



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

La nueva gobernanza empresarial: La RSC,  
la ISR y la ESG

Autor/es

Marcos Navarro de la Rosa

Sergio Yagüe Funes

Director/es

Beatriz Isiegas García

Facultad de ciencias sociales y del trabajo

2019/2020



## **RESUMEN**

Mediante este documento, vamos a explicar lo que es la nueva gobernanza empresarial, la cual está aumentando notoriamente en nuestro país, ganando peso este tipo de inversiones para invertir en ellas. Una vez explicamos esta práctica, pasamos a explicar tres tipos de esta nueva gobernanza empresarial, la RSC (Responsabilidad Social Corporativa), la ISR (Inversión Socialmente Responsable) y por último los criterios ESG (Environmental, Social and Governance).

De todos ellos hemos intentado llevar el mismo método de explicación, una pequeña definición, las diferentes estrategias que lleva cada practica, como se está introduciendo en nuestro país y un ejemplo de empresa de cada uno de ellos explicando que métodos usan cada una, explicando en mayor profundidad el caso Volkswagen, el cual ha tenido una repercusión mundial importante con una de estas nuevas prácticas.

## **ABSTRACT**

Through this document, we are going to explain what the new corporate governance is, which is increasing notoriously in our country, gaining weight this type of investment to invest in them. Once we have explained this practice, we will move on to explain three types of this new corporate governance, CSR (Corporate Social Responsibility), SRI (Socially Responsible Investment) and finally the ESG (Environmental, Social and Governance) criteria.

From all of them we have tried to bring the same method of explanation, a small definition, the different strategies that each practice carries, as it is being introduced in our country and an example of a company from each of them explaining what methods each one uses, explaining in greater depth the Volkswagen case, which has had an important worldwide repercussion with one of these new practices.

# INDICE DE CONTENIDOS

<b>LA NUEVA GOBERNANZA EMPRESARIAL .....</b>	<b>7</b>
<b>GOBIERNO CORPORATIVO.....</b>	<b>8</b>
<b>SITUACIÓN DE LA RSC EN UN ENTORNO GLOBALIZADO Y COMPETITIVO.....</b>	<b>9</b>
<b>CASO VOLKSWAGEN .....</b>	<b>10</b>
INTRODUCCIÓN .....	10
EL GRUPO VOLKSWAGEN, ¿QUÉ ES LO QUE OCURRIÓ? .....	10
CONSECUENCIAS .....	11
POSTCRISIS .....	16
CONCLUSIONES .....	17
<b>DEFINICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....</b>	<b>18</b>
<b>ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA RSC.....</b>	<b>19</b>
<b>PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA RSC.....</b>	<b>22</b>
<b>ELEMENTOS DE LA RSC.....</b>	<b>23</b>
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL CONTEXTO ESPAÑOL .....</b>	<b>26</b>
<b>IMPLANTACIÓN DE LA RSC EN LA EMPRESA .....</b>	<b>28</b>
DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN.....	29
<i>IMPLANTACIÓN</i> .....	29
<i>EVALUACIÓN Y CONTROL</i> .....	30
<i>COMUNICACIÓN DE RESULTADOS</i> .....	30
<b>DEFINICION ISR (INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE).....</b>	<b>31</b>
<b>CONTEXTO HISTORICO. ....</b>	<b>31</b>
<b>ESTRATEGIAS DE LA INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE .....</b>	<b>32</b>
<b>LA INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE COMO POTENCIADOR DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. ....</b>	<b>34</b>
<b>INDICE DE SOSTENIBILIDAD: DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX.....</b>	<b>35</b>
<b>LA BANCA ETICA: TRIODOS BANK .....</b>	<b>36</b>
<b>LA INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE EN ESPAÑA.....</b>	<b>37</b>
<b>EMPRESAS QUE LLEVAN A CABO INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLE. ....</b>	<b>39</b>
<b>INTRODUCCION A LOS CRITERIOS ESG. ....</b>	<b>41</b>
<b>EVOLUCION HISTORICA. ....</b>	<b>42</b>
<b>LAGUNAS DEL DESCONOCIMIENTO DE LOS CRITERIOS ESG. ....</b>	<b>43</b>
<b>CRITERIOS, PRINCIPIOS Y ENFOQUES DE LA ESG. ....</b>	<b>45</b>

INMOBILIARIA COLONIAL. EMPRESA CON CRITERIOS ESG EN ESPAÑA PARA LA ELECCION DE PROVEEDORES.....	48
CONCLUSIONES.....	51
BIBLIOGRAFIA .....	52

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1: Como engañaba Volkswagen.....	11
Ilustración 2. Acciones que no deben confundirse con RSC.....	19
Ilustración 3. Indicadores de una empresa socialmente responsable.....	22
Ilustración 4: Triple Balance.....	23
Ilustración 5: Desarrollo Sostenible.....	24
Ilustración 6: Grupos de interés o stakeholders.....	26

## **INDICE DE GRAFICOS**

Gráfico 1. Muertes (en miles) atribuibles al conjunto del aire doméstico y la contaminación ambiental, 2012. ....	13
Gráfico 2. Cotización de Volkswagen. Período Abril 2015-Septiembre 2016 .....	15
Gráfico 3. Ventas de Volkswagen .....	16
Gráfico 4. Evolución de empresas españolas acogidas a la RSC. ....	27
Gráfico 5: Inversiones socialmente responsables en millones de euros .....	39
Gráfico 6: visión regional criterios ESG .....	44
Gráfico 7: lagunas en materia de asesoramiento .....	45

## **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 1. Evolución historia de la Responsabilidad Social Corporativa.....	21
Cuadro 2: evolución histórica de la ESG.....	42

# INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo del trabajo final de grado, hemos seleccionado como tema de investigación la nueva gobernanza empresarial. Dentro de este tema, la investigación ha abordado la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la Inversión Socialmente Responsable (ISR) y por último los criterios de inversión ESG (Environmental, Social and Governance)

Las empresas deben hacer frente a la competencia y a las demandas, cada vez más exigentes, de los clientes e inversores. Se hace necesaria, por tanto, la creación de vínculos más fuertes con un consumidor cada vez más concienciado con los problemas sociales y medioambientales.

