



AUREN
Avda. General Perón, 38
28020 MADRID
www.auren.es

EXECUTIVE MBA - EOI

Mario Alonso.

Miércoles, 21 de abril de 2010

- 1. LA ÉTICA EMPRESARIAL**
 - 1.1. ÉTICA Y MORAL**
 - 1.2. ÉTICA Y EMPRESA**
 - 1.3. ESTRATEGIAS PARA IMPLANTAR PROGRAMA DE ÉTICA EMPRESARIAL**

- 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**
 - 2.1. MARCO CONCEPTUAL**
 - 2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS**
 - 2.3. LA RSC: ¿MÁRKETING, MODA O CAMBIO DE MODELO?**
 - 2.4. LA RSC Y LA GESTIÓN DE INTANGIBLES**

- 3. EL GOBIERNO CORPORATIVO O BUEN GOBIERNO DE LA EMPRESA**
 - 3.1. CONCEPTO Y OBJETIVOS**
 - 3.2. OBLIGATORIEDAD O VOLUNTARIEDAD**

- 4. INSTRUMENTOS DE LA RSC**
 - 4.1. PRINCIPIOS Y CÓDIGOS**
 - 4.2. CERTIFICACIONES Y SISTEMAS DE GESTIÓN**
 - 4.3. INDICES Y RANKINGS (RATING)**
 - 4.4. INFORMES (REPORTING)**
 - 4.5. AUDITORÍA DE LA RSC**

➤ **MORAL TRANSCULTURAL UNIVERSAL. SE BASA EN PRINCIPIOS UNIVERSALES VÁLIDOS SIEMPRE.**

➤ **REGULA CONFLICTOS DE INTERÉS:**

ENTRE PERSONAS.

PROPIOS DE UNA PERSONA, DERIVADOS DE IMPULSOS Y DESEOS.

➤ **SE RELACIONA CON: VIRTUDES, CUALIDADES Y NORMAS.**

(Aristóteles: “No nos debemos conformar con saber lo que es el valor y la justicia, sino debemos ser valientes y justos”).

- **¿SON COMPATIBLES?**
- **PAPEL DE LA EMPRESA: MOTOR FUNDAMENTAL DEL PROGRESO Y BIENESTAR DE NUESTRA SOCIEDAD. PROTAGONISMO INDISCUTIBLE**
- **CRISIS DE CONFIANZA.**
- **ÉTICA EMPRESARIAL: CONJUNTO DE VALORES, NORMAS Y PRINCIPIOS QUE FORMAN PARTE DE LA CULTURA DE LA EMPRESA PARA ALCANZAR MAYOR SINTONÍA CON LA SOCIEDAD Y CONSEGUIR UNA MAYOR ADAPTACIÓN A LOS ENTORNOS CON EL FIN DE RESPETAR LOS DERECHOS RECONOCIDOS Y LOS VALORES COMPARTIDOS**

➤ **LA EMPRESA COMO INSTITUCIÓN SOCIAL, DONDE CONVERGEN MUCHOS INTERESES. LA ÉTICA SE OCUPA DE ARMONIZARLOS.**

➤ **PARADOJA ACTUAL, CONVIVEN:**

↳ **ESPECULACIÓN, CORRUPCIÓN, GLOBALIZACIÓN.**

↳ **CÓDIGOS ÉTICOS, FONDOS ÉTICOS, COMERCIO JUSTO, CERTIFICACIONES SOCIALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL, CÁTEDRAS DE ÉTICA, BUEN GOBIERNO, MOVIMIENTOS, PRONUNCIAMIENTOS, ORGANIZACIONES, ETC.**

HISTORIA DE LA CIENCIA ECONÓMICA

ARISTÓTELES



PERSPECTIVA ÉTICA, LOGRAR EL BIEN INDIVIDUAL, PERO BUSCANDO A LA VEZ EL BIEN COLECTIVO.

- ❑ **LA ECONOMÍA FORMABA PARTE DE LA FILOSOFÍA PRÁCTICA.**

OIKOS= ARTE DE ADMINISTRAR LA CASA

SE DISTINGUÍA:

- ✓ **ECONOMÍA: SE OCUPA DE LO NECESARIO PARA LA VIDA Y PARA LA COMUNIDAD**
- ✓ **CHREMATÍSTICA: SE OCUPA DE LO SUPÉRFLUO, DE LA ADQUISICIÓN INDEFINIDA DE RIQUEZA.**

KAUTYLIA (INDIA): SOLUCIÓN TÉCNICA PARA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS.

S. IV AL S. XVIII:

ECONOMÍA ES UNA PARTE DE LA ÉTICA.

