaco porque es nocivo, o en fabricantes de armas nucleares.

Pueden ser *positivos*: por ejemplo, buscar las empresas con un historial positivo en cuanto a relaciones con los trabajadores o a la diversidad.

Pueden ser filtros del tipo *premiar al mejor*: por ejemplo, evaluar las prácticas medioambientales de las empresas fabricantes de componentes electrónicos y seleccionar, para invertir en ellas, a las que presenten mejor historial medioambiental.

Sea cual sea el enfoque que se dé, seleccionar las inversiones es un medio de expresar valores sociales a través de la elección de las acciones de una determinada compañía.

Los filtros negativos más utilizados hoy en día son los filtros “pecado” utilizados históricamente por grupos religiosos: el alcohol, el juego y el tabaco. Aparte de éstos, desde los años 70 otros filtros negativos frecuentes han venido siendo: los contratos mili-

tares, la energía nuclear y las armas de fuego. En Estados Unidos nos referimos a esto como una selección “exclusionista”.

En la selección exclusionista, la mayoría de las veces si una empresa está implicada en un campo de actividad cuestionable, se le excluye de la cartera de inversión independientemente de las cosas positivas que pueda tener. Por ejemplo, no importa que Philip Morris tenga un importante historial medioambiental y para con la comunidad, su implicación en el tabaco es suficiente para excluirle de la mayoría de las carteras de inversiones de EE.UU..

Dentro de los filtros positivos, que en EE.UU. llamamos filtros “cualitativos”, los atributos o características negativas se compensan con las positivas. Los inversores sociales reconocen que todas las empresas afrontan los retos medioambientales. No excluyen a cada una de las empresas que tengan una controversia medioambiental. En vez de ello, estudian el historial global de la empresa. Por ejemplo, Intel ha tenido una serie de querellas medioambientales a lo largo de los años pero para la mayoría de los inversores sociales, sus aspectos positivos pesan más que los negativos.

Otros filtros cualitativos son: las relaciones con los trabajadores, el grado de implicación en la comunidad, la calidad de producto y servicio al cliente y la diversidad.

Otro ejemplo de filtro de este tipo son las prácticas laborales en las empresas que las corporaciones contratan en el extranjero. ¿Contratan mano de obra infantil? ¿Ofrecen unas condiciones de trabajo aceptables? ¿Pagan un salario digno? ¿Qué progresos han hecho para intentar resolver estos temas?

En Estados Unidos, la ISR tuvo un crecimiento lento al principio. A principios de los 70, los fondos de inversión colectiva americanos que primero se sometieron a selección fueron objeto de mucha atención por parte de la prensa, pero hubo poca repercusión a nivel de inversiones. A finales de los 70 tenían menos de \$50 millones en activos conjuntos. Todo esto ha cambiado. Se calcula que ahora, en EE.UU., las gestoras de fondos de inversión colectivos socialmente seleccionadas gestionan unos \$154.000 millones.

En resumen, en 1999, las cuentas socialmente seleccionadas ascendían a casi \$ 1,5 billones frente a los \$530.000 millones de 1997.

La implicación de la comunidad financiera es cada vez mayor. Hace tres años, Merrill Lynch lanzó un fondo socialmente seleccionado, cuyo argumento principal era la igualdad de trato para las mujeres y las minorías. A primeros de este año, Vanguard, la mayor familia de fondos de inversión colectiva del país, ofreció su primer fondo social. El fondo de pensiones más grande de los EE.UU., TIAA-CREF tiene una Opción de Cuenta Social con más de \$4.000 millones de dólares en activos.

Del mismo modo, en Holanda, el mercado de la inversión social está creciendo cinco veces más rápido que el mercado general. Desde 1999, los tres bancos más importantes de ese país, (ING, ABN-AMOR y Robeco) han introducido en el mercado fondos socialmente seleccionados. El año pasado atrajeron aproximadamente 500 millones de euros en activos, estando actualmente el mercado medioambiental y social total holandés en 5.000 millones de euros.

En Japón, durante el último año y medio, la inversión medioambiental ha sido un éxito de la noche a la mañana. A mediados de 1999, Nikko lanzó un eco-fondo con filtros medioambientales. En el plazo de un año, ese fondo había atraído más de \$600 millones en activos. Enseguida se lanzaron cuatro eco-fondos parecidos. Ahora tienen unos activos conjuntos de aproximadamente \$1.800 millones.

Compromiso

El segundo aspecto de la ISR es igualmente importante: el *compromiso*. Con compromiso quiero decir una comunicación directa con las corporaciones para provocar cambios sociales positivos.

Al compromiso también se le llama defensa o activismo. En Estados Unidos se inició a principios de los 70 con la presentación de acuerdos del accionariado sobre cuestiones sociales. En

ese momento, si poseías aunque sólo fuera una acción en el capital social de una empresa, tenías derecho a plantear, en base a activismo accionarial, que fuera votado un tema social en la junta general o en la junta anual de la compañía.

Puesto que, normalmente, la dirección de las empresas no desea que se planteen cuestiones de este tipo en sus juntas anuales, los grupos religiosos y los activistas sociales descubrieron que dichos acuerdos tomados por los accionistas ayudaban a que se pudiera iniciar más rápidamente un dialogo serio con las empresas, un diálogo que muy a menudo conducía al cambio.

A mediados de los 70, los grupos religiosos presentaban cientos de acuerdos de accionistas cada año sobre temas como:

- Sudáfrica.
- la energía nuclear.
- el medio ambiente.
- y la igualdad de derechos para las mujeres y las minorías.

Al día de hoy, el Interfaith Center on Corporate Responsibility, una coalición de más de 250 grupos religiosos americanos que incluye muchas órdenes pertenecientes a la Iglesia Católica, presenta aproximadamente 150 acuerdos sociales de accionistas cada año. Los acuerdos que con mayor frecuencia se presentan hoy exigen a las empresas:

- que informen sobre las condiciones laborales de los trabajadores en los países extranjeros donde subcontratan.
- que adopten estándares medioambientales globales.
- que dejen de vender alimentos que contengan ingredientes modificados genéticamente, y
- que congelen el salario de los altos ejecutivos cuando una empresa está despidiendo a sus trabajadores.

Como resultado de dichos acuerdos, las grandes sociedades, entre otras cosas, incluyen a más mujeres y minorías en sus consejos de administración, publican informes medioambientales y

sociales, han modificado su posición pública respecto al calentamiento global y han cambiado sus prácticas de marketing para las leches de fórmula infantiles.

Los grupos religiosos no son los únicos en presentar acuerdos de accionistas. Cada vez más, los fondos de pensiones más grandes en Estados Unidos como los del Estado de California y la Ciudad de Nueva York, o el TIAA-CREF, presentan de forma regular acuerdos sobre temas relativos a la dirección corporativa y los derechos de los accionistas. Plantean directamente a la dirección temas como:

- Compensaciones excesivas de la dirección.
- Consejos de Administración independientes.
- Medidas anti-absorción.

Presentar acuerdos de accionistas es más difícil y menos habitual fuera de los Estados Unidos. La ley canadiense, por ejemplo, permite a las sociedades pasar por alto cualquier acuerdo de accionistas sobre temas sociales. En el Reino Unido, sólo los accionistas con el 10% de las acciones con derecho a voto de la compañía pueden plantear una cuestión en base a activismo accionarial.

El que los accionistas presenten acuerdos no es la única forma de implicar a la dirección. Los investigadores en el campo de la ISR, como la Fundación Ecología y Desarrollo aquí en Zaragoza, intentan de forma constante que las sociedades publiquen información social y medioambiental. Los directores de muchos fondos de inversión seleccionados siguiendo criterios medioambientales se han implicado en un diálogo con los ejecutivos de las grandes sociedades, expresando sus preocupaciones, explicando las razones de sus decisiones de invertir o no invertir en una determinada empresa.

Además, las organizaciones no gubernativas –ya se trate de activistas medioambientales como Greenpeace enfrentándose a Royal Dutch Shell por el calentamiento global, ya sean grupos a favor de los derechos humanos protestando por el tratamiento

que Occidental Petroleum da a los Indios Uwa de Venezuela— pueden influir ahora en la opinión pública sobre las grandes empresas y sus actividades y, por consiguiente, las empresas les escuchan más que nunca.

El compromiso ha incorporado un nuevo vocabulario de responsabilidad social y medioambiental al diálogo entre las empresas y la sociedad. Hace tan solo 15 años, cuando entraba en contacto con grandes sociedades, la reacción de la mayoría de ellas cuando les solicitaba información social o medioambiental era de total sorpresa. Acogían la idea de la responsabilidad corporativa con incredulidad y escepticismo. Hace diez años, no había prácticamente ninguna empresa que publicara informes medioambientales. Actualmente unas 2.000 empresas en todo el mundo lo hacen. Las tácticas para conseguir el compromiso con la ISR son, legítimamente, las responsables de un nuevo mundo en el que las empresas responden abiertamente a las peticiones de información de cara a la ISR y en el que incluso compiten por hacer públicas sus iniciativas sociales y medioambientales positivas.

Además, el compromiso es una herramienta muy atractiva para los inversores institucionales debido a su sencillez. Para un gran fondo de pensiones el adoptar unos filtros sociales específicos puede representar demasiado tiempo y resultar algo complicado políticamente. En contraste, establecer un diálogo con la dirección de una empresa e instar al cambio son herramientas sencillas, pero efectivas a la hora de plantear muchos temas.

El poder que tiene este concepto ha quedado demostrado por ciertos acontecimientos que han tenido lugar recientemente en el Reino Unido. Durante el año pasado, varias de las compañías de seguros más importantes de ese país encabezadas por Friends Provident, anunciaron que iban a imponer una “estrategia de compromiso” a todos sus activos. CGNU, la compañía de seguros más importante del país, va a hacer un anuncio similar en breve. Estas importantes instituciones financieras, con cientos de miles de millones en inversiones, han notificado al mundo empresarial que van a examinar sus historiales medioambientales y sociales

en busca de pruebas de cambios positivos. Viniendo de la corriente principal del mundo de las aseguradoras, se trata de un logro muy importante que nos permite vislumbrar el futuro de la ISR.

Otro acontecimiento significativo procedente del Reino Unido es una nueva normativa gubernamental que exige a los 10.000 fondos de pensiones que existen en el país que indiquen, en sus informaciones sobre políticas de inversión, si tienen en cuenta o no cuestiones sociales y medioambientales a la hora de tomar sus decisiones de inversión. Una reciente encuesta realizada a 171 fondos de pensiones de entre los más grandes de Reino Unido reveló que el 59% declararon que tenían intención de incorporar consideraciones sociales. De los fondos de pensiones locales municipales encuestados, el 71% respondió que el compromiso sería el enfoque que iban a adoptar.

T r a n s p a r e n c i a • • • • •

Abordemos ahora la cuestión crucial de la transparencia. La inversión y el compromiso no pueden ser efectivos si no existen datos sobre las prácticas de las empresas. Ciertamente, existen ahora muchos más datos sobre las prácticas y las políticas sociales y medioambientales que hace quince años. Pero todavía nos queda mucho camino por recorrer. Durante los próximos cinco años, se esperará o incluso se exigirá de todas aquellas sociedades que coticen en bolsa que divulguen amplia información sobre estas actividades.

Que no se exija todavía divulgar esta información no deja de ser curioso. Las empresas con ánimo de lucro están entre las instituciones más importantes y con mayor influencia del mundo. Las compañías transnacionales a menudo sobrepasan la dimensión de los gobiernos de las naciones en las que operan. Tienen una profunda influencia en los alimentos que comemos, en el aire que respiramos, en el agua que bebemos, en cómo nos desplazamos de un lugar a otro e incluso en lo que conocemos acerca del mundo.

¿Cómo puede la sociedad no exigir información básica sobre el modo de actuar de estas instituciones tan inmensamente influyentes? ¿Cuáles son sus efectos en nuestra vida cotidiana? ¿Están haciendo de este mundo un mundo mejor? ¿O un mundo peor? No podemos empezar a responder a estas preguntas sin disponer de datos.

Los días en que la dirección corporativa podía parapetarse tras el argumento de que su única responsabilidad era conseguir beneficios para sus accionistas, sin importar el coste que ello pudiera suponer para sus trabajadores, para el medio ambiente o para la sociedad ha quedado atrás.

Varios hechos recientes demuestran la inevitabilidad de que exista cada vez una mayor divulgación de información a nivel corporativo.

- CSR Europe, anteriormente llamada la Red Empresarial Europea para la Cohesión Social (*European Business Network for Social Cohesion*) está respaldada por la Comisión Europea. En noviembre de este año, en una reunión celebrada en Bruselas, exigió una mayor información corporativa y publicó el perfil social de 46 grandes firmas europeas. Entre estas firmas estaban Renault, Deutsche Bank, Unilever y las españolas Telefónica y Endesa.
- La Iniciativa de Información Global (GRI) es un esfuerzo que se está llevando a cabo desde EE.UU. para desarrollar un estándar aceptable internacionalmente para la presentación de datos sociales y medioambientales por parte de las empresas. También en noviembre celebró una reunión en Washington D.C. a la que asistieron más de 500 personas de 37 países, incluyendo representantes de 87 corporaciones. Entre las empresas que acordaron probar el formato preparado para la Iniciativa de Información Global están Ford, General Motors y Procter & Gamble en Estados Unidos, y Electrolux, Henkel, Novo Nordisk y Royal Dutch Shell en Europa.

- El Grupo Internacional para la Investigación de la Inversión Sostenible o Grupo SIRI es una coalición internacional de organizaciones para la investigación en inversión social de Canadá, el Reino Unido, Francia, Holanda, Italia, Suecia, Alemania y Suiza. En España su representante es la Fundación Ecología y Desarrollo, y en los Estados Unidos KLD. Cada miembro mantiene un archivo detallado de datos sociales y medioambientales de las empresas que cotizan en bolsa de sus países.

Además, las propias corporaciones son conscientes de que, cada vez más, se les va a exigir que informen acerca de estas cuestiones y la tendencia es a cada vez entenderlas mejor y a la implantación, cada vez en mayor número, de programas progresivos. En Estados Unidos, el creciente éxito de la asociación *Business for Social Responsibility* (Empresas por la Responsabilidad Social) es un indicador de dicha tendencia. BSR es una asociación de empresas dedicada a reforzar estrategias corporativas de responsabilidad social. Entre los miembros y los asistentes a la reunión de la BRS en Nueva York, en noviembre de este año, estaban Johnson & Johnson, Cisco, Fannie Mae y Merck de Estados Unidos, y British Telecom, Ericsson, IKEA y Unilever de Europa. La experiencia de BSR demuestra que grandes corporaciones de todo el mundo están cada vez más interesadas en un amplio abanico de temas sociales

Colaboración

Hablemos ahora de la colaboración. La historia de las relaciones entre los gobiernos y las empresas es larga y complicada, y a menudo, llena de tensiones y conflictos. Convendría hacer en este punto dos breves observaciones.

La primera: la sociedad de responsabilidad limitada es un concepto relativamente nuevo, que data sólo de 150 años atrás.

La segunda: las sociedades operan bajo las reglas de la sociedad y son sólo aquello que les permitimos ser. Han cambiado

drásticamente durante el último siglo y seguirán cambiando si así lo requerimos.

La relación entre el gobierno y las empresas es una relación cambiante. Permítanme mencionar tres iniciativas que prometen ser modelos de futuro.

En Dinamarca, el Ministerio de Asuntos Sociales ha desarrollado este año un método para calificar y clasificar el comportamiento social de las compañías. Las compañías que sobrepasan un determinado nivel reciben, por parte del gobierno danés, un sello de aprobación llamado la 'Marca S'. El gobierno pretende premiar a las empresas que consigan la Marca S de varias formas, entre ellas, comprando artículos a estas compañías en vez de a sus competidores.

En Estados Unidos, durante los últimos cinco años y a través de programas como Project XL y StarTrack, la Agencia para la Protección Medioambiental ha venido premiando a las empresas con sistemas de gestión medioambiental demostrablemente fuertes, liberándolas de algunas de las cargas relativas a elaboración y presentación de informes y revisiones reglamentarias.

A nivel transnacional, Unicef, a través de sus comités en todo el mundo, busca asociarse con grandes sociedades para patrocinar una serie de eventos. Pero examina el historial social de estas sociedades para asegurarse de que no socavan sus valores básicos y su misión.

Resultados

Ninguna discusión sobre inversión social está completa sin tratar la cuestión de los resultados financieros. Desde el primer día en que se introdujo el concepto de ISR en Estados Unidos, la corriente principal de la comunidad financiera objetó con fuerza que la selección por criterios sociales a buen seguro iba a afectar negativamente a los resultados financieros.

Mi firma, KLD, ha estado en gran medida en el centro de este debate. En 1990 creamos el Domini Social Index (DSI), en parte

para ayudar a responder a la cuestión de si existía realmente un “coste” en la inversión social. El DSI es un universo de 400 corporaciones estadounidenses, seleccionadas socialmente, principalmente títulos muy capitalizados, que pretende ser la versión socialmente seleccionada del índice Standard & Poor’s 500. Siguiendo el comportamiento diario del DSI frente al S&P, en KLD esperábamos, con el tiempo, demostrar que no existía tal coste.

Al hacer esto estábamos corriendo un riesgo real, el riesgo de que este Índice realmente se comportara mal. Y en 1990 y 1991, durante seis de los ocho primeros meses, se comportó por debajo del S&P, principalmente porque la Guerra del Golfo hizo que las acciones de defensa y de petróleo internacionales, que no estaban incluidas en el DSI, funcionaran especialmente bien. No obstante, pasados los primeros meses de 1991, el DSI sobrepasó al S&P. Al 1 de mayo de 2000, el rendimiento anualizado a 10 años del SDI era de 20,83% frente a un rendimiento anualizado de 18,79% para el S&P 500, o lo que es lo mismo, un rendimiento por año un 2% superior.

Realmente ha sido gratificante que el DSI haya tenido este comportamiento tan sólido. A menudo se me pregunta si KLD atribuye este rendimiento por encima de las expectativas a los filtros sociales. En el mundo de la ISR son bastantes los que piensan que los filtros sociales conducen a un mejor rendimiento. Estos filtros ayudan a no considerar a aquellas empresas que tienen algún riesgo de responsabilidad medioambiental o de producto o que están, en general, mal gestionadas. Ayudan a identificar empresas con unas sólidas relaciones con sus empleados, unas operaciones de fabricación eficientes y sistemas de gestión de calidad.

Ciertamente, los filtros sociales ayudan en este sentido. Pero no estoy seguro de que esto se traduzca siempre en un mejor comportamiento bursátil. Muchas empresas muy bien gestionadas, con unos historiales sociales sólidos, han caído también en tiempos difíciles. Muchas de las compañías favoritas del entorno de la ISR, como podía ser Apple Computer en los 80 o Xerox Corporation hoy en día, tropiezan y caen. Ser socialmente responsable no significa, por sí, un seguro frente a posibles errores empresariales.

Además, aunque el análisis social sea una herramienta útil a la hora de escoger las acciones en las que invertir, una vez que ello sea reconocido de forma general ¿no se arbitraría su valor, es decir, no sucedería que las empresas favoritas del mundo de la ISR simplemente venderían al precio relativo más alto?

No obstante, me daría por bastante satisfecho si el mundo financiero aceptase que la selección social no tiene ningún coste. Ningún efecto negativo. Y si no perjudica a sus beneficios ¿por qué no ponerla en práctica?

¿Por qué es la ISR tan vitalmente importante en este momento?

Pasemos a la siguiente cuestión de porqué la ISR tiene una importancia tan vital. ¿Por qué después de veinticinco años de una oscuridad relativa, el interés por este campo está tan en auge de repente? Creo que es porque, en la última década, algo fundamental ha cambiado en la relación entre las empresas y la sociedad. Pero ¿qué es lo que es tan distinto ahora con respecto a hace diez años?

En primer lugar, las empresas han experimentado una revolución tecnológica, una revolución comparable a la Revolución Industrial. Es una revolución de la información, las comunicaciones y el transporte. Ordenadores, bases de datos, correo electrónico, teléfonos móviles, viajes por avión muy económicos, noticias las 24 horas, fabricación JIT: todo esto forma parte de esa revolución. Es una revolución que implica que las empresas pueden fabricar internacionalmente, comercializar globalmente, comprar y vender filiales en todo el mundo y operar a una escala transnacional antes inconcebible. Verdaderamente, hemos entrado en la era de la empresa transnacional.

Al mismo tiempo, la bomba de relojería de la superpoblación sigue corriendo. La población mundial ha pasado de cinco mil millones en 1987 a seis mil millones en 1999. En tan solo doce años, mil millones más de bocas que alimentar, cuerpos que vestir

y al final, de puestos de trabajo que encontrar. Y mil millones más de personas añadiendo su parte de presión al frágil medio ambiente de la Tierra.