Es por ello que la nueva gobernanza empresarial en las empresas brinda una gran oportunidad a las mismas para lograr hacer frente a la competencia y satisfacer, a la vez, las demandas del consumidor. Los objetivos que nos hemos planteado conseguir mediante esta investigación son los siguientes:

- Analizar el contexto económico y social en el que se ubica esta nueva gobernanza empresarial.
- Definir y adentrarnos en el mundo de la RSC, la ISR y los criterios ESG, para explicar cuáles son sus niveles.
- Entender la controversia que genera su integración en la empresa.
- Saber a quienes afecta y cómo lo hacen en todos sus niveles.
- Conocer las ventajas que ofrece la nueva gobernanza empresarial en las empresas y las ventajas que les ofrece a los inversores.

El objeto de este trabajo no es otro que llevar a cabo un análisis exhaustivo de las diferentes hipótesis y planteamientos que han permitido consolidar el concepto de nueva gobernanza empresarial tal y como lo conocemos hoy en día. Mediante una aproximación a las principales teorías de RSC, ISR y ESG, podrá verse la evolución sufrida en las propuestas de los autores más relevantes, permitiendo de este modo formar una idea completa y consistente del por qué es tan importante llevar a cabo todas las inversiones en estas nuevas modalidades de inversión.

Para todo ello, hemos realizado un trabajo de investigación, recopilando gran información acerca de todos ellos e indagando por la web para comprobar y poder explicar todos los objetivos que nos hemos planteado acerca de todos estos temas de actualidad, los cuales cada vez más, están ganando mucho peso en los tiempos en los que nos movemos, donde el medio ambiente y todo lo relacionado con lo social, cobra mucha mas importancia.

Además, este estudio nos ha permitido conocer la problemática que gira en torno a estos temas de actualidad y además de buscar información en internet, hemos consultado diferente bibliografía, como son: libros, manuales de marketing y economía, trabajos de Fin de Grado, tesis, publicaciones en revistas especializadas y noticias de periódicos. Se trata de un estudio de investigación recopilatoria y doctrinal.

## LA NUEVA GOBERNANZA EMPRESARIAL

La **Responsabilidad Social Corporativa** puede concebirse como una oportunidad para mejorar la rentabilidad de las empresas, se produce un aumento en la rentabilidad de una empresa cuando se consigue unir los intereses de la organización en cuestión, con los intereses de los stakeholders. (Freeman. (1984). Long waves in the world economy).

Aunque la fase más a tener en cuenta a la hora de aplicar esta responsabilidad social de manera voluntaria es la posterior publicación para todo el mundo, ahí es donde surge una de las actitudes más escépticas en relación a las buenas intenciones de las empresas en materia de responsabilidad. (Villagra & López, 10 2013).

De vez en cuando se puede llegar a la conclusión de que la existencia de incoherencias entre la RSC que una empresa nos comunica y sus acciones reales, como por ejemplo podemos mencionar el caso de Volkswagen en 2015 donde se descubrió que esta empresa falsificaba las pruebas de contaminación de sus vehículos con la integración de un software ilegal, hasta entonces eran una de las empresas más importantes en índices de sostenibilidad pero más adelante veremos qué es lo que les sucedió debido a sus imprudencias. (Agencia de Protección del Medio Ambiente).

*“El tema de la Responsabilidad Social es una cuestión que lleva debatiéndose en el seno de las empresas desde hace ya varios años; y la ética es también tema de debate entre empresarios, investigadores y motivo de opinión, en ocasiones encendida, entre la ciudadanía. Parece evidente que en sus inicios la Responsabilidad Social fue utilizada como un buen argumento de marketing en la comunicación corporativa y en los valores de marca; pero también es muy claro que las compañías empiezan a ser sensibles a las críticas recibidas por dicha utilización y procuran dar pasos para profundizar y buscar en esto de la ética y la empresa nuevos enfoques.”* (Benavides-Delgado, J. (2010). Revista latina de comunicación social, p.55).

En la actualidad, la consolidación de las redes sociales ha modificado las estrategias empresariales. Estas nuevas herramientas han pasado a formar parte de una estrategia de comunicación que tiene como eje el diálogo y el feedback con los usuarios (Bonsón& Flores, 2011).

A medida que crece el interés de las empresas por invertir en Responsabilidad Social Corporativa, crece el uso de las redes sociales como canal de comunicación de ese compromiso. Unos canales utilizados también para interactuar con sus stakeholders. Las plataformas sociales como Facebook, Youtube o Twitter ofrecen la oportunidad de hacer viral el mensaje y son parte imprescindible de la estrategia de las organizaciones. Asimismo, las redes sociales otorgan la posibilidad de conocer cómo perciben los consumidores la imagen corporativa que estas proyectan. (Castelló Martínez A., 2012).

La RSE se ha revelado como una buena palanca para crear valor diferencial, generar confianza y ganar en competitividad. Por eso, cada vez más empresas y organizaciones apuestan por adoptar los valores y compromisos de la responsabilidad social y los incorporan a su gestión. Las empresas socialmente responsables aportan una serie de beneficios a la sociedad que contribuyen a su sostenibilidad, la mejora de su imagen y el aumento de la confianza por parte de los inversores, en definitiva, a generar valor compartido. (EducationFund, Business for Social Responsibility (2007)).

Las empresas, en todas partes del mundo, sin tener en cuenta su tamaño o el sector económico en el que operan, tienen un impacto de manera directa sobre las localidades en las que se encuentran organizados,

influyendo en sus condiciones económicas, sociales y medioambientales positiva o negativamente. Siendo conscientes las empresas del impacto que están causando a la sociedad están tratando de tomar medidas por producir productos y servicios sanos, cumplir con la normativa pertinente, minimizar los impactos negativos de sus actividades y gestionar los posibles riesgos, para ello están realizando mayores esfuerzos con el objetivo de solucionar los problemas que puedan darse en sus actividades, incorporando en la cultura organizacional la inversión social. (Corral Antonio, Isusi Iñigo, Pérez Timoteo, Unai San Miguel (2003)).

