



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

FACULTAD DE DERECHO

**ANÁLISIS FILOSÓFICO JURÍDICO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA**

Autor: Fernando Jesús Canet Ramo

4º E-1

Área de Filosofía del Derecho

Tutor: José Luís Rey Pérez

Madrid

Abril 2020

Resumen

Este trabajo de fin de grado tiene como objetivo analizar la influencia de la filosofía en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Aunque la RSC se relaciona más frecuentemente con el cumplimiento normativo, muy especialmente en el ámbito económico o financiero, existe una estrecha relación entre la RSC, la filosofía y la ética. Y es que, sin una ética adecuada y sin buen gobierno, la RSC en la empresa carecería de una base sólida en la que asentarse. Por esta razón, cada vez son más las empresas que hacen especial hincapié y potencian tanto la filosofía del trabajo y la ética de gobierno de cara a implantar una responsabilidad social destacable, dejando atrás los modelos de RSC que únicamente se centraban en los aspectos financieros o económicos de la empresa. De esta forma, a lo largo de este trabajo se analizará la interacción entre filosofía y la ética con la RSC y los efectos que produce esta combinación.

Palabras clave: empresa, ética, greenwhasing, igualdad, ODS, RSC, RSE, buen gobierno.

Abstract

The aim of this thesis is to analyze the influence of philosophy on Corporate Social Responsibility (CSR). Although CSR is most often related to regulatory compliance, particularly in the economic or financial sphere, there is a close relationship between CSR, philosophy and ethics. Without proper ethics and good governance, CSR in business would lack a solid foundation on which to build. For this reason, an increasing number of companies are placing special emphasis on and promoting both the philosophy of work and the ethics of governance in order to implement outstanding social responsibility, leaving behind CSR models that only focus on the financial or economic aspects of the company. In this way, throughout this work, the interaction between philosophy and ethics with CSR and the effects produced by this combination will be analyzed.

Keywords: business, ethics, greenwashing, equality, ODS, CSR, good governance

Índice

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO II. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA RSC.....	7
1. EN EL MUNDO.....	7
2. EN ESPAÑA.....	11
3. ESPECIAL REFERENCIA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y A SU RELACIÓN CON LA RSC	12
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.....	16
1. CONCEPTO DE LA RSC	16
2. DIMENSIONES DE LA RSC	17
3. ASPECTOS LEGALES DE LA RSC	19
4. FINALIDAD QUE PERSIGUE LA RSC	22
5. OBJETIVOS DE LA RSC	24
6. RESPONSABILIDAD Y MARKETING SOCIALES	24
7. UTILIDAD Y EFICIENCIA DE LA RSC	25
8. ÉTICA Y BUEN GOBIERNO DE LA EMPRESA.....	25
8.1. Ética.....	25
8.2. Buen gobierno de la empresa.....	27
CAPÍTULO IV. GREENWASHING	31
CAPÍTULO V. EJEMPLO DE EMPRESA RSC → HARINERAS VILLAMAYOR.	34
CAPÍTULO VI. LA IGUALDAD DE GENERO COMO PARTE DE LA RSC EN LAS EMPRESAS.....	37
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES.....	41
BIBLIOGRAFÍA.	44

ABREVIATURAS

RSC	Responsabilidad Social Corporativa
RSE	Responsabilidad Social de las Empresas
LES	Ley de Economía Sostenible
LOI	Ley Orgánica para la Igualdad efectiva entre hombres y mujeres
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante, RSC) ha ido cobrando gran protagonismo dentro de las organizaciones. Fueron muchas las empresas que se vieron en la obligación de informar sobre su conducta ética, social y ambiental ante la creciente presión de sus accionistas, empleados, clientes y otros agentes sociales que ya exigen a las empresas que se ocupen de cuestiones que van más allá de los deberes clásicos de las empresas. El concepto de responsabilidad social es antiguo, pero en los últimos cincuenta años, los estudiosos le han prestado una mayor atención. Los intentos de formalizar este concepto han sido diversos, dando lugar a diferentes teorías y variadas definiciones.

La implantación de la RSC en la realidad empresarial lleva consigo cambios en la forma en la que la empresa opera normalmente tanto de cara al interior como hacia el exterior en sus relaciones con la sociedad en general.

Por ello, este tema tiene una relevancia creciente en el mundo empresarial de hoy, con trascendencia desde el punto de vista jurídico ya que la RSC ha dado lugar a nuevas leyes que la regulan. De esta forma, la RSC ha pasado de ser una cuestión de responsabilidad individual de las empresas, a ser también una cuestión que trasciende y tiene que ver con el cumplimiento normativo.

Especial referencia se hará a cómo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) han dado un impulso a la RSC, porque son objetivos que no solo se plantean para los Estados sino para las entidades privadas.

El presente trabajo consistirá en cinco partes. En la primera de ellas se expondrá el origen y la evolución de la RSC tanto a nivel mundial, como en España, y se analizará el impulso que los ODS han dado a la RSC. La segunda parte se centra en el marco teórico de la RSC y en los distintos aspectos que lo componen, entre los que están, el concepto de RSC, sus dimensiones, los aspectos legales que conforman la RSC, la finalidad que persigue.

Se hará especial referencia a los objetivos que se imponen para mejorar la responsabilidad social, y a la utilidad y eficiencia que puede representar un programa de RSC en la

empresa. Finalmente, se abordará la ética y el buen gobierno en las empresas y su relación con la RSC.

En la parte tercera se investiga acerca del *greenwashing* que se trata de un lavado de imagen bajo el que se pretenden refugiar empresas que no están realmente comprometidas con la RSC.

En la parte cuarta de este trabajo se analizará un caso concreto de una empresa que pone de manifiesto su compromiso con la RSC y en definitiva con la filosofía y la ética de sus actos, al tener implantado un sistema de RSC que puede considerarse modelo a imitar o a seguir.

Finalmente, la última parte del trabajo está centrada en un aspecto concreto de la RSC de gran relevancia en el momento actual: la igualdad de género en la empresa.

CAPÍTULO II.

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA RSC

1. EN EL MUNDO

La constante evolución de la sociedad mundial y las manifiestas necesidades del mundo moderno pueden considerarse el germen de la RSC. Ahora bien, el origen no está del todo claro y son varios los autores que tratan de analizarlo e identificarlo.

En primer lugar, Joyner and Payne consideran que el primer autor que reconoció el concepto de RSE fue Chester Barnard, un destacado empresario y economista estadounidense, quien en 1938 publicó su libro *The Functions of the Executives* en el que argumentaba que el líder de una empresa o de un equipo ha de tener en cuenta cómo influyen en el éxito de su empresa las aportaciones morales que tienen como objetivo alcanzar mejoras en el desarrollo de la empresa.

Por otro lado, Carroll y Chirieleison (2004) coincidieron en que la primera vez que se dio a conocer el término de RSE tuvo lugar en 1953, cuando el gran investigador Howard Rothmann Bowen decidió plasmar su estudio sobre la situación de las empresas en su libro *Social Responsibilities of the Businessman*. En él, Bowen recogía la existencia de la responsabilidad social como un pilar básico para un desarrollo empático y social de la actividad empresarial y definía la RSC como un conjunto de obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en término de los objetivos y valores de la sociedad ¹.

Con esta primera definición de la RSE, Bowen lanzaba la idea de que, con el paso del tiempo, el esfuerzo voluntario, por parte de las empresas, de ser socialmente responsables, daría sus frutos representados en un menor número de problemas tanto económicos como organizativos y en una mayor facilidad de alcanzar los objetivos propuestos por cada empresa.

Todos los autores mencionados, coincidían en que una de las claves de este innovador concepto corresponde al abogado y profesor Peter Drucker, quién en su libro, *The*

¹ Chirieleison. C., *L'evoluzione del concetto di corporate social responsibility*, Franco Angeli, 2004.

Practice of Management (1954) se centraba en destacar la responsabilidad pública como uno de los principales objetivos de una empresa y decía que la empresa “tiene que considerar si la acción es probable que promueva bien público, para avanzar las creencias básicas de nuestra sociedad y para contribuir a su estabilidad, fuerza y armonía”².

La visión sobre el término de la RSC cambió en la década de los años 60 y 70 debido a la intervención de Milton Friedman quien tenía claro que el principal objetivo de las empresas y de los empresarios debía ser la maximización del beneficio. Es necesario mencionar la principal idea de Friedman que mantenía que “pocas tendencias socavarían tan profundamente los cimientos de nuestra sociedad libre como la aceptación por parte de los funcionarios de las empresas de una responsabilidad social que no sea la de hacer tanto dinero para sus accionistas como sea posible”³.

Friedman consideraba que la solución para incrementar y mejorar el establecimiento y la evolución de la RSC se encontraba en la ayuda que debían prestar los Estados y los gobiernos de los distintos países y no solo dejarlo en manos de las propias empresas.

Mención aparte merece el profesor Archie Carroll que en su libro *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*⁴, en el que introdujo un pensamiento innovador al estructurar la RSE en cuatro categorías que definen la organización de este concepto, para más tarde, en 1991 mejorar esta estructura formando la denominada “pirámide de la RSE”⁵, la cual se sigue utilizando en la actualidad.

Esta pirámide está compuesta por cuatro escalones:

-El primer escalón, que constituye la base de la pirámide es la responsabilidad económica, al ser el principal deber de las empresas el de producir bienes y servicios para la sociedad.

-El segundo escalón corresponde a la responsabilidad legal, que necesita del primer escalón, puesto que los objetivos económicos que se proponen las empresas tienen que cumplir con lo establecido en las leyes.