Con la caída de la Unión Soviética y la internacionalización de las economías de mercado, el mundo vuelve cada vez más la mirada hacia la empresa con fines lucrativos para que satisfaga estas necesidades urgentes, hacia la empresa global para que aborde nuestros problemas globales. Confiamos en que las grandes empresas, con sus enormes recursos, su perspectiva internacional, su movilidad y su capacidad de respuesta a los cambiantes mercados puedan manejar adecuadamente este tremendo reto.

A la vez, reconocemos que las empresas con fines lucrativos que operan sin las limitaciones reguladoras adecuadas pueden hacer mucho daño. Pueden:

- Crear diferencias enormes de riqueza, riqueza y pobreza coexistiendo una al lado de la otra
- Destruir el medio ambiente del que dependemos para nuestra supervivencia
- Poner en peligro la salud y las vidas de sus trabajadores, y
- Fomentar una codicia irreflexiva que mina los valores básicos de la sociedad.

¿Cómo podremos saber si las empresas están ayudando o están perjudicando a medida que avanzamos hacia el siglo XXI?

Necesitaremos mecanismos para monitorizar sus contribuciones globales, para evaluar sus efectos positivos y negativos en la sociedad. Necesitaremos un marco de trabajo y un lenguaje con el que discutir y poder valorar estos efectos, y un proceso de toma de decisiones para decidir si estas empresas están moviendo la economía global en la dirección correcta.

Las herramientas desarrolladas por la ISR están diseñadas para responder a algunas de estas preguntas. La ISR puede servir de gran ayuda a la sociedad en su difícil tarea de medir la contribución de estas grandes empresas a nuestras vidas.

¿En qué punto estará la ISR dentro de cinco años? . . .

Si lo que he venido diciendo es correcto, pienso que podemos hacer una serie de predicciones sobre en qué punto se encontrará la ISR de aquí a cinco años.

Inversiones. En el área de las inversiones, los activos ISR gestionados seguirán creciendo, como lo hará el número y diversidad de fondos ISR disponibles. Algunos fondos se concentrarán en el medio ambiente, otros en las relaciones con los trabajadores, otros en iniciativas hacia la calidad y habrá otros que serán una mezcla de los anteriores. Llegará un momento en que las principales instituciones financieras comercializarán productos SRI y competirán por conseguir al inversor en ISR.

Compromiso. Las sociedades ya no adoptarán la actitud de esperar a que les pidan que se planteen cuestiones sociales. Aquéllas con más visión de futuro, evaluarán de forma agresiva las necesidades de los grupos de interés —empleados, comunidades, clientes o el medio ambiente— y competirán por ser los mejores gestores de estas relaciones. Buscarán críticos procedentes del mundo de las ONGs para pedirles asesoramiento y actuarán de acuerdo con él. Se concebirán a sí mismas como creadoras de valor para todos los grupos de interés y no sólo como generadoras de beneficios para sus accionistas.

Transparencia. Se dispondrá de gran cantidad de información sobre las actividades sociales y medioambientales de las empresas. En algunos países se exigirá que se hagan públicas estas informaciones. Se aceptarán de forma generalizada estándares de divulgación de información internacionalmente reconocidos, como la Iniciativa de Información Global. Los informes sociales y los informes financieros serán igual de importantes para la comunidad inversora y para la sociedad.

Colaboración. Los gobiernos adoptarán una serie de enfoques nuevos y creativos para premiar a las empresas con iniciativas positivas. Comprarán bienes y servicios a aquellas empresas que mejor sirvan a las economías locales. Liberarán a las empresas que demuestren poseer un historial positivo de las cargas burocráticas que supone cumplir con los requisitos mínimos impuestos

por la ley. Las organizaciones cuasi-gubernamentales y las organizaciones sin ánimo de lucro buscarán empresas con historiales sociales sólidos a la hora de asociarse en proyectos de interés social.

Lo que usted puede hacer

Si está convencido, como yo lo estoy, de que la ISR es algo que tiene futuro ¿qué es lo que puede hacer para participar en este movimiento cada vez más importante?

Si pertenece a la comunidad financiera, hay un mercado esperando para ser captado. Los que primero lleguen a dicho mercado tendrán grandes ventajas. A aquellos que verdaderamente entiendan el mercado de la ISR les irá bien siempre. Y aquéllos que entren en este mercado discutirán con las empresas sobre cuestiones sociales como cosa normal y habitual.

Si pertenece al mundo empresarial, puede convertirse en líder a la hora de implantar programas sociales y medioambientales dentro de su firma y en la divulgación de la información correspondiente. Puede analizar a los grupos que tienen interés en su firma, evaluar sus necesidades y determinar la mejor manera de hacerse una reputación como empresa que posee valores reales y que sabe cómo atender las necesidades sociales.

Si está en el gobierno, puede encontrar una forma de aumentar la disponibilidad de datos valiosos sobre las políticas y prácticas de las corporaciones más importantes. Y podrá descubrir posibles asociaciones que tengan sentido y funcionen bien, tanto para la empresa como para la sociedad.

Y si es usted simplemente un inversor corriente, puede instar a los gestores de su dinero a que ofrezcan servicios de ISR y convertirse en cliente de aquéllos que mejor hagan su trabajo.

Cuando yo empecé a trabajar en este campo, hace 25 años, creía que la inversión socialmente responsable siempre ocuparía un lugar secundario en el mundo financiero, que sería una curiosidad interesante pero que nunca sería verdaderamente aceptada.

Durante los últimos cinco años, me ha sorprendido ver su creciente aceptación e influencia en dicho mundo financiero. Dónde exactamente estaremos mañana, no estoy seguro, pero si estoy seguro de una cosa: el viaje desde aquí hasta allí será un viaje apasionante y lleno de compensaciones.

..... **I FORO DE ECONOMÍA
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**
ORGANIZADO POR LA FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO

Eduardo Bandrés Moliné. *Consejero
de Economía, Hacienda y Empleo. Gobierno
de Aragón*

Me gustaría comenzar mi intervención manifestando mi admiración por la excelente conferencia del profesor Lydenberg, una exposición en la que ha hecho un repaso tan completo, tan exhaustivo, sobre los conceptos básicos de la inversión socialmente responsable y sobre la evolución y la importancia de este tipo de iniciativas en los diferentes países del mundo. Además, de sus últimas palabras se deducen una serie de recomendaciones muy útiles para las diferentes personas o agentes que estamos aquí, para los propios inversores, para las empresas y también para los gobiernos. Por eso, ante la completísima y excelente exposición del profesor Lydenberg únicamente puedo añadir unas breves palabras que deben ser consideradas como una especie de nota a pie de página de dicha intervención.

Indudablemente quiero expresar mi satisfacción por asistir esta tarde al "I Foro de Economía y Responsabilidad Social", que supone la plasmación real de un objetivo que la Fundación Ecología y Desarrollo ha perseguido desde hace algún tiempo y que tuve la ocasión de conocer en su inicio. Se trata de constituir un foro que resulte centro de reflexión y estudio sobre las relaciones entre economía, responsabilidad social y desarrollo sostenible.

Partimos de la idea de que la incorporación de criterios de responsabilidad social a las decisiones de los agentes económicos es algo fundamental también para propiciar o para lograr una sociedad más justa, algo que debe estar en la agenda de cualquier gobierno.

Nos congratulamos por la existencia de este tipo de foros o de iniciativas como la que hoy estamos llevando a cabo aquí en Zaragoza.

No quiero dejar pasar esta oportunidad tampoco sin expresar mi felicitación a la Fundación Ecología y Desarrollo por la consecución de un objetivo que sin duda debe contribuir a familiarizar a la sociedad aragonesa, a los ciudadanos, a los inversores, a las empresas, a los políticos... con conceptos tan importantes como "desarrollo sostenible", "ética empresarial", "responsabilidad social" o "altruismo participativo", conceptos que, debemos reconocer, no están ni han estado exentos de cierta ambigüedad, y que, en consecuencia, intervenciones como la del profesor Lydenberg contribuyen a clarificar y a precisar en toda su extensión.

Por ello, un Foro como el que hoy nos reúne –aglutinando ejes tan esenciales como conocer, investigar, reflexionar y también proponer– debe contribuir, mediante el diálogo y la interacción, a precisar cuestiones como las referidas anteriormente, que de un modo u otro están latentes en los esquemas de preferencias morales de gran parte de la sociedad.

La labor de una organización como la Fundación Ecología y Desarrollo es fundamental en este escenario. Las llamadas a la solidaridad y al compromiso –cuya ausencia constituye un problema de la sociedad actual– tienen por objeto hacer de este planeta un lugar habitable para todos, del mismo modo que la responsabilidad ambiental resuena como un toque de atención cada vez más importante frente a la explotación de los recursos naturales. Debe pensarse, por ejemplo, que actuaciones de otro orden como las desarrolladas en el terreno del comercio justo y solidario tienen escasa relevancia en cuanto a las cantidades económicas que mueven, así los propios fondos de inversión éticos todavía representan un porcentaje pequeño, aunque creciente y altamente significativo, en el mundo de la inversión, pero poseen una alta significación, no sólo para los productores y consumidores implicados en cada caso, sino como manifestación de que también formas alternativas de mercado son perfectamente viables en una economía de mercado competitivo.

Se mire como se mire, no hablamos sólo de la construcción teórica de nuevas alternativas, sino también de los efectos demostración de que las ideas pueden convertirse en acciones concretas. Ahí está el ejemplo de organizaciones que se encuentran en el centro de un triángulo conformado por el Estado, el Mercado, con las empresas y las Redes Sociales de Cooperación, dentro del cual es posible construir valores alternativos, valores entre los cuales la ética ocupa, a mi entender, un lugar preeminente. Un concepto que entronca plenamente, perfectamente, con el nombre de este Foro "Economía y Responsabilidad Social": Ética y responsabilidad social guardan algo más que una íntima relación.

Como ya he expresado en alguna otra ocasión, el alejamiento entre la economía y la ética a lo largo del último medio siglo ha resultado empobrecedor para ambas. Los indudables avances que se han producido en lo que podríamos llamar la tecnología de la ciencia económica han permitido trabajar con modelos más complejos y descender a la vez a un mayor nivel de detalle en el tratamiento de los problemas, tanto en el ámbito macroeconómico como en el de las decisiones empresariales. Ese desarrollo de la ciencia económica ha permitido resolver problemas cada vez más complejos en todos estos ámbitos: en el macro y en el microeconómico. Pero el manejo de un aparato técnico-económico cada vez más sofisticado parece haber desecado el sustrato ético que concedía a la economía en sus orígenes su condición de ciencia moral.

Ese alejamiento entre ética y economía ha sido, eso, un separarse cada vez más, una orientación acentuadamente divergente en un recorrido que se inició con parecidos bagajes y propósitos. Los primeros pasos de la economía eran los pasos de una ciencia moral, y los primeros profesores de economía lo eran también de ciencias morales. El incuestionable progreso de la técnica parece haber alimentado la creencia en una economía libre de cualquier enojosa filtración ética en las decisiones de los agentes. El resultado ha sido, en el ámbito científico, una cierta clase de economía normativa y predictiva y un determinado tratamiento de la ética en un espacio donde los muros de separación que se fueron levantando ya en la década de los años 30 de este siglo han acabado siendo admitidos de modo casi natural.

La teoría económica convencional ha formalizado el comportamiento de los individuos y de las empresas identificando la racionalidad con el interés propio, lo que supone simplificar la motivación personal en tres sentidos: que el bienestar individual depende sólo de la rentabilidad económica y que ésta es lo único que persiguen las personas y las empresas, primera simplificación. Que el objetivo de las personas es maximizar su bienestar, segunda simplificación, porque hay otros objetivos y que las elecciones de las personas se orientan sólo a conseguir sus propios objetivos, tercera simplificación.

Finalmente se aprecia que un enfoque de esta clase no confiere consideración alguna a las cuestiones éticas. Por ello no nos sorprende que esté profundamente arraigada en nuestra cultura la opinión de que ética y negocio son variables antagónicas, aunque poco a poco va calando la idea, para colectivos cada vez más amplios de la sociedad, de que las decisiones económicas, incluyen también valores éticos. Así sucede con las que tomamos como consumidores a la hora de optar por adquirir productos fabricados en tales o cuales condiciones, con unos determinados efectos sobre el medio ambiente, con un determinado respeto de los derechos sociales, o como inversores/ahorradores cuando decidimos dónde colocamos nuestros ahorros.

Todas esas decisiones, insisto, no pueden adoptarse, no se adoptan de hecho, en un escenario de absoluto vacío moral, y ésta es una circunstancia que tiene su contrastación empírica en las decisiones racionales, tan racionales como las demás, de los agentes económicos y sociales que deciden colocar sus ahorros en unos fondos o en otros.

Lo cierto es que la rentabilidad económica, hablando de inversiones financieras, no es el único móvil sino que hay una pluralidad de motivaciones en la conducta de los seres humanos, y esto es un hecho empíricamente demostrable. La preocupación por el bienestar de los demás, incluidas las futuras generaciones (ahí está todo lo que tiene que ver con el medio ambiente), el acceso de otras personas a bienes específicos como la sanidad y la vivienda, el compromiso con cierto tipo de causas, el respeto de

los derechos de los demás, las actitudes de lealtad hacia otras personas, todo ello configura una amplia variedad de comportamientos con los que nos encontramos habitualmente en nuestra vida, en muchas de nuestras relaciones profesionales, personales o familiares y que permiten contemplar de un modo más integral los elementos axiomáticos de la teoría económica, tanto en el ámbito de los consumidores o inversores, como en el de las propias empresas.

Quiero transmitirles también que aunque todavía nos encontremos lejos de una situación óptima, a la que sin duda se debe aspirar, sobre la importancia de los fondos socialmente responsables en España, contemplo el futuro con fundadas esperanzas de mejora y creo que los datos aportados por el profesor Lydenberg en relación con el crecimiento de los fondos socialmente responsables en los últimos años en los Estados Unidos, en Europa y también en Japón, corroboran esta impresión o esta esperanza.

Esto dio lugar ya hace muchos años, entre otras actuaciones, a desarrollar conceptos que entonces eran también extraños, como los "fondos de inversión éticos" o "inversión socialmente responsable". Algo que entonces sonaba como una auténtica paradoja, "fondos de inversión éticos" o "inversión socialmente responsable" y sobre la que he tratado de aportar una mínima explicación. Esa contradicción también ha sido más aparente que real y, por lo tanto, también en el ámbito de la economía, de la teoría económica, se pueden encontrar argumentos para explicar y casar uno y otro concepto. Y tanto en la teoría como en la realidad lo observamos y lo vemos por el desarrollo de este tipo de fondos en los últimos años. Fondos que como es bien sabido por los que están aquí, fueron ideados ya inicialmente por un grupo de norteamericanos que no querían financiar con sus impuestos o con sus ahorros la guerra del Vietnam o el apartheid en Sudáfrica.

Los fondos de inversión socialmente responsables son fondos que además de la rentabilidad exigen a las inversiones que estén de acuerdo con la moral, con valores o con el sistema de creencias de cada uno. Se trata, por tanto, de utilizar o de rechazar la inversión en empresas cuya actuación social es inaceptable para

los partícipes. Pero es cierto que existe un ámbito muy importante todavía de desarrollo por parte de la acción de los gobiernos y de las empresas en España en esta materia. Creo en la conveniencia de algún tipo de auditoría social, de la misma manera que observamos que en algunos casos se realizan evaluaciones de calidad de los productos o de su respeto de las normas medioambientales para que fueran más allá en cuanto a su transparencia, no sólo a la cantidad sino a la calidad de la información que suministran al conjunto de la sociedad, en esas relaciones entre las empresas y las sociedades, o al respeto de los derechos sociales de los trabajadores. Con ser muy importante no es únicamente una cuestión de pensar en el tercer mundo, sino que también dentro de nuestro país se pueden realizar actuaciones de mejora en algo tan importante, y en lo que España se encuentra todavía tan lejos de la media europea, como es la seguridad y la salud laboral. Merecería la pena avanzar y plantear mecanismos de responsabilidad compartida por los gobiernos y por las empresas en el respeto y en la mejora de la seguridad y la salud laboral.

España es el país europeo donde mayor número de accidentes de trabajo existen, en términos relativos, y, por tanto, esta variable o circunstancia no es irrelevante tampoco a la hora de pensar en nuestras empresas como consumidores o como ahorradores. Porque hablamos de un derecho social: el derecho a la salud en el trabajo. Por tanto, no son sólo cuestiones exóticas relacionadas con empresas del tercer mundo cuando hablamos de estos aspectos. Y que una mejora de la transparencia, un balance social verdaderamente completo de la actuación de las empresas mejoraría ese diálogo del que hablaba el profesor Lydenberg entre las empresas y la sociedad; y permitiría también a los consumidores, a los ahorradores, en definitiva a los ciudadanos, comprender mejor su actuación y sus realizaciones.

Ahí hay una mezcla de objetivos éticos, medioambientales y sociales con los objetivos puramente financieros que encaja con las motivaciones de los individuos. Creo que además ese diálogo entre las empresas y la sociedad no se produce únicamente en el mercado de bienes y servicios a través del precio y de los bienes.

Siempre hemos entendido, y la teoría económica convencional así lo viene a decir, que en última instancia los ciudadanos o los consumidores votamos en favor de que se sigan produciendo unos determinados bienes cuando los compramos, y votamos en favor de una empresa cuando estamos adquiriendo esos bienes. Pues de la misma manera que al emitir nuestro voto para elegir a unos representantes políticos se conjugan muchas variables, también en la elección como consumidores estamos conjugando o, de hecho, los ciudadanos conjugan cada vez mayor número de variables. Y lo mismo ocurre en la elección del destino de sus ahorros.

Precisamente es la valoración de todas esas características del ahorro, o de los lugares donde se puede colocar el ahorro, o de los bienes y servicios, la que determina cada vez más las condiciones de elección de los agentes económicos.

Pero hay una cuestión también muy relevante en la intervención del profesor Lydenberg cuando hablaba de que no basta con la preocupación por estas cuestiones, con la sensibilidad más o menos altruista de las futuras generaciones, o con el mantenimiento de una serie de valores para alcanzar resultados moralmente aceptables. Es preciso también tener en cuenta algún tipo de regla ética, alguna especie de imperativo moral que asegure la cooperación entre las personas. Por eso se hablaba de la cooperación, de la implicación, del compromiso. Y son estas categorías de compromiso social las que ayudan a explicar la participación voluntaria en proyectos como los fondos de inversión éticos, como los fondos de inversión socialmente responsables.

Entre estas categorías de participación voluntaria en proyectos como los fondos de inversión ética, sin duda alguna, el promovido por la Fundación Ecología y Desarrollo es bien reconocido en el mundo financiero y en el mundo económico por su ambición y solvencia: solvencia financiera y ambición social. Por eso merece la pena ser apoyado como experiencia innovadora que abre nuevos horizontes.



DOCUMENTOS

..... **LOS INVERSORES COMO NUEVOS AGENTES
DEL CAMBIO AMBIENTAL DE LAS EMPRESAS¹**

Miguel Á. Rodríguez y Joan E. Ricart, *IESE*
Ramón Pueyo y Víctor Viñuales, *Fundación
Ecología y Desarrollo*

Hoy en día la opinión de que ética y negocio son variables antagónicas es todavía, en buena medida, un tópico y, como tal, está profundamente arraigado en la cultura dominante en nuestra sociedad. En el mejor de los casos, se ven ambas variables como temas a ser tenidos en cuenta de forma secuencial: primero consideremos los aspectos de negocio y luego intentemos que no contradigan en demasía nuestros valores. A través del análisis del fenómeno de los fondos de inversión “verdes²,” en este artículo vemos cómo ética y negocio no han de constituir un “juego de suma cero” sino que, por el contrario, las empresas pueden favorecer su capacidad de crear valor considerando de forma simultánea ambos aspectos; buscando, encontrando y aprovechando la sinergia existente. Incluso, podría ser que en el futuro dicha actitud fuera la única forma posible, por ser la única admitida socialmente, de crear valor. En las próximas páginas veremos cómo los inversores denominados “verdes” o socialmente responsables se están convirtiendo en un factor que, al igual que sucede con otros como la administración, los vecinos o los clientes, las empresas harían bien en situar en uno de los lugares preferentes de su lista de prioridades.

.....
1. Documento de Investigación 396 de IESE.
Publicado en *Harvard Deusto Business Review*, julio/agosto 99, nº 91
Publicado en el libro *Bolsa e Inversión*, De. Deusto, 2000
2. El término “verde” se utiliza no sólo como sinónimo de ecológico sino en un sentido más amplio en el que se incluyen consideraciones de tipo ético y social en general.

Como es bien sabido, el análisis del entorno que las empresas realizan, o deberían realizar, a la hora de formular sus estrategias de negocio se circunscribe, fundamentalmente, a sus clientes, proveedores y competidores. En un artículo previo³ veíamos cómo, dada la creciente importancia de los temas medioambientales, el análisis del entorno debía ampliarse para incluir a los que denominamos factores y fuerzas medioambientales. En dicho artículo analizábamos de qué forma estaban influyendo o podían influir dichos factores en la gestión de las empresas. Asimismo, incluíamos el modelo teórico de relación empresa-entorno que reproducimos en la figura 1 y mostrábamos cómo las organizaciones empresariales podían hacer frente a los retos medioambientales convirtiéndolos en oportunidades.