Dicho apoyo e interés es lo que se ha denominado **Responsabilidad Social Empresarial**, que, de acuerdo con Velasco, es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúan. Estas prácticas se convierten en un conjunto de políticas, prácticas y planificaciones que se incorporan a las estrategias empresariales de la organización, además las empresas han empezado a darse cuenta de que a la vez que ayudan en la resolución de problemas sociales, su competitividad se ve aumentada, por lo que se utiliza como medio para mantener y ampliar su interacción a los mercados. (Velasco Fernández, Fernando. (2004)).

## **GOBIERNO CORPORATIVO**

El **Gobierno Corporativo** es un mecanismo que regula las relaciones entre los accionistas, los consejeros y la administración de la empresa, a través de la definición y separación de roles estratégicos, operativos, de vigilancia y gestión.

En febrero de 2015, la Comisión Nacional del Mercado de Valores publicó sus nuevas recomendaciones para el gobierno corporativo de las sociedades cotizadas. Una de las principales novedades del nuevo código de buen gobierno se refiere al papel de los consejos de administración en materia de responsabilidad social corporativa.

Las recomendaciones y normativas más avanzadas en materia de gobierno corporativo entienden que los consejos de administración deben orientar, supervisar y dirigir el enfoque de las compañías en materia de responsabilidad social corporativa. El consejo debe decidir cuáles son los objetivos relevantes de la compañía, cómo va a alcanzarlos y asegurarse de que se llevan a cabo de forma adecuada en todos los niveles de la empresa.

Para que una empresa pueda integrar de forma correcta los valores y compromisos de la responsabilidad social, sus órganos de gobierno han de tener presente una serie de criterios centrales sobre los que construir la estrategia empresarial:

Gobernabilidad: la empresa debe contar con un gobierno corporativo sólido y eficiente, que defina claramente las funciones y responsabilidades de cada miembro de la organización y establezca las reglas a seguir para la toma de decisiones, con la finalidad de establecer mejores directrices que busquen el equilibrio entre la generación de valor y la sostenibilidad.

Unidad: los órganos de gobierno deben tener una misión y visión clara y unitaria. Deben erigirse como un referente dentro de la organización de criterio y buena administración.



Diversidad: la compañía debe ser un claro reflejo de la sociedad en la que opera. En tanto que vivimos en una sociedad diversa, los consejos de administración deben establecerse de forma que incluyan hombres y mujeres de diferente edad, cultura, especialidad y experiencia.

## **SITUACIÓN DE LA RSC EN UN ENTORNO GLOBALIZADO Y COMPETITIVO**

Las iniciativas de las empresas en materia de responsabilidad material son más significativas en la era de la globalización, esto se debe al aumento de las desigualdades, los daños irreversibles al ecosistema y los problemas sociales, aumentados por la lógica económica de la globalización. En esta situación, las empresas se ven obligadas a realizar cambios en su modelo empresarial con el fin de dar respuesta a la presión del entorno y conseguir de este modo su principal fin, el éxito empresarial en el mercado laboral. Surge así la adaptabilidad, consiste en integrar la RSE a la realidad y contexto de la sociedad en la que operan las empresas. Se diseñan estrategias específicas a las medidas en función de las características del entorno en particular. (Moreno, 2003).

Observamos una evolución interesante en torno a la RSE, pasamos de una visión filantrópica hacia una estrategia competitiva de la empresa, pero mencionando lo ya nombrado anteriormente, estas empresas deben tratar de conseguir el beneplácito social que les permita operar en el mercado laboral adecuadamente. Es por esto que la RSE se convierte en una herramienta correcta para que las empresas puedan ser aceptadas por la opinión pública y así perdurar en el tiempo.

Por el contrario, los efectos de la globalización han dado a lugar a una gran cantidad de movimientos sociales, quienes tratan de defender los intereses de la sociedad y el medioambiente; estas acciones tratan de ponerse en contra de grandes empresas que son consideradas como grandes partícipes de la contaminación ambiental que actualmente sufrimos; también luchan por defender los derechos de los trabajadores, y de los derechos humanos que consideran ausentes (Della y Carmen Añez Hernández, María Elena Bonomie/ Formación Gerencial Año 9, Nº 1 (2010) 150 Mosca, 2005).

En esta **sociedad globalizada**, los objetivos de las organizaciones tratan de ser económicamente viables, socialmente aceptadas y respetar el medioambiente sanamente, es por ello que el tema de la globalización cada vez se encuentra más relacionado con la estrategia de responsabilidad social, ya que es la globalización la causante de esta crisis mundial en casi todos los ámbitos aunque también sea la encargada de ponerles fin , permite que las estrategias en materia de responsabilidad sean conocidas y se les promocióne a una gran velocidad. (Della y Mosca, 2005).

Por tanto, la integración de este tipo de acciones sociales comienza a ser parte de la cultura empresarial, debido a la aceptación por parte de la dirección empresarial de que la competitividad está vinculada con los problemas sociales que le rodean. El objetivo será realizar inversiones sociales que nos proporcionen un valor añadido y mejoren las ventajas competitivas, de acuerdo con Della y Mosca (2005:34), *“la contribución de las empresas al medio ambiente es uno de los mayores desafíos de las empresas modernas modificando los productos o procesos de producción, ahorrando el uso de energía, de los recursos naturales, reduciendo el impacto negativo sobre el medio ambiente”*.

Llegados a este punto queda claro que ser competitivo es necesario para sobrevivir en el mercado, pero ¿competitivos en qué sentido? ¿En precios? ¿En calidad? ¿En servicios? Pues claro que, en todos estos

aspectos, pero, y en la ¿responsabilidad empresarial? ¿También? En un mundo tan competitivo, las malas prácticas no pasan desapercibidas y todos somos conscientes de las grandes manipulaciones y estafas que se realizan en cualquier mercado, ya sea el de las finanzas, como ha ocurrido con tantísimas entidades bancarias por falsear la competencia (Miyar, 2016), en el mercado textil y de cosméticos (EUROPA PRESS, 2017) o en los seguros (EFE, 2014).

Todos estos casos empresariales han sido castigados por parte de la sociedad, no dejando de lado los escándalos sacados a la luz y cuya ética empresarial pudiera estar entredicha.