² Bowen, H., *The practice of Management*, Harper, Nueva York, 1954, p. 22.

³ Zamagni, S., *Por una economía del bien común*, Ciudad Nueva, Madrid, 2012, p. 179.

⁴ Carroll, A., “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. *The Academy of Management Review*, Nueva York, 1979, pp. 497-505.

⁵ Carroll, A., *The pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons, Indiana, 1991, p. 39-48.

-El tercer escalón corresponde a las responsabilidades éticas, entendidas como la norma o el estándar que salvaguardan el respeto o la protección de los derechos morales de las partes interesadas en relación con los empleados, consumidores, etc. Cuando nos referimos a la protección de los derechos morales, debe tenerse en cuenta que existen dos líneas de pensamiento diferentes: (i) los autores que pertenecen al positivismo jurídico más estricto, teniendo a Kelsen como un gran ejemplo de esta corriente, que consideran que no existe el derecho moral en sentido estricto, que o se trata de derechos o se trata de valores morales y argumentan que el derecho nace del Estado y por ello no preexiste hasta que no tiene reconocimiento jurídico por parte del Estado; (ii) la corriente de pensamiento de los iusnaturalistas como Dworkin, un ejemplo fundamental de esta visión contemporánea, que entienden que los derechos preexisten al Estado y por lo tanto son derechos morales que tenemos las personas por el mero hecho de serlo, de tal forma que la función del Estado es reconocerlos en normas jurídico-positivas para dotarlos de efectividad, reflejando así que el derecho moral no es solo una cuestión moral sino también una cuestión jurídica.

En las normas legales hay valores morales recogidos en deberes jurídicos. Así, a modo de ejemplo, si decimos que una empresa debe cumplir con los derechos de los trabajadores, esta obligación no es únicamente un deber moral, también es un deber jurídico, porque existe normativa que le obliga a cumplir con esos derechos de los trabajadores. Los derechos morales no son efectivos en tanto no haya un instrumento jurídico-positivo que los plasma y los protege.

Conceptualmente, primero es el derecho moral y luego el derecho jurídico. El derecho nunca es axiológicamente neutral, el derecho siempre refleja unos valores. Pues bien, en la RSC lo que se persigue es que la norma jurídica refleje la aspiración moral, en la medida de lo posible.

- En el cuarto escalón, en la cima de la pirámide se encuentran las responsabilidades filantrópicas, las cuales son definidas por Carroll como “las acciones corporativas que responden a la expectativa de la sociedad de que las empresas sean buenos

ciudadanos corporativos. Esto incluye participar activamente en actos o programas para promover el bienestar humano o la buena voluntad”⁶.

Hasta aquí el nacimiento del término de la RSC, pero cabe decir que la verdadera evolución de este término comenzó a mediados de los años 90, debido a las responsabilidades que la sociedad pretendía exigir a las empresas a cambio de todo el beneficio que la sociedad les proporcionaba.

Destacable es la petición del Foro Económico Mundial, celebrado a iniciativa de Nelson Mandela concluyendo que el objetivo debía consistir en el establecimiento de una sociedad basada en el respeto de los derechos humanos, para asegurar la libertad y la dignidad de cada individuo, alentando a las empresas a que incluyeran en sus métodos de funcionamiento el respeto de las normas laborales, el medio ambiente, los derechos humanos y la lucha contra la corrupción.

Pero también cabe destacar la publicación de la *Global Reporting Initiative* en el año 2000. Se trata de una guía que promueve fomentar el aumento de la transparencia de los resultados económicos, ambientales y sociales de una empresa y proporciona a éstas un marco para la presentación de informes sobre sostenibilidad.

Poco tiempo después, se celebró la Cumbre de la Tierra de 2002 en Johannesburgo, en la que se puso de manifiesto el compromiso de las empresas extranjeras con la RSC.

A nivel europeo, cabe hacer mención del Foro Multistakeholder RSE convocado por la Comisión Europea que se creó con el objetivo de promover la transparencia de las prácticas y los instrumentos de la RSE y de ampliar el conocimiento de la relación entre el desarrollo sostenible y la RSE. En este foro participaron empresas, consumidores, asociaciones profesionales y trabajadores y supuso un importante impulso de la RSC.

⁶ Carroll, A. B., “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance.” *The Academy of Management Review*, vol. 4, n. 4, 1979, pp.497-505.

2. EN ESPAÑA

Puede decirse que la RSC llegó a España a través de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) a finales de los años 90, introduciendo el concepto de Inversión Social Responsable. Este concepto incluía criterios extra-financieros en los procesos de inversión y su objetivo era la participación de las empresas en un continuo desarrollo sostenible.

La celebración de la citada Cumbre de la Tierra de 2002 en Johannesburgo fue un punto de inflexión para las empresas españolas que pudieron ver cómo las empresas extranjeras habían evolucionado de forma importante en materia social, lo que supuso un incentivo importante para que las empresas españolas comenzaron a imitar esta práctica estandarizando políticas en materia de RSC. Tanto es así que en 2003 se creó en España una Comisión Técnica de Expertos en RSE que tuvo un papel muy relevante al que me referiré más adelante.

Durante los años siguientes, se prosiguió con la creación de instituciones y documentos dirigidos a promover la RSE. Cabe destacar la publicación de la ISO 26000, en la que participaron un gran número de países de todo el mundo, la cual contiene recomendaciones para que empresas y organizaciones puedan establecer un sistema de gestión de la responsabilidad social.

Con el objetivo de alentar al desarrollo de políticas de responsabilidad social, en el año 2011 entró en vigor la LES, cuyo artículo 39 se centra en la promoción de la responsabilidad de las empresas, explicando que “con el objetivo de incentivar a las empresas, organizaciones e instituciones públicas o privadas, especialmente a las pequeñas y medianas y a las empresas individuales, a incorporar o desarrollar políticas de responsabilidad social, las Administraciones Públicas mantendrán una política de promoción de la responsabilidad social, difundiendo su conocimiento y las mejores prácticas existentes y estimulando el estudio y análisis sobre los efectos en materia de competitividad empresarial de las políticas de responsabilidad social”⁷. De esta forma, el Gobierno puso a disposición de las empresas los modelos de referencia para la

⁷ Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible. (BOE 5 de marzo de 2011)

autoevaluación en materia de RSE, modelos que ya incluían el respeto de los derechos constitucionales.

3. ESPECIAL REFERENCIA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y A SU RELACIÓN CON LA RSC

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un llamamiento a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas disfruten de paz y prosperidad. En 2015, las Naciones Unidas adoptó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que dirigirá, durante los próximos 15 años, los programas de desarrollo mundial.

El Programa de Desarrollo Sostenible de 2030 propone 17 objetivos de desarrollo sostenible, con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan cuestiones económicas, sociales y ambientales.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son:

1. Acabar con la pobreza en todas sus formas en todas partes.
2. Acabar con el hambre, lograr la seguridad alimentaria y una nutrición adecuada para todos y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar un estilo de vida saludable y fomentar el bienestar de todas las personas en todos los Estados.
4. Garantizar una educación de calidad equitativa e inclusiva y oportunidades de aprendizaje a lo largo de toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas en todas partes.
6. Garantizar el agua y el saneamiento para todos para un mundo sostenible.
7. Asegurar el acceso a servicios energéticos modernos asequibles, sostenibles y fiables para todos.
8. Promover un crecimiento económico fuerte, inclusivo y sostenible y un trabajo decente para todos.

9. Desarrollar infraestructuras resistentes, promover una industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad dentro de los países y entre ellos.
11. Construir ciudades y asentamientos humanos inclusivos, seguros, resistentes y sostenibles.
12. Garantizar unas pautas de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para hacer frente al cambio climático y sus efectos.
14. Lograr la conservación y el uso sostenible de los recursos marinos, los océanos y los mares para garantizar el desarrollo sostenible.
15. Proteger, restaurar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar el uso sostenible de los bosques, hacer frente a la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y detener toda pérdida de diversidad biológica.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de aplicación de la alianza mundial para el desarrollo sostenible y revitalizarla.

Al adoptar estos objetivos, los Estados se comprometen a movilizar los recursos necesarios para su aplicación mediante asociaciones centradas especialmente en las necesidades de los más pobres y vulnerables.

Los ODS no dejan de ser una versión actualizada de lo que hasta ahora veníamos entendiendo como RSC, es decir, se trata de un compromiso de las empresas, de los Estados y de la sociedad civil con todos aquellos objetivos planteados para conseguir que, mediante todos ellos colaboremos para conseguir una acción responsable y colaborativa de tal forma que la presente sociedad consiga pasar a las futuras sociedades un mundo mejor o, al menos, que se asemeje al que nosotros recibimos en nuestro momento.

Hoy por hoy, la RSC no se puede entender sin los ODS, porque estos objetivos actúan en distintos ámbitos y las empresas tienen que estar comprometidos con los ODS y luego, en función de la actividad a la que se dedique una empresa, tendrá una obligación mayor

o menor respecto de unos ODS o de otros. Para ello, según el *SDG Compass: The guide for business action on the SDGs*, las empresas responsables con los ODS deben de seguir un plan de actuación de 5 fases⁸:

1. Conocer y entender los ODS.
2. Definir los ODS prioritarios en función de la actividad de cada empresa y analizar sus posibilidades.
3. Establecer metas y anunciar el compromiso adquirido con los ODS
4. Introducir el programa, los objetivos y las acciones prioritarias a la empresa
5. Comunicar los logros que se vayan obteniendo.

