



**AUREN**  
Avda. General Perón, 38  
28020 MADRID  
[www.auren.es](http://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.**

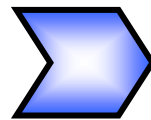


## 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### 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.

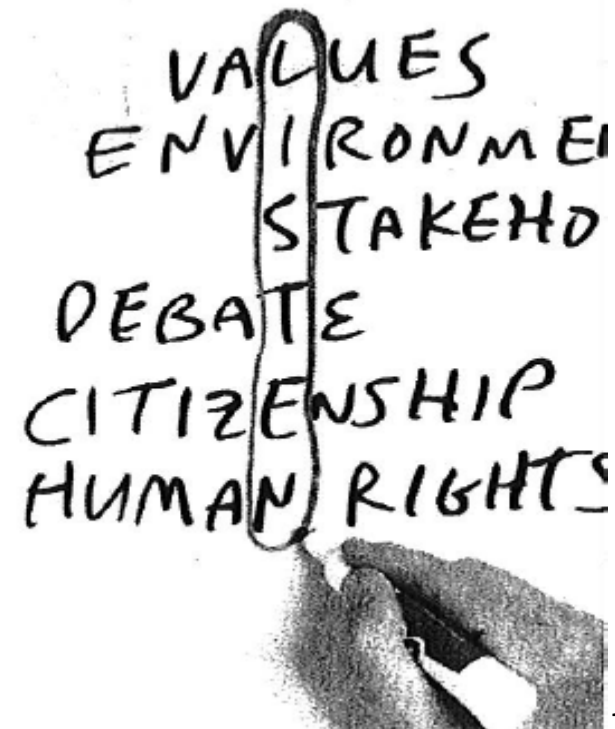
**DIÁLOGO**



***“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

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



## 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### 2.2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

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



## 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.**







**(\*) “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 SEVIR 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**

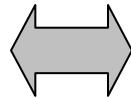
#### NORMAS RELACIONADAS:

**ISO 14001**

**OHSAS 18000**

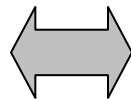
#### CATEGORIZAN A LAS EMPRESAS SEGÚN SUS PRÁCTICAS RESPONSABLES

**INSTITUCIONES:**



**SAM RESEARCH, SIRI, AIS, CORE RATINGS, INNOVEST**

**INDICES:**

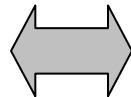


**DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)**

**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.**



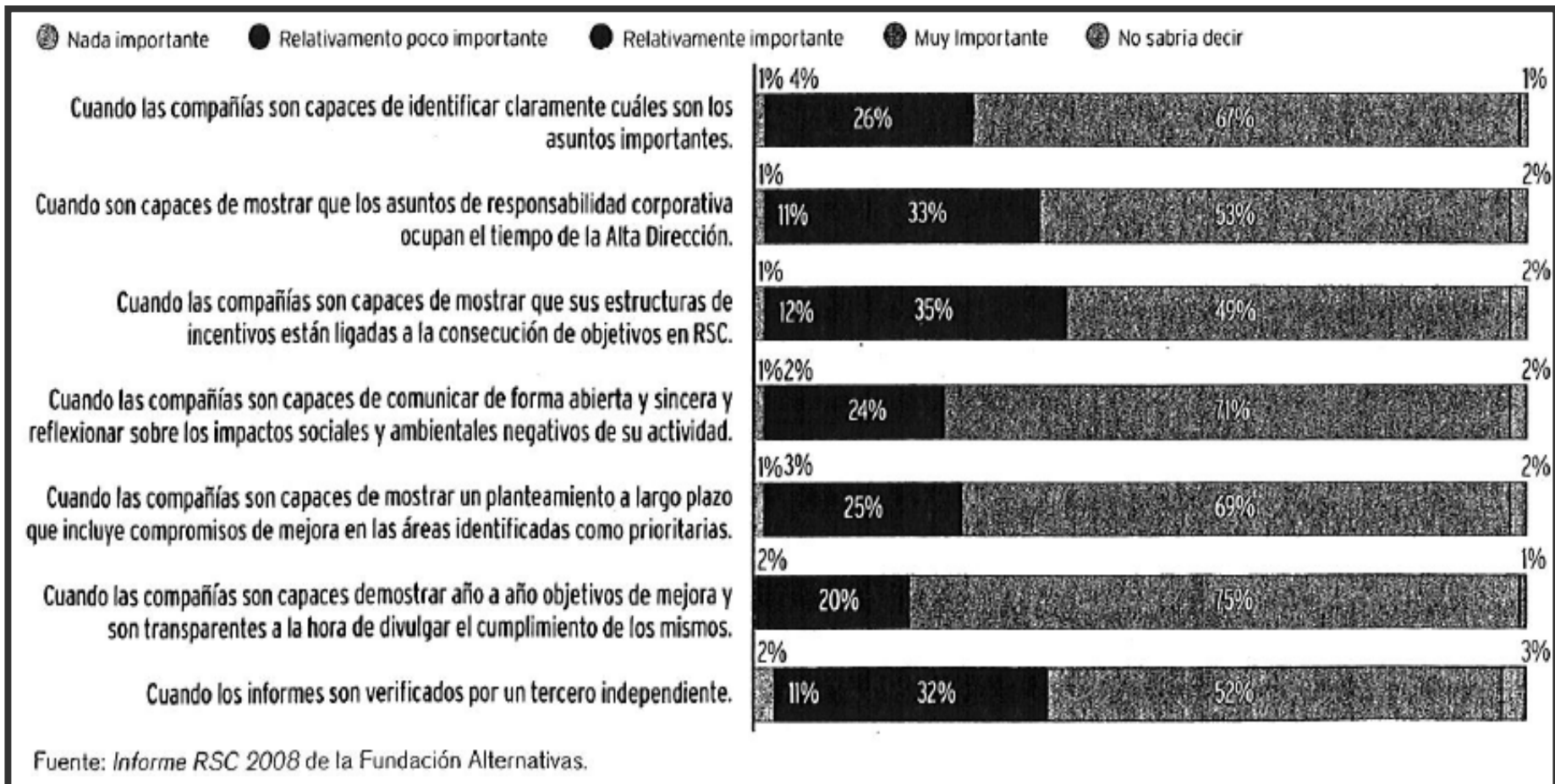
- **AECA (2009) : PROYECTO DE ARMONIZACIÓN DE INFORMACIÓN EN RSC UTILIZANDO TAXONOMÍA XBRL PARA EL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE INFORMACIÓN. CUENTA CON 491 INDICADORES SOBRE ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES, SOCIALES, LABORALES Y DE GOBIERNO CORPORATIVO.**
  