El caso de Volkswagen, del cual hablaremos detalladamente más adelante, fue víctima de esta situación en la que un error sale a la luz y la opinión pública provoca un gran desplome del valor de sus acciones, así como verse obligado su director ejecutivo a renunciar al puesto de trabajo al hacerse público que había manipulado datos de emisión contaminantes en sus vehículos. (Fernández García, 2005; Vaca Acosta et al., 2007).

Es debido a todo esto la necesidad de que existan ciertos niveles de responsabilidad empresarial, con objeto de que no se produzca una ruptura entre los objetivos empresariales y los objetivos sociales.

## **CASO VOLKSWAGEN**

### **Introducción**

En una sociedad como la actual en la que la exigencia social a las empresas esta en continuo crecimiento, cualquier fallo llega a todo el mundo a través de las redes sociales y de este modo es capaz de organizar una gran polémica alrededor de esa empresa. De ahí que tengan la obligación las organizaciones de prestar una especial atención al proceso de como realizan las cosas, el mejor ejemplo de este tipo de traspiés cometidos por las empresas es sin lugar a duda el caso de Volkswagen, un escándalo de nivel internacional.

Este será uno de los objetos de estudio en el siguiente TFG, realizaremos un pequeño acercamiento hacia el caso para ponernos en situación y saber realmente que es lo que sucedió, así como las repercusiones económicas y sociales que dicha situación genero para la organización, se analizará el aspecto ético de este caso y el modo de actuar de la empresa.

Hemos creído conveniente hablar e indagar un poco más sobre este tema ya que es un caso real en el mundo empresarial y que nos permitirá a través de un pequeño análisis hacernos a la idea de cuáles son las consecuencias para una organización empresarial de no actuar de manera responsable y ética, exigido por gran parte de la sociedad.

### **El grupo Volkswagen, ¿Qué es lo que ocurrió?**

Volkswagen es una empresa Alemania multinacional fabricante de automóviles. Significa literalmente automóvil del pueblo. Su sede social e instalaciones principales están ubicadas en la ciudad de Wolfsburg. La empresa fue fundada en los años 30 del siglo pasado con el objetivo de producir y comercializar a gran escala un vehículo que fuera accesible a la clase media alemana.

Actualmente es la empresa principal de un grupo industrial conocido como “**Grupo Volkswagen**” que ha absorbido a multitud de empresas automovilísticas y que cuenta con presencia en todos los continentes. Las marcas que forman parte del grupo Volkswagen son: Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, SEAT, Škoda, Volkswagen, Scania, MAN y Ducati. Además, es accionista de Suzuki (19,9% de las acciones).

Grupo Volkswagen cuenta con unos 572.800 empleados en todo el mundo y vende en 153 países. (Carlos Tello Díaz, 2015).

Todo comenzó el 18 de septiembre de 2015 cuando la agencia norteamericana E.P.A.(Environmental Protection Agency) sacaba a la luz que la marca de automóviles VW había estado mintiendo acerca de los resultados en las emisiones de sus vehículos diesel vendidos en el periodo de tiempo entre 2008 y 2015.

El sistema que se llevo a cabo en la práctica consistía en la aplicación de un software en el vehículo que detectaba cuando estaba siendo examinado en relación con los contaminantes. Pero cuando el vehículo volvía a la normalidad emitía gases contaminantes que eran entre 10 y 40 veces mayores de la media legalmente permitida. En pruebas de laboratorio, el fraude era indetectable. Durante el primer año desde que salió la noticia, VW mantenía una postura en la que alegaba que se debía a un problema técnico y no a una acción deliberada de engaño, fue entonces cuando la E.P.A les amenazo con prohibir la venta de sus modelos, y solo en ese momento la empresa alemana reconoció el engaño. (Albert Villariño, 2015).

En la siguiente imagen podemos ver un pequeño resumen de como la marca alemana consiguió engañar a todo el mundo.

*Ilustración 1: Como engañaba Volkswagen*



Fuente: (Albert Villariño, 2015)

## Consecuencias

La publicación de las irregularidades realizadas por Volkswagen continúa teniendo a día de hoy múltiples y graves consecuencias para la organización. Vamos a intentar hablar un poco sobre todas las consecuencias derivadas a raíz de que saliera a la luz el escándalo de los motores diésel.

### **Primero:**

La empresa automovilista aseguro que se haría responsable de reparar los motores y asumir la cuantía de los gastos que fueran necesarios, para ello explico que la reparación de los motores podía solucionarse de dos formas:

1. Los motores 2.0 únicamente necesitan de una actualización del software que permita desactivar el programa.
2. El resto de los motores además de esta actualización, se les debe de instalar una malla al sensor de aire para que la precisión de este sensor se vea en aumento.

Ahora le toca a la marca alemana arreglar sin coste al menos medio millos de automóviles en los Estados Unidos

### **Segundo:**

Otra consecuencia que se deriva de esta situación tan desastrosa es que los propietarios de los vehículos verán como empeoran sus prestaciones, entre una de ellas empeorando la aceleración.

Al comienzo del escándalo VW reconoció que el número de vehículos afectados era en torno a medio millón en Estados Unidos, pero más tarde dijeron que el número de afectados en todo el mundo podía ser superior a 11 millones de unidades, para ello la marca habría provisionado más de 6 mil millones de euros con el objetivo de cubrir el coste de adaptar los vehículos afectados para cumplir los estándares de contaminación. (Javier Costas, javiercostas.com, Las consecuencias del #Dieselgate).

### **Tercero:**

El principal producto de emisión de los vehículos diesel, los **óxidos de nitrógeno**. Estos óxidos contribuyen a los niveles atmosféricos de dióxidos de nitrógeno, la cantidad de ozono a nivel del suelo y una serie de partículas muy pequeñas que son capaces de pasar de los alveolos pulmonares.

La exposición a estos tóxicos está relacionada con una serie de perjuicios para la salud, como aumento de los ataques de asma y otras enfermedades respiratorias. Estas patologías pueden requerir ingreso hospitalario e incluso en ciertos casos pueden acabar con la muerte debido a complicaciones cardiovasculares. Entre la población de riesgo se encuentran los niños y personas con antecedentes de problemas respiratorios.