Cabe destacar que, según el Primer Informe del Observatorio de los ODS, las empresas tienen más presentes los objetivos números 8 (promoción del crecimiento económico y de un trabajo adecuado), 13 (medidas para hacer frente al cambio climático) y 9 (fomentar la industria y la innovación). Estos tres objetivos responden a los principales ámbitos en los que repara la RSC: el económico, el social y el medioambiental. Por otro lado, los objetivos que menos repercusión tienen entre las empresas son, tristemente, el número 2 (erradicar el hambre en el mundo) y el número 14 (preocupación por la vida submarina).

Ahora bien, toca hablar de la relación que existe entre la RSC y los ODS. Está claro que ambos términos tienen en común que buscan un beneficio económico, social y medioambiental, pero, sin embargo, afectan de distinta forma a cada empresa.

En el Primer Informe del Observatorio de los ODS titulado *La contribución de las empresas españolas a los objetivos de desarrollo sostenible* se pone de manifiesto el valor que aportan a las empresas, dependiendo del tipo de empresa del que se trate⁹.

En primer lugar, las empresas de mayor tamaño y poder económico tienen muy claro que su participación en los ODS puede ayudarles enormemente para crecer e innovar y son un plus a sus políticas de RSC. En segundo lugar, las empresas medianas, con aspiración a conseguir un sitio dentro de las grandes empresas, ven a los ODS como un complemento que da fuerza a sus políticas, pero que no tiene un resultado suficientemente notable.

⁸ Puede verse en: <https://sdgcompass.org/>

⁹ El Observatorio de los ODS tiene como objetivo realizar el seguimiento de la implementación de la Agenda 2030 por parte de un grupo relevante y sectorialmente representativo de las empresas españolas. El primer informe está disponible en <https://obrasociallacaixa.org/es/centros/palau-macaya/observatorio-ods/informe>

Con estas concepciones y fijándonos en los gráficos que aporta el Observatorio de los ODS se reflejan cuatro circunstancias que evidencian tanto las similitudes como las diferencias entre la RSC y los ODS, son las siguientes:

- a. Disociación: Las actuaciones de RSC y ODS, en caso de que coexistan, van totalmente separadas en la empresa, responden a estrategias y a criterios distintos, y son dirigidas por unidades distintas. No se conciben o conectan, pues, bajo ninguna matriz común.
- b. Colindancia: La RSC y los ODS responden a lógicas independientes y son gestionados de manera autónoma, sin llegar en ningún momento a confundirse o a entrecruzarse, pero se establece entre ellos un punto de colindancia o proximidad, pues se presupone que los ODS constituyen el siguiente escalón en la asunción de responsabilidades y funciones por parte de la empresa.
- c. Coincidencia: La RSC y los ODS son concebidos en su origen y en su contenido de manera distinta, pero comparten, en buena medida, diversas líneas de actuación (desde la perspectiva social, medioambiental, ética, etc.), de modo que algunas de las políticas de RSE que ya se seguían en la empresa coinciden, en la práctica, con algunas de las metas establecidas en la Agenda 2030.
- d. Integración: Los ODS completan, amplían y dan continuidad a la visión de la empresa y a las actuaciones de RSC que ya se venían realizando. Por ese motivo, se deciden integrar tanto en la visión estratégica global como en las unidades o en los departamentos que la gestionaban¹⁰.

¹⁰ Observatorio de los ODS, *La contribución de las empresas españolas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Primer informe*, mayo 2018, p. 40.

CAPÍTULO III.

MARCO TEÓRICO

1. CONCEPTO DE LA RSC

El concepto de la RSC ha ido evolucionando durante el transcurso de los años, incorporando nuevos criterios y elementos en su definición.

La definición de RSC debe tener tres elementos fundamentales. El primero, introducir la dimensión económica, ambiental y social. Otro punto fundamental es la voluntariedad de la implementación de las prácticas de RSC y por último el de dejar claro que las empresas responden tanto frente a los accionistas como al resto de partes interesadas.

La RSC es un concepto verdaderamente complejo y multidimensional. Una definición que envuelve todos los aspectos de la RSC es la dada por la Doctora Barrio Fraile quien define la RSC como “todas aquellas actividades, más allá de los requerimientos legales, que realiza una organización, como consecuencia de un compromiso adoptado con sus grupos de interés, también llamados *stakeholders*, en materia económica, social y medioambiental, con el objetivo de responsabilizarse de las consecuencias e impactos que derivan de sus acciones y maximizar la creación del valor compartido para todo el conjunto de grupos de interés”¹¹.

De forma genérica y recogiendo varias definiciones de diferentes autores podemos concluir que se trata de un conjunto de proyectos y políticas que constituyen diferentes ámbitos de la empresa y que tratan aspectos correspondientes a la ética empresarial, la inversión en la comunidad, el cuidado del medio ambiente y el respeto de los derechos humanos.

¹¹ Cátedra de Ética económica y empresarial, Aspectos legales, retos y reflexiones para el desarrollo de la responsabilidad social. *Reflexiones Comillas*, Universidad Pontificia Comillas, 2018, p. 91.

2. DIMENSIONES DE LA RSC

Desde el punto de vista de los diferentes autores que tratan el tema de la responsabilidad social, hay quien la define como un concepto unidimensional y otros muchos que lo definen como un concepto multidimensional. En este trabajo se aborda el concepto de la RSC desde un punto de vista multidimensional, por lo tanto, desde las diferentes dimensiones de la RSC. Dentro de esta línea de la RSC multidimensional, destacan dos vertientes:

- el enfoque que teoriza sobre las dimensiones de la RSC desde la perspectiva del desarrollo sostenible; y
- el enfoque que se centra desde una perspectiva de la teoría de los *stakeholders*.

Según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), el desarrollo sostenible es el modelo de desarrollo que busca compatibilizar la explotación racional de recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano, en general, y de los procesos productivos, en particular, para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas. Es un concepto estrechamente ligado al principio del legado de las organizaciones y solidaridad intergeneracional¹².

El derecho al desarrollo junto con otros derechos, como el derecho al medio ambiente, forman parte de los derechos de tercera generación. Estos se construyen sobre el valor de una solidaridad diacrónica y tienen como objetivo general crear estructuras económicas que permitan acceder a los servicios básicos a todo el mundo y garanticen el cuidado del planeta, al mismo tiempo que estas estructuras generan beneficios propios. El objetivo final de estos derechos es hacer ver a la sociedad que el deber que tenemos las generaciones presentes consiste en no legar un mundo destruido medioambientalmente o que no exista posibilidad de desarrollo para las generaciones futuras.

El desarrollo sostenible surgió como una alerta sobre las negativas consecuencias que, debido al desarrollo económico, la industrialización y el crecimiento de la población, se iban a producir en el medio ambiente. En el informe Brundtland, publicado en 1987, se recogía por primera vez el desarrollo sostenible, y las posibles soluciones a los problemas

¹² Álvarez, J.L., “Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible”, *Opinión emitida*, vol.1, 2020, p. 4.

que producían el mencionado desarrollo económico y la industrialización. El objetivo que se buscaba en este informe era garantizar nuestras necesidades sin dañar las posibles necesidades de las futuras generaciones, lo cual exige ser conscientes de que la naturaleza no es una fuente inagotable, y que hay que repartir las riquezas que nos proporciona la misma sin dañar el medio ambiente.

Mención especial requieren los *stakeholders*, que son aquellas personas que confían en una empresa y, por tanto, pueden verse afectados por la situación de la misma, tratándose de las personas sobre las que la empresa debe ser responsable. Forman una parte fundamental dentro de una empresa, por ello, éstas deben de satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas que acordaron con todos aquellos que participan de la empresa.

Al mencionar los *stakeholders*, se debe hablar de la ética de la responsabilidad, que se trata de la teoría moral más extendida cuando hablamos de RSE interpretada de acuerdo con el modelo analítico de los *stakeholders*. El fundador de esta teoría es Max Weber, que define la responsabilidad como aquella situación que consiste en “estar dispuestos a responder de las consecuencias previsibles de las propias acciones”¹³. Algunos autores van más allá y abren el abanico de las consecuencias, no solo hablan de ser previsibles, sino que se centran en la realidad y acogen que se ha de saber reaccionar ante cualquier consecuencia posible, mencionando a Kant, estos autores pasan del “puedes, porque debes” al “debes, porque puedes”.

El pensamiento kantiano ha favorecido el avance de la filosofía en el desarrollo del entendimiento y la organización de la RSC. Adela Cortina, filósofa española, tomó tres elementos del pensamiento kantiano para analizar la influencia de la ética dentro de la RSC, estos son los siguientes: las herramientas de gestión de los stakeholders, las medidas de prevención y la exigencia de justicia. Con todo ello, Cortina llegó a la conclusión de que la ética era un elemento fundamental para la mejora de las tareas que tienen las empresas dirigidas a implementar la producción, innovar y mejorar su funcionamiento en general. Por tanto, dentro del movimiento kantiano, la obra de la “*Crítica del Juicio*” fue

¹³ Weber, M., *Il lavoro intellettuale come professione*, trad. de Giolitti A. Einaudi, Turin, 1969, p.16.

un pilar fundamental en el desarrollo de la ética aplicada a las organizaciones que comenzó Cortina¹⁴.