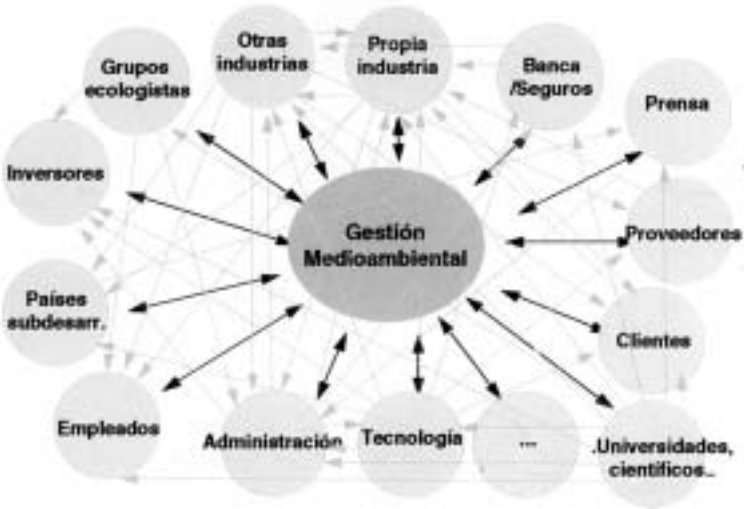


Figura 1. Modelo teórico de relación empresa-entorno

.....
 3. Rodríguez, M.A. y Ricart, J.E., "Estrategia medioambiental: principales factores y fuerzas medioambientales", *Harvard-Deusto Business Review*, nº 78, mayo-junio, 97.

Posteriormente⁴, a fin de contrastar la validez de este modelo teórico, llevamos a cabo un estudio empírico en dos fases en las que usamos dos enfoques metodológicos diferentes pero complementarios: primero profundizamos en el modelo mediante un estudio cualitativo y, posteriormente, contrastamos los resultados a través de otro de tipo cuantitativo. La metodología empleada nos permitió hacer una distinción que consideramos fundamental entre la visión de la “mayoría de las empresas españolas” y la de las “empresas españolas más avanzadas”. Fruto de este trabajo fueron los modelos empíricos de relación empresa-entorno que presentamos en las figuras 2 y 3.

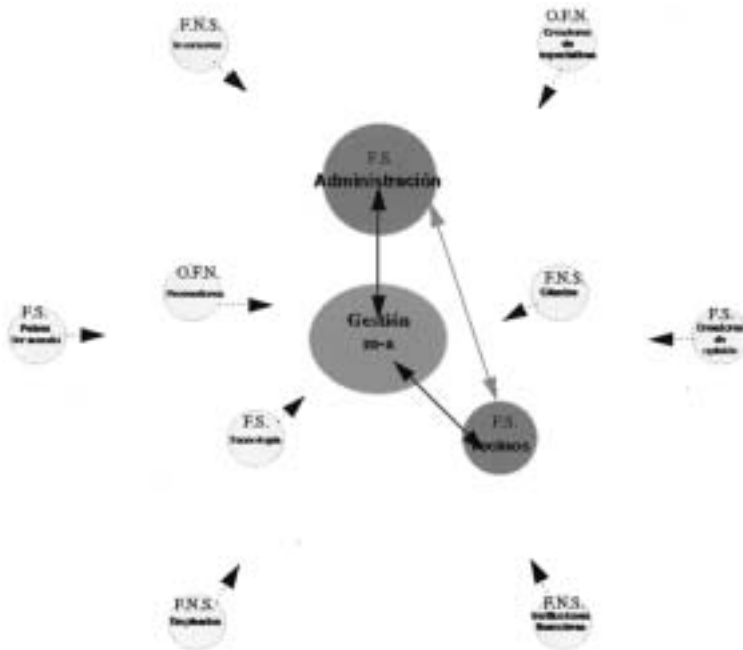


Figura 2. Modelo de relación empresa-entorno (mayoría de las compañías)

.....
 4. Rodríguez, M.A. y Ricart, J.E., *Dirección medioambiental de la empresa. Gestión estratégica del reto medioambiental: conceptos, ideas y herramientas*, Ediciones Gestión 2000, 1998.

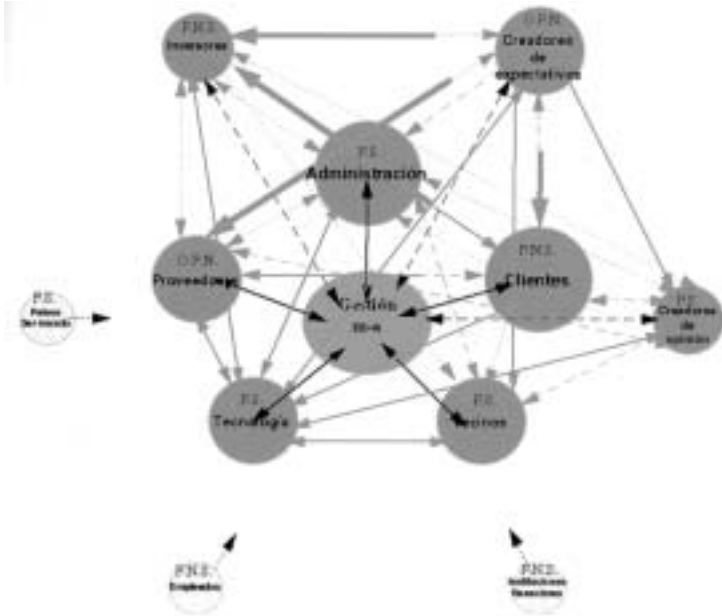


Figura 3. Modelo de relación empresa-entorno (empresas más avanzadas)

Como puede deducirse comparando ambas figuras, la visión y, por lo tanto, la actuación que tienen las empresas más avanzadas es radicalmente diferente a la que tienen la mayoría de las empresas de nuestro país. Para las primeras el medio ambiente es un tema de cariz competitivo, mientras que las segundas tienen una actitud ante él fundamentalmente reactiva. En cualquier caso, y centrándonos en el tema que nos ocupa en este artículo, lo que nos interesa resaltar es la diferente importancia que conceden a la influencia de los inversores. Para las más avanzadas, si bien consideran que hay otros factores como los clientes o la administración que son más importantes, los inversores ocupan, por motivos medioambientales, un papel de tanta relevancia como los “creadores de opinión” (término en el que englobamos a la prensa, los grupos ecologistas, la universidad y la ciencia). Además, si nos fijamos en el grosor de las flechas que muestran las interinfluencias entre los factores medioambientales y su grado de

importancia, vemos que estas empresas consideran que dos factores de negocio tan importantes como sus clientes y los “creadores de expectativas” (término que abarca a competidores y a empresas de otros sectores) pueden tener una influencia determinante en la opinión de los inversores sobre la calidad de su gestión medioambiental.

Además de los motivos que se siguen de lo apuntado más arriba, otra razón nos ha movido a escribir este artículo. Nos referimos a la reciente⁵ creación del primer fondo de inversión “verde” de nuestro país⁶. Consciente de la importante carencia que representaba para nuestro sistema financiero y para los inversores españoles en general la ausencia de un fondo de estas características, la Fundación Ecología y Desarrollo, juntamente con Renta 4, decidió promover su constitución. Aparte de las otras consideraciones más técnicas que analizaremos a continuación en este artículo, en la decisión de la Fundación influyó la idea de que, al igual que tenemos derecho a votar en las elecciones, los ciudadanos podemos también “votar” cuando tomamos nuestras decisiones de compra o cuando determinamos en qué compañías invertir nuestros ahorros. Una prueba del interés del mercado español por este tipo de fondos es que al paso dado por la Fundación Ecología y Desarrollo y Renta 4 le han seguido ya algunas otras instituciones con iniciativas similares.

En las páginas siguientes trataremos de aportar alguna luz sobre la relevancia de los fondos de inversión “verdes”. En primer lugar, veremos qué es lo que se entiende por fondo de inversión “verde” y cuáles son sus principales características. Seguidamente, analizaremos qué importancia tienen hoy en el mundo y cuál

.....

5. El 20 de enero de este año recibió la autorización del Ministerio de Economía y Hacienda y el 15 de abril quedó formalmente constituido.

6. Anteriores a éste son el Iberfondo del BCH y el Ahorro Corporación Arco Iris de Gesinca Inversiones. Sin embargo, ninguno de los dos son propiamente “verdes” según los criterios usualmente seguidos en los dos países, Estados Unidos e Inglaterra, donde este mercado goza de mayor experiencia y desarrollo. El primero invierte en empresas que no entren en conflicto con la moral católica y el segundo en empresas comercializadoras de tecnologías medioambientales. Ninguno de ellos tiene en cuenta el rendimiento medioambiental de las empresas seleccionadas.

es su comportamiento financiero en comparación con el de los otros fondos de inversión. Asimismo, explicaremos en detalle qué criterios suelen seguir los gestores de estos fondos a la hora de evaluar a las compañías y decidir en cuáles invertir. Por último, terminaremos comentando las implicaciones que la existencia de estos fondos tienen para las empresas y, en suma, evaluando hasta qué punto influye el medio ambiente en la actuación de las empresas.

¿Qué es un fondo de inversión “verde”?

La sabiduría popular mantiene que ética y dinero son dos cuestiones que de ninguna manera se pueden mezclar y, de mezclarse, jamás producirán resultados positivos a aquellos idealistas que lo intenten. Pues bien, la sabiduría popular se equivoca esta vez. Los inversores éticos, como se les llama en Canadá, Australia y el Reino Unido, o socialmente responsables, como son llamados en EE.UU., han demostrado que a la sabiduría popular le ha faltado amplitud de miras por una vez. Como dijo un editorial del *Financial Times* (1990): “Les guste o no, los días en los que se podían tomar decisiones de inversión en una atmósfera de aislamiento social y moral están contados”.

Aunque ya se había manifestado durante la guerra de Vietnam, el fenómeno de las inversiones socialmente responsables, tal y como lo conocemos hoy, empezó como respuesta al régimen de “apartheid” existente en Sudáfrica, cuando muchos inversores decidieron que no querían financiar a compañías con negocios en dicho país ya que eso conllevaba fomentar la política de “apartheid.” Desde ese momento se creó la primera criba (*screen*) y el fenómeno de las inversiones socialmente responsables empezó a madurar.

Una de las definiciones más concretas de lo que es una inversión ética viene de *The Ethical Investment Research Service (EIRIS)*, una de las instituciones europeas que lleva más tiempo trabajando en este campo: “Invertir éticamente significa elegir mecanismos de inversión que reflejan tus valores”.

Ha habido autores que han argumentado que inversiones éticas y verdes son dos conceptos completamente diferentes, pero la corriente mayoritaria está en desacuerdo. Ambos tipos de inversiones, tanto verdes como socialmente responsables, están impulsadas por la creencia de que invertir el dinero de cada uno significa mucho más que ganar la mayor cantidad de dinero posible. Por el contrario, significa comprometer los recursos en línea con las creencias de cada uno. Además, en casi todas las inversiones socialmente responsables, utilicen el término ético o “verde”, ambos aspectos están cubiertos. Resulta impensable un tipo de inversión autodenominado socialmente responsable o ético que resulte perjudicial al medioambiente. Sería como una mesa con tres patas. Del mismo modo resultaría poco coherente una inversión “verde” que no se preocupara por las condiciones sociales de las empresas en las que invierte. En cada momento de la evolución de una sociedad existe un mínimo común denominador moral, por debajo del cual los comportamientos individuales, sociales y empresariales no resultan aceptables. Por ello puede resultar más apropiado hablar de inversiones socialmente responsables.

Un fondo de inversión socialmente responsable es, por tanto, un fondo en que a las inversiones, aparte de ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, se les exige además que estén de acuerdo con la moral, valores y sistema de creencias de cada uno. La inversión ética es, por consiguiente, un concepto muy sencillo; es una filosofía de inversión que mezcla objetivos éticos, medioambientales y sociales con objetivos puramente financieros. Desde este punto de vista pueden aplicarse tantas cribas como valores morales existen. Desde el punto de vista del inversor, hay multitud de fondos entre los que elegir. Por ello el primer paso que han de dar dichos fondos consiste en decidir cuáles son las preocupaciones sociales de cada cual y, a partir de ahí, decidir cuáles son las empresas que han de ser excluidas dados los criterios que se apliquen.

Generalmente hay dos pasos en el proceso de cribado (*screening*) de las empresas que pueden ser objetivo de inversión en este tipo de fondos. En un primer momento se trata de utilizar cri-

terios negativos, rechazando la inversión en determinadas empresas cuya actuación social es inaceptable para los gestores y los partícipes en el fondo de inversión. La producción de armas, de energía nuclear y de tabaco son tres ejemplos de criterios negativos utilizados por estos fondos. La exclusión de esta última industria se ha convertido en el denominador común de casi todos los fondos socialmente responsables que operan en el mundo.

En EE.UU. más del 97% de los gestores que operan carteras o fondos con cribas sociales o medioambientales evitan invertir en empresas tabaqueras. Otras cribas incluyen: juego 72%; comercio de armas 69%; alcohol 68%, aborto 50%; medio ambiente 37%; relaciones laborales 25%; derechos humanos 23%, protección de los animales 7% (*Social Investment Forum, 1997*). Este proceso de cribado es similar en otros países como Gran Bretaña, Canadá y Australia aunque con particularidades; por ejemplo, en Gran Bretaña virtualmente todos los fondos éticos aplican algún tipo de criba relacionada con la participación en el comercio de armas, y más del 90% en lo que se refiere a la producción de energía nuclear. Además, en aquel país se presta una especial atención a los derechos de los animales: el 100% de los fondos evitan invertir en aquellas empresas que proporcionan servicios de experimentación con animales. Vemos, por lo tanto, cómo el calificativo "socialmente responsable" se obtiene actuando de acuerdo a las diversas convicciones de cada sociedad.

Además de los criterios negativos que hemos visto, la selección se basa en criterios positivos. Como dice Sparkes en su conocida obra *The Ethical Investor*,⁷ "la prensa ha tendido a centrarse en los criterios y los aspectos negativos de las inversiones éticas, pero hay que dejar claro que, desde el principio, la mayor parte de los fondos han tenido una intención positiva de beneficiar a la comunidad. Los americanos han tenido más éxito a la hora de transmitir el mensaje positivo implícito en todo proceso de inversión socialmente responsable. El enfoque positivo complementa al negativo. Aquellos que adoptan ese enfoque positivo buscan

.....
7. Sparkes, R., *The Ethical Investor*, London, Harper Collins, 1995

invertir en empresas que mejoran la calidad de vida. Esas empresas producen bienes o servicios de gran calidad y tienen buenas relaciones con sus empleados y con las comunidades en las que operan. Este enfoque presupone que todos los aspectos positivos indican la probabilidad de obtener una rentabilidad mayor en la inversión, lo cual es una presunción correcta.”

Este enfoque positivo es adoptado por la mayor parte de los fondos existentes. Si exceptuamos algunos fondos estadounidenses, que únicamente evitan invertir en empresas tabaqueras, generalmente, se utilizan criterios positivos de carácter cualitativo, que evalúan cuatro áreas:

1. **Obra Social.** Participación de la empresa en la comunidad en la que desarrolla sus actividades.
2. **Relaciones laborales.** Otro buen indicador de la calidad de una empresa es ver cómo ésta trata a sus empleados.
3. **Medioambiente.** Actuaciones de las empresas por delante de la norma o de la práctica habitual en sus sectores.
4. **Productos y servicios.** Ver si las empresas ofrecen productos y servicios que mejoran la calidad de vida de sus usuarios.

Así pues el proceso de evaluación de las empresas se efectúa realizando una valoración global de las mismas. Conviene resaltar que nunca se puede hablar en términos absolutos en cuanto a lo “ético” y “no ético,” ya que ello nos llevaría a no poder considerar ninguna empresa como objetivo de inversión. Parafraseando a Peter Kinder⁸: “La empresa perfecta y socialmente pura no existe, no se pueden hacer distinciones entre blanco y negro. Los inversores socialmente responsables saben reconocer diversos tonos de grises. Por ejemplo: a Coca-Cola se le puede acusar de vender

.....

8. Peter Kinder es presidente de la gestora KLD, creadora del Domini Social Index: - compuesto por 400 compañías que cumplen unos estrictos criterios de responsabilidad social y cuya rentabilidad viene siendo superior a la del S&P 500 durante los últimos años. KLD es asimismo una de las gestoras de fondos socialmente responsables más respetada de EEUU.

agua azucarada al tercer mundo, pero comparte sus plantas de depuración de aguas con la comunidad. Son un motor económico de los países en vías de desarrollo.”

A la hora de efectuar el cribado es decir, el proceso de decisión acerca de si una empresa es merecedora o no de figurar en la cartera de un fondo socialmente responsable, hay 5 posibles estrategias a seguir (Lowry, 1993):

1. **Todo o nada.** Es la estrategia más estricta y, como tal, la más difícil de aplicar. Algunos sectores productivos son altamente contaminantes, y un proceso de cribado absoluto por ejemplo en temas como residuos impediría recompensar a aquellas empresas que están en vanguardia a la hora de tratar estos temas.
2. **Impacto proporcional.** Parte de la base de que por toda producción industrial hay que pagar un precio. La cuestión es, ¿qué precio? Este tipo de aproximación es utilizando por fondos como el **Pax World Fund**: por ejemplo, en su tratamiento del comercio y venta de armamento o sistemas de defensa no excluyen a las empresas que proporcionan el *catering* al ejército.
3. **Mejor de la industria.** Empresas en el mismo sector de actividad compiten entre ellas para obtener los mejores registros en un conjunto de temas sociales. Hay fuentes⁹ que permiten identificar la mejor empresa en cada campo social y ambiental. El problema se resuelve eligiendo entre ellas.
4. **Participación primaria versus participación secundaria.** Esta estrategia requiere que los inversores decidan si les preocupa o no que alguna empresa en cartera esté involucrada de manera secundaria (a través de sus *holdings*) con alguna empresa que produce, por ejemplo, armamento. Este proceso lleva consigo decidir en qué punto de la cadena de creación de valor termina el escrutinio.

.....

9. Por ejemplo *The Council on Economic Priorities*, que otorga cada año premios a aquellas empresas destacadas en numerosos aspectos sociales.

5. Problemas reales versus problemas potenciales. Se trata de decidir excluir o no a las empresas que representan problemas potenciales además de las que representan problemas reales. Pensemos, por ejemplo, en un tema como los alimentos transgénicos. Aunque hasta el momento no se haya podido demostrar que supongan un problema real, dadas sus características sí que parecen constituir un problema potencial. ¿Debe decidirse excluir a las empresas de este sector por representar un problema potencial?

Importancia de los fondos de inversión verdes en el mundo.

La pregunta que surge inmediatamente cuando uno empieza a interesarse por este tipo de productos financieros es: ¿son de verdad rentables o son sólo para gente comprometida en la lucha por el cambio social y ambiental? Valgan los datos siguientes para sacar de dudas incluso a los más escépticos:

- Con más de 100 fondos en el mercado y más de 80 billones de pesetas invertidos en ellos¹⁰, Estados Unidos es el país donde el mercado de este tipo de productos se encuentra más desarrollado.
- A estos 80 billones cabría añadir los 100 billones de pesetas que, aunque no estén invertidos en fondos de inversión verdes, son directamente controlados en Estados Unidos por accionistas que ejercen la *shareholder advocacy*. Ésta es una práctica que consiste en utilizar el poder de voto en las juntas generales de accionistas para modificar el comportamiento de las corporaciones en temas sociales y medioambientales¹¹.
- Alrededor del 10% del dinero invertido en fondos de inversión en Estados Unidos lo está en fondos comprometidos socialmente. Además, el mercado de este tipo de productos,

.....
10. Fuente: Social Investment Forum, 1999

11. Fuente: Social Investment Forum, 1998

computado como la cantidad de dinero invertida con compromiso social, viene creciendo a una velocidad tres veces superior a la de los productos convencionales¹².

- En dos años, de 1995 a 1997, la cantidad invertida en EE.UU. en fondos socialmente responsables se ha incrementado un 326% pasando de alrededor de 25 a más de 80 billones de pesetas.
- En 1998, diez de los catorce fondos estadounidenses socialmente responsables con una capitalización superior a 15.000 millones de pesetas, obtuvieron las máximas puntuaciones de las agencias Morningstar, Lipper o ambas. Como es bien sabido, estas agencias son la Biblia del mundo financiero y otorgan sus calificaciones de acuerdo, entre otros, a criterios de rendimiento. Además, el 25% de estos fondos se situaron entre el 10% de los mejores de su categoría durante el periodo de tres años terminado el 31-12-98¹³.
- Gestoras tan sobresalientes como Merrill Lynch o Salomon Smith Barney ya han empezado a ofrecer productos, bien sea gestión de patrimonios o fondos socialmente responsables, que ya les suponen cientos de miles de millones de pesetas.
- En Estados Unidos ya hay dos respetados índices que sólo incluyen empresas socialmente responsables¹⁴: el DOMINI 400 SOCIAL INDEX, compuesto por 400 empresas de las cuales 250 están incluidas en S&P 500, y el CITIZENS 300, que contiene 200 de las empresas del S&P 500 y está formado por un total de 300 empresas. El primero ha obtenido una rentabilidad en el periodo 1990¹⁵-1998 del 442.0%

.....