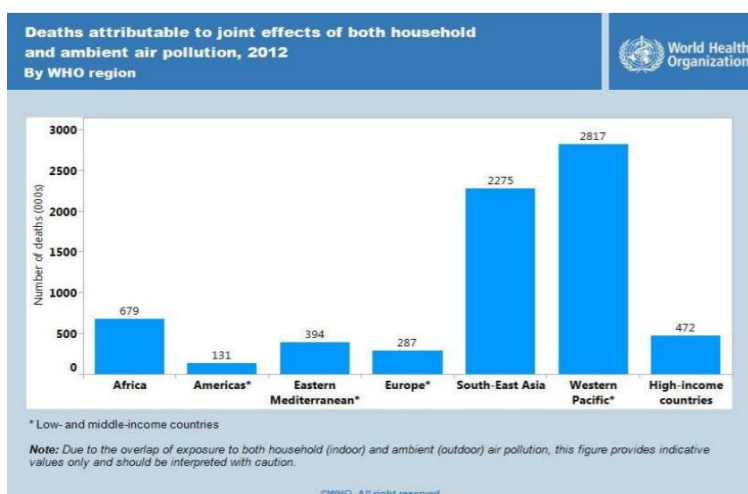
A este respecto, **la Organización Mundial de la Salud** señala que: *“en 2012 unos 7 millones de personas murieron –una de cada ocho del total de muertes en el mundo como consecuencia de la exposición a la contaminación atmosférica. Esta conclusión duplica con creces las estimaciones anteriores y confirma que la contaminación atmosférica constituye en la actualidad, por sí sola, el riesgo ambiental para la salud más importante del mundo. Si se redujera la contaminación atmosférica podrían salvarse millones de vidas.”*

De acuerdo con Fernando A. Marques “ *Los óxidos de nitrógeno, gases de color amarillento que proceden de diferentes fuentes, pero una de ellas del automóvil y protagonista del “dieselgate” o caso Volkswagen, están catalogados como agente carcinógeno por la Organización Mundial de la Salud (OMS) desde 2012.”*

Fue la Agencia Internacional para la Investigación sobre el Cáncer, que forma parte de la OMS, la que hizo esta catalogación en junio de aquel año después de analizar en una reunión internacional de expertos las pruebas que avalaban la declaración. ", publicado en La Vanguardia en el año 2015.

En el siguiente gráfico, elaborado por la OMS, se observa la distribución de estas muertes alrededor del mundo. La escala del gráfico es del orden de cientos de miles.

*Gráfico 1. Muertes (en miles) atribuibles al conjunto del aire doméstico y la contaminación ambiental, 2012*



Fuente: OMS

Han sido unas 1000 toneladas de NOx lo que se ha emitido por el medio millón de automóviles solo en USA, esto dado en cifras normales, al ser trucados esa cifra asciende entre 10.000 y 40.000 toneladas. Extrapolando los 11 millones de vehículos que se vendieron por todo el mundo, la cantidad total se encuentra entre los 250.000 y el millón de toneladas al año. Teniendo en cuenta que la central térmica más grande en Europa emite unos 40.000 anuales podemos ser más conscientes de la gravedad del asunto en cuanto a contaminación, en Europa es más grave por la gran cantidad de vehículos diesel existentes.

El óxido de nitrógeno puede ser responsable de inflamaciones en las vías respiratorias, así como asma u otras enfermedades tanto respiratorias como cardíacas. Ciertas estimaciones dan una cifra de casi diez mil muertes en Londres debido a la incidencia de NOx en niveles muy elevados.

Es sin duda el mayor escándalo y el caso más grave en toda la historia de la industria automovilística. (Enrique Dans, 2015).

#### **Cuarto:**

Como consecuencia lógica del incumplimiento de diversas legislaciones medioambientales y haber engañado a los consumidores con respecto a las características de los vehículos que estaban adquiriendo, Volkswagen se enfrenta adversas demandas, tanto de agencias estatales como de consumidores particulares.

Las acciones legales más importantes que se efectuaron contra la marca fueron, de acuerdo con las aportaciones de Enrique Dans en el programa de "La noche en 24 horas" donde habló detalladamente sobre este escándalo medioambiental, las siguientes:

- La denuncia y las multas de la Agencia de Medio Ambiente.
- La denuncia del Departamento de Salud por atentar contra la salud pública.
- La denuncia del Departamento de Comercio.
- La denuncia del Departamento de Justicia por comportamiento criminal.
- Investigaciones en un número indeterminado de países.
- Denuncias colectivas de asociaciones de inversores y de propietarios de vehículos.
- Retirada de vehículos de los concesionarios.
- Brutal impacto sobre la reputación de la marca y sobre toda la industria alemana.

#### **Quinto:**

Todas estas situaciones derivadas del engaño deben ser causa de alguien, es decir, dentro de la organización alguien debe asumir las responsabilidades por los errores. Si bien es cierto, al principio del conflicto la marca alemana acusó a un grupo de ingenieros de estar detrás del fraude, pero finalmente 3 grandes cargos de la empresa tuvieron que abandonar sus puestos de trabajo, estos fueron( Sergio Lafuente, 2015, PuroMarketing):

- **Martin Winterkorn**, CEO de Volkswagen: se trata del directo de mayor rango dentro de la empresa Volkswagen y se ha visto obligado a renunciar a su cargo. A lo largo de su mandato la marca alemana consiguió superar a Toyota como principal vendedor a nivel mundial, consiguiendo de este modo unas cifras de beneficio nunca vistas.

A la hora de dimitir, nunca reconoció en ningún momento tener conocimiento del software ilegal que había desencadenado todo y alegó su renuncia en que para el primero era el interés de la empresa al suyo personal, haciéndose así responsable de las irregularidades encontradas en sus vehículos.

- **Michael Horn**: consejero delegado para América. Fue el directivo que admitió el fraude, fue llamado a declarar ante el congreso de Estados Unidos en octubre de 2015 para dar explicaciones. Seis meses después del escándalo, en marzo de 2016, Horn fue despedido de su puesto por parte de la dirección de Volkswagen.
- **Frank Tsch**: era el director del departamento de calidad. Dimitió en febrero de 2016.