La Responsabilidad social cobra un gran protagonismo gracias a la aportación de la idea de Freeman, que consistía en la idea de que la empresa funcione en beneficio de todos los *stakeholders*. Aquí surge la idea de que los intereses de los distintos grupos de interés pueden gestionarse de forma que todos ganen, con ello se entiende que con la responsabilidad social el incrementar el valor para el accionista se debe hacer favoreciendo los intereses de todos los accionistas y, por tanto, aumentar el valor del primer accionista, pero buscando la complicidad con el resto de los accionistas.

Como se ha dicho ya, el desarrollo de la teoría de los *stakeholders* es ratificado por autores como Evan y Freeman, los cuales mantienen que todo lo relacionado con esta teoría de la empresa “requiere una revisión en clave esencialmente kantiana. Esto quiere decir que cada grupo de *stakeholders* tienen derecho a que no se le trate como un medio orientado a un fin, sino que debe participar en la determinación de la orientación futura de la empresa”¹⁵.

3. ASPECTOS LEGALES DE LA RSC

La RSC ha recibido un apoyo fundamental por parte de la Comisión Europea y otros organismos de la UE, puesto que consideran que es el factor que va a dar lugar a una nueva forma de actuar. En materia de RSC, la Comisión Europea ha confirmado que cada vez son más los países que tienen políticas dirigidas a promover esta responsabilidad social.

La Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones para 2011-2014 sobre la RSC establece un marco global constituido por principios y directrices, incluyendo el carácter pluridimensional de la RSC, que corresponde a las propias empresas¹⁶. La Comisión

¹⁴ Cortina, A. y Conill, J., “La responsabilidad ética de la sociedad civil”, *Mediterráneo económico*, Valencia, 2009, pp. 23 y 27

¹⁵ Evan, W. y Freeman, R.E., *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1988, p.101.

¹⁶ Puede verse en:

[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_/com_com\(2011\)0681_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681_/com_com(2011)0681_es.pdf)

propuso una serie de puntos para fomentar el crecimiento de la RSC, estos puntos son los siguientes:

- Mejora la visibilidad de la RSC y la difusión de buenas prácticas.
- Aumentar la confianza en las empresas, perseguir los comportamientos conocidos como *marketing engañoso* y mejorar la comunicación entre las empresas y sus clientes.
- Recompensar toda promoción de la RSC en el mercado en forma de impulso de políticas enfocadas en la igualdad laboral, el consumo y la contratación pública.
- Mejorar la divulgación de información en los informes anuales en el ámbito social y medioambiental.
- Mayor integración de la RSC en la educación, la formación y la investigación gracias a un apoyo financiero por parte de la Comisión.
- Aplicar los Fondos Estructurales de la UE para el desarrollo de la RSC, más concretamente en las PYMES, a la vez que los Estados miembros elaboran planes de acciones para fomentar este desarrollo.
- Mejorar el enfoque europeo y mundial sobre la RSC, además de alentar a las empresas a desarrollar nuevos modelos empresariales.

Tras la firma del Pacto Mundial de Naciones Unidas se acordaron diez principios que debían respetar las empresas, fundamentados en declaraciones en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción¹⁷. Con la firma de este pacto se persigue que los países hagan un ejercicio de autoevaluación y de transparencia en cuanto al cumplimiento de los principios acordados, que son los siguientes:

1. “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentalmente reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia”.

Este principio exige que las empresas actúen con la debida diligencia para evitar la violación de los derechos humanos (*do no harm*) y aborden los impactos adversos sobre los derechos humanos que les afectan.

2. “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos”.

¹⁷ Puede verse en <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios>

Por lo tanto, la empresa principal no solo tiene que llevar un control de sí misma, sino que será directamente responsable de todas aquellas que formen parte de la cadena de suministro de la principal.

3. “Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.

Este principio implica respetar el derecho que tiene todo trabajador de afiliarse o constituir asociaciones y sindicatos sin ser discriminado por ello, así como conseguir alcanzar acuerdos para la defensa de los intereses de los trabajadores.

4. “Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.

El trabajo forzoso consiste en todo aquel llevado a cabo bajo amenazas o temores, sin que exista una libertad propia del trabajador, viéndose obligado a prestar un servicio. Por mucho que se recompense este tipo de trabajo, nada justifica que un trabajador no pueda ejercer su derecho a la libertad.

5. “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.”

Toda empresa debe luchar por eliminar toda forma de explotación laboral infantil consistente en una violación de los derechos humanos. Las empresas se aprovechan de la situación precaria y el desarrollo insuficiente de determinados países para conseguir una mano de obra más barata con la explotación de menores.

6. “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”.

Este principio conlleva la supresión de cualquier trato desigual por razón de sexo, raza, color, religión o por razones físicas. Es común que este tipo de discriminación se realice de forma indirecta y que no sea fácil de identificar, por ello muchas empresas tienen un estricto control de este tipo de comportamientos, ya sea aprobando planes de igualdad o implantando políticas y procedimientos centrados en la no discriminación.

7. “Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”.

La preocupación por el estado del medio ambiente ha llevado a las empresas a ser precavidos a la hora de tomar decisiones respecto a un posible daño al medioambiente.

Las empresas deben abordar la evaluación y gestión de riesgos para que, en el supuesto de que no exista una certeza clara de que no se pueden producir riesgos graves, se pueda aplicar un enfoque preventivo para defenderse de todos los posibles riesgos que puedan llegar a sufrir.

8. “Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”.

La sociedad cada vez desarrolla más la necesidad de llevar a cabo prácticas medioambientales sostenibles y valora mucho aquellas empresas que actúan con este enfoque, demostrando así, su compromiso con el medioambiente.

9. “Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”.

Las nuevas tecnologías enfocadas a un cuidado del medio ambiente, así como los diseños de productos ecológicos dan la oportunidad de abrir nuevas oportunidades de negocio, reducir costes, generar menor cantidad de residuos y desechos, todo ello beneficioso para el cuidado de nuestro planeta.

10. “Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno”.

El pacto de la ONU sugiere a las empresas que luchen contra la corrupción interna, externa o colectiva, además de implantar sistemas anticorrupción para el control de estas actividades.

Estos diez principios del Pacto Mundial que, como ya se adelantaba, derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción, gozan de consenso universal.

4. FINALIDAD QUE PERSIGUE LA RSC

La RSC, como cualquier otro procedimiento cuya implantación se lleva a cabo en las empresas, tiene un duro y complejo trabajo de adaptación. La implantación de la RSC consiste en reunir en una, todas las funciones responsables que se esperan de una empresa.

La RSC ha de formar parte de la estrategia de toda la organización a través de objetivos, planes y acciones.

Para llevar a cabo esta implantación de modo más sencillo, resulta muy útil conocer la norma UNE-ISO 26000:2012 “Guía sobre responsabilidad social” que ha sido desarrollada por la Organización Internacional para la Estandarización con la finalidad de establecer directrices sobre la gestión de la responsabilidad social, y que tiene como objetivo la orientación de las empresas hacia los principios de la RSC, de modo que especifica las materias fundamentales y la gestión que deben de seguir para implementar la RSC¹⁸.

Así, este proceso de implantación deberá tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- 1ª. Debe existir una conexión directa entre la empresa, sus grupos de interés y la sociedad, es decir, la empresa debe conocer los intereses de las partes y para ello debe ponerse en la posición de la sociedad e involucrarse en ella.
- 2ª. La pertinencia e importancia de las materias fundamentales y de los asuntos propios de la RSC.
- 3ª. El ámbito de influencia de una empresa, es decir, partiendo de las actividades propias de la empresa, crear una serie de pasos que tienen como objetivo obtener la mayor rentabilidad posible, tanto de forma propia, como para el cliente.
- 4ª. Se ha de plantear una planificación y priorización previamente estudiada que facilite la implementación.

La norma UNE-ISO 26000 incluye las materias fundamentales por las que se preocupa la responsabilidad social, así como el deber de involucrarse de todas aquellas entidades que estén por la labor de colaborar, analizando la forma en la que debe funcionar la participación en este tema y las maneras de integrar un comportamiento responsable en la propia organización. Para ello redacta unos principios generales a tener en cuenta por todos aquellos que actúen bajo dicha norma.

Los principios generales son los encargados de la toma de decisiones y los que llevarán a cabo la ejecución de toda actividad en materia de responsabilidad social. Las líneas

¹⁸ Puede verse en <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/une-iso-26000>

básicas de actuación de la RSE están divididas en siete principios generales que, a su vez, se agrupan en dos líneas directrices distintas. En primer lugar, la identificación e involucramiento de los grupos de interés, la cual abarca los siguientes principios: la rendición de cuentas, la transparencia y el respeto a los intereses de las partes interesadas. Por otro lado, la otra directriz corresponde al respeto a la normativa internacional de comportamiento y a la legislación vigente que agrupa los cuatro principios restantes de comportamiento ético, respeto a la legalidad, respeto a la normativa internacional y respeto a los derechos humanos.

5. OBJETIVOS DE LA RSC

El ámbito de aplicación de la RSC debe abarcar todo tipo de necesidades de los distintos grupos de interés dentro de los tres principales ámbitos de la empresa, el económica, el social y el medioambiental. Con la implantación de la RSC en las empresas se busca *educarlas* en materia de dirección y gestión de un modelo de empresa que se preocupe por el desarrollo sostenible y las necesidades de la ciudadanía, un modelo de empresa que sea innovador y posea mejoras en los procesos de dirección, medición y gestión de la información, de cara a las necesidades de los distintos grupos de interés y por último, que este modelo de empresa, sea productivo y efectivo, es decir, que logre generar acciones socialmente responsables, haciendo posible una conexión entre el contexto social, medioambiental y la empresa.