1776: ADAM SMITH:

**SUSTITUYE CASA POR MERCADO Y FÁBRICA
ECONOMÍA AL SERVICIO DEL BIENESTAR
COLECTIVO**

S. XIX: CAPITALISMO:

**SE SUSTITUYE “VIVIR MEJOR” POR
“PRODUCIR LO MÁXIMO” → CONSUMISMO**

S. XX: KEYNES:

ESTADO DE BIENESTAR

S. XX: FRIEDMAN:

BUSINESS IS BUSINESS

S. XXI: GLOBALIZACIÓN

MOTIVOS PARA INTRODUCIR POLÍTICAS DE ÉTICA EMPRESARIAL

- ***RESPONDER A PRESIONES DE GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS).***
- ***IMPLANTAR O MANTENER UN CONJUNTO DE VALORES EN LA CULTURA EMPRESARIAL.***
- ***REFORZAR EL CUMPLIMIENTO DE NORMAS LEGALES.***
- ***CONTRIBUIR AL DESARROLLO HUMANO DE LOS EMPLEADOS.***

ENFOQUE BASADO EN EL CUMPLIMIENTO (TELEOLOGISTA)

- ❖ **PREVENIR, DETECTAR Y CASTIGAR LAS VULNERACIONES DE LA LEY POR PARTE DE LOS EMPLEADOS.**
- ❖ **FIN: EVITAR QUE LA EMPRESA TENGA PROBLEMAS JUDICIALES Y PONGA EN PELIGRO SU REPUTACIÓN.**
- ❖ **LIDERADO POR EL ÁREA JURÍDICA.**

ENFOQUE BASADO EN LA INTEGRIDAD (DEONTOLOGISTA)

- ❖ **DESARROLLO DEL AUTOGOBIERNO DE LOS EMPLEADOS. SE PONE EL ACENTO EN EL COMPORTAMIENTO ÉTICO INDIVIDUAL. SE IMPULSA LA FORMACIÓN.**
- ❖ **FIN: NO REPRIMIR CONDUCTAS DELICTIVAS, MÁS BIEN FOMENTAR CONDUCTAS RESPONSABLES.**
- ❖ **LIDERADO POR DIRECCIÓN Y ÁREA DE RRHH.**

ENFOQUE BASADO EN LA ÉTICA DE LAS VIRTUDES

- ❖ **DESARROLLO DE LA EXCELENCIA HUMANA.**
- ❖ **FIN: CREAR SABIDURÍA PRÁCTICA (VIRTUD) EN LA TOMA DE DECISIONES**
- ❖ **LIDERADO POR DIRECCIÓN Y ÁREA DE RRHH.**



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1. MARCO CONCEPTUAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA / RESPONSABILIDAD CORPORATIVA / RESPONSABILIDAD SOCIAL / RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

**NACE A FINALES DEL SIGO XIX EN EE.UU.
COMPROMISO ASUMIDO POR LAS EMPRESAS DE GESTIONAR SUS OPERACIONES MANTENIENDO UN COMPORTAMIENTO ÉTICO Y CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO ECONÓMICO, INTEGRANDO AL MISMO TIEMPO PREOCUPACIONES SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES, MANTENIENDO UNA LÍNEA DE ACTUACIÓN QUE PROMUEVA LA TRANSPARENCIA, LA ACCIÓN SOCIAL, EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS Y LA DIGNIDAD DE LA PERSONA.**



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1. MARCO CONCEPTUAL

LAS EMPRESAS EJERCEN SU RESPONSABILIDAD SOCIAL CUANDO SATISFACEN LAS EXPECTATIVAS QUE, SOBRE SU COMPORTAMIENTO, TIENEN LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS: EMPLEADOS, ACCIONISTAS, CLIENTES, ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, SOCIEDAD EN GENERAL, ETC).

LA RSC ES UNA PRÁCTICA DE CARÁCTER VOLUNTARIO, INTEGRADA DENTRO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN, QUE SE DESARROLLA MEDIANTE EL DIÁLOGO CON LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS.

LAS ORGANIZACIONES QUE INTEGRAN ESTE CONCEPTO EN SU ESTRATEGIA Y TOMA DE DECISIONES, CONSIDERAN QUE LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS ES EL PRINCIPAL OBJETO DE LA EMPRESA (LA RSC NO DEBE COMPROMETER LA RENTABILIDAD DE LA COMPAÑÍA A LARGO PLAZO), PERO NO SU ÚNICA RAZÓN DE SER.



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1. MARCO CONCEPTUAL

IR MÁS ALLÁ DEL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES JURÍDICAS, FISCALES O LABORALES, INVIRTIENDO MÁS EN CAPITAL HUMANO, EL ENTORNO Y LAS RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.

SUPONE UN PLANTEAMIENTO DE TIPO ESTRATÉGICO QUE AFECTA A LA TOMA DE DECISIONES Y A LAS OPERACIONES DE TODA LA ORGANIZACIÓN, CREANDO VALOR EN EL LARGO PLAZO Y CONTRIBUYENDO A LA OBTENCIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS DURADERAS.

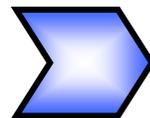


2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

CONJUNTO DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON LA EMPRESA Y CON INTERÉS EN SUS ACTIVIDADES E IMPACTOS. SON LOS RECEPTORES DIRECTOS DEL COMPORTAMIENTO SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA EMPRESA.