12. Fuente: Social Investment Forum, 1999

13. Fuente: Social Funds, 1999

14. Dow Jones & Company, creadora del famoso índice Dow Jones ha descubierto también la inversión socialmente responsable. Va a lanzar un nuevo índice global, el Dow Jones Islamic Market Index. Este índice empezará a actuar con 600 empresas de 30 países cuyos productos y servicios cumplen la ley Shari'ah.

15. El índice Domini fue lanzado en Mayo de 1990, el Citizens el 31 de Diciembre de 1994.

mejorando claramente la rentabilidad del S&P 500 que fue del 365.6%. El CITIZENS 300 INDEX, en el periodo 1994-1998, también ha demostrado la oportunidad financiera de invertir con responsabilidad social obteniendo una rentabilidad del 260.3% comparada con el 189.3 del S&P 500¹⁶.

Puede apreciarse que Estados Unidos es el país donde el mercado de la inversión socialmente responsable cuenta con más instrumentos y está, por tanto, más desarrollado. Lejos del volumen que se maneja en Estados Unidos pero con mercados que están experimentando un crecimiento en progresión geométrica están países como Gran Bretaña, Australia y Canadá. También hay experiencias de este tipo en países como Francia y Alemania, aunque a una escala inferior¹⁷. Sin duda el país europeo donde más atención se ha prestado hasta el momento al fenómeno de la inversión socialmente responsable, allí llamada inversión ética, es Gran Bretaña donde:

- Ya hay 40 fondos socialmente responsables en funcionamiento con un patrimonio superior a 525.000 millones de pesetas invertido.¹⁸
- Se prevé que el mercado alcanzará un tamaño de 2.5 billones de pesetas en el año 2003¹⁹.
- Es el sector de más rápido crecimiento en el mercado de servicios financieros con un crecimiento de casi el 50% en el periodo 1997-1998²⁰.
- Durante los últimos 5 años el capital invertido de manera socialmente responsable ha crecido aproximadamente en un 400% mientras que el sector de fondos convencionales lo ha hecho en un 200% aproximadamente²¹.

.....

16. En el año 1998 la rentabilidad de estos índices fue como sigue:

Domini 400 S. I.: 34.6% Citizens 300 S.I.:45.0% S&P 500: 28.8%

17. Otro conjunto de países, con España a la cabeza, empiezan a ofrecer Inversión Socialmente Responsable.

18. Fuente: Ethical Investment Research Service, 1999

19. Barchester Green Investment

20. Fuente: AXA Sun Life, 1999

- En cuanto a rentabilidad durante el año 1998 no se puede decidir estadísticamente cuál fue el rendimiento de este tipo de fondos comparado con sus primos convencionales, pero se puede afirmar que resultaron menos volátiles. Respecto a 1997, puede atestigüarse en cambio que los fondos socialmente responsables experimentaron una rentabilidad media del 8.1% mejorando claramente el 4.7% de sus “rivales” convencionales durante el mismo periodo²².

En la literatura encontramos tres razones fundamentales que pueden explicar cómo los fondos “verdes,” pese a limitar su universo de inversiones posibles incorporando consideraciones sociales a las puramente financieras, consiguen mejorar el rendimiento de aquellos fondos que únicamente se rigen por criterios financieros:

1. Los fondos socialmente responsables tienden a invertir en empresas de menor tamaño que, por tanto, se adaptan más fácilmente a las condiciones cambiantes del mercado.
2. Las empresas que actúan de acuerdo a determinados criterios éticos son empresas más eficientes, mejor gestionadas y, en pura lógica, se desenvuelven mejor en el mercado.
3. Uno de los argumentos preferidos por aquellos detractores de este tipo de inversiones consiste en argumentar que, al disminuir el universo de posibles inversiones por incluir consideraciones sociales, se está incrementando el riesgo de las inversiones. Este argumento queda contrarrestado con creces si tenemos en cuenta que los gestores de fondos de inversión socialmente responsables, al necesitar saber más que los gestores de fondos convencionales acerca de las empresas en las que invierten, basan sus decisiones en una información más profunda, más completa y de mayor calidad. En consecuencia, el riesgo de sus decisiones queda notablemente reducido.

.....
21. Fuente: Ethical Investment Research Service, 1999

22. Fuente: Co-operative Insurance Services

Criterios medioambientales seguidos por los fondos de inversión “verdes” a la hora de evaluar a las empresas. . . .

Tradicionalmente, a la hora de evaluar el perfil de riesgo de una compañía y decidir qué inversiones aconsejar o realizar, los analistas financieros han tenido en cuenta tanto aspectos “hard,” como reservas, ROE, ROA o costes operativos de una compañía, como otros más “soft” como su imagen y reputación, la lealtad de los clientes a sus marcas o la calidad de su gestión. Hasta hace poco, sin embargo, raramente han tenido en cuenta el rendimiento medioambiental de una compañía a la hora de evaluar si estaban ante una buena oportunidad de inversión. Incluso cuando lo han hecho ha sido porque consideraban que de una mala gestión medioambiental podían derivarse responsabilidades que podrían afectar la salud financiera de la compañía en cuestión. Es decir, han puesto el acento en el riesgo en lugar de considerar que una buena gestión medioambiental podía acrecentar las posibilidades de éxito de una empresa.

En la actualidad, como hemos visto en las páginas precedentes, un número crecientemente importante de fondos de inversión está evaluando la calidad de la gestión medioambiental de las empresas a la hora de decidir en qué compañías invertir. Los criterios que siguen los analistas de los fondos de inversión verdes son diversos. Un problema con el que se encuentran es la dificultad de comparar los informes medioambientales de las empresas por las notables diferencias existentes entre las pautas que las compañías siguen al realizarlos. Por este motivo, fondos de inversión verdes, consultores medioambientales, grupos ecologistas y algunas compañías están trabajando en el desarrollo de unas normas estándar para los informes medioambientales. En cualquier caso, la mayoría de los fondos de inversión verdes evalúan el rendimiento medioambiental de las compañías a partir de las siguientes categorías (Ditz and Ranganathan, 97):

- CANTIDADES Y TIPOS DE MATERIALES USADOS. Es decir, tanto la eficiencia de las empresas en el uso de materiales como el carácter tóxico y renovable de éstos.

- CONSUMO DE ENERGÍA. Aquí también diferencian entre los tipos de energía usados o generados.
- DESECHOS. Cantidades y tipos de desechos, así como su tratamiento, reciclaje y eliminación.
- EMISIONES DE CONTAMINANTES. Cantidades y tipos de contaminantes emitidos o vertidos a las aguas, la tierra o la atmósfera.

Como puede apreciarse, los cuatro criterios se refieren a la ecoeficiencia y sostenibilidad de las actividades de las compañías. Es decir, al tamaño de su huella ecológica en relación a su volumen de actividad.

Sin embargo, existe una tendencia a evaluar la gestión medioambiental de las empresas de una forma más holística. La razón de esta tendencia es la misma por la que numerosos analistas financieros evalúan a las compañías no sólo a partir de sus resultados financieros sino de otros aspectos como su capacidad de innovación, la satisfacción de sus clientes, la imagen o, en general, la calidad de su gestión: el primer tipo de indicadores proporciona, fundamentalmente, información sobre el pasado y el presente; con los segundos podemos prever cuál será la salud financiera de la empresa en el futuro. Por los mismos motivos, como decíamos, los fondos de inversión verdes están contemplando otros criterios además de los apuntados más arriba. Básicamente pretenden comprobar hasta qué punto la empresa ha integrado el medio ambiente en su estrategia y ha conseguido involucrar a toda la organización en la consecución de sus objetivos medioambientales. En este sentido buscan información sobre aspectos como los siguientes:

- COMPROMISO DEL MÁXIMO RESPONSABLE. Existencia de una declaración firmada sobre su compromiso personal con el tema.
- ESTRATEGIA MEDIOAMBIENTAL. En lugar de meras declaraciones más o menos grandilocuentes sobre la sostenibilidad, etc., hechos que confirmen que la empresa ha formulado unos

objetivos medioambientales, que los despliega en la organización y hace un adecuado seguimiento del avance conseguido.

- ESTRUCTURA. Nivel en la organización del máximo responsable de medio ambiente, existencia de comités de medio ambiente y nivel de sus miembros, personas especialmente dedicadas al tema, despliegue de la responsabilidad medioambiental en todas las áreas de la empresa, etc.
- COMUNICACIÓN CON “STAKEHOLDERS”. Es decir, grado de apertura y de calidad de la comunicación con todas aquellas personas o entidades que tienen algún tipo de interés o influencia en la empresa.
- INTEGRACIÓN DE TODA LA CADENA DE VALOR. Es decir, cómo está gestionando su relación con proveedores, subcontratistas, clientes, etc. en temas como selección, formación, seguimiento de su rendimiento, etc., para conseguir mejorar su impacto medioambiental.
- RENDIMIENTO MEDIOAMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS. Todo tipo de actividades (integración de opiniones externas, formación en diseño medioambiental, análisis de ciclo de vida, etc.) tendentes a promover el desarrollo de productos y servicios más amigables con el entorno.
- INVOLUCRACIÓN DE LOS EMPLEADOS. Temas como formación y sensibilización medioambiental, equipos de mejora, programas de sugerencias, satisfacción con la compañía, etc.
- IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.
- CERTIFICACIÓN DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.
- RECONOCIMIENTOS EXTERNOS.

Indudablemente, en ocasiones es difícil encontrar formas de medir cuantitativamente algunos de los criterios apuntados más arriba. Sin embargo, parece que es preferible realizar evaluaciones de tipo más cualitativo que no hacerlas en absoluto. Por otro lado, a pesar de que los indicadores de este tipo están poco desarrollados, existe la tendencia a incluir en la evaluación el tema

del impacto social de la empresa además del económico y medioambiental. Asimismo, algunos fondos están tratando de evaluar a un tiempo el rendimiento económico, medioambiental y social de las empresas en lugar de hacerlo de forma secuencial. Sin embargo, hemos de reconocer que todavía queda mucho camino por recorrer para identificar y cuantificar los vínculos existentes entre los tres aspectos.

Conclusiones e implicaciones para las empresas · · · · ·

Terminaremos el artículo con tres reflexiones que creemos que las empresas deberían tener en cuenta a la hora de valorar cómo influye o puede influir en su gestión la existencia de los fondos de inversión verdes.

1. Creación de valor. En las páginas precedentes esperamos haber explicado por qué la creciente importancia de los fondos de inversión verdes parece ser un motivo suficiente para que las empresas se esfuercen en mejorar su rendimiento medioambiental. Sin embargo, nos gustaría aclarar que, para las que lo hagan, el “premio” no está sólo en alcanzar la meta al conseguir ser seleccionadas por estos fondos. Por el contrario, las mayores recompensas las encontrarán en el propio camino. Efectivamente, obtener una “buena nota” en los criterios de evaluación que siguen los fondos verdes implica conseguir acrecentar la capacidad de creación de valor de las empresas, lo que a su vez tendrá repercusiones positivas en la consideración que la empresa merezca a los analistas financieros en general. Todo hace pensar que estamos ante un círculo virtuoso.

Existe evidente sinergia entre el rendimiento medioambiental de las empresas y su capacidad de crear valor²³. Recordemos que la finalidad de toda estrategia empresarial es mostrar hacia dónde ha de dirigirse la empresa y de qué manera a fin de conse-
.....

23. Para un detallado tratamiento del tema en el que se incluyen numerosos ejemplos véase Rodríguez, M.A. y Ricart, J.E., “Estrategia medioambiental y creación de valor,” documento de investigación de la División de Investigación de IESE, 1999.

guir unos *resultados superiores sostenibles*. En otras palabras, la estrategia debe mostrar a la empresa cómo puede crear más valor de forma sostenible en el tiempo. En este sentido, el medio ambiente influye en los tres aspectos determinantes del éxito en la obtención de dichos resultados: atractivo del sector en que compite una organización, posicionamiento de sus negocios y sostenibilidad de sus ventajas competitivas. En el atractivo del sector, porque afecta a las cinco fuerzas que lo estructuran: amenaza de que nuevas compañías entren a competir, posibilidad de que aparezcan productos o servicios sustitutivos, poder negociador de proveedores y clientes, y rivalidad entre las empresas que compiten en el sector. En el posicionamiento a nivel de negocio, porque puede influir decisivamente en los costes, las posibilidades de diferenciación y la cuota de mercado de las empresas, y en los mercados en los que están presentes. En cuanto a la sostenibilidad de las ventajas competitivas, porque no es simplemente que el medio ambiente influya sino que el propio concepto de sostenibilidad adquiere una nueva dimensión al abarcar a un tiempo los aspectos económicos y ecológicos. Por lo tanto, una primera consideración para las empresas sería que analizaran seriamente si lo apuntado aquí es aplicable a su realidad. Si fuera así, aunque la existencia de fondos de inversión verdes no influyera en los costes de capital de las empresas, tendrían no sólo la opción sino la obligación en términos estrictos de negocio de mejorar su impacto en el medio ambiente.

2. Importancia de medir y comunicar. Una segunda consideración que creemos oportuno hacer a las empresas se refiere a la importancia de establecer métricas de su rendimiento medioambiental y, como aspecto estrechamente relacionado con el anterior, de desarrollar una adecuada estrategia de comunicación. Poca gente, al menos en el mundo de la empresa, pondría hoy en duda que medir es necesario para mejorar. La filosofía de la calidad total ha dejado una huella profunda. Sin embargo, en el terreno medioambiental nos encontramos con empresas que podemos considerar como bastante avanzadas que pecan de no medir todo lo que sería

deseable y necesario. Creemos que una forma de subsanar la situación sería conseguir que el área financiero-contable se involucrara más en la gestión medioambiental de sus empresas y prestara un mayor apoyo en el tema de la medición. Conseguir una mejora en este terreno de la medición es tremendamente importante para la comunicación tanto externa como interna de la empresa. Externamente, porque la calidad y relevancia de la información saldrán ganando, y con ello, la credibilidad de la empresa ante los analistas financieros y, en general, ante todos sus “stakeholders.” Internamente, por la tendencia de las empresas a medir casi en exclusiva los costes e inversiones que suponen sus actividades de mejora medioambiental. De esta forma, la impresión que se genera es que el medio ambiente es sólo un coste. Si midieran también los beneficios y los costes evitados creemos que en la mayoría de las ocasiones el balance económico de dichas actividades sería favorable. No cabe duda de que con ello sería más fácil “vender” internamente el mensaje medioambiental a las áreas más reticentes. Además, permitiría poner de relieve en la comunicación externa los aspectos económicos positivos que tienen los avances conseguidos en este terreno, con lo cual los analistas financieros verían con mayor claridad la importancia de considerarlos en sus evaluaciones.

3. Importancia de quedar excluidas en los procesos de cribado. En un mundo donde el poder y la influencia de los consumidores continua creciendo, una perspectiva vital en el debate es cómo afecta a una compañía la opinión que de ella tengan los grupos sociales más influyentes. Es decir, en qué medida la responsabilidad social, o la falta de ella, y, por tanto, el incumplimiento de los criterios sociales de los fondos socialmente responsables puede afectarles de alguna manera. Recordemos (véase la figura 3) cómo la importancia que las compañías españolas más avanzadas daban a los inversores como factor medioambiental parecía estar basada en buena medida en la influencia que en éstos podían

ejercer los clientes y competidores y, con menor intensidad, otros factores como los proveedores, los “creadores de opinión²⁴,” los vecinos o la administración. Valga también este comentario aparecido recientemente en la revista *Green Futures*: “A lo largo de la breve historia de las grandes corporaciones, ha existido tensión o conflicto entre la práctica empresarial y los valores de la sociedad. La abolición de la esclavitud era postulada por grupos de presión, pero las compañías se resistían a ella ya que creían que el fin de la esclavitud dañaría la prosperidad comercial de las grandes corporaciones. Hoy en día, son los derechos humanos y las causas de justicia social y ambiental las que constituyen los últimos desafíos.”

La sostenibilidad es un concepto sistémico que trata de mejorar la eficiencia económica, proteger y restaurar el medioambiente y mejorar el bienestar de la gente. Básicamente, busca asegurar la justicia tanto intra como intergeneracional, tener la vista puesta en el futuro pero sin olvidar los problemas sociales del presente. Y esta concepción de la sostenibilidad es la que se encuentra detrás de los procesos de cribado que los inversores socialmente responsables llevan a cabo. Sin duda, quedarse fuera de dichos procesos puede tener indudables repercusiones para las empresas:

- Cada vez más los ciudadanos son conscientes del poder que tienen en sus manos a la hora de obligar a las empresas a mejorar su comportamiento social y ambiental. Y no satisfacer sus expectativas puede suponer para las empresas quedar excluidas de un segmento del mercado de capitales con un volumen tan importante como el que hemos visto en las páginas anteriores.
- Pero si el volumen es importante, ¿qué podemos decir de su crecimiento? Si en los últimos cinco años ha crecido un 400%, mientras que los fondos tradicionales lo hacían en un 200%, ¿qué puede pasar en los próximos años?

.....

24. Recuérdese que en este factor medioambiental englobábamos a la prensa, los grupos ecologistas, la universidad y la ciencia.

- En cualquier caso, que no cunda el pánico entre las empresas que están siendo excluidas o que consideran que pueden serlo conforme el mercado de los fondos de inversión verdes vaya creciendo. Afortunadamente, si no estamos ante un caso perdido, el rendimiento medioambiental y social de una empresa es un tema que se puede gestionar y, por lo tanto, mejorar (obteniendo con ello los beneficios a los que aludimos anteriormente).
- A partir de lo dicho más arriba, parece claro que vamos a ser testigos en los próximos años de cómo las empresas se ven obligadas por la sociedad a proporcionar información sobre su rendimiento medioambiental y social. Asimismo, veremos cómo más y más empresas se apresuran a proporcionar dicha información para satisfacer dichos requerimientos y no verse marginadas en los procesos de cribado de los fondos de inversión verdes.

En suma, desde el punto de vista de las corporaciones, el asunto que subyace detrás del fenómeno de la inversión “socialmente responsable” tiene, principalmente, dos áreas de atención: ¿qué papel deberían jugar las empresas, entendidas como ciudadanos, en la sociedad y su mejora? y ¿es jugar estos papeles, ser socialmente justo y ambientalmente sostenible, bueno para la marcha de los negocios de la empresa? Creemos que las empresas, bien de *motu proprio*, o bien a través de la presión de sus accionistas y resto de *stakeholders*, tienen un papel fundamental como motores del cambio social y ambiental. Por lo tanto, a éstas no les basta con crear valor para sus accionistas sino que han de hacerlo para la sociedad en su conjunto. Respecto a la segunda pregunta, en este artículo hemos vislumbrado cómo un comportamiento socialmente responsable tiene para las empresas indudables sinergias con sus intereses financieros.

Estamos asistiendo a un cambio estructural en la percepción de cómo los negocios se han de dirigir y en el grado de concienciación y compromiso que éstos deben manifestar a la sociedad.

Ésta es una tendencia que, lejos de disminuir, va a ir a más en los próximos años cuando cada vez más grupos sociales exijan a las empresas comportamientos correctos en otros campos diferentes al financiero. En España estamos asistiendo a los primeros pasos hacia esta nueva mentalidad con la creación de los primeros fondos de inversión socialmente responsables.

· · BIBLIOGRAFÍA

Ditz, Daryl and Ranganathan, Janet, *Measuring Up: Toward a Common Framework for Tracking Corporate Environmental Performance*, World Resources Institute, 1997.

Grimshaw, C. et. altera, *The responsible organisation: The roles and responsibilities of the Big Citizens of the 21st Century*, The Future Foundation, 1998.

Kendall, S. M., "Green Funds Provide Good Returns in Good Conscience," *CDA Wiesenberger Special Report*, 1998.

Kinder, Lyndenbergh, Domini & Co., *Investing for good: Making Money while Being Socially Responsible*, Kinder, Lyndenbergh, Domini & Co., 1998.

Lowry, R. P., *Good Money: A Guide to Profitable Social Investing in the 90s*, Norton & Company, 1993.

Merlini, M. et. altera, "Productos financieros éticos para la cooperación al desarrollo," Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación, 1997.

Rodríguez, M.A. y Ricart, J.E., "Estrategia medioambiental y creación de valor," documento de investigación de la División de Investigación de IESE, 1999.

Rodríguez, M.A. y Ricart, J.E., *Dirección medioambiental de la empresa. Gestión estratégica del reto medioambiental: conceptos, ideas y herramientas*, Ediciones Gestión 2000, 1998.