6. RESPONSABILIDAD Y MARKETING SOCIALES

El marketing social viene dado por la acción social cuando se realizan determinadas actuaciones que benefician a sectores vulnerables, pero hay que diferenciarla con la RSC que quiere decir que la empresa desde dentro asume esa responsabilidad en virtud de la cual se reestructura y tiene en cuenta los grupos de interés. Dentro de esos grupos de interés, hay unos afectados por la actividad de la empresa que son estos grupos vulnerables de los que hablaba.

7. UTILIDAD Y EFICIENCIA DE LA RSC

Muchas empresas, a la hora de involucrarse en materias relacionadas con la responsabilidad social, se preguntan si verdaderamente existe un beneficio o una rentabilidad en la aplicación de la RSC a la empresa. Desde un punto de vista meramente económico, sí se puede afirmar que se está obteniendo un beneficio, maximizando los efectos positivos de la implantación de la RSC, así pues, podemos observar como las empresas que apuestan por una diversidad de trabajadores encuentran nuevas oportunidades de negocio, incrementando así la productividad y la aprobación de los clientes. Aquellas empresas que tienen en cuenta el medioambiente, aparte de asegurarse un futuro más próspero, disminuyen el riesgo financiero y se ahorran posibles gastos en daños ambientales. Y, por último, aquellas empresas que respetan los derechos sociales fomentan un trabajo más eficiente, lo cual se traduce en un aumento de la productividad de la empresa.

Pero además, no solo hay que mirar lo positivo de la RSC desde un punto de vista económico, puesto que va mucho más allá, este beneficio hay que observarlo desde un punto de vista moral, como un imperativo moral de asunción de la responsabilidad y de la importante función que lleva a cabo la empresa en la sociedad en muchos y grandes aspectos.

8. ÉTICA Y BUEN GOBIERNO DE LA EMPRESA

8.1. Ética

La ética de la empresa tiene que ser una ética de la responsabilidad por las consecuencias de las decisiones. Debe ser un tipo de ética que no identifica lo justo con el interés egoísta ni con la convención de una sociedad, sino que lo identifica con lo bueno para la humanidad, porque está en el nivel de los principios universales.

Las empresas hoy en día, a la hora de diseñar una estrategia de trabajo no solo han de mirar hacía el beneficio propio, es decir, lucrarse a toda costa explotando su estrategia de trabajo, sino que tienen la obligación de preocuparse verdaderamente por la

responsabilidad social, teniendo en cuenta los intereses de aquellos que indirectamente van a verse afectados por la estrategia de trabajo escogida, es decir, se deben preocupar tanto por su propio beneficio, como por el de todos los *stakeholders*.

Kant sugirió que debemos organizarnos de tal forma que la convivencia fuese posible “incluso para un pueblo de demonios”¹⁹. Esto relacionado con la organización de la empresa, explica que una correcta organización no solo mirará por su propio lucro, sino también será conveniente que asuma su responsabilidad social. Ahora bien, Kant matizaba su frase agregando que la organización de la convivencia sería posible en ese pueblo de demonios “con tal de que tengan inteligencia”. Con esto, entendemos que aquella empresa que tenga la inteligencia de ver la conveniencia de implantar una responsabilidad social adecuada en su estrategia de trabajo será la que podrá gozar de un mayor éxito.

La puesta en marcha de un plan de RSC en cualquier organización precisa un previo estudio y conocimiento de los puntos fuertes y las debilidades de la misma y también de un estudio detallado de las fases, los posibles perjuicios, el coste y las responsabilidades de su implantación. Por otro lado, es necesario la aceptación y el compromiso de todos aquellos que pueden verse afectados por la implantación de un plan de RSC.

Además, para lograr cumplir con los objetivos deseados se necesitará articular mecanismos de comunicación y formación que garanticen la participación de todos en un proyecto común.

Un plan de RSC se caracteriza por su integración a todos los niveles de la organización y es necesario también, la toma continua de decisiones en función de los movimientos o variaciones en su entorno.

Para comprobar si verdaderamente la responsabilidad social beneficia a la empresa, se utilizan los datos obtenidos implantando la responsabilidad social, traducidos en datos o en opiniones o valoraciones externas. Con ello se puede conocer si se está avanzando con la estrategia socialmente responsable o por el contrario no se está produciendo cambio alguno.

Así pues, la responsabilidad social es mucho más que la mera preocupación por el medioambiente, o llevar a cabo actividades filantrópicas, para así mostrar al exterior que

¹⁹ Kant. I., *Sobre la paz perpetua*, Alamanda, Madrid, 2018, p. 27.

en la empresa se muestra una preocupación por esta responsabilidad social. Se trata del diseño de una estrategia que verdaderamente muestre que la idea del beneficio propio, es uno sólo junto con el económico social y medioambiental, es decir, la responsabilidad social debe ser un pilar fundamental en la empresa y no esconderse bajo actividades puntualizadas que escondan la verdadera imagen de la empresa que produce un producto de pésima calidad, contrata precariamente o esconde el daño que produce al medioambiente bajo mentiras que serán las que harán ver al exterior.

Por ello, una ética empresarial y una preocupación por la responsabilidad social se muestra día a día, ya que su implantación conduce a un enorme cambio dentro de la empresa que tiene que saber demostrar cómo su preocupación será duradera en el tiempo. No vale con que se hagan pasar por una empresa socialmente responsable para darse a conocer y tras ello, volver a lo que fueron en un principio.

Existen muchos casos donde la ética y la responsabilidad es simplemente otra estratégica de marketing para gustar a los ojos de los demás, es decir, se queda solo en apariencia de buena actuación para así, mejorar la imagen de la empresa.

Amartya Kumar Sen es un economista indio de etnia bengalí que definió una empresa ética como “un bien público, uno de aquellos bienes que no sólo benefician a las personas que han invertido su esfuerzo en producirlo, sino a cuantos resultan afectados por su actividad, aunque no hayan contribuido activamente a crearlo”²⁰. Así explicó el “sentido de lo económico” no solo como la riqueza material sino como la riqueza moral con el objetivo de crear una esfera de confianza dirigida a un mejor funcionamiento de la empresa.

8.2. Buen gobierno de la empresa

Las empresas socialmente responsables se benefician en muchos aspectos, tanto en los económicos, sociales y medioambientales. El buen gobierno genera beneficios para la empresa y el ser una empresa socialmente responsable también. Entre estos beneficios están los siguientes:

²⁰ Cortina, A. “Ética de la empresa: No solo la Responsabilidad Social”, *Revista Portuguesa de Filosofia*, 2014, pp. 125-126.

1. Mejorar la imagen corporativa y la reputación

En la actualidad, convertirse en una empresa socialmente responsable, si bien, ya no es novedad, puesto que cada vez son más las empresas que desarrollan programas de RSC, sigue siendo un punto a favor de cara a la opinión que el público tiene sobre la empresa.

2. Previene riesgos

Las empresas socialmente responsables tienden a crear códigos de conducta que tienen como resultado una mejor organización interna de la empresa, la entrada de actividades y conductas en favor del medioambiente, todo ello hace que disminuyan los conflictos con los Estados y comunidades en los que operan, y propicia una mejor relación entre trabajadores y clientes.

3. Captación y retención del talento

La población más joven está cogiendo cada vez más fuerza dentro de la sociedad, y la sociedad joven se mueve en favor de la igualdad, la protección del medioambiente, los derechos de las personas, y lo hace de forma más enérgica que el resto de la sociedad, es por ello que, a la hora de colaborar en proyectos, no miran solo por los beneficios económicos, sino también valoran que la empresa donde vayan a trabajar dé cumplida respuesta a las exigencias que demandan los jóvenes.

4. Mejora el clima laboral y de la productividad

Como se ha mencionado anteriormente, aspectos como la igualdad, el respeto de los derechos de las personas, sueldos dignos y el cuidado del medioambiente llevan a fomentar una mejor actitud de trabajo, motivando a la plantilla y dando resultados positivos a la hora de producir.

5. Mejora la eficiencia energética

Los medios que utilizan las empresas para tener en cuenta el cuidado del medioambiente suele incluir medidas de eficiencia energética, reciclado, además de un ahorro de tiempo y dinero.

6. Aumenta la fidelización de consumidores y clientes

Por todos es sabido que las empresas que se preocupan por estos aspectos tienen una mejor valoración y son elegidas con mayor frecuencia por los consumidores que aquellas que no se preocupan por aspectos sociales, económicos o medioambientales.

Pero la RSC no es únicamente beneficios, quién apuesta por la RSC se ha de enfrentar a determinados costes adicionales.

Los primeros costes en los que normalmente incurre una empresa socialmente responsable son los relacionados con la adopción de nuevos equipos materiales que sean respetuosos con el medioambiente.

Hay, además, otros costes que por su carácter intangible son difíciles de estimar, que están vinculados a un empleo diferente de algunos recursos, como los recursos humanos, los activos tangibles y los intangibles. Esos costes se producen cuando, por ejemplo, un gerente o un empleado tiene que trabajar en cuestiones sociales, restando tiempo y atención a otras actividades empresariales, o cuando parte de los equipos se ponen a disposición de organizaciones sin fines de lucro.

Otros costes ocultos se derivan de la limitación de las alternativas estratégicas. Así, una empresa comprometida con la RSE no puede, por ejemplo, formar una alianza con interlocutores no responsables desde el punto de vista social, o debe evitar entrar en aquellos negocios caracterizados, por ejemplo, por procesos de producción contaminantes, o en aquellas zonas geográficas que por una razón u otra son incompatibles con los principios de la RSE por causas políticas, culturales o jurídicas. Estos costes crean una gran limitación para algunas organizaciones que desean adoptar la RSE.