- **LAS MEMORIAS DE RSC CONSISTEN EN EXTENDER LOS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

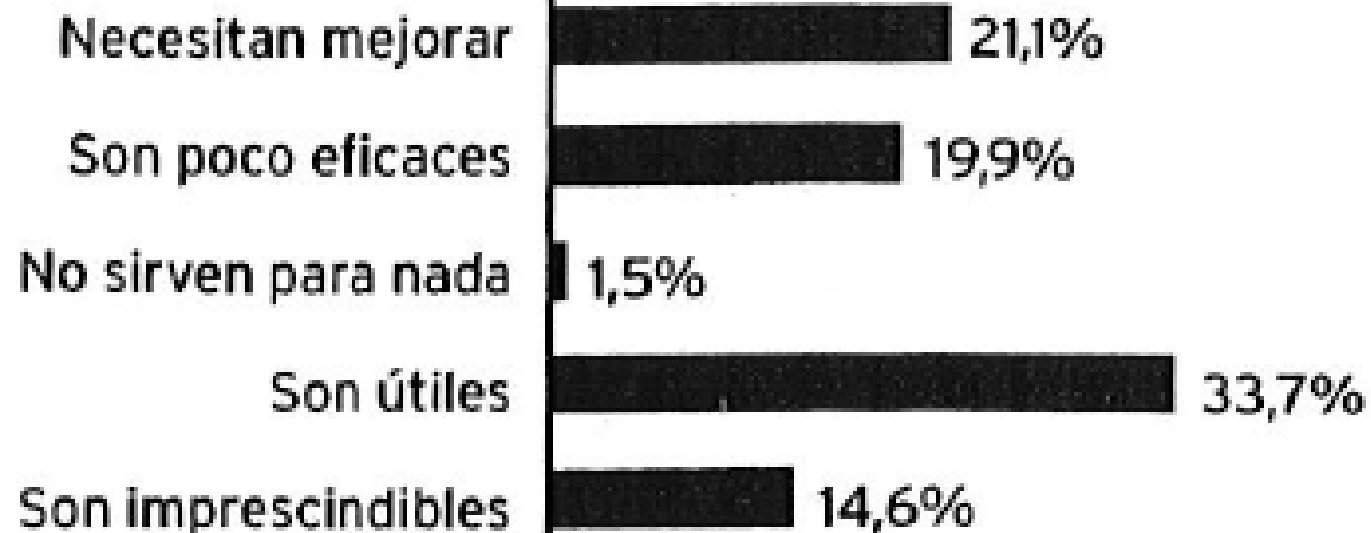
POSICIÓN	2009	Nº MEMORIAS	2008	Nº MEMORIAS	2007	Nº MEMORIAS	2006	Nº MEMORIAS
1	España	107	España	127	España	133	España	94
2	EEUU	85	EEUU	120	EEUU	60	EEUU	40
3	Suecia	60	Brasil	70	Brasil	43	Australia/UK	31
4	Brasil	52	Sudáfrica	60	Holanda/Alemania	34	Holanda/Canadá	27
5	Holanda	44	Australia	59	Italia	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.**