Rodríguez, M.A. y Ricart, J.E., "Estrategia medioambiental: principales factores y fuerzas medioambientales," *Harvard-Deusto Business Review*, n° 78, mayo-junio, 97.

Sparkes, R., *The Ethical Investor*, Harper Collins, 1995.

Social Investment Forum, *Report on Responsible Investing Trends in the United States*, 1998.

Idem, "Investing With Your Values: Making money, making a difference and natural investing," *The GreenMoney Journal*, 1999.

Idem, "Do the Right Thing," *The Green Futures Magazine*, April, 1999.

Idem, "Communication and Disclosure," *Accountability Quarterly*, Winter, 1999.

..... **LIBRO VERDE**
COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 18.7.2001

COM(2001) 366 final

*Fomentar un marco europeo
para la responsabilidad social
de las empresas*

R E S U M E N

1. Cada vez es mayor el número de empresas europeas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas. Su objetivo es transmitir una señal a los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG. Al obrar así, las empresas invierten en su futuro, y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad.
2. Ya en 1993, la llamada del Presidente Delors a las empresas europeas para que participaran en la lucha contra la exclusión social dio lugar a una movilización importante y a la creación de redes europeas de empresas. Más recientemente, en marzo de 2000, el Consejo Europeo de Lisboa apeló en particular al sentido de responsabilidad social de las empresas en lo relativo a las prácticas correctas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible.

3. Al afirmar su responsabilidad social y asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos y adoptan un modo de gobernanza abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad. Si bien reconoce la importancia de todos estos aspectos, el presente documento se centra, principalmente, en las responsabilidades de las empresas en el ámbito social.
4. Esta actuación da lugar a la creación de nuevas asociaciones y esferas novedosas para las relaciones existentes en la empresa, con respecto al diálogo social, la adquisición de cualificaciones, la igualdad de oportunidades, la previsión y la gestión del cambio; a nivel local o nacional, con respecto al refuerzo de la cohesión económica y social y la protección de la salud; y de manera general, a escala mundial, respecto a la protección del medio ambiente y el respeto de los derechos fundamentales.
5. El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos de empresas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables.
6. La Unión Europea está interesada en la responsabilidad social de las empresas en la medida en que puede contribuir positivamente al objetivo estratégico establecido en Lisboa: «convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social».
7. El presente Libro Verde tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas

innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo.

1. INTRODUCCIÓN

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

- La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
- La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

Las empresas y su responsabilidad social

11. A medida que las propias empresas se enfrentan a los retos de un entorno en mutación en el contexto de la mundialización y, en particular, del mercado interior, aumenta su convencimiento de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo. Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.
12. Cuando la responsabilidad social de la empresa constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos interlocutores que pueden influir realmente en su libertad de funcionamiento, los argumentos comerciales son evidentes. Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad. Así, pueden adoptar un enfoque financiero, comercial y social integrado, que desemboque en una estrategia a largo plazo que minimice los riesgos relacionados con la incertidumbre. Las empresas deben asumir su responsabilidad social a nivel internacional y europeo a lo largo de toda su cadena de producción.

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

El contexto político

13. A nivel europeo, el reto consiste en determinar la manera en que la responsabilidad social de las empresas puede contribuir al objetivo establecido en Lisboa de desarrollar una economía basada en el conocimiento competitiva, dinámica y socialmente cohesionada. El Consejo Europeo de Lisboa hizo un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible.
14. La Agenda Social Europea de la Comisión, aprobada posteriormente por el Consejo Europeo de Niza, puso de relieve el papel que puede desempeñar la responsabilidad social de las empresas para afrontar las consecuencias en materia de empleo y sociales de la integración económica y de mercados y para adaptar las condiciones laborales a la nueva economía. Además, la Cumbre Europea de Niza invitó a la Comisión a crear las condiciones para llevar a cabo una asociación eficaz con los interlocutores sociales, las organizaciones no gubernamentales, las autoridades locales y los organismos que gestionan los servicios sociales, e implicar a las empresas en dicha asociación para reforzar su responsabilidad social. El Consejo Europeo de Estocolmo acogió favorablemente las iniciativas tomadas por el sector empresarial para fomentar la responsabilidad social de las empresas e hizo referencia al Libro Verde como un medio para fomentar un amplio cambio de impresiones afin de promover nuevas iniciativas en dicho ámbito.
15. La Comunicación de la Comisión sobre desarrollo sostenible, aprobada en el Consejo Europeo de Gotemburgo, hizo hincapié en la importancia de la responsabilidad social de las empresas: *«La actuación pública también desempeña un papel fundamental a la hora de crear una mayor sensación de responsabilidad social colectiva y de establecer un marco por el que las empresas deban integrar consideraciones*

ambientales y sociales en sus actividades. [...] Debería animarse a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en materia de desarrollo sostenible en sus operaciones, tanto dentro como fuera de la Unión Europea».

16. Este debate está también vinculado con la reflexión de la Comisión en el Libro Blanco sobre la gobernanza en la Unión Europea. Al contribuir considerablemente a crear un clima favorable al espíritu de empresa, la responsabilidad social de las empresas está también relacionada con el objetivo de la Comisión de crear la «Empresa Europa», es decir, una Europa dinámica, innovadora y abierta.

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

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

17. A nivel internacional, a través de, por ejemplo, las políticas comercial y de cooperación para el desarrollo, la Unión Europea incide directamente en ámbitos relacionados con el comportamiento de los mercados. Por lo tanto, el enfoque europeo de la responsabilidad social de las empresas debe reflejar y estar integrado en el contexto más amplio en que se inscriben diversas iniciativas internacionales, tales como el pacto mundial de las Naciones Unidas (*UN Global Compact*,

2000); la Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social (*ILO's Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, 1977/2000*), y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (*OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2000*). Aunque estas iniciativas no constituyen códigos de conducta de obligado cumplimiento, en el caso de las directrices de la OCDE están apoyadas por la voluntad de los gobiernos que las han suscrito de fomentar su cumplimiento por parte de las empresas. La Comisión Europea se ha comprometido a apoyar activamente las directrices de la OCDE¹. El cumplimiento de las normas fundamentales de la OIT (libertad de asociación, abolición del trabajo forzado, no discriminación y supresión del trabajo infantil) es un componente esencial de dicha responsabilidad social; convendría reforzar su control y acatamiento².

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

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

.....

1. Las directrices de la OCDE incluyen también un mecanismo de aplicación en el que participan los gobiernos y los interlocutores sociales de los puntos de contacto nacionales. Además, su contenido abarca varios ámbitos de la responsabilidad social de las empresas, tales como el trabajo infantil y forzado, las relaciones sociales, la protección del medio ambiente, la protección de los consumidores, la transparencia y la publicación de información reservada, la lucha contra la corrupción, las transferencias de tecnología, la competencia y la fiscalidad.

2. La Comisión elaborará una Comunicación sobre el fomento de las normas laborales fundamentales y la mejora de la gobernanza social en el contexto de la mundialización.

independiente de las prácticas de responsabilidad social de las empresas, garantizando así su eficacia y credibilidad.

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

2. ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS?

20. La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.
21. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.
22. No obstante, la responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas

apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables.

23. A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las PYME a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Aunque muchas PYME ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas. Las cooperativas de trabajadores y los sistemas de participación, así como otras formas de empresas (cooperativas, mutualistas o asociativas) integran estructuralmente los intereses de otros interlocutores y asumen espontáneamente responsabilidades sociales y civiles.
24. Algunas empresas que prestan una atención adecuada a los aspectos sociales y medioambientales indican que tales actividades pueden redundar en una mejora de sus resultados y generar crecimiento y mayores beneficios. Se trata, para muchas sociedades, de una actividad novedosa de la que aún queda por hacer una valoración a más largo plazo. La incidencia económica de la responsabilidad social puede desglosarse en efectos directos e indirectos. Se pueden derivar resultados positivos directos de, por ejemplo, un mejor entorno de trabajo —que genere un mayor compromiso de los trabajadores e incremente su productividad— o de una utilización eficaz de los recursos naturales. Además, se logran efectos indirectos a través del aumento de la atención que

prestan a la empresa consumidores e inversores, que ampliará sus posibilidades en el mercado. En sentido contrario, la crítica de las prácticas comerciales desarrolladas por una empresa puede influir a veces negativamente en la opinión que se tiene de ella. Esto puede afectar a los activos fundamentales de la empresa, tales como sus marcas o imagen.

25. Las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de control social y medioambiental para evaluar los riesgos de los préstamos concedidos a las empresas y las inversiones efectuadas en las mismas. Del mismo modo, el hecho de que una empresa sea catalogada como responsable en el ámbito social, por ejemplo mediante su inclusión en un índice de valores éticos, puede favorecer su cotización y aportarle beneficios financieros.

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

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

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

2.1. Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna

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

2.1.1. *Gestión de recursos humanos*

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

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

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

2.1.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo

31. Tradicionalmente, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo se han abordado sobre todo mediante instrumentos legislativos y medidas ejecutorias. Sin embargo, la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa³.

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

.....

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

por objeto la prevención, es decir el aumento del nivel de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.

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

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

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

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

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

2.1.3. Adaptación al cambio

35. La amplia reestructuración que tiene lugar en Europa suscita preocupación entre los trabajadores y otros interesados porque el cierre de una fábrica o los recortes importantes de mano de obra pueden provocar una crisis económica, social o política grave en las comunidades. Son pocas las empresas que no necesitan una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla, y en el 2000 se produjeron más fusiones y adquisiciones que en cualquier otro año. Según un estudio, menos del 25 % de las operaciones de reestructuración logran sus objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad y mejora de la calidad y del servicio al consumidor, ya que a menudo dañan la moral, la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.
36. Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En la práctica, la forma es a menudo tan importante como el fondo para el éxito de las reestructuraciones. En particular, conviene buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abiertas. Además, la reestructuración debe prepararse bien identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.
37. La experiencia de las reestructuraciones más importantes realizadas en Europa en las industrias del carbón y del acero y los astilleros ha demostrado que la reestructuración resulta más fructífera si en ella colaboran las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores. Este proceso debería tratar de salvaguardar los derechos de los trabajadores y ofrecerles cursos de reciclaje profesional en caso necesario; modernizar los instrumentos y los procesos de producción para desarrollar las actividades del emplaza-

miento; obtener financiación pública y privada y establecer procedimientos de información, diálogo, cooperación y asociación. Las empresas debieran asumir su cuota de responsabilidad por lo que respecta al mantenimiento de la empleabilidad de su personal.

38. Comprometiéndose con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo mediante su participación en las asociaciones en favor del empleo local o la inclusión social, las empresas pueden atenuar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión.

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

2.1.4. *Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales*

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

En el ámbito del medio ambiente, estas inversiones se consideran normalmente ventajosas para todas las partes («*win-win opportunities*»), tanto para las empresas como para el entorno natural. Este principio, establecido desde hace algunos años, ha sido reconocido recientemente en el sexto programa de medio ambiente de la Comisión, donde se explica de qué manera la Unión Europea y los Estados miembros

pueden desempeñar su labor y ayudar a las empresas a detectar oportunidades comerciales y efectuar inversiones ventajosas para todas las partes. El programa contiene otras medidas dirigidas a las empresas: establecimiento de un programa de asistencia para que las empresas comprendan y cumplan los requisitos medioambientales de la Comunidad Europea; elaboración de sistemas nacionales, pero armonizados, de valoración de las prácticas respetuosas con el medio ambiente de las empresas, que identifiquen y recompensen a las que obtengan buenos resultados y fomenten los compromisos y acuerdos voluntarios.

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

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

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

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

2.2. Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa

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

2.2.1. Comunidades locales

43. La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, ya sea a nivel europeo o mundial. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. Por ejemplo, la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado de trabajo local, por lo que están directamente interesadas en que en su lugar de ubicación haya personas con las competencias que necesitan. Además, las PYME encuentran a menudo la mayoría de sus clientes en la zona circundante. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario y productor —y también como agente de la vida local— influye sin duda en su competitividad.
44. Asimismo, las empresas interactúan con el entorno físico local. Algunas dependen de un entorno limpio —aire puro, aguas no contaminadas o carreteras descongestionadas—

para su producción u oferta de servicios. Puede existir también una relación entre el entorno físico local y la capacidad de las empresas para atraer trabajadores a la región donde están radicadas. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por ello, las empresas con mayor conciencia de las cuestiones ecológicas realizan a menudo una doble contribución a la educación medioambiental de la comunidad.

45. Muchas empresas se comprometen con la sociedad local a través de, por ejemplo, el ofrecimiento de plazas adicionales de formación profesional, la colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, la contratación de personas socialmente excluidas, el ofrecimiento de servicios de guardería a sus trabajadores, el establecimiento de asociaciones con comunidades, el patrocinio de actividades deportivas o culturales a nivel local o la realización de donaciones para obras de beneficencia.
46. El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital social es especialmente importante para las empresas no locales. Las sociedades multinacionales utilizan cada vez más estas relaciones para cimentar la integración de sus filiales en los distintos mercados en que están presentes. El conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar.

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

Del mismo modo, reconociendo que garantizar un acceso universal a los servicios de interés económico general a precios razonables está en la base del modelo social europeo, algunas empresas intentan asegu-

rar tal acceso, cuando la legislación no lo garantiza, en el marco de su responsabilidad social, como sucede por ejemplo en el ámbito de los servicios bancarios básicos. Además, la CES (Confederación Europea de Sindicatos) y el CEEP (Centro Europeo de empresas de participación pública y de empresas de interés económico general) formularon una propuesta conjunta de Carta de servicios de interés general en junio de 2000.

2.2.2. Socios comerciales, proveedores y consumidores

47. Al colaborar estrechamente con sus socios comerciales, las empresas pueden reducir la complejidad y los costes y aumentar la calidad. Los proveedores no siempre se seleccionan mediante un procedimiento de concurso. Las relaciones con los socios de alianzas y empresas de riesgo compartido, así como con los franquiciados, son igualmente importantes. A largo plazo, las relaciones establecidas pueden traducirse en precios, cláusulas y expectativas equitativas y suministros fiables y de calidad. No obstante, cuando adoptan prácticas responsables en el ámbito social y medioambiental, todas las empresas deben respetar la legislación comunitaria y la normativa nacional en materia de competencia.
48. Las grandes empresas son al mismo tiempo socios comerciales de las empresas más pequeñas, ya sea en calidad de clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción. Los efectos de las medidas de responsabilidad social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En particular, este es el caso de las grandes empresas que han subcontratado una parte de su producción o servicios y que, por lo tanto, pueden haber asumido una responsabilidad social suplementaria por lo que respecta a dichos proveedores y a su personal, teniendo en cuenta que, en ocasiones, el bienestar económico de los proveedores depende mayoritariamente o totalmente de una única gran empresa.

49. Algunas empresas de gran tamaño demuestran su responsabilidad social fomentando el espíritu de empresa en su región de ubicación. Cabe citar, a título de ejemplo, los sistemas de tutoría ofrecidos por las grandes empresas a las empresas de nueva creación y las PYME locales, o la asistencia proporcionada a pequeñas empresas sobre la redacción de informes sociales o la divulgación de sus actividades en el ámbito de la responsabilidad social.
50. La aportación de capital riesgo (*corporate venturing*) es otra posibilidad al alcance de las grandes compañías para facilitar la expansión de nuevas empresas innovadoras, a través de la adquisición de una parte minoritaria del capital de empresas incipientes prometedoras y el fomento de su desarrollo. Las ventajas para ambos socios son múltiples, la gran empresa tiene así un mejor acceso a los avances innovadores y la pequeña empresa puede acceder con mayor facilidad a los recursos financieros y al mercado.
51. Como parte de su responsabilidad social, se espera que las empresas intenten ofrecer de manera eficaz, ética y ecológica los productos y servicios que los consumidores necesitan y desean. Se espera que las empresas que establecen relaciones duraderas con sus clientes, centrando toda su organización en la comprensión de lo que estos desean y ofreciéndoles una calidad, seguridad, fiabilidad y servicio superiores, obtengan mayores beneficios. La puesta en práctica del principio según el cual los productos se diseñan pensando en que puedan ser utilizados por el mayor número de personas posible, incluidos los consumidores afectados por una discapacidad, es un ejemplo importante de la responsabilidad de las empresas en el ámbito social.

2.2.3. Derechos humanos

52. Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades

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

53. Una innovación esencial del acuerdo de Cotonú es el reconocimiento de la lucha contra la corrupción como «elemento fundamental» y la referencia explícita a la corrupción como uno de los principales problemas pendientes en el ámbito del desarrollo. Los casos graves de corrupción, «incluidos los sobornos que llevan a esa corrupción», pueden justificar la suspensión de la cooperación. La inclusión de una cláusula semejante en el acuerdo no sólo pretende dar una señal inequívoca a los receptores de ayuda, sino también fomentar una mayor transparencia en las actividades de los inversores europeos y otros agentes. La UE y los países ACP han acordado un procedimiento específico de resolución de tales casos de corrupción (art. 9).

54. Bajo la creciente presión de ONG y grupos de consumidores, cada vez hay más empresas y sectores que adoptan códigos de conducta en materia de condiciones laborales, derechos humanos y aspectos medioambientales, dirigidos en particular a sus subcontratistas y proveedores. Lo hacen por diversas razones, especialmente para mejorar su imagen empresarial y reducir el riesgo de que los consumidores reaccionen negativamente. No obstante, los códigos de conducta no pueden sustituir las legislaciones nacionales, comunitarias e internacionales ni las normas de obligado cumplimiento: estas garantizan niveles mínimos aplicables a todos, mientras que los códigos de conducta y otras iniciativas voluntarias sólo pueden completarlas y fomentar la introducción de niveles de protección más elevados por parte de quienes las suscriben.

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

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

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

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

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

56. A pesar de que los códigos de conducta voluntarios pueden contribuir a fomentar el cumplimiento de las normas internacionales de trabajo, sólo son eficaces si se aplican y controlan adecuadamente. Por ejemplo, los códigos de conducta pueden obligar a los subcontratistas que trabajen para varias empresas multinacionales a cumplir numerosos criterios diferentes en materia de salarios, jornada laboral y otras condiciones sociales. Así pues, tales códigos deberían basarse en los convenios fundamentales de la OIT, tal como se determinan en la Declaración de la OIT de 1998 relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y las directrices de la OCDE para empresas multinacionales, y prever la participación de los interlocutores sociales y las partes interesadas de los países en vías de desarrollo en que se apliquen.
57. En todos los niveles de la organización y de la cadena de producción deberían aplicarse códigos de conducta. Es importante que las empresas faciliten información completa sobre dicha aplicación, en particular a las comunidades locales, en el marco de un diálogo continuo con las mismas. También es esencial que faciliten formación sobre su aplicación a los directivos, los trabajadores y las comunidades locales. Además, debe hacerse hincapié en la necesidad de «perfeccionamiento», es decir en la mejora progresiva y continua del propio código y de los niveles de protección. En el caso del trabajo infantil, las empresas no sólo deberían respetar la letra de los convenios de la OIT descartando a los contratistas que emplean niños, sino que deberían también, por ejemplo, ayudar a combatir la pobreza infantil apoyando la educación de los niños.
58. Por lo que respecta a los derechos humanos, es necesario un control continuo de la aplicación y el respeto de los códigos. Dicho control debería diseñarse y realizarse ateniéndose estrictamente a las normas y reglas aplicables a las organizaciones y personas que llevan a cabo la denominada «auditoría social». Un control en el que participen los interesados, por ejemplo, las autoridades públicas, los sindicatos y las ONG,

es importante para garantizar la credibilidad de los códigos de conducta. Lograr un equilibrio entre los sistemas internos y externos de control podría aumentar su rentabilidad, especialmente en el caso de las PYME. En consecuencia, debe garantizarse una mayor transparencia y una mejora de los mecanismos de información de los códigos de conducta.

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

2.2.4. Problemas ecológicos mundiales

59. Debido al efecto transfronterizo de muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo de recursos en el mundo entero, éstas son también actores en el medio ambiente mundial. Por ello, pueden tratar de obrar con arreglo a su responsabilidad social tanto a nivel europeo como internacional. Por ejemplo, pueden fomentar la reducción del impacto ambiental de sus actividades a lo largo de su cadena de producción en el marco del planteamiento PIP y hacer mayor uso de herramientas europeas e internacionales vinculadas a la gestión y a los productos. La inversión y las actividades sobre el terreno de las empresas en terceros países pueden tener efectos directos sobre el desarrollo económico y social de dichos países.
60. El debate sobre el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible está cobrando mayor importancia en la escena internacional. El Secretario General de las Naciones Unidas ha lanzado la iniciativa «pacto mundial» con el objeto de que las empresas colaboren en la consecución de mejoras sociales y medioambientales a nivel mundial. Las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales fomentan también el desarrollo sostenible. La Comunicación de la

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

3. ENFOQUE GLOBAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS.

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

3.1. Gestión integrada de la responsabilidad social

- 63. La forma en que las empresas abordan sus responsabilidades y sus relaciones con sus interlocutores varía en función de diferencias sectoriales y culturales. En un primer momento, las empresas tienden a adoptar una declaración de principios, un código de conducta o un manifiesto donde señalan

sus objetivos y valores fundamentales, así como sus responsabilidades hacia sus interlocutores. A continuación, estos valores han de traducirse en medidas en toda la empresa, de las estrategias a las decisiones cotidianas. Esto les obliga a añadir una dimensión social o ecológica a sus planes y presupuestos, evaluar los resultados en estos ámbitos, crear «comités consultivos locales», realizar auditorías sociales o medioambientales y establecer programas de formación continua.