Así pues, los costes pueden ser económicos (a modo de inversiones en nuevos equipos), o no económicos pero que entrañan un compromiso para el resto de la vida de la empresa. Para una gran empresa, en circunstancias normales todos estos costes no representan un sacrificio elevado en particular si hay algunos beneficios asociados a ellos. Sin embargo, para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) el sacrificio puede ser mayor.

En este sentido, es necesario subrayar que existe una gran brecha en función del tipo de empresa. Los investigadores acostumbran a centrarse en las grandes organizaciones cuando estudian la RSE, pero no debe obviarse que las PYMES necesitan una atención particular y diferente. Lo cual no significa que las PYMES sean menos responsables que las empresas más grandes. A este respecto, la Empresa de la Comisión Europea realizó

un estudio sobre las PYMES europeas y descubrió que más del 50% de ellas actúan de manera socialmente responsable. El estudio también reveló que lo hacen de manera inconsciente. La Comisión Europea promueve actualmente un plan para ayudar a las PYMES, tanto con ayuda financiera como con directrices a seguir, para implantar la RSE²¹.

Las empresas que tienen estrategias a corto plazo seguramente no estarán interesadas en implantar un plan de RSC, ya que los beneficios de la RSC normalmente se materializan a largo plazo.

Es un hecho que toda empresa que quiere implantar un plan de RSC, entre otras muchas cosas, ha de presentar informes de sostenibilidad donde refleje todo aquello que se identifica con la RSC y donde muestre su compromiso verdadero con los ODS. Pero además, si una empresa no puede cubrir, con su actividad, todos y cada uno de los ODS, dentro de su plan de RSC deberá indicar los ODS a los que su actividad está dirigida y de la misma manera, deberá hacer mención de aquello que hacen mal y también, a aquello a lo que no contribuyen mediante su actividad. Para ello, entre los reportes deberá incluir un programa de mejoramiento de estos aspectos. Sin embargo, lo cierto es que no es muy habitual que las empresas incluyan este tipo de programas de mejora.

²¹ Sustainable and Responsible Business: CSR and SMEs, 2012, Puede verse en: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/sme/index_en.htm

CAPÍTULO IV.

GREENWASHING

Decir que la RSC es voluntaria, cuando se trata de respetar los derechos humanos podría ser malinterpretado. Los derechos humanos no pueden vulnerarse, no se trata de una cuestión de voluntariedad, sino de una cuestión de exigencia básica. En el mundo clásico se hablaba de deberes de obligación perfecta o imperfecta. Los primeros son aquellos que no admiten excepciones, y el respeto a los derechos humanos es uno de ellos. Así pues, la voluntariedad hay que circunscribirla no tanto a la obligación de respetar los derechos humanos, sino a la forma de cumplir con esa obligación o a los medios que la empresa dedique a favorecer ese deber de obligación perfecta, a fin de que tenga una mayor protección.

En el contexto de esa voluntariedad, que daría una mayor protección a las obligaciones de respeto de los derechos humanos, hay que referirse al *greenwashing* que justamente intentaría esconder una falsa voluntariedad.

El concepto *greenwashing* se utiliza para referirse a algunas malas prácticas que determinadas empresas realizan para tratar de inducir al público hacia el error o, al menos, a que tengan percepciones diferentes a las reales, y muchas veces esas prácticas tienen que ver con aparentar credenciales medioambientales que en realidad son irrelevantes o infundadas.

Es un hecho que cada vez más empresas tratan de hacer ver a los ciudadanos su preocupación ecológica o medioambiental mediante un *marketing* verde con el único objetivo de captar clientes y aumentar sus beneficios, cuando en realidad carecen de esos atributos o preocupaciones, esta actividad es conocida como *greenwashing* o lavado verde.

El *greenwashing* no siempre consiste en mentir a los consumidores, también tiene lugar en aquellos casos en los que las empresas llevan a cabo actividades sostenibles que son muy visibles de cara al público, pero que luego no aportan nada al desarrollo de sostenibilidad, que es el aspecto fundamental a cubrir.

Cabe mencionar, que la mala imagen que dan las empresas que realizan un *greenwashing* continuo, perjudica a todas aquellas que de verdad son socialmente responsables y que sí están comprometidas plenamente con la causa, ya que en los consumidores se crea una

desconfianza generalizada que les hace dudar de todas las empresas. Ejemplos de estas malas prácticas podrían ser las que llevan a cabo algunas empresas que comercializan supuestos *productos verdes* que en realidad contaminan mucho dada la composición de su fabricación.

Pero hay muchos tipos de *greenwashing*. A continuación, se hará referencia a algunos supuestos de empresas concretas:

- McDonald's hace relativamente poco, comenzó una campaña en favor de la lucha contra el plástico, sustituyendo las pajitas y los envases de plástico, por otros de papel y cartón, y cambiando el característico color rojo de su logo, por el color verde.

Sin embargo, se pudo constatar que las nuevas pajitas de cartón traídas para reemplazar el plástico no eran reciclables, y sin embargo esto último no se comunicó a los consumidores. Siendo honesto, yo antes de llevar a cabo este trabajo de investigación desconocía esta información, pero McDonald's no es el único negocio que envía mensajes mixtos en pajitas de plástico.

- En 2018, Starbucks también anunció que había desarrollado y manufacturado una tapa sin pajita, con la intención de retirar hasta 2020 las pajillas de plástico de las bebidas frías. Se da la circunstancia de que este nuevo sistema creó más residuos de plástico por peso que la combinación original de vaso y pajita, pero sin embargo el anuncio supuso un buen giro para las relaciones públicas de la compañía. En cuanto al cambio de color de sus envases y de su publicidad, poco hay que decir, me parece un gesto insignificante en lo que se refiere al cuidado del medio ambiente.

Otro tipo de *greenwashing* es el que realizan aquellas empresas que en sus productos presumen de no utilizar determinadas sustancias que, verdaderamente, están prohibidas. Es el caso de los CFC, que son unos gases que produce una grave destrucción en la capa de ozono y que en muchos países fueron prohibidos por el Protocolo de Montreal, sin embargo, muchas empresas de electrodomésticos o sprays muestran en sus productos una pegatina que da a entender que no contienen gases CFC. Lo hacen como si esto fuese un punto positivo de cara a reducir la contaminación, cuando en realidad se trata de una obligación que han de cumplir de forma imperativa.

También en este grupo se incluirían las famosas emisiones de carbono. Muchas empresas presumen de la reducción de las emisiones de carbono en su producción, cuando lo verdaderamente contaminante son las emisiones acumuladas, de las cuales ninguna de estas empresas habla.

Greenpeace distingue cuatro actitudes que son muy frecuentes en las empresas que quieren mostrar una postura comprometida con la RSC bajo el *greenwashing*²² y que denomina:

- "Negocios sucios", que consiste en comunicar una iniciativa ambiental cuando el negocio principal es insostenible".
- "Anuncio exagerado", que consiste en usar la publicidad para exagerar los beneficios ambientales, gastando más en la campaña que en la iniciativa real.
- "Giro político", consistente en comunicar compromisos ambientales mientras se presiona contra las leyes y regulaciones ambientales.
- "No todo es RSC", cuando se comunican como logros ambientales los que son requeridos por la ley de todos modos.

Mención aparte merecen las empresas que tratan de hacer otros tipos de *greenwashing*, aunque diferentes a los que tienen que ver con el medio ambiente, por ejemplo, las empresas que difunden su compromiso con la igualdad de género, presentando un aumento mujeres en sus plantillas, ocultando que ese aumento no se produce de forma significativa en los puestos de trabajo directivos o de mayor responsabilidad.

También es reseñable, en este punto un tema que debido a su crecimiento está muy a la orden del día, las casas de apuestas, que están causando un gran daño a la sociedad, degradando a las comunidades, causando problemas económicos tratando de esconder esos daños con acciones solidarias que no tapan todo el daño que hacen a la sociedad. El Ministerio de Consumo está estudiando la posibilidad de tomar medidas para reducir los efectos negativos que las casas de apuestas están causando en la sociedad. De tal forma, trabajan en una regulación de la publicidad, que ha crecido de forma exponencial, destinándose 300 millones a esta causa, de igual forma, buscan implantar una regulación en los horarios de apertura de este tipo de locales.

²² Puede verse en: www.stopgreenwash.org

CAPÍTULO V.

EJEMPLO DE EMPRESA RSC → HARINERAS VILLAMAYOR.

A continuación, se va a hacer mención de un ejemplo de una de las empresas que refleja de forma más acertada lo que verdaderamente consiste en ser una empresa socialmente responsable, centrándonos en los aspectos fundamentales de la RSC: el ámbito social, personal, medioambiental y económico. Se trata de la empresa aragonesa Harineras Villamayor S.A.²³.

Esta empresa oscense nació hace 85 años y se dedica exclusivamente a la producción de harinas y sémolas. Se trata de una empresa capacitada para trabajar tanto nacional como internacionalmente, siendo exportadora desde 1998. Se trata de una de las primeras PYMEs españolas destacada por la Comisión Europea entre los ejemplos de RSC por sus prácticas en línea con los principios de RSC, destacándose por su tasa de empleo estable del 95%, entre muchos otros aspectos que se van a reflejar a continuación.