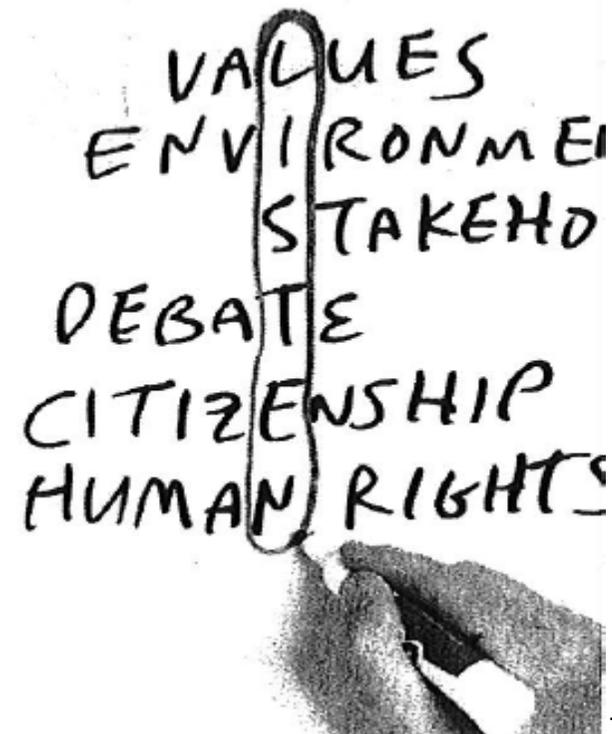
DIÁLOGO



“COMUNICACIÓN INTELIGENTE” =

“LOS ALTOS DIRECTIVOS HAN DE TENER EN CUENTA QUE LAS EMPRESAS Y, POR TANTO, SUS MÁXIMOS ÓRGANOS DE GOBIERNO, NO SOLO HAN DE CONSIDERAR LOS REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES DE LOS INVERSORES Y DE LOS CLIENTES, SINO DE LOS DE TODAS AQUELLAS PERSONAS Y ORGANIZACIONES QUE TIENEN ALGÚN TIPO DE INTERÉS O INFLUENCIA EN SUS ACTIVIDADES”

SRM = STAKEHOLDERS RELATION MANAGEMENT: SISTEMAS QUE POSIBILITAN CONOCER EN TIEMPO REAL LAS EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS EN LA COMPAÑÍA, INFORMAR A ÉSTOS DE SUS DECISIONES Y PROMOVER SISTEMAS QUE AUMENTAN LA CONFIANZA Y LA TRANSPARENCIA.





2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

CLASIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

	<u>VOLUNTARIOS</u>	<u>NO VOLUNTARIOS</u>
<u>INTERNOS</u>	EMPLEADOS ACCIONISTAS DEFENSOR DEL CLIENTE	COMITÉS DE AUDITORÍA CONSEJEROS INDEPENDIENTES
<u>EXTERNOS</u>	CLIENTES Y CONSUMIDORES PROVEEDORES COMPETIDORES	ADMINISTRACIONES PÚBLICAS SOCIEDAD CIVIL MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANALISTAS MEDIO AMBIENTE Y GENERACIONES FUTURAS CIUDADANOS



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

<u>GRUPO DE INTERÉS</u>	<u>OBJETIVOS DE RSC</u>
EMPLEADOS	<ul style="list-style-type: none">- FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL- IGUALDAD- CONCILIACIÓN VIDA / FAMILIA- COMUNICACIÓN- SALARIOS JUSTOS- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO
CLIENTES	<ul style="list-style-type: none">- ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD Y FIABILIDAD- GARANTÍAS DE CUMPLIMIENTO DE DERECHOS HUMANOS, LABORALES Y MEDIOAMBIENTALES
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none">- LIBRE CONCURRENCIA Y JUSTICIA EN LA ELECCIÓN- GARANTÍAS DE CUMPLIMIENTO DE DERECHOS HUMANOS, LABORALES Y MEDIOAMBIENTALES
MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none">- EFICIENCIA ENERGÉTICA- REDUCCIÓN DE LA DEGRADACIÓN MEDIOAMBIENTAL- GENERACIONES FUTURAS
ACCIONISTAS	<ul style="list-style-type: none">- POLÍTICA DE DIVIDENDOS REALISTA Y RAZONABLE- TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN / CONTROL INTERNO- BUEN GOBIERNO / INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

<u>GRUPO DE INTERÉS</u>	<u>OBJETIVOS DE RSC</u>
COMPETIDORES	<ul style="list-style-type: none">- LEALTAD- ALIANZAS
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	<ul style="list-style-type: none">- CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL- LUCHA CONTRA EL FRAUDE- LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none">- ACCIÓN SOCIAL- CREACIÓN DE EMPLEO- PROMOCIÓN DE VALORES ÉTICOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES, ANALISTAS	<ul style="list-style-type: none">- MEJORA DE REPUTACIÓN- CONFIANZA