64. A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores deben adoptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que se añaden a los que aprendían tradicionalmente a tener en cuenta. Los modelos tradicionales de comportamiento empresarial, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionan una formación suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno.
65. Para responder a la necesidad de incluir la responsabilidad social en la formación de los directivos y trabajadores actuales y de prever las cualificaciones que necesitarán los directivos y los trabajadores en el futuro, es normal ofrecer en las carreras de empresariales cursos y módulos de ética empresarial, aunque sólo suelen abarcar una parte de lo que se entiende por responsabilidad social de las empresas.

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

3.2. Informes y auditorías sobre la responsabilidad social

66. Muchas empresas multinacionales publican informes sobre su comportamiento en materia social. Al contrario que los informes sobre salud y seguridad, que son corrientes, escasean los que abordan temas como los derechos humanos y el trabajo

infantil. Además, el enfoque de los informes sociales adoptado por las empresas es tan variado como su comportamiento en el ámbito de la responsabilidad social. Para que dichos informes sean útiles, es preciso un acuerdo general sobre el tipo de información que debe facilitarse, el formato de presentación y la fiabilidad del procedimiento de evaluación y auditoría.

67. Pocas facilitan detalles sobre sus políticas y comportamiento en el ámbito de los recursos humanos y en cuestiones de empleo tales como la negociación y el reconocimiento, la consulta y formación del personal o la responsabilidad de los consejos de administración. En 1998, el *Grupo de alto nivel sobre las consecuencias económicas y sociales del cambio industrial*, creado a petición del Consejo Europeo, invitó a las empresas con más de 1.000 trabajadores a publicar por propia iniciativa un «Informe sobre la gestión del cambio», es decir un informe anual sobre el empleo y las condiciones laborales. El Grupo indicó que el Informe debería elaborarse después de consultar a los trabajadores y a sus representantes con arreglo a las prácticas nacionales. El Grupo propuso un marco para abordar las políticas, prácticas y resultados en el ámbito del empleo y las condiciones laborales, en particular la previsión del cambio estructural, la comunicación, la participación de los trabajadores y el diálogo social, la educación y la formación, la salud y seguridad en el lugar de trabajo y la igualdad de oportunidades.
68. Además, tal como sugirió este Grupo de alto nivel, la Comisión propuso en su Agenda de Política Social que se creara un observatorio de los cambios industriales a fin de establecer un enfoque proactivo para prevenir y gestionar el cambio. La Fundación de Dublín ha incluido ahora esta iniciativa en su programa de trabajo de cuatro años y ha puesto de relieve el papel que le corresponde en la comprensión y previsión del cambio para adoptar las decisiones más adecuadas y para ayudar a los principales agentes a comprender, prever y gestionar el cambio industrial mediante la puesta a disposición de informaciones fiables y objetivas.

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

Se espera que la Recomendación de la Comisión relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas, que se adoptó el 30 de mayo de 2001, contribuya de manera importante a elaborar información útil y comparable sobre cuestiones de medio ambiente en la UE. (http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/company/account/news/01-814.htm) En el contexto de las negociaciones comerciales, la Comisión ha emprendido una evaluación del impacto, en términos de desarrollo sostenible, de la nueva ronda de negociaciones de la OMC, y se ha comprometido a llevar a cabo evaluaciones similares de otras negociaciones comerciales, por ejemplo de las celebradas actualmente entre la UE y Chile-Mercosur.

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

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

70. Diversas organizaciones elaboran normas para la rendición de cuentas, la presentación de informes y la auditoría en materia social. El enfoque adoptado varía de unas normas a otras. Hay normas sobre los procesos y los resultados, normas voluntarias u obligatorias, normas relativas a uno o varios temas, y sólo algunas cubren todas las cuestiones relacionadas con la responsabilidad social.

71. Hay iniciativas internacionales importantes como la norma Responsabilidad Social 8000 y la *Global Reporting Initiative*, que se centran en la internacionalización de las normas sociales, la información pública, y la elaboración de informes sociales. No obstante, la complejidad que supone la elaboración de normas aplicables en cualquier medio cultural y país ha provocado grandes controversias. Las normas internacionalmente acordadas, tales como los convenios fundamentales

de la OIT, identificados en la Declaración de 1998, son, por su carácter universal, la base más apropiada para dichas iniciativas.

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

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

72. Además, es necesario facilitar a las empresas, sobre todo a las PYME, orientación e instrumentos que les permitan informar de manera eficaz sobre sus políticas, procedimientos y resultados en el campo de la responsabilidad social. Las grandes empresas pioneras en la materia pueden ayudar en este ámbito a las PYME compartiendo su experiencia y sus conocimientos técnicos.
73. La comprobación por terceros independientes de la información publicada en los informes de responsabilidad social es también necesaria para no dar la impresión de que los informes son meros ejercicios de relaciones públicas sin contenido real. De hecho, ya empieza a haber empresas que ofrecen dichos servicios, que deberían prestarse con arreglo a normas acordadas. La participación de distintos interlocutores, incluidos sindicatos y ONG, podría aumentar la calidad de dicha verificación.

3.3. Calidad en el trabajo

74. Los trabajadores son interlocutores importantes de las empresas. Además, la asunción de la responsabilidad social requiere un compromiso por parte de la dirección de la empresa, pero también una visión innovadora y, por consiguiente, nuevas cualificaciones y una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo bilateral que permita estructurar las reacciones y los ajustes. El diálogo social con los representantes de los trabajadores, que es el principal mecanismo para definir la relación entre una empresa y sus trabajadores, desempeña por lo tanto un papel fundamental en el marco más amplio de la adopción de prácticas socialmente responsables.
75. Por añadidura, como las cuestiones sobre responsabilidad social de las empresas son múltiples y afectan prácticamente a todas las actividades empresariales, debe consultarse ampliamente a los representantes de los trabajadores sobre las políticas, programas y medidas, como se prevé en el proyecto de Directiva de la Comisión por la que se establece un marco general relativo a la información y la consulta de los trabajadores en la Comunidad Europea (COM(98)612). Además, debe ampliarse el diálogo social a las cuestiones sociales y medioambientales de las empresas y los instrumentos para mejorarlas mediante, por ejemplo, la sensibilización de la dirección y los trabajadores, programas de formación, programas de orientación de las empresas en los ámbitos social y ecológico, y sistemas de gestión estratégica que incluyan consideraciones económicas, sociales y ecológicas.
76. Algunas empresas reconocen también el vínculo existente entre los resultados conseguidos por lo que respecta al medio ambiente y el aumento de la calidad de los empleos. La adopción de tecnologías limpias puede propiciar la mejora de dichos resultados. De por sí, estas tecnologías están asociadas normalmente a empleos relacionados con la tecnología punta y más gratificantes para los trabajadores. Por tanto, su adopción puede mejorar simultáneamente los

logros de la empresa en lo tocante a la protección del medio ambiente y la satisfacción laboral de los trabajadores, aumentando al mismo tiempo la rentabilidad.

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

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

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

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

3.4. Etiquetas sociales y ecológicas

79. Las encuestas⁴ muestran que los consumidores no sólo quieren productos buenos y seguros, sino también tener la seguridad de que se producen de manera responsable desde el

4. Fuente: MORI (2000).

punto de vista social. Para la mayoría de los consumidores europeos, el comportamiento social de una empresa influye en las decisiones de compra de un producto o servicio. Esto crea perspectivas comerciales interesantes, ya que un número considerable de consumidores afirma estar dispuesto a pagar más por tales productos, aunque por el momento sólo lo haga efectivamente una minoría. Las cuestiones que más preocupan a los consumidores europeos son la protección de la salud y la seguridad de los trabajadores, el respeto de los derechos humanos en el funcionamiento de la empresa y en toda la cadena de suministros (por ejemplo, la no utilización del trabajo infantil) y la protección general del medio ambiente, sobre todo la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

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

Para ser creíbles, las etiquetas sociales y ecológicas requieren un control continuo de los lugares de trabajo efectuado con arreglo a normas acordadas.

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

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

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

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

3.5. Inversión socialmente responsable

84. En los últimos años ha aumentado mucho la popularidad de la inversión socialmente responsable (ISR) entre los grandes inversores. Las políticas responsables en los ámbitos social y ecológico son para los inversores un indicador de buena gestión interna y externa. Dichas políticas contribuyen a minimizar los riesgos anticipando y previniendo crisis que pueden dañar la reputación y provocar caídas espectaculares del

valor de las acciones. La demanda de fondos ISR está aumentando rápidamente en Europa y las empresas de inversión más importantes responden a este incremento de la demanda sacando al mercado más fondos de este tipo, pero se ha publicado poca información sobre su número, su importancia y sus resultados, salvo en el Reino Unido, donde la inversión socialmente responsable constituye el 5 % de todos los fondos invertidos.

85. Los fondos ISR invierten su capital en empresas que cumplen criterios sociales y ecológicos específicos. Dichos criterios pueden ser negativos, lo que excluye a las empresas tabaqueras y productoras de bebidas alcohólicas y armas. Los criterios pueden ser también positivos y dirigirse a empresas activas en el ámbito social y medioambiental. Otra posibilidad importante con la que cuentan los inversores para conseguir que la dirección de una empresa adopte prácticas socialmente responsables es el «activismo accionarial». Se espera que este activismo cobre mayor relevancia a medida que aumente la importancia otorgada a las cuestiones de gobernanza empresarial y el desarrollo de los fondos de pensiones.
86. No obstante, para que la ISR aumente más, los mercados financieros deben ser más conscientes de sus posibilidades de rentabilidad. A semejanza del *Social Investment Forum*, que se creó en 1991 en el Reino Unido, recientemente se han establecido foros de inversión social (FIS) en Francia, Alemania, los Países Bajos e Italia para ofrecer información sobre las políticas de responsabilidad social de las empresas y favorecer y promover el desarrollo de la ISR. Se espera que el foro de inversión social europeo, una red de FIS nacionales, apoye la expansión futura de la ISR.

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

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

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

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

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

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

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

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

4. PROCESO DE CONSULTA

89. El presente Libro Verde invita a las autoridades públicas de todos los niveles, incluidas las organizaciones internacionales, las empresas (desde las PYME hasta las multinacionales), los interlocutores sociales, las ONG y a cualquier parte afectada o persona interesada a expresar su opinión sobre la manera de establecer una asociación para crear un nuevo marco destinado a fomentar la responsabilidad social de las empresas, teniendo en cuenta los intereses tanto de las empresas como de las distintas partes involucradas. Las empresas deben colaborar con las autoridades públicas para encontrar maneras innovadoras de desarrollar esa responsabilidad social. Dicha asociación podría contribuir considerablemente a la promoción de un modelo de responsabilidad social de las empresas basado en valores europeos.

90. La palabra «marco» debe interpretarse en sentido amplio. Las propuestas deben tener en cuenta que la responsabilidad social tiene carácter voluntario y mostrar de qué manera puede contribuir a conseguir un desarrollo sostenible y un

modo de gobernanza más eficaz. El nivel y el contenido de dicho marco deberían precisarse durante los debates previstos en el proceso de consulta del presente Libro Verde.

91. Las instituciones europeas —Parlamento, Consejo de Ministros, Comisión—, así como el Comité Económico y Social y el Comité de las Regiones, pueden promover el debate, aportar apoyo político y organizar el intercambio de informaciones y conocimientos sobre la responsabilidad social de las empresas.

92. Las principales cuestiones son las siguientes:

El papel de la UE

¿Qué podría hacer la Unión Europea para fomentar el desarrollo de la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional? En particular, ¿debería la UE aportar un valor añadido a las actividades socialmente responsables y completarlas:

- elaborando un marco europeo general, en asociación con los principales agentes en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas, tendente a promover la transparencia, la coherencia y las buenas prácticas en materia de responsabilidad social;
- fomentando el consenso sobre las buenas prácticas en materia de evaluación y control de la responsabilidad social de las empresas y apoyando dichas prácticas;
- o por qué otro medio?

Empresas y responsabilidad social

- ¿Cuál es el papel de la responsabilidad social de las empresas en sus estrategias comerciales?
- ¿Cuáles son las razones que pueden llevar a las empresas a asumir su responsabilidad social? ¿Qué expectativas subyacen tras tales compromisos? ¿En qué ámbitos se centran dichos compromisos? ¿Qué beneficios obtienen las empresas?

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

Agentes e interlocutores principales

- ¿Cuáles son las mejores maneras de establecer y desarrollar un proceso de diálogo estructurado entre las empresas y sus diversos interlocutores en materia de responsabilidad social empresarial?
- ¿Qué papel deberían desempeñar los principales agentes, es decir las empresas, los interlocutores sociales, las autoridades públicas y las ONG, para fomentar la responsabilidad social de las empresas?
- ¿Cómo puede fomentar la Unión Europea una mayor aplicación de los principios de la responsabilidad social de las empresas a través de sus políticas, tanto a nivel europeo como internacional, incluido en el marco de su diálogo político y sus acuerdos de asociación, sus programas y su presencia en los foros internacionales?

Evaluación y eficacia

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

Acciones de fomento de la responsabilidad social de las empresas

- ¿Qué acciones son las más adecuadas para fomentar el desarrollo de la responsabilidad social de las empresas? ¿Qué niveles (empresarial, local, regional, sectorial, nacional, europeo e internacional) son los más apropiados para realizar las acciones mencionadas?
 - Dichas acciones podrían incluir:
 - el fomento de la formación y el reciclaje, para garantizar que los directivos tengan las habilidades y competencias necesarias a fin de desarrollar y promover la responsabilidad social de las empresas;
 - la difusión y el intercambio de información, en particular sobre las buenas prácticas en materia de responsabilidad social de las empresas, el establecimiento de normas, la evaluación comparativa y el seguimiento, la contabilidad, la auditoría y la elaboración de informes;
 - los análisis y la investigación sobre la política social a medio plazo;
 - el análisis del papel del marco jurídico.
93. Como se indicó en la introducción, el principal objetivo del presente Libro Verde es sensibilizar y estimular el debate sobre los nuevos modos de fomentar la responsabilidad social de las empresas. En esta fase, la Comisión no desea prejuzgar los resultados de dicho debate formulando propuestas concretas de acción. El presente Libro Verde se difundirá ampliamente y esperamos que se debata a nivel local y nacional, así como a nivel europeo.

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

- European Commission
CSR Green Paper Consultation
Rue dela Loi/Wetstraat 200
B - 1049 Bruxelles/Brussel
- CSR@CEC.EU.INT

ANEXO

CONCEPTOS

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

nar los talleres de economía sumergida. Los criterios de etiquetado se basan normalmente en los convenios fundamentales de la OIT.

- **Comercio justo** y equitativo: se define como una solución alternativa al comercio internacional tradicional. Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización y realizando campañas al efecto. Los criterios que deben cumplir los productos de este tipo de comercio varían según el producto, pero incluyen aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus cooperativas.
- **Derechos humanos**: Los derechos humanos se basan en el reconocimiento de que la dignidad intrínseca y la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo. Estos derechos se definen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. A nivel europeo, el artículo 6 del Tratado de la Unión Europea establece que la Unión Europea «se basa en los principios de libertad, democracia, respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales y el Estado de Derecho, principios que son comunes a los Estados miembros». Además, el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos, adoptado por el Consejo de Europa, es jurídicamente vinculante en todos los Estados miembros. Por último, la Carta Europea de los Derechos Fundamentales que se adoptó en Niza en diciembre de 2000 es el instrumento en el que se basan las instituciones europeas y los Estados miembros en materia de respeto de los derechos humanos, cuando actúan en virtud de la legislación comunitaria.
- **Eficiencia ecológica**: la noción de que mediante la mejora del modo en que se utilizan los recursos es posible reducir el deterioro medioambiental y los costes.

- **Espíritu empresarial responsable:** concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas pueden gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la protección del medio ambiente y se promueve la responsabilidad social.
- **Etiqueta social:** palabras y símbolos sobre un producto con las que se intenta influir en las decisiones de compra de los consumidores garantizando el impacto social y ético de una operación empresarial en otras partes interesadas.
- **Evaluación del impacto medioambiental:** análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el medio ambiente.
- **Evaluación del impacto social:** análisis sistemático del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre la situación social y cultural de las comunidades afectadas.
- **Gobernanza de la empresa:** conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. La gobernanza de la empresa facilita también la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados (Código de la OCDE, 1999).
- **Influencia de los accionistas:** voluntad de los accionistas de mejorar el comportamiento ético, social o ecológico de una empresa a través del diálogo, ejerciendo presión, apoyando una gestión responsable y votando en las asambleas generales anuales.
- **Informe social:** documento que comunica los resultados de una evaluación del impacto social.
- **Inversión solidaria o en favor de la colectividad:** apoyo a una causa o actividad particular mediante una inversión para financiarla. A diferencia de una donación, este tipo

de inversión requiere la devolución mediante reembolso (en el caso de los préstamos) o de transacción (en el de las acciones).

- **Norma:** conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente.
- **Partes interesadas/Interlocutores:** persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas (por ejemplo los trabajadores) o externas (por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financiadores, la comunidad local).
- **Seguimiento:** proceso de recopilación periódica de información para controlar los resultados con arreglo a determinados criterios.
- **Selección ética:** inclusión o exclusión de acciones en carteras de inversión por razones éticas, sociales o ecológicas.
- **Triple balance:** la idea de que el funcionamiento general de una empresa debería evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social.
- **Verificación:** certificación por un auditor externo de la validez, la pertinencia y la exhaustividad de los registros, informes o declaraciones de una empresa.

ENLACES ÚTILES DE INTERNET

Organizaciones internacionales

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

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

Instituciones de la Unión Europea

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

Organizaciones pluripartitas

- *Copenhagen Centre* (<http://www.copenhagencentre.org/>): institución internacional autónoma establecida por el Gobierno danés en 1998 a fin de promover las asociaciones voluntarias entre el Gobierno y las empresas para fomentar la cohesión social.
- *Business Partners for Development* (<http://www.bpdweb.org/>): red internacional informal en la que participan representantes del mundo empresarial, el sector gubernamental y la sociedad civil, cuyo objetivo es promover en el mundo buenos ejemplos de asociación tripartita para el desarrollo social y económico.

- CERES (<http://www.ceres.org/>): asociación sin ánimo de lucro de inversores, fondos de pensión públicos, sindicatos y grupos de interés público que trabajan en colaboración con las empresas para apoyar en todo el mundo el objetivo común de la responsabilidad ecológica de las empresas.
- El sitio *Business and Sustainable Development (BSD)* del *International Institute for Sustainable Development* (www.iisd.ca) es una fuente de múltiple información sobre el desarrollo sostenible para el sector privado.
- *Tomorrow: The Sustainable Business Toolkit* (www.tomorrow-web.com): sitio que contiene las últimas noticias mundiales sobre el medio ambiente, vínculos con informes ecológicos empresariales y otros datos de interés para las empresas.
- *Sustainable Business.com* (www.sustainablebusiness.com): sitio detallado con recursos útiles para todos los interesados en las actividades económicas que fomentan el desarrollo sostenible.
- Diseño de productos y utilización eficiente de los recursos
- *The Centre for Sustainable Design* (www.cfsd.org.uk): facilita el debate y la investigación sobre el diseño ecológico y otras consideraciones de mayor alcance relacionadas con la sostenibilidad en el desarrollo de productos y servicios.
- *Working Group on Sustainable Product Design*, UNEP (<http://unep.frw.uva.nl/>): investiga sobre productos y servicios sostenibles, e incluye una base de datos sobre los mismos.
- *The Rocky Mountain Institute* (www.rmi.org): origen del «factor 4» y del capitalismo natural.
- *Greening of Industry* (www.greeningofindustry.org): red internacional e instituto de investigación y concepción de políticas centrado en aspectos de la industria, el medio ambiente y la sociedad.