Para empezar a hablar de cómo esta empresa contribuye a la responsabilidad social nos fijamos en su plantilla. Harineras Villamayor S.A. cuenta con 99 trabajadores, de los cuales, el 85% tiene un contrato indefinido. Este dato es muy relevante, ya que la contratación indefinida da confianza y seguridad a la plantilla al proporcionarles una estabilidad tanto profesional como personal. Además, los contratos de los trabajadores son a tiempo completo.

La empresa se preocupa mucho por evitar cualquier tipo de discriminación en el momento de la contratación, y si bien, el número de hombres es mayor que el de mujeres, ello no se debe a ninguna práctica discriminatoria sino a una circunstancia propia del sector.

De la misma manera, cabe destacar que el más del 80% de la plantilla tiene entre 30 o más de 50 años.

La empresa toma muy en cuenta la situación familiar de sus trabajadores y en concreto las medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral, habiendo adoptado medidas que facilitan esa conciliación, como las siguientes:

²³ S.A. Harineras Villamayor, *Informe RSC*, 2017. Todo lo relacionado al punto 5 proviene de esta cita.

- Programa de flexibilidad: La empresa concede a todos los trabajadores que tengan jornada partida, incorporarse al trabajo con una flexibilidad de una hora frente a su horario de entrada.
- Reducciones y adaptaciones de jornada: La empresa es comprensible a la hora de permitir a los trabajadores reducir y adaptar la jornada de trabajo, cuando existan circunstancias personales que justifiquen esta necesidad.
- Servicio de comedor: esta medida es muy relevante al encontrarse la empresa establecida en una población rural, alejada de la ciudad, toma más importancia el hecho de que los trabajadores tengan la posibilidad de disponer de todo lo necesario para poder comer, incluso cuentan con un servicio de catering subvencionado de forma parcial por la propia empresa.

En relación con la gestión de recursos humanos, la empresa se centra en facilitar a la plantilla cursos de formación en las áreas de calidad, de prevención de riesgos laborales, así como actividades que fomentan la protección del medioambiente. Este tipo de formaciones y actividades tienen como objetivo que toda la plantilla se sienta cómoda en la empresa y sea consciente de la importancia de ser una empresa socialmente responsable.

Respecto a la responsabilidad en el ámbito social, Harineras Villamayor S.A. implantó en 2014 un código ético que aplica una Política Ética que tiene como objetivo que en el seno de la empresa se respete los principios básicos de la ética: honestidad, justicia, equidad, respeto mutuo, dignidad y responsabilidad.

Harineras Villamayor S.A. se preocupa por el impacto social que causa, y al estar situada en una comarca pequeña, prioriza en la contratación de las personas que residen en pueblos pequeños de la zona y que tienen menor acceso a otras oportunidades laborales, dando así esperanza a la vida rural en este momento en el que existe una gran preocupación por la *España despoblada*.

Además, Harineras Villamayor S.A. colabora en numerosas actividades relacionadas con la mejora de la calidad de vida de las personas desfavorecidas, y participa en diferentes convenios que se centran en las personas en exclusión y en la vulnerabilidad social, personas con diferentes discapacidades tanto físicas, como psíquicas.

Por último, dentro del ámbito social, la empresa Harineras Villamayor S.A cree que un aspecto fundamental a la hora de ser socialmente responsable es mostrar que de verdad

están concienciados, y para ello trabajan bajo la metodología SMETA, que se trata de una herramienta de medición que utiliza el código de la Iniciativa de Comercio Ético y la legislación local, y que incluye cuatro módulos:

- Salud y seguridad
- Estándares de trabajo
- Medioambiente
- Ética empresarial

El ejemplo que esta empresa muestra para ser reconocida como una empresa socialmente responsable no sería un ejemplo totalmente completo si no se tiene en cuenta el ámbito medioambiental. Por ello la sociedad tiene implantado y certificado un Sistema de Gestión Medioambiental bajo Norma ISO 14001 desde el año 2000.

En relación con el impacto ambiental, toda maquinaria usada para la producción de harina se encuentra bajo la Autorización Ambiental Integrada número AR/AAI-58, la cual tiene como objetivo el control del vertido de aguas residuales, emisiones a la atmósfera, emisiones de ruido y la producción de residuos. Para el control de todos ellos, Harineras Villamayor S.A. ha llevado a cabo una serie de innovaciones en su sistema de producción de cara a minimizar el impacto medioambiental.

Entre estas distinguimos:

- La sustitución de los motores de producción por motores más eficientes.
- Un diagnóstico de la valorización y reutilización de residuos.
- La sustitución de ciclones separadores para reducir de forma notable la emisión de partículas a la atmósfera.
- Un exhaustivo control y análisis de los consumos energéticos.

De igual forma, Harineras Villamayor S.A. está concienciada con la estrategia frente al cambio climático y tiene como elemento esencial la optimización energética a la hora de adquirir nueva maquinaria para disminuir el grado de contaminación medioambiental.

Para acabar, en cuanto a la gestión ambiental Harineras Villamayor S.A. cumple con la Norma ISO 14001 cumpliendo con todos sus elementos que anteriormente hemos explicado.

CAPÍTULO VI.

LA IGUALDAD DE GENERO COMO PARTE DE LA RSC EN LAS EMPRESAS

Como hemos venido indicando en este trabajo, la RSC se preocupa por la correcta gestión de las empresas en su actividad económica, medioambiental y social. En este apartado, el análisis se va a centrar de forma específica en la actividad social de las empresas.

Uno de los aspectos que más controversia crean en las empresas es la igualdad entre hombres y mujeres. Me referiré a este término de la igualdad desde el punto de vista de la filosofía y su desarrollo.

Por todos es sabido que la filosofía se ha centrado en los hombres durante la mayor parte de su historia, pocas eran las mujeres que se atrevían a plantear la filosofía occidental y su tradición patriarcal. No fue hasta la llegada de los conceptos de sociedad civil, derechos de los ciudadanos y la libertad civil hasta que la teoría feminista empezó a tomar importancia en la filosofía. La exigencia de universalidad limitaba el ejercicio de la libertad y no fue, hasta la llegada de la Ilustración, cuando se criticó este universalismo que se situaba en un varón, blanco y de una determinada clase social. Es en ese momento cuando el concepto de igualdad coge fuerza como elemento reivindicador por parte de las mujeres que empiezan a hacer valer su derecho a formar parte de la ciudadanía como un ser humano más.

El surgimiento del feminismo centra su objetivo principal en defender una idea de igualdad entre hombres y mujeres en todos los aspectos, para así poder disfrutar ambos de las mismas oportunidades. Me parece oportuno hacer referencia a la postura de algunos filósofos respecto al feminismo, comparando así el feminismo liberal y marxista, gracias al pensamiento de dos de sus defensores del siglo XIX. Por un lado, el pensamiento liberal representado por John Stuart Mill y por otro, el pensamiento de Kate Millet. Ambos autores compartían una preocupación por las injusticias a las que se enfrentaban las mujeres en la Europa del siglo XIX y XX y analizaron esas injusticias, difiriendo en cuanto a la manera de abordarlas.

Mill abogaba por un cambio legislativo como medio para combatir las claras injusticias que se producían en el momento, postura que fue respaldada por liberales posteriores. Se

centró también en la necesidad de una reforma en la familia, argumentando que el Estado debía conceder la igualdad dentro de la familia.²⁴

Sin embargo, la filósofa Kate Millet, en su obra principal, hablaba de la supremacía masculina como un sistema de valores aceptado cuya inclinación no era natural. Así pues, planteaba que el patriarcado nacía de forma privada y crecía en las relaciones que se producían dentro del ámbito privado y no de manera natural en la sociedad plasmando esta idea bajo la frase de “lo personal es lo político”.²⁵

Hoy en día, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres supone un elemento imprescindible en la vida política, social y económica, por ello forma parte de los aspectos que debería atender una empresa socialmente responsable.

Los ODS también hacen referencia a la igualdad de género, en concreto el número 5 fomenta conseguir la igualdad entre los géneros y dar a la mujer la importancia que se merece en todos los aspectos de la vida.

La igualdad consiste en la lucha por llegar a garantizar una participación equilibrada, independientemente del género, en todos los ámbitos laborales, sociales y económicos, consiguiendo así erradicar la discriminación por razón de sexo.

El hecho de mantener una igualdad justa en las empresas es sinónimo de calidad y excelencia empresarial y da lugar a nuevos modelos de organización y a una visión externa modernizada.

Pero no solo eso, también es una obligación legal, ya que el artículo 5 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, se refiere a la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en el ámbito del empleo privado y en el del empleo público, y exige que se garantice en los términos previstos en la normativa aplicable, en el acceso al empleo, en la formación profesional, en la promoción profesional, en las condiciones de trabajo, incluidas las retributivas y las de despido, y en la afiliación y participación en las organizaciones sindicales y empresariales.

²⁴ Mill. J., *La esclavitud femenina*, Artemisa Ediciones S.L., Tenerife, 2008.

²⁵ Millet. K., *Política sexual*, Doubleday and Co., Estados Unidos, 1970.

En el ámbito laboral, en el artículo 45.2 LI, se indica que las empresas de cincuenta o más trabajadores deberán dirigir sus medidas de promoción de la igualdad a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad.²⁶

El artículo 46.1 LI define el Plan de Igualdad como un conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, y a eliminar la discriminación por razón de sexo.²⁷

Los Planes de Igualdad deben fijar los objetivos concretos de igualdad a alcanzar, las estrategias y prácticas a adoptar para su consecución, el establecimiento de sistemas eficaces de seguimiento, y la evaluación de los objetivos fijados.