#### **Sexto:**

En cuanto a su capitalización bursátil, pérdidas de más de un 20% de su valoración bursátil el primer día, y otro 20% el segundo, más de 30.000 millones de euros.

Los mercados financieros son un buen termómetro donde medir la confianza de los inversores, actúan premiando a la empresa en las decisiones que creen que van a maximizar su beneficio y castigándola en aquellas con las que ven peligrar sus futuros dividendos.

Para ello hemos analizado la grafica de cotización de Volkswagen desde mayo de 2015 a mayo de 2016 con el objetivo de tener varios meses anteriores y el momento justo cuando salta el escándalo a la luz de los motores y así poder observar la tendencia.

*Gráfico 2. Cotización de Volkswagen. Período Abril 2015-Septiembre 2016*



Fuente: Bloomberg

En él se puede observar como en el periodo estudiado la empresa tiene un máximo en su cotización en abril con un precio por acción de 244.80 €. A partir de aquí los siguientes meses presentan una tendencia claramente descendente hasta llegar a situarnos en el día que en la que la EPA notificó la infracción de Volkswagen. Ese día (18-09-2015) las acciones cotizaban a 132.20 € y a partir de aquí comienzan a caer en picado. Solo diez días después de que estallara el escándalo las acciones bajaron del umbral de los 100 €. (Enrique Müller, 2015, El País).

#### **Séptimo:**

Lógicamente, todos estos altercados afectaron a la imagen de la marca y la percepción de los consumidores hacia la compañía, ya que de acuerdo con la explicación de Juárez (2016): "Una compañía no solo es lo que vende o lo que ofrece; también -y en gran medida- es lo que de ella se percibe. Una imagen sólida y representativa de su actividad y su filosofía de trabajo constituyen un valor fundamental a la hora de posicionarse en el sector y de diferenciarse de la competencia".

Según el ranking sectorial de 2016 para el sector del automóvil Volkswagen ha pasado de ser la empresa mejor valorada en 2015 a la cuarta en 2016. El primer puesto le ha sido arrebatado por BMW.

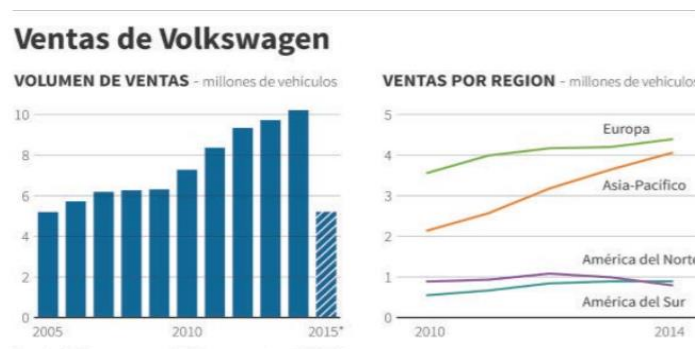
En el ranking general de empresas de 2016, que agrupa a 100 empresas de todos los sectores, Volkswagen también ha sufrido una fuerte caída perdiendo 43 posiciones pasando del puesto 42 al 85 en el ranking. En palabras del director del estudio, José María San Segundo Encinar: "La caída es clara y ha perdido en todas las evaluaciones. Perder 40 puestos en el ranking de Merco es que ha ocurrido algo grave".

Este descenso en la reputación de la empresa alemana ha provocado que la capitalización de VW sea inferior y también a su vez que la facturación baje de manera significativa, sobre todo en el factor ventas, ya que muchos clientes potenciales que estén concienciados con el medio ambiente y la sostenibilidad no realizaran sus compras en esta compañía.

Desde luego, todos estos efectos también van a repercutir en un grupo de interés muy importante para la empresa, los trabajadores de la marca. Al verse la empresa con multas, deudas, peor capitalización y una mala reputación, las ventas obviamente disminuirán y este descenso se llevará por delante el empleo de muchos trabajadores. (Albert Vilariño, 2015).

El grupo Volkswagen ha perdido el liderato de ventas que tenía en España con sus marcas Volkswagen y Seat. Estas han dejado de ser las dos marcas más vendidas del país para pasar a ocupar el segundo y cuarto puesto. Retroceden tanto en cuota de mercado como en incremento de ventas. Esto hace que a pesar de que este año se vendan más coches que el anterior, Volkswagen se vaya a beneficiar menos de esta expansión del mercado de lo que lo hubiera hecho en condiciones normales.

Grafico 3. Ventas de Volkswagen



Fuente: Volkswagen

En este gráfico podemos ver como el escándalo de las emisiones fraudulentas no ha pasado desapercibido por los consumidores, y así lo han hecho saber con sus decisiones, reflejando una mala imagen de la marca. VW se encontraba como una de las empresas automovilistas más importantes y con mayor cifra de ventas en el mundo, pero motivo de sus acciones engañosas esta situación se ha visto revertida llegando a unos niveles de ventas que jamás habrían imaginado alcanzar.

## Postcrisis

Pasado el tiempo y conocedores del escándalo y sus posteriores consecuencias para la marca alemana podemos hacer un pequeño análisis de todo lo ocurrido, errores, pero también aciertos que ha realizado la compañía automovilista. Desde dentro de la organización creen que su principal problema fue la falta de transparencia y de reacción, aunque también la experiencia en este caso les ha servido para que el día de mañana no vuelva a repetirse un suceso de estas características, y en el supuesto de que algo parecido se diera, actuar de manera más rápida y eficaz. Otro aspecto, que consideran que deben mejorar, es la relación y la comunicación con los accionistas de la compañía y los medios.

Pero también debemos reconocer las decisiones tomadas que han sido acertadas como por ejemplo que rectificaron rápidamente sus errores y se hicieron cargo del problema de software, tratando así de



recuperar la imagen de la marca. También atendieron eficazmente a clientes, proveedores, prensa y accionistas.

En definitiva, la crisis del Grupo Volkswagen afectó negativamente tanto a su cuenta de resultados, reduciéndose en gran medida el número de ventas por año, como a su caída en bolsa.