Organizaciones de empresas

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

- *International Business Leaders Forum* (IBLF) (<http://www.csrforum.com/>): organización internacional sin ánimo de lucro creada en 1990 para promover las prácticas responsables de las empresas que benefician al mismo tiempo a estas últimas y a la sociedad y que contribuyen a un desarrollo social, económico y ecológico sostenible, en particular en las nuevas economías de mercado.
- *The European Bahá'í Business Forum* (EBBF) (<http://www.ebbf.org/framinfo.htm>): red mundial de empresas centrada en Europa.
- *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (<http://www.wbcsd.ch/>): organización internacional de empresas creada en 1995 para establecer una cooperación más estrecha entre las empresas, los gobiernos y todas las demás organizaciones interesadas en la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.
- *Business for Social Responsibility* (BSR) (<http://www.bsr.org/>): red internacional de empresas creada en 1992 para ofrecer a sus miembros productos y servicios innovadores que les ayuden a asentar su éxito comercial en el respeto de los valores éticos, personales, sociales y ecológicos.
- *Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA) (<http://www.acca.co.uk/index.html>): organismo internacional que reúne a expertos en contabilidad y que promueve normas éticas y de gobernanza en todos los aspectos de la contabilidad financiera, social y medioambiental.
- *Society and Business* (<http://www.societyandbusiness.gov.uk>): guía —lanzada en marzo de 2001 por el Ministerio británico de comercio e industria— que explica los argumentos comerciales en favor de la responsabilidad social de las empresas e indica los recursos disponibles de las empresas y el Gobierno.
- *International Chamber of Commerce*: (www.iccwbo.org/home/menu_environment.asp): la Carta empresarial de desarrollo sostenible proporciona a las empresas las bases de una gestión adecuada del medio ambiente.

ONG

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

Códigos de conducta

- *Codes of conduct* (<http://www.codesofconduct.org/>): sitio web que ofrece recursos útiles a los interesados en conocer el texto completo de diversos códigos de conducta y sus disposiciones, patrocinadores y efectos en las prácticas empresariales.
- IEPCE (*European Initiative for Ethical Production and Consumption*) (<http://www.iepce.org/>): foro europeo que reúne a los principales agentes sociales y económicos que desean fomentar la producción y el consumo éticos (empresarios, sindicatos, ONG, instituciones públicas).
- *Social Accountability 8000* (SA8000) (<http://www.cepa.org/sa8000.htm>): norma voluntaria de responsabilidad social de las empresas lanzada en 1997 por el *Council on*

Economic Priorities Accreditation Agency (CEPAA), que se llama desde hace poco *Social Accountability International* (SAI). Se centra sobre todo en las prácticas laborales, por ejemplo el trabajo infantil, la libertad de asociación, el tiempo de trabajo y la remuneración. Este código internacional de responsabilidad civil se basa en la norma ISO 9000 e incluye la acreditación de los auditores y un control independiente.

- *Caux Round Table Principles for Business* (<http://www.caux-roundtable.org/>): código de conducta, adoptado por una organización tripartita de empresas, que se centra en la responsabilidad mundial de las empresas.
- *Global Sullivan Principles* (<http://www.globalsullivanprinciples.org/>): conjunto de principios elaborados por el Reverendo Leon H. Sullivan para servir de guía a las políticas sociales, económicas, políticas y medioambientales de las empresas.
- *ICFTU Basic Code of Labour Practice* (<http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN>): Código tipo de la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres sobre los derechos de los trabajadores (1997).
- *Investors in People* (<http://www.iipuk.co.uk/>): norma de calidad del Reino Unido que establece un nivel de buenas prácticas para mejorar los resultados de una empresa gracias a su recursos humanos.
- *Ethical Trading Initiative* (ETI) (<http://www.eti.org.uk/>): código del Reino Unido elaborado en el marco de una asociación entre minoristas, empresas productoras de bienes de consumo, ONG, sindicatos y el Gobierno del Reino Unido.
- *Amnesty International's Human Rights Principles for Companies* (<http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm>): código internacional que insta a las empre-

sas a proteger los derechos humanos y a cumplir las normas laborales en los países donde estas tienen establecimientos.

- *Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices for the Apparel Industry* (<http://www.cleanclothes.org/codes/cccco-de.htm>): código tipo que incluye normas laborales y un sistema de control del sector de la confección.

Etiquetas sociales

- *International Federation of Alternative Trade* (IFAT) (<http://www.ifat.org/>): federación de productores y organizaciones de comercio «alternativo».
- *European Fair Trade Association* (EFTA) (<http://www.efta-fairtrade.org/>): red europea de organizaciones de comercio justo y equitativo que importan productos de grupos de productores económicamente desfavorecidos de África, Asia y América Latina.
- *Network of European World Shops* (NEWS!) (<http://www.shared-interest.com/cust/news.htm>): red que se ocupa al mismo tiempo de los aspectos comerciales y educativos del comercio justo y equitativo.
- *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) (<http://www.fairtrade.net/>): organización paraguas que tiene por objeto coordinar el trabajo de las iniciativas nacionales de comercio justo y equitativo, aplicar de manera más eficaz los programas de seguimiento e introducir una etiqueta única para el comercio de estas características. Las iniciativas nacionales se ocupan de la comercialización y la promoción del comercio justo y equitativo en sus respectivos países.
- *The Fairtrade Mark* (<http://www.gn.apc.org/fairtrade/>): etiqueta de comercio justo y equitativo concedida a productos que cumplen los requisitos de este tipo de comercio por una fundación que tiene por objeto mejorar las condiciones comerciales de los productores del tercer mundo.

- *Max Havelaar* (<http://www.maxhavelaar.nl/english/>): etiqueta de comercio justo y equitativo concedida por una fundación neerlandesa cuyo objetivo es que los agricultores y los trabajadores de las regiones desfavorecidas del tercer mundo accedan al comercio internacional en condiciones satisfactorias (1986).
- *Transfair International* (<http://www.transfair.org/>): iniciativa de etiquetado de comercio justo y equitativo de la AELC y Transfair Alemania.
- *Rattvisemarkt* (<http://www.raettvist.se/>): etiqueta sueca de comercio justo y equitativo.

Informes sociales

- *Social & Ethical Reporting Clearinghouse* (<http://cei.sund.ac.uk/ethsocial/index.htm>): página Internet que facilita enlaces sobre las directrices, organizaciones y encuestas de los informes sociales y éticos.
- *Global Reporting Initiative* (GRI) (<http://www.globalreporting.org/>): iniciativa internacional de distintas partes interesadas para crear un marco común para la elaboración voluntaria de informes sobre el conjunto de prácticas económicas, ecológicas y sociales de las empresas. CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente lanzaron esta iniciativa en 1997. En junio de 2000, la GRI publicó las nuevas directrices para la elaboración de informes sobre el desarrollo sostenible.
- *AccountAbility 1000* (AA1000) (<http://www.accountability.org.uk/>): norma que permite medir los resultados sociales y éticos de las empresas con arreglo a criterios objetivos; publicada en noviembre de 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability, sito en el Reino Unido.

Inversión socialmente responsable

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

..... **COMISIÓN DE ÉTICA DE INVERCO**

CIRCULAR SOBRE UTILIZACIÓN POR LAS INSTITUCIONES DE INVERSIÓN COLECTIVA DE LA DENOMINACIÓN "ÉTICO", "ECOLÓGICO" O CUALQUIER OTRO TÉRMINO QUE INCIDA EN ASPECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

15 de noviembre de 1999

CONSIDERACIONES PREVIAS.

1. LA UTILIZACIÓN POR CUALQUIER INSTITUCIÓN DE INVERSIÓN COLECTIVA DE LA DENOMINACIÓN “ÉTICA”, NO SIGNIFICA QUE LAS DEMÁS IIC SE GESTIONEN CON CRITERIOS NO ÉTICOS, O QUE INVIRTAN EN EMPRESAS NO ÉTICAS, sino tan sólo que determinados criterios éticos, ecológicos o de responsabilidad social, establecidos en cada uno de los Folletos, deben ser cumplidos en la selección de las inversiones.
2. CADA INVERSOR TIENE SU PROPIO CONCEPTO DE LA ÉTICA, DE LA ECOLOGÍA O DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, por lo tanto, debe resaltarse que cada Institución de Inversión Colectiva que utilice la denominación “ética”, “ecológica” o cualquier otra que incida en aspectos de responsabilidad social, tendrá su propio ideario ético, ecológico o de responsabilidad social, y que será diferente del resto de las Instituciones de Inversión Colectiva.
3. NO DEBEN CONFUNDIRSE LAS INSTITUCIONES DE INVERSIÓN COLECTIVA ÉTICAS, ECOLOGICAS O DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LAS INSTITUCIONES DE INVERSIÓN COLECTIVA SOLIDARIAS, ya que en estas últimas, la Sociedad Gestora que, en su caso, administre la Institución de Inversión Colectiva (en adelante, IIC), cede una parte de la comisión de gestión a determinadas entidades benéficas o no gubernamentales. Sin embargo, las IIC éticas deben cumplir determinados criterios éticos, ecológicos y/o de responsabilidad social, establecidos en el Folleto, para la selección de las inversiones.

No obstante, sí puede haber una IIC ética, ecológica o que incida en aspectos de responsabilidad social, que simultáneamente sea solidaria, al combinar ambos aspectos anteriormente señalados.

1. INTRODUCCIÓN.

En los últimos años se ha observado un cierto interés en determinados países por las denominadas “inversiones con responsabilidad social o inversiones éticas”, referidas a aquellas en las que este tipo de consideraciones tienen predominio en la selección de las inversiones.

Como es lógico, las Instituciones de Inversión Colectiva (en adelante, IIC) no han sido ajenas a estas consideraciones. Así, por ejemplo, los Fondos éticos han tenido un mayor desarrollo en países como, Estados Unidos y Reino Unido, y en menor medida en Canadá y Australia:

- en el REINO UNIDO, los Fondos éticos gestionan aproximadamente un volumen de activos de 2.200 millones de libras (unos 500.000 millones de pesetas).
- en CANADÁ, existen 17 Fondos éticos, gestionados por cinco Gestoras.
- en AUSTRALIA, existen 4 Fondos éticos, con un patrimonio gestionado en torno a 40 millones de dólares (unos 6.000 millones de pesetas).

Sin embargo, en otros países de EUROPA CONTINENTAL este desarrollo ha sido bastante reducido. En estos países no existe ninguna regulación, ni siquiera recomendaciones de los Organismos Supervisores o de las respectivas Asociaciones Nacionales, sobre los criterios generales que definan las políticas de inversión de este tipo de Instituciones. En concreto:

- en FRANCIA, tan sólo 17 Instituciones se consideran como éticas, gestionando actualmente unos activos en torno a 3.000 millones de pesetas.
- en LUXEMBURGO, existe un número muy reducido de Instituciones.
- en ALEMANIA, se comercializan cerca de una docena de Fondos éticos.

2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Con carácter general para cualquier inversor, existen dos criterios para calificar las inversiones éticas, ecológicas o socialmente responsables:

NEGATIVOS: aquellos que excluyen las inversiones en empresas cuyos ingresos o beneficios, en parte o en su totalidad, provengan de actividades que entren en contradicción con las convicciones del inversor.

La presencia de cualquiera de estas actividades en una compañía implicaría su calificación como valor no apto para la inversión.

VALORATIVOS: aquellos que apoyan las inversiones en empresas que contribuyan positivamente al desarrollo de las convicciones del inversor.

Estos criterios evalúan determinados aspectos, fuertes o débiles, de actuación de las empresas, pero no tienen suficiente entidad como para cualificar o no un valor como apto para la inversión.

Deben destacarse dos puntos:

- LA MAYORÍA DE LOS INVERSORES ÉTICOS, ECOLÓGICOS O CON RESPONSABILIDAD SOCIAL COMBINAN AMBOS CRITERIOS,
- TODOS ESTOS CRITERIOS, TANTO LOS NEGATIVOS COMO LOS VALORATIVOS, ADMITEN GRADUACIONES. Por ejemplo, no invertir en empresas en las que más del 10%, o más del 30%, o más del 50% de su facturación o de su beneficio provenga de actividades relacionadas con un determinado/s criterio/s.

3. REQUISITOS EXIGIBLES A LAS IIC ESPAÑOLAS.

Existe interés de algunos promotores españoles por registrar y comercializar IIC cuyas carteras estén integradas por valores de empresas, y/o IIC, que cumplan con unos criterios previamente definidos sobre cuestiones éticas, ecológicas o de responsabilidad social.

Con el objetivo de evitar una publicidad engañosa, la Comisión de ÉTICA de INVERCO, ha considerado conveniente clarificar determinados requisitos que deberá cumplir el Fondo o Sociedad de Inversión, para que pueda incluir en su denominación, además del nombre comercial, el término “ético”, “ecológico” o cualquier otro que incida en aspectos de responsabilidad social, así como hacer publicidad resaltando esta característica como hecho diferenciador.

Los requisitos son los siguientes:

3.1. Criterios en la política de inversiones

El Capítulo IV del Folleto, referido a política de inversiones, fijará el IDEARIO ÉTICO de la IIC estableciendo los criterios valorativos y/o negativos que deberán NECESARIAMENTE cumplir los valores en cartera de la IIC o la mayoría de los mismos¹, tanto directamente en valores de empresas, como indirectamente a través de acciones o participaciones de otras IIC consideradas éticas.

3.2. Determinación de los valores aptos para la inversión

El universo de valores será determinado por una Comisión de ÉTICA prevista y regulada en el Folleto. La mayoría de sus miembros deberán ser personas independientes, que guarden una relación de experiencia o proximidad con el ideario de la IIC.

.....

1. Las circunstancias y las clases de valores que en las que transitoriamente la cartera del Fondo puede no cumplir el ideario ético de la IIC, deberán figurar explícitamente en el Folleto.

Serán funciones de la Comisión de ÉTICA de la IIC definir un listado de valores o instrumentos cuyos emisores se ajusten al ideario de la IIC. Corresponderán a la Gestora las decisiones de inversión o desinversión dentro de la lista de valores, instrumentos o IIC aprobadas.

Alternativamente, no precisarán una Comisión de ÉTICA propia aquellas IIC:

- que se limiten a invertir en valores incluidos en índices éticos publicados por terceros, o que gocen de tal calificación por una agencia especializada, y estén definidos en el propio Folleto,
- y/o que se limiten a invertir en IIC calificadas como éticas por una agencia especializada.

3.3. Advertencia en los mensajes publicitarios

Dada la gran diversidad de apreciaciones éticas en los criterios de inversión, y con el fin de evitar una publicidad engañosa, en los mensajes publicitarios se insertará la siguiente mención: *“Consulte en el folleto informativo los criterios éticos del Fondo o Sociedad”*, y se hará una breve referencia al ideario ético de la IIC.

3.4. Información sobre el ideario ético y la Comisión de ética

El informe trimestral completo y reducido, dentro del apartado correspondiente al Informe de Gestión, deberá incluir de forma resumida información relevante acaecida durante el trimestre referida al ideario ético de la IIC, y en su caso, a la composición y decisiones de la Comisión de ÉTICA.

• • • • • GREEN, SOCIAL AND ETHICAL FUNDS
IN EUROPE. 2001



In cooperation with



and



F o r e w o r d

This report is the result of collective research carried out during the year 2001 by organisations belonging to the **Sustainable Investment Research International (SiRi) Group**, a world-wide coalition of local research organisations devoted to the advancement of socially responsible investing.

Our work has been supported and made possible by CSR Europe and Euronext.

This report has been prepared by Matteo Bartolomeo (Avanzi) and Teodosio Daga (Avanzi).

THE SIRI GROUP (www.sirigroup.org)

Consisting of many of the most prominent social investment research firms in the world, the SiRi Group provides a wide range of social investment research products and services to financial professionals in major markets. The SiRi Group is dedicated to providing such services through research organisations with a **combined total of over 100 researchers** who are in contact with local corporations and attuned to national issues and cultural differences. SiRi Group members provide coverage (with positive criteria) of **more than 4,000 companies** in the major markets worldwide.

SiRi Group members that participated in the project are:

1. Avanzi, covering **Italy**.
2. Caring Company, covering **Sweden, Denmark, Finland, Norway, Poland**.
3. Centre Info Suisse, covering **Switzerland**.
4. Fundacion Ecología y Desarrollo, covering Spain and **Portugal**.
5. PIRC – Pensions & Investment Research Consultants, covering the **United Kingdom**.
6. Scoris, covering **Germany** and **Austria**.

7. Stock at Stake / Ethibel, covering **Belgium** and **Luxembourg**.

8. Triodos Research, covering the **Netherlands**.

Other SiRi Group members that did not take part in the project (mainly due to its geographical scope) are:

9. KLD – Kinder, Lydenberg & Domini & Co., Inc., (**United States**).

10. MJRA – Michael Jantzi Research Associates, (**Canada**).

11. SIRIS, (**Australia**).

12. AreSE, (**France**).

CSR EUROPE

CSR Europe is a business driven membership network whose mission is to help companies achieve profitability, sustainable growth and human progress by placing Corporate Social Responsibility (CSR) in the mainstream of business practice.

EURONEXT

Euronext is the first cross-border European exchange organisation, created in September 2000 by the merger of the exchanges in Paris, Amsterdam and Brussels. Euronext manages both regulated and unregulated markets and offers a complete and varied range of services encompassing all exchange activity, including listing of financial instruments, trading in securities and derivatives, and clearing, settlement and custody.

I n t r o d u c t i o n

Origin and objectives of the research

This report is the continuation of the research project *Green and ethical funds in Europe 1999*, which was carried out in 2000 and was aimed at understanding the state of the art in green, socially and ethically responsible investing in Europe.

The previous project was co-ordinated by Avanzi and carried out under the auspices and with the contribution of member organisations of the Global Partners for Corporate Responsibility Research (GPCCR), an international network of organisations which conducts research on corporate social and environmental responsibility to effect positive change.

The large attention received by the *Green and ethical funds in Europe 1999* report –from asset managers, media, listed corporations– has induced some of the research organisations to embark on a new round with a comparable approach.

While the core research demands have remained similar to the 1999 report, some additions have been made in order to fill other research gaps that have become evident since the publication of the first document. The research questions can be summarised as follows:

- What is the size of the asset under management in green, social and ethical funds in Europe?
- How many funds are available to the public?
- What are the criteria used for portfolio screening?
- What are the top holdings for these funds?
- What are the trends and what can we expect from the future?
- What is the relative weight of green, social and ethical funds compared to the total European funds industry?

The key objectives of the research can therefore be summarised as follows:

- to provide professionals, media and the general public with **key figures and trends** from green, social and ethical funds in Europe (**through this report**).
- to provide professionals with a customised benchmarking tool on European green, social and ethical funds (**through customised analysis provided on request by SiRi Group –Avanzi**).
- to provide potential clients, professionals, media and the general public with information on a fund per fund basis (**through the online database www.sricompass.org**).

THE OFFLINE AND ONLINE (www.sricompass.org) DATABASE

This report, which is freely distributed, draws on a large database that contains information, on a fund per fund basis, with regard to:

- name of the financial institution and the fund, details of the contact person
- year and month of launch of fund
- typology of the fund (equity, fixed income, bonds, ...)
- geographical scope of the portfolio
- top holdings
- assets under management (in Euro)
- green, social and ethical policy (including criteria, committees ...)
- green, social and ethical rating of the fund

A summary of the database is available online at www.sricompass.org.

Anyone interested in customised extracts and analyses from the offline database is welcome to contact Avanzi (bar-tolomeo@avanzi.org or fax + 39 02 4800 0009).

USE OF THIS REPORT

This report is intended to serve the following **users**:

- managers of financial institutions already engaged in socially responsible or ethical investing
- managers of financial institutions that are considering incorporating social screens in their portfolios or launching green or ethical funds
- managers of corporations willing to improve their understanding of trends in socially responsible investing
- policy makers who are interested in identifying appropriate policy instruments to stimulate financial institutions and business managers to address issues related to social responsibility

DEFINITIONS

The report covers green, social and ethical funds operating in Europe on **June 30 2001**. Since the 1999 report, the geographical scope of the analysis has been extended to cover: **Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Italy, Norway, Poland, Spain, Sweden, Switzerland, The Netherlands, United Kingdom**. Portugal, Greece and Ireland were also covered but researchers did not identify any funds matching the strict definitions used in this report.

The **funds considered in this report** all.

1. use ethical, social and environmental screens for portfolio selection.
2. are marketed as socially responsible investment products.
3. are available to the public (retail funds).

4. are UCITS¹ funds.

The fund has to meet all these conditions in order to be eligible for the analysis.

Therefore the research **does not take into account**.

- funds that simply donate a part of commissions or profits to charitable or other "good" causes.
- funds specialising only in investing in environmental technologies or the environmental industry (waste management, water treatment).
- funds and other investment products available only to institutional investors.

Another important limitation is related to the allocation of products to countries. In order to avoid double counting, the survey takes into account where the fund is based. When a fund is domiciled in Switzerland and sold also in Germany, it is considered to be a Swiss fund. This approach can create a bias when assessing the size of a national market (that does not correspond to the assets managed by domiciled funds).

Luxembourg Sicav have normally been allocated to the country where the parent company of the fund operator is located.

While the research organisations involved have done their best to cover all the funds in a comprehensive manner, some funds have probably been missed. More funds have been launched since the collation of the information for this report.

While there are many limitations in this research, the report and the database provide a reliable picture of the size of the market, of the diverse situation in various European countries, of the approach to funds management and of the criteria used.

.....