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

DECÁLOGO DEL WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE REPORT

- 1. RESERVAR TIEMPO PARA LA PLANIFICACIÓN, PLANIFICACIÓN Y MÁS PLANIFICACIÓN.**
- 2. COMENZAR SIEMPRE PENSANDO EN EL COMPROMISO A LARGO PLAZO CON LOS *STAKEHOLDERS*, Y CONSULTAR CON ELLOS, DESDE EL PRINCIPIO, SOBRE CÓMO Y DE QUÉ MANERA ESTÁN DISPUESTOS A MANTENER UN DIÁLOGO CONTINUADO.**
- 3. PRESTAR ATENCIÓN Y GESTIONAR LAS EXPECTATIVAS: TANTO LAS NUESTRAS COMO LAS SUYAS.**
- 4. SER REALISTA: NO COMENZAR AQUELLO QUE NO ESTAMOS SEGUROS DE PODER TERMINAR.**
- 5. CENTRARSE EN LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y NO EN LA CANTIDAD: LOS PARTICIPANTES DEBERIAN SER INVITADOS EN VIRTUD DE SU CAPACIDAD PARA PROVOCAR EL DEBATE, ASÍ COMO DE SU CREDIBILIDAD.**



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

DECÁLOGO DEL WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE REPORT

- 6. MANTENERSE ALEJADOS DE POSICIONES PÚBLICAS Y ESLÓGANES: TAN PRONTO COMO SEA POSIBLE, ENFOCAR EL DIÁLOGO HACIA LOS INTERESES ESPECÍFICOS Y LOS VALORES QUE INTERESAN A AMBAS PARTES.**
- 7. ADMITIR LAS DIFERENCIAS DE BASE ENTRE LAS PARTES, SE DEBE HACER UN ESFUERZO PARA COMPARTIR LAS EXPECTATIVAS DE CADA UNO, ESCUCHAR Y APRENDER.**
- 8. ESTAR PREPARADOS PARA SER TAN ABIERTOS Y TRANSPARENTES COMO SEA POSIBLE.**
- 9. INTENTAR CONSTRUIR UN CLIMA DE MUTUA CONFIANZA QUE PERMITA PONER EN MARCHA ACCIONES PARA EL CAMBIO, INMEDIATAMENTE COMO CONSECUENCIA DEL DIÁLOGO.**
- 10. SER FLEXIBLE Y ESTAR ABIERTOS A CAMBIOS IMPROVISADOS DEL PROGRAMA PLANTEADO, SOBRE LA BASE DE LOS DESEOS DE LOS *STAKEHOLDERS*.**



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.3. LA RSC: MARKETING, MODA O CAMBIO?

- “LA RSC NO ES UN GASTO, NI UNA MODA PASAJERA, ES UNA FORMA DE ENTENDER Y GESTIONAR LAS EMPRESAS BASADA EN LA INTEGRIDAD, LA TRANSPARENCIA, LA LEGITIMIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD DE LOS NEGOCIOS”

OBJETIVOS: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD ↔ MEJORAR LOS RESULTADOS
(CON UNA VISIÓN A LARGO PLAZO)



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.3. LA RSC: MARKETING, MODA O CAMBIO?

MEDIOS:

**REDUCIENDO
COSTES**



USO EFICIENTE DE ENERGÍAS, INCREMENTO EFICIENCIA Y COMPROMISO DE RRHH, MEJORA DE PROCESOS, ETC.

MITIGANDO RIESGOS



CÓDIGOS DE BUEN GOBIERNO, CONTROLES INTERNOS, INCREMENTO DE LA TRANSPARENCIA, IMPLANTANDO POLÍTICAS ÉTICAS.

**INCREMENTANDO
INGRESOS**



FIDELIDAD DE CLIENTES, MEJORA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA, INCREMENTO DE LA SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES, ETC.

ESTRATEGIA:

**IMPLANTACIÓN TRANSVERSAL EN LA ORGANIZACIÓN
→ MODELO DE GESTIÓN**



2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.4. RSC Y GESTIÓN DE LOS VALORES INTANGIBLES

- ➔ **LA IMPORTANCIA CRECIENTE DE LOS VALORES INTANGIBLES EN LAS EMPRESAS**
- ➔ **KNOW HOW, CARTERA DE CLIENTES, MARCA, CLIMA LABORAL, REPUTACIÓN, CULTURA...**
- ➔ **SUPONEN LA PARTE MÁS IMPORTANTE DEL VALOR DE UNA EMPRESA**
- ➔ **LA RSC ES UN INSTRUMENTO MUY ÚTIL PARA LA GESTIÓN DE LOS INTANGIBLES**

EVOLUCIÓN DEL MANAGEMENT EMPRESARIAL

**ENFOQUE A LA PRODUCCIÓN/
SERVICIO**

**BÚSQUEDA DE LA EFICIENCIA.
(ALCANZAR OBJETIVOS AL
MENOR COSTE POSIBLE)**



ENFOQUE HACIA EL CLIENTE

CALIDAD



**ENFOQUE HACIA
LA EXCELENCIA**

**MEJORA CONTINUA.
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
(EXTERNO E INTERNO).
COLABORACIÓN DENTRO Y
FUERA DE LA ORGANIZACIÓN.**



3.1. CONCEPTO Y OBJETIVOS

CONJUNTO DE VALORES Y BUENAS PRÁCTICAS DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE UNA ENTIDAD

OBJETIVOS:

- ✓ MEJORAR LA EFICIENCIA DE LA EMPRESA
- ✓ TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN
- ✓ RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS ENTRE ÓRGANOS DE GOBIERNO, ACCIONISTAS Y TERCEROS
- ✓ PROTECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

LA RSC APLICADA AL GOBIERNO CORPORATIVO IMPLICA LA PRESENCIA E INFLUENCIA DE LOS PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL EN LOS ÓRGANOS QUE EJERCEN LA DIRECCIÓN Y CONTROL DE LAS ORGANIZACIONES.