## Conclusiones

El caso de Volkswagen es especialmente representativo debido a que una de sus líneas de comunicación era su responsabilidad ambiental, mediante el proyecto Think Blue; en el cual la empresa trataba de demostrar su compromiso medioambiental y con la sostenibilidad. En la página Web de Volkswagen España se puede observar la siguiente declaración corporativa sobre la RSE:

*“Volkswagen-Audi España S.A. viene demostrando que su compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa forma parte de su modelo de gestión, trabajando y analizando de qué manera nuestros productos y nuestras actuaciones pueden generar impactos positivos en la sociedad y en nuestro entorno. Volkswagen-Audi España apoya ONGs e iniciativas de distintos ámbitos con el objetivo de ayudar a los colectivos menos favorecidos. En este sentido, colabora desde hace años con la ONG Aldeas Infantiles SOS, la fundación Amics de la Gent Gran y la Fundación Prevent, entre otros. Asimismo, desde 2010 participa en los Juegos Interempresas, una olimpiada solidaria empresarial que recauda fondos para varios proyectos solidarios.”*

Pero en la realidad estas afirmaciones están muy lejos de la realidad, podría ser un caso en los que la RSE se queda en una campaña de marketing, pero no se traduce en políticas concretas. Todo esto constituye una práctica de publicidad fraudulenta, ya que se promocionaban unos productos y una imagen de empresa que no era real. (Alfonso Aguilera, 2017).

A nivel personal este caso ha cumplido con nuestras expectativas, las cuales eran intentar dar una idea aproximada de lo que puede suponer para una empresa una actuación inadecuada. Sabemos que las empresas no siempre actúan bien, pero pocas veces conocemos la totalidad de las consecuencias que estas actuaciones tienen para las empresas. Esto era lo que este trabajo pretendía indagar.

En este caso hemos visto como las consecuencias para Volkswagen han supuesto la dimisión de tres de sus más altos directivos, tiene varios frentes judiciales abiertos que cuando se resuelvan seguramente le supondrán el desembolso de varios miles de millones de euros. Su imagen pública ha empeorado. Su cotización en bolsa bajó mucho y a día de hoy todavía está lejos de recuperar los niveles previos al escándalo. Ha perdido su puesto como la empresa líder de ventas en el mercado español y ha cedido cuota de mercado.

Y por último sus cuentas anuales se han visto afectadas por el dinero que ha tenido que dotar para hacer frente a reparaciones y responsabilidad legal. Estas son las lecturas más significativas que se pueden sacar del trabajo de investigación realizado.

## DEFINICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Responsabilidad Social Corporativa tal y como la entendemos hoy en día es un concepto de reciente creación al cual no podemos otorgarle una definición exacta. Se trata de una idea próxima a las distintas teorías de gestión empresarial, que surge en Estados Unidos en las décadas de 1950 y 1960 y que vive su máximo esplendor a mediados de los años 90 consecuencia del proceso de *“globalización”*.

Desde aquellos inicios en los que la Responsabilidad Social era considerada únicamente una obligación moral del empresario, han ido apareciendo de forma progresiva distintos programas e iniciativas de la mano de las empresas que promueven el establecimiento de normas y códigos de conducta *“orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente que contribuya por tanto al desarrollo sostenible”*. (Alea García, A. 2007)

Una de las primeras definiciones será la propuesta por el **Foro de Expertos en Responsabilidad Social**, foro constituido el 17 de marzo de 2005 a iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y en el que participan representantes de algunos Ministerios y expertos de grupos empresariales.

*“La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones.”* (Foro de Expertos en RSC, 2007, p. 7)

Otros organismos oficiales han intentado delimitar el concepto de RSC. Es el caso de la **Comisión Europea**, que en 2001 publicó el llamado Libro Verde en el que definía RSC como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* (Unión Europea, 2001).

El mismo organismo actualiza el término en el año 2011, agregando que la RSC es *“la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”* (UE, 2011)

De estas dos definiciones podemos destacar la importancia de que la gestión responsable por parte de las empresas, sea de forma voluntaria con el objetivo de no perjudicar ni dañar a ninguno de las partes que se vean afectadas o implicadas en la actividad empresarial.

Ya por último, con el objetivo de reunir un poco todas las definiciones encontradas por distintos autores y fuentes, citaré la compleja definición desarrollada por Vives, Corral e Isusi en un estudio de 2005, que refleja a la perfección todos los matices aportados por las anteriores definiciones:

*“De acuerdo con la evolución histórica del concepto, la RSE se considera como un camino estratégico que busca valorizar las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo, en esta visión “no sólo importa cuánto gano, sino también cómo lo gano”, lo que implica un cambio radical con respecto a la óptica empresarial tradicional de simple maximización de beneficios. De esta forma la RSE es una nueva manera de hacer negocios mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible que engloba una dimensión de responsabilidad total para con todas las “partes interesadas” (stakeholders) de la empresa, esto es: clientes, suministradores, trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y la sociedad*

en su conjunto, además de los propios propietarios o accionistas, siempre desde una perspectiva ligada con la ética empresarial y la transparencia en los negocios”. (Vives, A., Corral, A. and Isusi, I. 2005).

La conclusión que podemos sacar una vez analizadas las distintas definiciones que se ofrecen acerca de la RSC es que para poder afirmar que efectivamente una empresa es socialmente responsable, habrá que diferenciar las obligaciones legales de aquellas que surgen de la pura voluntariedad de las entidades para adquirir compromisos morales. Por ende, todo lo expuesto podría resumirse con la siguiente frase:

*“[...] no venderás como RSC lo que legalmente tienes que cumplir”* (CEOE CEPYME CANTABRIA 2011)

En muchas ocasiones las empresas tras cometer algún error importante con cierta repercusión mediática, como alguna actuación contaminante, utilizan las donaciones, el marketing social, la acción social, la filantropía, etc.... para intentar mitigar los efectos negativos que puede causar en la reputación empresarial y que por tanto afectaría directamente en las ventas y los beneficios de esta. Por tanto, es muy importante distinguir cuando una empresa está realizando una campaña de marketing social o una donación a una ONG para “hacerse un lavado de cara”.