1. UCITS stands for "Undertaking for Collective Investment in Transferable Securities" which is a collective investment fund that complies with the EU UCITS Directive N° 85/611/EEC of 20 October 1985 (OJ L 375/3 of 31.12.1985) and consequently can be marketed in all EU countries.

A n a l y s i s

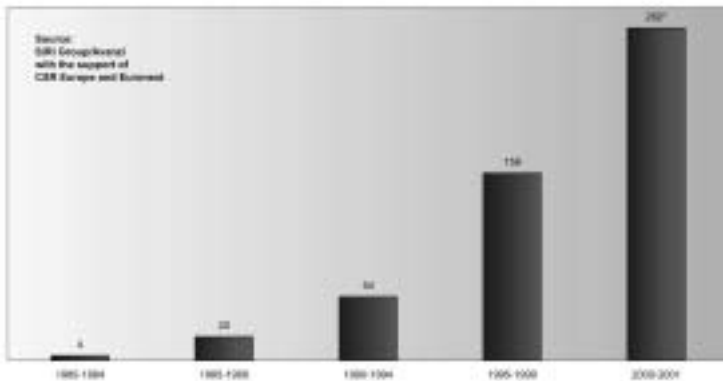
NUMBER OF FUNDS

On 30 June 2001, there were **251 green, social and ethical funds operating in Europe**, with a + 58% (from January 2000 to Q2 2001) increase in available financial products to the private clientele².

The growth rate is particularly interesting when considering the reference period –18 months since the last survey– that coincides with a difficult period for asset management and financial investment activities all over Europe. Socially responsible investment can therefore be considered to be one of the most dynamic and rapidly growing activities in the investment funds industry.

By projecting the figure of the first semester 2001 to the whole year, the total number of funds in Europe reaches **282 (at Q4 2001)**, showing that the number of funds has doubled since the end of 1999.

Number of Funds, cumulated, in the period 1999 to 2001
(Total = 251 = *21 estimation (1 sem. 2001)



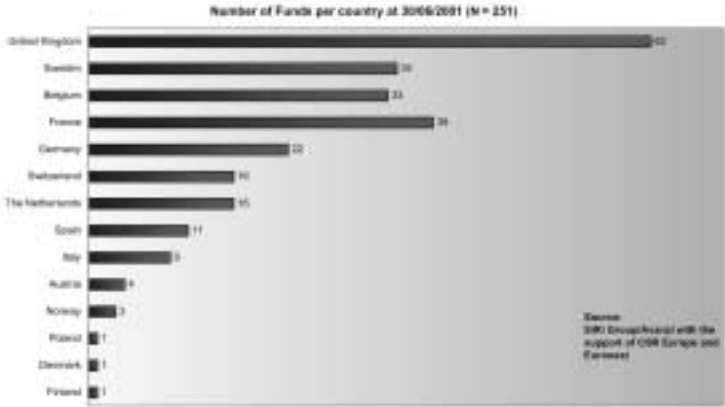
.....
2. According to the 1999 research, the funds available numbered 188, but a closer look at the typology of these funds and more strict definitions have reduced the number to 170. The remaining 18 are rather solidarity funds than funds operating a portfolio selection on the basis of environmental, social and ethical criteria.

The research confirms that the group of **leading countries**, consisting of the **United Kingdom, France, Sweden and Belgium**, accounts for **more than 66% of the funds** available in Europe³.

The relative weight of the UK on the whole SRI funds industry in Europe decreased from 33% to 25% from the end of 1999 to mid 2001. The **most dynamic countries** are France (+ 170% in the number of domiciled funds), **Belgium and Germany (both above + 120%)**.

The different growth rate from country to country in the number of products available can be explained by the relative saturation of the market. In the case of the UK, for example, more than 55 different financial institutions offer an ethical option to their individual clients.

The German market shows a completely opposite situation, where the domestic institutions involved in SRI have sharply increased from a very small number (in 1999 there were only 10). It is important to notice that in countries like Germany and Italy the clientele can rely on a much wider set of funds offered by foreign institutions.



.....
 3. The attribution of funds to specific countries was done according to where the parent company is based. This classification has also been applied to funds domiciled in Luxembourg.

ASSETS UNDER MANAGEMENT

Figures on assets managed in green, social and ethical funds are even more interesting, especially when considering the overall growth rate of the asset management industry in Europe over the last two years.

The total SRI asset has increased by more than 40% from € 11,1 billion at the end of 1999⁴ to € 15,6 billion in mid-2001.⁵

Four countries – **The United Kingdom, France, Italy and The Netherlands**– play a major role with an asset of more than **70%** of the total European SRI asset (The United Kingdom and France account for 50%). Comparing this data with the 1999 survey shows that there is an increasing number of countries with an SRI asset close to a billion Euro.

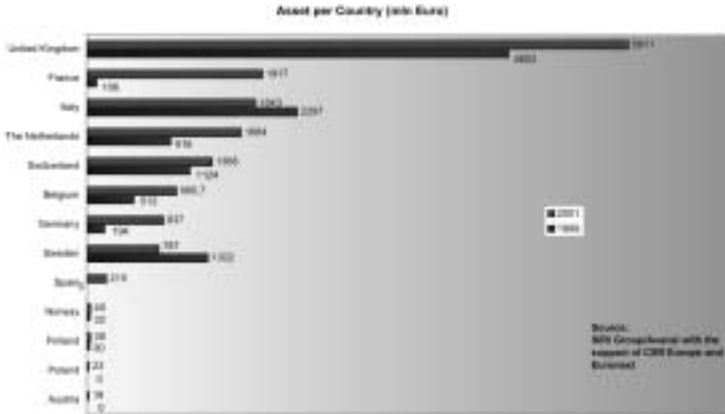
A closer look to country trends adds interesting details to the European picture:

- **France registered a spectacular growth** in the asset under management (**more than 17 times** the asset at 31 December 1999)
- despite the relative maturity of the market, the **United Kingdom market still grows at a + 48% rate in 18 months**
- at last, **German** market has woken up with an increase of more than **+ 300%** in 18 months (in addition, many funds provided by companies located in foreign countries are available in Germany, thus increasing the overall size of the market)

.....
4. Note that the 2001 survey uses a narrower definition of funds. The 1999 figure can therefore be considered as overestimated by about 10%.

5. It is also important to understand that the € 15,6 billion under management does not represent the total value of screened portfolios in Europe, since private and institutional portfolios are not considered here. According to the UK Social Investment Forum, the funds represented in this analysis account for just 6% of the entire socially responsible investing market in the United Kingdom. The relative weight of retail funds over private and institutional portfolios varies from country to country.

- Italian market, at least in terms of SRI asset, does not appear similarly active, with a decrease in asset influenced by the negative performance of some funds



NOTE ON THE GRAPH

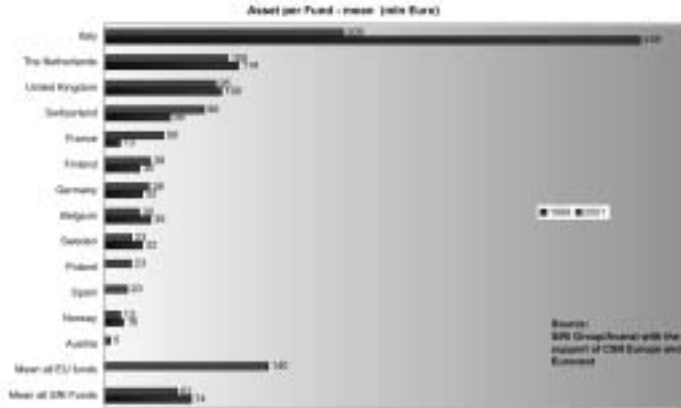
NB: data for Sweden are not fully comparable due to the change in the definitions used for considering funds in the 2001 survey: the decrease shown is overestimated. The asset of the Danish fund is not available.

THE SIZE OF GREEN, SOCIAL AND ETHICAL FUNDS

The average number of assets in green, social and ethical funds is still very narrow and has even decreased, from € 74 million to **€ 62,4 million** since the last survey. This average is around 60% smaller than the average of European funds (€ 140 million)⁶.

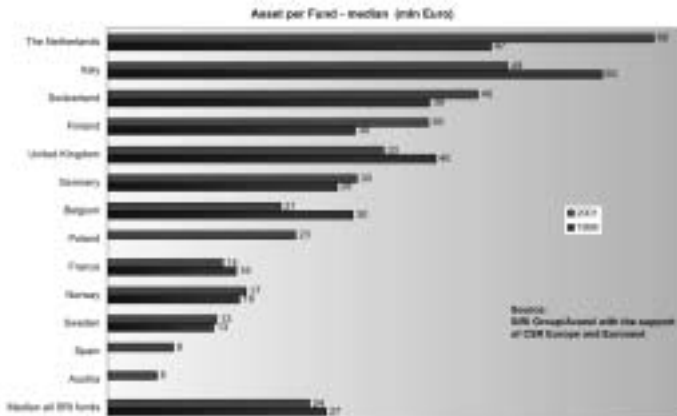
The most important positive variations have been registered in France, with a threefold increase in the average asset for an SRI fund, and in Switzerland, where the average has doubled. In Italy there has been an opposite trend due to the same reasons highlighted above: poor performance of some funds.

.....
6. Source: FESVI.



Data on the median are more interesting than those of the mean. The median for all the European funds considered is € 24,5 million, with a large variation from country to country ranging from € 8 million for Spain to € 66 million for the Netherlands (excluding Austria that is not statistically relevant).

Such low figures can be considered a consequence of the proliferation of new funds in a period of time –the last 18 months– where asset managers have faced difficulties in attracting additional resources from family savings.



Largest funds in Europe (on 30 June 2001)

Ranking	Asset management company	Name of the fund	Domicile	Asset (mln Euro)
1	Sanpaolo-IMI Asset Management SGR	Sanpaolo Azionario Internazionale Etico	Italy	973
2	Friends Ivory & Sime Plc	Friends Provident Stewardship Unit Trust	United Kingdom	950
3	Lazard Freres Gestion	Objectif ethique	France	803
4	Framlington	Health Fund	United Kingdom	630
5	UBS Asset Management	UBS (Lux) EF Eco Performance	Switzerland	501
6	Sanpaolo-IMI Asset Management SGR	Sanpaolo Obbligazionario Etico	Italy	496
7	ABN AMRO Asset Management	ABN AMRO Groen Fonds	Netherlands	454
8	Henderson Global Investors	NPI Global Care Growth	United Kingdom	445
9	Henderson Global Investors	NPI Pension Global Care Managed	United Kingdom	362
10	SNS Asset Management	ASN Aandelen fonds N.V.	Netherlands	324

Source: SiRi Group / Avanzi 2001

COMPANIES IN PORTFOLIO

As described, the size of the SRI market is of growing importance: for some small capsthat are engaged, for example, in wind energy, organic food or other green and social niches, socially responsible investing is vital for the development of the business.

For large corporations as well, the efforts to encompass environmental standards or to adopt innovative working practices require a strong internal and external commitment. in the last decade, SRI has provided human resource managers and environmental officers with one of the most important arguments to convince the board and CEOs to shift corporate operations towards more socially responsible practices.

The SiRi Group fund database provides some input on the effect of corporate efforts to be included in green, social and ethical funds. The following table refers to the most common stocks (among the top 5 holdings) for the funds considered in the analysis.

The most frequent stocks in SRI funds portfolios (on 30 June 2001)

Ranking	Most common stock in SRI
1	Vodafone
2	Nokia
3	GlaxoSmithKline Plc
4	Johnson&Johnson
5	Royal Bank of Scotland
6	Pfizer
7	British Telecom
8	ING Groep
9	Ericsson
10	First Group
11	BP
12	Astrazeneca
13	Microsoft
14	Intel
15	Tesco
16	Royal Dutch
17	Lloyds TSB
18	Citigroup
19	IBM
20	Fannie Mae

Source: SiRI Group / Avanzi 2001

CONCLUSIONS: THE INCREASING WEIGHT OF SRI FUNDS IN THE EUROPEAN FUNDS INDUSTRY

What is the importance of socially responsible investing for the whole investment industry in Europe? The survey does not provide a final answer to this question since it focuses on the SRI funds industry –indeed only part of it– and not on all the assets that are managed in a socially responsible manner or are screened assets.

.....

7. The total value of UCITS funds in the UK does not include unit trusts, which are very much developed.

The survey allows a comparison between the assets of SRI funds and the total asset managed in European funds. More precisely, we are able to assess the weight of SRI funds as defined above in relation to the asset UCITS funds, as defined in the European legislation.

Such a comparison shows that SRI funds still make up a very limited portion of all funds in Europe, and the assets under management are just 0.43% of the total asset managed by UCITS funds. Data referring to the latter is taken from statistics of FESFI, the European association of fund managers. The breakdown shows that Switzerland has the largest proportion of SRI fund assets with 1,47%, followed by the Netherlands (1,45), Belgium (1,18) and the United Kingdom⁷ (1,03).

Percentage of SRI funds asset over non SRI in selected countries (at 30 June 2001)

	DE	FR	IT	UK	BE	NL	CH	Total
SRI funds	837	1.917	1.842	5.910	980	1.683	1.368	15.663
All EU (UCITS) funds	801.292	874.200	429.513	571.776	83.388	116.439	92.907	3.632.475
%	0,10%	0,22%	0,43%	1,03%	1,18%	1,45%	1,47%	0,43%

These figures, taken in isolation, can lead to an underestimation of the importance of the SRI industry. A comparison between the trends in SRI funds and the overall funds industry in Europe will attract much attention among asset managers, retailers of funds and listed corporations.

Asset and growth rates for European funds in million Euro (on 30 June 2001)

	1999	2001 (Q II)	Variation (%)
SRI Funds	11.136	15.663	+ 40,7%
All EU (UCITS) funds*	3.233.000	3.632.200	+ 12,3%

Source: SiRi Group / Avanzi 2001

* Data from FEFSI reports

What can we expect for the future? While in the short run there is place for a certain optimism, in the mid period there are several conditions that need to be met to sustain and reinforce the qualitative and quantitative increase of SRI funds in Europe.

The first is related to the transparency of asset managers which is still limited and in contradiction with the nature of SRI investments.

The second is related to Governments, at European and National level, that should realise the indirect role of SRI investments in order to meet targets of environmental protection and social inclusion.

Thirdly, consumer groups and NGO's will need to act as pressure groups on the financial sector and work for a better quality and a larger impact of SRI funds.

..... **PUBLICACIONES DE INTERÉS**

Libros

Bouma, Jan Jaap, Marcel Jeucken and Leon Klinkers (eds.), *Sustainable Banking. The Greening of finance*, UK, Greenleaf Publishing, 2001, 480 pp.

Cannon, Tom, *La responsabilidad de la empresa. Respuesta a los nuevos retos sociales, económicos, legales, éticos y de medio ambiente*, Barcelona, Folio, 1994, 340 pp.

Clarkson Centre for Business Ethics, *Principles of Stakeholder Management*, Toronto, University of Toronto, 1999, 59 pp.

Fundación Empresa y Sociedad, *La empresa que viene. Responsabilidad y acción social en la empresa del futuro*, Madrid, Fundación Empresa y Sociedad, 2001, 94 pp.

Kinder, Peter D., Steven D. Lydenberg, Amy L. Domini (eds.), *The Social Investment Almanac*, New York, Henry Holt and Company, 1992, 904 pp.

Lozano, Josep M., *Ética y empresa*, Madrid, Trotta, 1999, 317 pp.

McIntosh, Malcolm, *Corporate Citizenship. Successful strategies for responsible companies*, London, Financial Times. Pitman Publishing, 1998, 323 pp.

Observatorio de los fondos de inversión éticos, ecológicos y solidarios en España, Barcelona, Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, 2001, 71 pp.

Schmidheiny, Stephan, *Financing Change. The Financial Community, Eco-efficiency, and Sustainable Development*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1998, 211 pp.

Zadek, Simon, Niels Hojensgard, Peter Raynard (eds.), *Perspectives on the New Economy of Corporate Citizenship*, Copenhagen, The Copenhagen Centre, 2001, 151 pp.

Informes

Comparison of Selected Corporate Social Responsibility Related Standars, San Francisco, Business for Social Responsibility, November 2000

Corporate Social Responsibility. Making Good Business Sense, World Business Council for Sustainable Development, Conches-Geneva, 2000

Corporate Social Responsibility. Partners for progress, Organisation for Economic Co-operation and Development,

Environmental Reporting 2000. The PIRC Survey of the FTSE All-Share Index, London, Pensions & Investment Research Consultants Ltd., 2000

Goodell, Edward (ed.), *Standards of Corporate Social Responsibility*, Social Venture Network, San Francisco, 1999

Green dividends? The Relationship Between Firms' Environmental Performance and Financial Performance, United States Environmental Protection Agency, Washington DC, May 2000

Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales, 2000

Repetto, Robert, Duncan Austin, *Pure Profit: The financial implications of environmental performance*, World Resources Institute, Washington, DC, 2000

The BusinessCase for Sustainable Development. Making a difference toward the Johannesburg Summit 2002 and beyond, World Business Council for Sustainable Development, 2001

Weiser, John, Simon Zadek, *Conversations with disbelievers. Persuading Companies to Address Social Challenges*, The Ford Foundation, november 2000

..... **DIRECCIONES WEB**

- Sustainable Investment Research International Group:
[http:// www.sirigroup.org](http://www.sirigroup.org)
- Ethical Investment Research Service
[http:// www.eiris.org](http://www.eiris.org)
- Global Reporting Initiative
[http:// www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)
- Copenhagen Centre
[http:// www.copenhagencentre.org](http://www.copenhagencentre.org)
- UNEP Finance Initiatives
[http:// www.unepfi.net](http://www.unepfi.net)
- Trust
<http://www.proyectotrust.net>
- Business for Social Responsibility
<http://www.bsr.org>
- World Business Council for Sustainable Development
<http://www.wbcsd.ch>
- Fundación Empresa y Sociedad
<http://www.empresaysociedad.org>
- CSR Europe
<http://www.csreurope.org>
- Ethos
<http://www.ethos.org.br>
- Empresa
<http://www.empresa.org>
- Fundación Ecología y Desarrollo
<http://www.ecodes.org>
- Foro Empresa y Desarrollo Sostenible
<http://www.foroempresasostenible.org>

FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO · · · · ·

· · · La Fundación Ecología y Desarrollo fue la entidad promotora del primer fondo de inversión socialmente responsable presentado como tal ante la sociedad española en 1999, Renta 4 ECO-FONDO FIM.

· · · Es también el socio español de *Sustainable Investment Research International Group* (SiRi), organización especializada en el *rating RSC* de compañías cotizadas. SiRi está presente en 14 países y cuenta con más de 100 analistas sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en los principales mercados financieros del mundo.

· · · La Fundación Ecología y Desarrollo fue el analista español del primer estudio sobre RSC paneuropeo, llevado a cabo en junio de 2000 y publicado por *Corporate Social Responsibility Europe*, donde fueron analizadas las características RSC de dos multinacionales españolas.

· · · Es el único socio español de *Ethical Investment Research Service* (EIRIS), agencia británica especializada en el *rating RSC* de empresas cotizadas. Como tal, Fundación Ecología y Desarrollo colaboró en el *rating* previo al lanzamiento de la serie de índices RSC FTSE4GOOD.

· · · La Fundación Ecología y Desarrollo, bien a título institucional, o alguno de sus colaboradores a título personal, colabora en distintos grupos de trabajo nacionales e internacionales, como son: el Grupo de indicadores económicos de "Global Reporting Initiative", grupo presidido por **British Telecom**, el "Código de Gobierno de la Empresa Sostenible", promovido por IESE y PriceWaterhouse-Coopers, de cuyo consejo rector la Fundación Ecología y Desarrollo forma parte.

- · · También colabora como entidad española especializada en la *“European Survey on Socially Responsible Investment”*, por encargo de CSR Europe y participa en los grupos de trabajo constituidos por la Asociación Española de Normalización en relación con *“Gestión Ética de las Empresas”* y *“Productos financieros éticos”*.
- · · Durante los años 2001 y 2002 elabora un estudio multi-sectorial y propositivo sobre RSC en España y Portugal, para Fundación AVINA.
- · · Edita el primer boletín electrónico en lengua española sobre Economía y Responsabilidad Social Empresarial, **ECORES** (Disponible de forma gratuita a través de www.ecodes.org).
- · · Colabora con diversas empresas y ONG para el desarrollo de enfoques RSC.
- · · Actualmente el área de Responsabilidad Social Corporativa está, entre otros proyectos en marcha, preparando el II Foro Economía y Responsabilidad Social Empresarial.

La inversión socialmente responsable, asunto tratado en esta primera edición del Foro cuyas ponencias les estamos presentando, supone añadir un cuarto criterio a los tres criterios financieros tradicionales: liquidez, rentabilidad y riesgo. Este cuarto criterio supone el cuestionarse cuál es el impacto social y medioambiental de las compañías en las que el inversor coloca su dinero, y parte de la base de que las empresas deben jugar un papel en la sociedad que va más allá de obtener beneficios económicos: deben contribuir al cambio social positivo.