EL GOBIERNO CORPORATIVO SOCIALMENTE RESPONSABLE BUSCA LA SATISFACCIÓN, NO SOLO DE LOS ACCIONISTAS, SINO DEL RESTO DE GRUPOS DE INTERÉS



3.2. OBLIGATORIEDAD O VOLUNTARIEDAD

LA BONDAD ES UNA CONDICIÓN VIRTUOSA, POR TANTO FRUTO DE LA LIBERTAD Y, EN CONSECUENCIA, VOLUNTARIA. NO SE PUEDE IMPONER.

EQUILIBRIO ENTRE TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD CON AUTORREGULACIÓN Y LIBERTAD DE EMPRESA.

**DOS PLANOS:
VINCULANTES: REGULACIÓN DEL MERCADO Y DEBERES DE RESPONSABILIDAD Y LEALTAD DE CONSEJEROS.
NO VINCULANTES: BUEN GOBIERNO (ORIENTACIONES Y RECOMENDACIONES).**

**LA TEORÍA DE CUMPLIR O EXPLICAR:
CÓDIGOS VOLUNTARIOS Y UNILATERALES.
TRANSPARENCIA SOBRE SU CONTENIDO.
EXPLICAR GRADO DE CUMPLIMIENTO Y CAUSAS DE INCUMPLIMIENTO.**

ESTRATEGIA



HERRAMIENTAS PARA



**PRÁCTICAS
RSC**

**(*) *“MAPPING INSTRUMENTS FOR CORPORATE SOCIAL RESPON-SABILITY”
COMISIÓN EUROPEA***



PROMOVIDOS POR ORGANIZACIONES INTERNACIONALES O POR ASOCIACIONES PRIVADAS DEDICADAS A PROMOVER LA RSC

INTERNACIONALES:

-  **PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA RSC (THE GLOBAL COMPACT) (2000)**
-  **REPUTATION INSTITUTE**
-  **EUROPEAN BUSINESS NETWORK FOR SOCIAL COHESION**
-  **FORO EUROPEO MULTISTAKEHOLDERS SOBRE RSC**

ESPAÑA:

-  **ETNOR**
-  **FORETICA**
-  **FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD**
-  **OBSERVATORIO RSC**
-  **AECA**
-  **CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD**
-  **FORO EMPRESA Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

CÓDIGOS DE BUEN GOBIERNO

- ✚ **SON CÓDIGOS REFERIDOS AL COBIERNO CORPORATIVO, COMPUESTOS POR UNA SERIE DE RECOMENDACIONES PRECISAS, EMITIDAS POR COMISIONES DE EXPERTOS , CON EL OBJETIVO DE ANALIZAR LOS CRITERIOS Y PAUTAS A LOS QUE DEBEN SOMETERSE LAS SOCIEDADES, PRONUNCIANDO UNA SERIE DE RECOMENDACIONES QUE MEJOREN EL COMPORTAMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES RESPECTO A LA TRANSPARENCIA INFORMATIVA, COMPOSICIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO Y RELACIÓN CON DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS.**

INTERNACIONALES

- CADBURY (UK-1992).
REVISADO POR GREENBURY. (1995)
Y HAMPEL. (1998)
- VIENOT (Francia-1999)
- OCDE (1999)
- WINTER (UE-2002)
- SARBANES-OXLEY (USA-2002)
- HIGGS (UK-2003)
- DIRECTIVA U.E. (2004)

ESPAÑA

- OLIVENCIA (1998)
- ALDAMA (2003)
- LEY DE TRANSPARENCIA (Ley
26/2003)
Y OM (26/12/03)
- CONTHE (2006) (CÓDIGO
UNIFICADO)

CARACTERÍSTICAS DE LOS CÓDIGOS DE BUEN GOBIERNO

- DEBEN EXPRESAR **COMPROMISOS BILATERALES**: EMPRESA - EMPLEADO.
- DEBEN DE SER **ESPECÍFICOS**, NO ABSTRACTOS.
- HAN DE RECOGER MODOS DE **REFORZAR SU CUMPLIMIENTO**, INDICANDO POSIBLES SANCIONES.
- **CLARIDAD**: SENCILLO Y COMPRENSIBLE.
- **GLOBALIDAD**: ABARCAR TODAS LAS POSIBLES SITUACIONES CONFLICTIVAS.
- **PUBLICIDAD**: DEBE DARSE CONOCIMIENTO DENTRO Y FUERA DE LA EMPRESA.
- **ACTUACIÓN**: DEBE REVISARSE PERIÓDICAMENTE.