La igualdad de género en la empresa también debe tener reflejo en los aspectos retributivos, y deben articularse los mecanismos necesarios para que desaparezca la brecha salarial que existe actualmente. Ya en 2014, la Comisión Europea adoptó la Recomendación de 7 de marzo de 2014, sobre el refuerzo del principio de igualdad de retribución entre hombres y mujeres a través de la transparencia. Esta recomendación facilitaba orientaciones a los Estados miembros para que puedan dar cumplimiento al principio de igualdad de retribución y se ha incorporado al ordenamiento español a través del artículo 28 LI que obliga a las empresas a pagar por la prestación de un trabajo de igual valor con la misma retribución, sin que pueda producirse discriminación alguna por razón de sexo en ninguno de los elementos o condiciones de aquella. Además, para poder comprobar si se cumple con este principio, se exige llevar un registro con los valores medios de los salarios, los complementos salariales y las percepciones extrasalariales de su plantilla, desagregados por sexo y distribuidos por grupos profesionales, categorías profesionales o puestos de trabajo iguales o de igual valor.

La igualdad también debe reflejarse en los órganos de gobierno de las empresas. En este sentido, el Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas recomienda que las

²⁶ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. (BOE 23 de marzo de 2007).

²⁷ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. (BOE 23 de marzo de 2007).

sociedades expliciten su compromiso con una composición diversa del consejo de administración desde la fase inicial de selección de posibles candidatos.

Pues bien, la igualdad en el trabajo debe formar parte de la RSC, ya que la discriminación en el trabajo constituye una violación de un derecho humano que entraña un derroche de talento y efectos perjudiciales en la productividad y el crecimiento económico. De esta manera, la RSC debe tener también entre sus objetivos conseguir la plena igualdad en la empresa.

Pero todavía hay otro concepto más que debe formar parte esencial de la RSC, se trata de la “corresponsabilidad social”, que supone la implicación de las personas, especialmente de los hombres, y las empresas en la conciliación. En este sentido, las empresas pueden, y deben asumir la realización voluntaria de acciones de responsabilidad social, consistentes en medidas económicas, comerciales, laborales, asistenciales o de otra naturaleza, destinadas a promover condiciones de igualdad entre las mujeres y los hombres en el seno de la empresa o en su entorno social.

CAPÍTULO VII.

CONCLUSIONES

- I. La constante evolución de la sociedad mundial y las manifiestas necesidades del mundo moderno pueden considerarse el germen de la RSC, que según Carroll puede estructurarse en una pirámide compuesta por cuatro escalones: la responsabilidad económica, la responsabilidad legal, las responsabilidades éticas y las responsabilidades filantrópicas.
- II. La RSC llegó a España a través de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) a finales de los años 90, introduciendo el concepto de Inversión Social Responsable. Este concepto incluía criterios extra-financieros en los procesos de inversión y su objetivo era la participación de las empresas en un continuo desarrollo sostenible. En 2011 entró en vigor la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
- III. En 2015, las Naciones Unidas adoptaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que regirá los programas de desarrollo mundial durante los próximos 15 años y que propone 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), con 169 metas de carácter integrado e indivisible. La RSC no se puede entender sin los ODS. La RSC es un concepto verdaderamente complejo y multidimensional, porque estos objetivos actúan en distintos ámbitos (económicos, sociales y ambientales).
- IV. La RSC es un concepto verdaderamente complejo y multidimensional que puede definirse como un conjunto de proyectos y políticas que constituyen diferentes ámbitos de la empresa y que tratan aspectos correspondientes a la ética empresarial, la inversión en la comunidad, el cuidado del medio ambiente y el respeto de los derechos humanos. El pensamiento kantiano ha favorecido el avance de la filosofía en el desarrollo del entendimiento y la organización de la RSC.
- V. La RSC, como cualquier otro procedimiento cuya implantación se lleva a cabo en las empresas, tiene un duro y complejo trabajo de adaptación. La implantación de la RSC consiste en reunir en una, todas las funciones

responsables que se esperan de una empresa. La RSC ha de formar parte de la estrategia de toda la organización a través de objetivos, planes y acciones.

- VI. Las líneas básicas de actuación de la RSE están divididas en siete principios generales que, a su vez, se agrupan en dos líneas directrices distintas: (i) La identificación e involucramiento de los grupos de interés, que abarca los principios de la rendición de cuentas, transparencia y respeto a los intereses de las partes interesadas; (ii) El respeto a la normativa internacional de comportamiento y a la legislación vigente, que agrupa los principios de comportamiento ético, respeto a la legalidad, respeto a la normativa internacional y respeto a los derechos humanos.
- VII. La RSC reporta beneficios económicos a la empresa: oportunidades de negocio, incremento de la productividad, la aprobación de los clientes, disminución del riesgo financiero, ahorro en gastos en daños ambientales. Pero, también aporta un beneficio moral, la asunción de la responsabilidad y la importante función que lleva a cabo la empresa en la sociedad. Ahora bien, la RSC también conlleva costes económicos y no económicos, a modo de compromisos para toda la vida de la empresa
- VIII. Un plan de RSC se caracteriza por su integración a todos los niveles de la organización. La puesta en marcha de un plan de RSC en cualquier organización precisa un previo estudio y conocimiento de los puntos fuertes y las debilidades de la misma y también de un estudio detallado de las fases. Además, es necesario la aceptación y el compromiso de todos aquellos que pueden verse afectados por la implantación de un plan de RSC. También se necesita articular mecanismos de comunicación y formación.
- IX. El buen gobierno genera beneficios para la empresa: mejorar la imagen corporativa y la reputación, previene riesgos, ayuda a la captación y retención del talento, mejora el clima laboral y la eficiencia energética, aumenta la fidelización de consumidores y clientes.
- X. El concepto greenwashing se utiliza para referirse a algunas malas prácticas que determinadas empresas realizan para tratar de inducir al público hacia el error o, al menos, a que tengan percepciones diferentes a las reales, y muchas veces esas prácticas tienen que ver con aparentar credenciales

medioambientales que en realidad son irrelevantes o infundadas. Hay muchos tipos de greenwashing, los relacionados con el medio ambiente, con la igualdad de género, los que esconden daños a la sociedad en acciones solidarias, etc.

- XI. La igualdad en el trabajo debe formar parte de la RSC, ya que exige una participación equilibrada, independientemente del género, en todos los ámbitos laborales, sociales y económicos. La igualdad en las empresas es sinónimo de calidad y excelencia empresarial, pero también es una obligación legal. Las empresas tienen la obligación de implantar Planes de Igualdad que deben fijar los objetivos, estrategias y prácticas a adoptar, sistemas eficaces de seguimiento, y la evaluación de los objetivos fijados. La igualdad debe reflejarse en los aspectos retributivos, en los órganos de gobierno de las empresas y en la corresponsabilidad social.

BIBLIOGRAFÍA.

1. LEGISLACIÓN

- Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible. (BOE 5 de marzo de 2011).
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. (BOE 23 de marzo de 2007).

2. OBRAS DOCTRINALES

- Álvarez, J.L., “Responsabilidad Social Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible”, *Opinión emitida*, vol.1, 2020, pp. 4-5.
- Bowen, H., *The practice of Management*, Harper, Nueva York, 1954.
- Carrol, A., “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”, *The Academy of Management Review*, Nueva York, 1979, pp. 497-505.
- Carrol, A., *The pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons, Indiana, 1991.
- Cátedra de Ética económica y empresarial, Aspectos legales, retos y reflexiones para el desarrollo de la responsabilidad social. *Reflexiones Comillas*, Universidad Pontificia Comillas, 2018, pp. 91-94.
- Chirieleison. C., *L'evoluzione del concetto di corporate social responsibility*, Franco Angeli, 2004.
- Cortina, A. “Ética de la empresa: No solo la Responsabilidad Social”, *Revista Portuguesa de Filosofía*, T.65, Fasc. 1/4 2014, pp. 113-127.
- Cortina, A. y Conill, J., “La responsabilidad ética de la sociedad civil”, *Mediterráneo económico*, Valencia, 2009, pp. 13-29.
- Evan, W. y Freeman, R.E., *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1988.
- Harineras Villamayor, *Informe RSC*, 2017.
- Kant. I., *Sobre la paz perpetua*, Alamanda, Madrid, 2018.
- Mill. J., *La esclavitud femenina*, Artemisa Ediciones S.L., Tenerife, 2008.
- Millet. K., *Política sexual*, Doubleday and Co., Estados Unidos, 1970.
- Observatorio de los ODS, *La contribución de las empresas españolas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Primer informe*, mayo 2018.

- Weber. M, *Il lavoro intellettuale come professione*, trad, de Giolitti A. Einaudi, Turin, 1969.
- Zamagni, S., *Por una economía del bien común*, Ciudad Nueva, Madrid, 2012.

3. RECURSOS DE INTERNET

- <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/une-iso-26000>
- Sustainable and Responsible Business: CSR and SMEs. (2012). Se puede encontrar en http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsability/sme/index_en.htm
- [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681/com_com\(2011\)0681_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681/com_com(2011)0681_es.pdf)
- El Observatorio de los ODS tiene como objetivo realizar el seguimiento de la implementación de la Agenda 2030 por parte de un grupo relevante y sectorialmente representativo de las empresas españolas. El primer informe está disponible en <https://obrasociallacaixa.org/es/centros/palau-macaya/observatorio-ods/informe>
- Puede verse los diez principios que debían respetar las empresas en <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios>
- Puede verse el plan de actuación de 5 fases en: <https://sdgcompass.org/>
- Puede verse las actitudes comprometidas con la RSC en: www.stopgreenwash.org