- ↪ **JUNTAS DE ACCIONISTAS: DELEGACIÓN DE VOTO, REUNIONES, ETC.**
- ↪ **CERTIFICACIONES DE CUENTAS POR LOS ADMINISTRADORES.**
- ↪ **CONSEJO: EDAD, N° INDEPENDIENTES, CARÁCTER EJECUTIVO DE LA PRESIDENCIA, BLINDAJES, REMUNERACIÓN.**
- ↪ **CONFLICTOS DE INTERÉS – OPERACIONES VINCULADAS CON ACCIONISTAS O ADMINISTRADORES.**
- ↪ **PACTOS PARASOCIALES.**
- ↪ **STOCK OPTION.**
- ↪ **SELECCIÓN DE PROVEEDORES.**
- ↪ **DEBERES DE FIDELIDAD Y LEALTAD DE CONSEJEROS Y ACCIONISTAS.**

- ✚ **USO DE LA WEB COMO VEHÍCULO DE INFORMACIÓN.**
- ✚ **SEGUROS DE RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES.**
- ✚ **COMITÉ DE AUDITORÍA.**
- ✚ **SEPARACIÓN AUDITORÍA – OTROS SERVICIOS.**
- ✚ **PUBLICACIÓN DE INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO**

DECLARACIÓN DE VALORES

DESCRIPCIÓN SUSCINTA DE VALORES CORPORATIVOS, BASADOS EN LA CULTURA DE LA EMPRESA = RESPETO A LAS PERSONAS, EQUIDAD EN EL TRATO, INTEGRIDAD, TRABAJO EN EQUIPO, ETC.
EJEMPLOS: HEWLETT PACKARD, MCDONALD'S, SEAT.

PRINCIPIO DE ACTUACIÓN

EXPRESAN LA POSICIÓN ÉTICA DE LA EMPRESA Y SUS RESPONSABILIDADES HACIA LOS GRUPOS DE INTERÉS.
EJEMPLOS: JOHNSON & JOHNSON.

CÓDIGOS DE CONDUCTA

SE DETALLAN COMPORTAMIENTOS NO DESEADOS Y SE DAN PAUTAS PARA LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS.
EJEMPLOS: BOEING, PROCTER & GAMBLE.

4.2. CERTIFICACIONES Y SISTEMAS DE GESTIÓN

- **CONSTITUYEN INSTRUMENTOS PARA MEDIR EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS DE RSC EN LA ORGANIZACIÓN, UNA VEZ REALIZADAS LAS CORRESPONDIENTES COMPROBACIONES DE ACUERDO A UNOS SISTEMAS Y METODOLOGÍA ESPECÍFICOS.**
- **LA CERTIFICACIÓN ES UN INSTRUMENTO EFICAZ PARA LA MEJORA CONTINUA DE LA GESTIÓN**
- **TIENEN UN DOBLE OBJETIVO:**
 - ❖ **PRETENDEN, A NIVEL INTERNO, CONSOLIDAR LOS SISTEMAS DE GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLES.**
 - ❖ **INTENTAN SE VIR DE GARANTE FRENTE A TERCEROS DEL CUMPLIMIENTO DE DETERMINADOS COMPORTAMIENTOS CORPORATIVOS. POR ELLO, HAN DE SER EMITIDAS Y SUPERVISADAS POR UN TERCERO INDEPENDIENTE.**

NORMAS SOBRE SISTEMAS DE GESTIÓN ÉTICA:

SA 8000 (SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000)

ISO 26000

SGE – 21 DE FORETICA

PNE 165010 DE AENOR

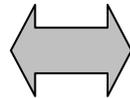
NORMAS RELACIONADAS:

ISO 14001

OHSAS 18000

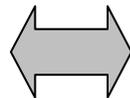
CATEGORIZAN A LAS EMPRESAS SEGÚN SUS PRÁCTICAS RESPONSABLES

INSTITUCIONES:



SAM RESEARCH, SIRI, AIS, CORE RATINGS,
INNOVEST

INDICES:

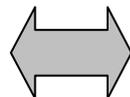


DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)

INDICE EUROPEO FTSE4GOOD

MERCO: MONITOR ESPAÑOL DE REPUTACIÓN
CORPORATIVA

DJSI:



CREADO EN 1999

PARTICIPAN TODOS LOS AÑOS 2.500
EMPRESAS, DE LAS QUE SON
SELECCIONADAS UN 10%

20 EMPRESAS ESPAÑOLAS (2009)

EN UN ESTÁNDAR DE LAS DENOMINADAS
INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES

- **DIVULGAR LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LA RSC (TAN IMPORTANTE ES EL DESARROLLO DE BUENAS PRÁCTICAS COMO INFORMAR DE LAS MISMAS).**

- **GLOBAL REPORTING INICIATIVE (GRI): GUIA PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES DE RSC. SUCESIVAS VERSIONES DESDE JUNIO 2000. LA ÚLTIMA “G3” DE 2006**

- **AA 1000, EMITIDO POR EL INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY.**

- **PRIMERA VERSIÓN MARZO 2003, ÚLTIMA 2009.: CONSTITUYE EL ESTANDAR DE MAYOR ACEPTACIÓN SOBRE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD Y CREDIBILIDAD DE LOS REPORTES DE RSC, DETALLANDO LOS REQUISITOS MÍNIMOS.**

- **AECA (2009) : PROYECTO DE ARMONIZACIÓN DE INFORMACIÓN EN RSC UTILIZANDO TAXONOMÍA XBRL PARA EL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE INFORMACIÓN. CUENTA CON 491 INDICADORES SOBRE ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES, SOCIALES, LABORALES Y DE GOBIERNO CORPORATIVO.**

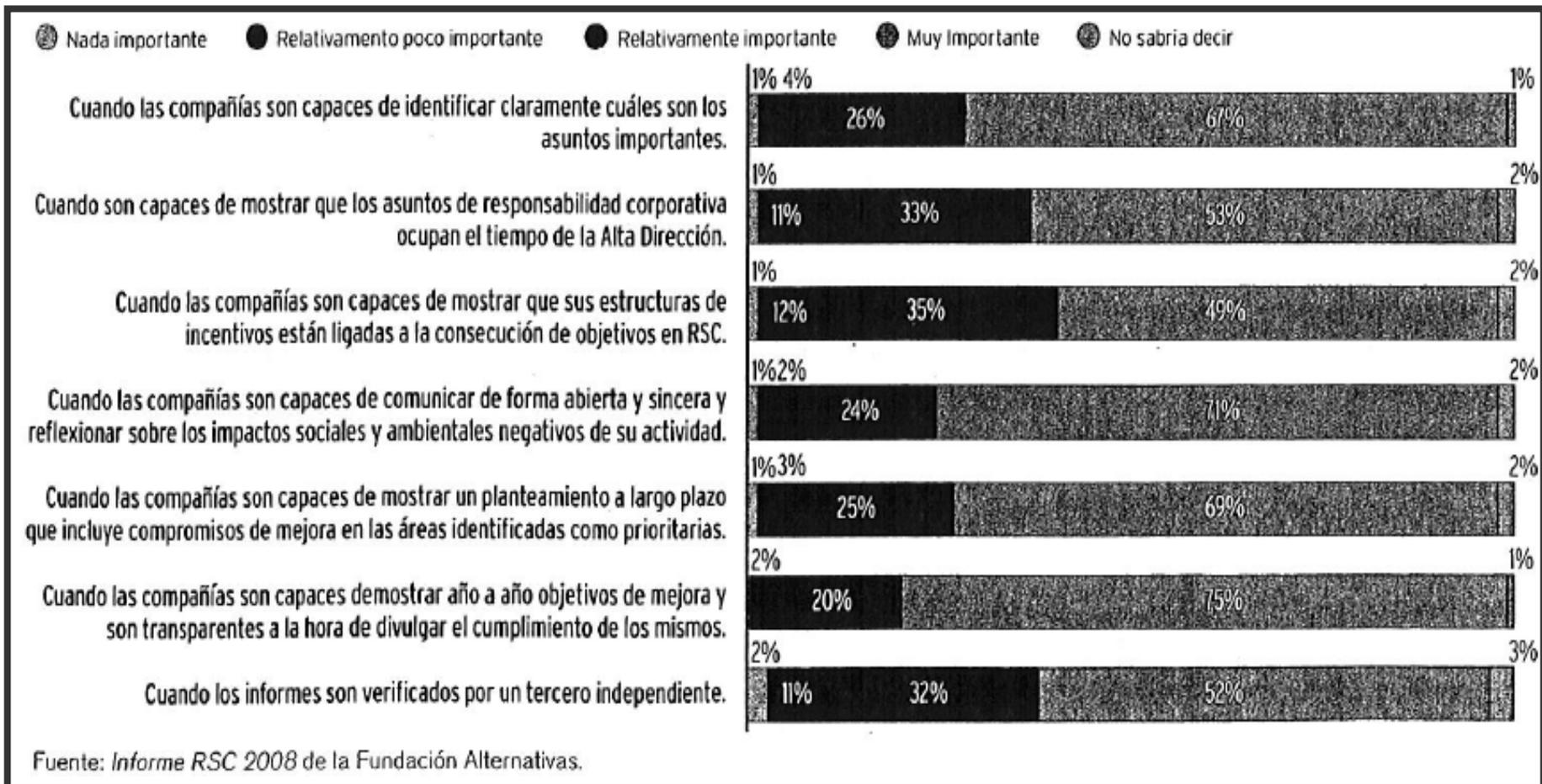
- **LAS MEMORIAS DE RSC CONSISTEN EN EXTENDER LOS TRADICIONALES INFORMES FINANCIEROS PARA REPORTAR SOBRE LA LLAMADA “TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS” (TRIPLE BOTTOM LINE): ECONÓMICO, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL**

TOP TEN DE LOS PAISES CON MAYOR NÚMERO DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

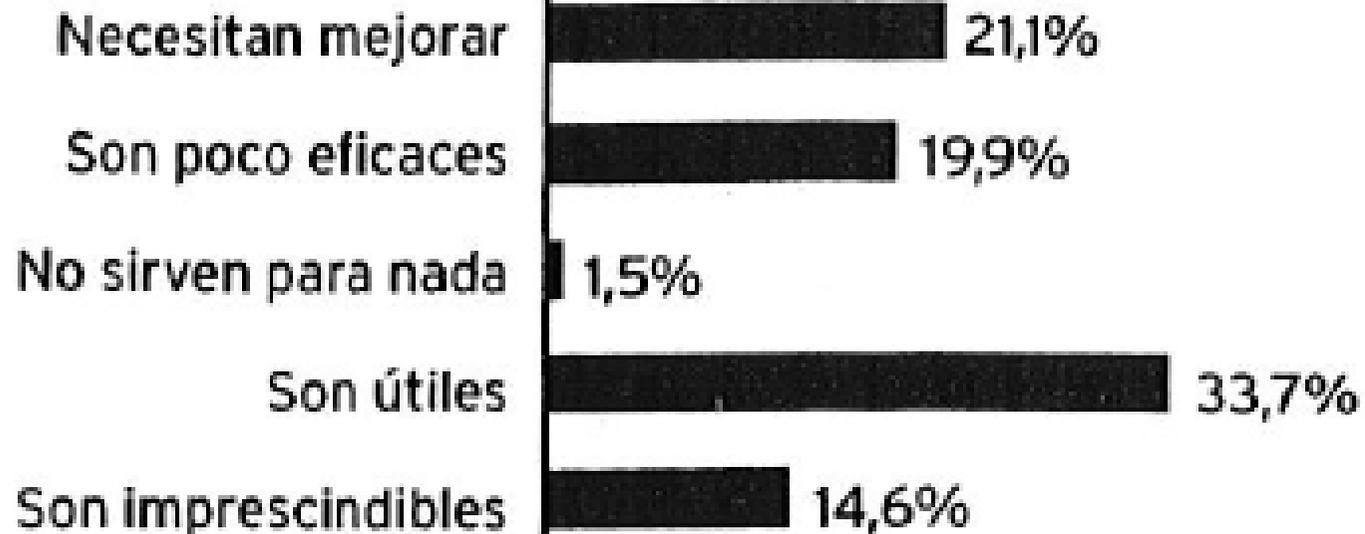
POSICIÓN	2009	Nº MEMORIAS	2008	Nº MEMORIAS	2007	Nº MEMORIAS	2006	Nº MEMORIAS
1	España	107	España	127	España	133	España	94
2	EEUU	85	EEUU	120	EEUU	60	EEUU	40
3	Suecia	60	Brasil	70	Brasil	43	Australia/UK	31
4	Brasil	52	Sudáfrica	60	Holanda/Alemania	34	Holanda/Canadá	27
5	Holanda	44	Australia	59	Italia	30	Sudáfrica	26
6	Alemania	39	Japón	51	UK/Rep. de Corea	29	Italia	21
7	Canadá	37	Rep. de Corea	50	Canadá	25	Francia	20
8	Japón	36	Holanda	49	Japón	24	Brasil/Japón	18
9	Australia	34	UK	47	Sudáfrica	23	Alemania	16
10	Rep. de Corea	14	Alemania/ Italia	42	Australia	20	Rep. de Corea	10

Fuente: GRI. Listado de memorias de sostenibilidad que se han basado en el GRI. Datos extraídos el 6 de noviembre de 2009.

LA CREDIBILIDAD Y LA CONFIANZA QUE ME INSPIRA LA INFORMACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA MEJORA...



¿COMO CALIFICARÍA LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD?



Fuente: *1 Informe Corresponsables: Situación de la RSE en España*, elaborado por MediaResponsable

- **ES ESENCIAL QUE LA INFORMACIÓN SOBRE RSC GOCE DE SUFICIENTE FIABILIDAD Y CREDIBILIDAD**
- **SOLO EL 25% DE LAS EMPRESAS QUE ELABORAN INFORMES DE SOSTENIBILIDAD PROVEEN DE ALGUNA FORMA DE ASEGURAMIENTO O AUDITORÍA**
- **LOS ELEMENTOS ORIENTADORES DE ESTOS TRABAJOS DE AUDITORÍA CON MAYOR USO SON:**
 - ❖ **AA 1000 AS (LIGADO CON AA1000 APS, QUE PERMITE ADEMÁS ASEGURAR LOS PRINCIPIOS)**
 - ❖ **NORMA ISAE 3000 (“ASSURANCE ENGAGEMENTS OTHER THAN AUDITS OR REVIEWS OF HISTORICAL FINANTIAL INFORMATION) EMITIDA POR EL IAASB (INTERNATIONAL AUDITING AND ASSURANCE STANDARS BOARD)**
 - ❖ **INSTITUTO DE CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA: “GUÍA DE ACTUACIÓN DE TRABAJOS DE REVISIÓN DE INFORMES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA” (2008)**

- **EXISTE UNA PRÁCTICA RECIENTE, Y CADA VEZ CON MAYOR EXTENSIÓN, QUE CONSISTE EN QUE LAS EMPRESAS INCORPOREN AL PROCESO DE VERIFICACIÓN EXTERNA A UN COMITÉ DE EXPERTOS, QUE, AUNQUE NO SUSTITUYEN AL INFORME DE AUDITORÍA, PERMITE IDENTIFICAR ASPECTOS RELEVANTES A INFORMAR, DANDO RECOMENDACIONES SOBRE LAS CUESTIONES CLAVES SOBRE LAS QUE DEBE RESPONDER LA COPAÑÍA (EJEMPLOS: ACCIONA, BBVA, REPSOL, IBERDROLA)**
- **LA REVISIÓN FINANCIERA Y LA DE SOSTENIBILIDAD AVANZAN POR CAMINOS CONVERGENTES.**