### *Ilustración 2. Acciones que no deben confundirse con RSC*



Fuente:elaboración propia

## **ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA RSC**

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa surge en los Estados Unidos a mediados de la década de los 50, aunque es posible encontrar referencias anteriores en 1916 con la obra *“Social Control of Business”* autorizada por **Clark J.M** dio un avance de una definición de sostenibilidad haciendo una relación con la Responsabilidad Social y vinculándola con esta:

*“El ideal es que cada uno pague su parte, no dañar a otros sin compensación, crear valor solamente por el valor dado, y dejar el mundo en los otros aspectos igual que como fue encontrado, o al menos no dejarlo peor de lo que estaba.”* (Clark, 1939, p. 369)

Sin embargo, es la obra *Social Responsibilities for the Businessman* de Howard R. Bowen (1953), la que marcará el comienzo de la RSC y consagrará a su autor como el padre de la Responsabilidad Social Corporativa.

Según Carroll (1999), este concepto continuaría su expansión durante los años 60 y 70 tras que Bowen consiguiera dar visibilidad a este concepto en el mundo empresarial.

Bowen no entendía una actividad empresarial con el único objetivo de obtener el máximo beneficio, sino que pensaba que los empresarios eran servidores de la sociedad y como tal debían atender a ciertos valores socialmente aceptados. Por tanto, definió la RSC como “las obligaciones de los empresarios de cumplir políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que sean deseables en cuanto a los objetivos y valores de nuestra sociedad” (p. 6).

A su vez nacieron diversas teorías contrarias a Bowen, una gran mayoría de autores de la época estaban en contra de la RSC alegando que es responsabilidad de los gobiernos el bienestar de la sociedad para que de este modo las empresas puedan especificarse en su fin primordial, ofrecer productos y servicios. (Levitt, 1958)

En la década siguiente, autores como Frederick (1960), Davis (1960) y Walton (1967) ampliaron el concepto, se trata de una etapa filosófica. Davis (1960) apostaba por una perspectiva de la RSC integrada en la idea de negocio y que sirve para tomar decisiones que van más allá de los intereses económicos de la organización.

Unos años más tarde, el propio Davis (1967) amplía el término explicando la razón de ser de la RSC, que surge de “la preocupación de las consecuencias éticas de los actos de uno mismo, en la medida que pueden afectar a los intereses de lo demás”.

Por su parte, Frederick (1960) también contribuyó a la ampliación del término: “Responsabilidad social significa que los empresarios deben supervisar el funcionamiento de un sistema económico que satisfaga las expectativas del público. Y Esto significa que los medios de producción de la economía deben emplearse de manera que la producción y la distribución mejoren el bienestar socioeconómico. La responsabilidad social implica una postura pública hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y esos recursos se utilizan para fines sociales amplios y no sólo para los intereses circunscritos de los particulares y las empresas”

El concepto ya va tomando forma y, además de estar ligada la preservación del medio ambiente, se entiende como un conjunto de acciones que las empresas adoptan para contribuir a la sociedad. Más allá incluso de lo que la legislación les obliga. (Walton, 1967)

En este periodo, comprendido entre los 60 y los 70, la sociedad en general comienza a despertar su interés y preocupación por el impacto que pueden tener las acciones de las empresas y organizaciones en su entorno, por lo que se empieza a demandar un mayor control y revisión de estos impactos. Tras varios escándalos económicos, sociales y medioambientales, los ciudadanos empiezan a creer que comprando o consumiendo unos productos u otros, están favoreciendo o colaborando con empresas u organizaciones que no realizan buenas prácticas. Esto genera desconfianza, y la solución para paliar esta falta de confianza es ofrecer información de las empresas en todos sus campos, no solo en lo económico, sino que además, información de los impactos sociales y medioambientales de las actividades que realizan.

En los años 70, se sigue avanzando en la construcción del término, una de las principales aportaciones de la década fue la de Harold Johnson (1971), que entendía que una empresa socialmente responsable era aquella “cuyos directivos tenían en cuenta una multiplicidad de intereses. En lugar de esforzarse solo por obtener el máximo beneficio, también tiene en cuenta a los empleados, proveedores, comerciantes, comunidades locales y a la nación” (p. 50).

Es entonces cuando apareció el **Balance Social**, que era un documento donde las empresas facilitaban información acerca de su comportamiento socialmente responsable.

Los 80, etapa estratégica de la RSC, fueron los años de la investigación de la RSC. Es en esta década cuando surge la teoría de los grupos de interés (stakeholders), que se define como: “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales” (Freeman, 2010, p. 46).

La década de los 90 fue la de los términos alternativos en lo que respecta a la RSC, la aportación más importante fue la de Elkington (1994) con su triple bottom line (la triple cuenta de resultados) que entiende que toda empresa que quiera ser socialmente responsable debe tener en cuenta los objetivos económicos, sociales y medioambientales.

En la década de los 90 y principios del siglo XXI, el interés por la Responsabilidad Social Corporativa continúa aumentando, y son muchas las teorías que se discuten sobre la misma. En la actualidad son muchas las empresas que están incorporando la RSC a sus modelos de gestión, ya que supone una ventaja competitiva respecto a las demás.

*Cuadro 1. Evolución historia de la Responsabilidad Social Corporativa*

Década	Desarrollo	Destacable
1953	Primera definición formal de RSE.	Publicación de la obra de Bowen Social responsibilities of the businessmen. Inicio formal de la RSE.
1960	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Definición de RSE.</li> <li><input type="checkbox"/> Debate sobre los fines de la empresa.</li> </ul>	<p><i>Etapa filosófica</i></p> <p>Proyecto de Responsabilidad de la Empresa, liderado por Ralph Nader. Presión durante los años 70 a General Motors para que tomara determinadas decisiones, a través de sus juntas de accionistas. Aunque los inversores responsables representaban sólo un 3% del total, consiguieron que GM publicara un informe social cada año, que estableciera un Comité de Política Social, que se incrementara el número de minorías en los puestos directivos, así como que se comprara a proveedores que pertenecían a grupos desfavorecidos (población negra). (Cavanagh, 1990: 238; Freeman y Gilbert, 1988)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Definición de las responsabilidades de la empresa.</li> <li><input type="checkbox"/> Se continúa con lo iniciado en la década anterior.</li> </ul>	<p><i>Etapa práctica</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Propuesta del CSP (<i>Corporate Social Perfomance</i>) como forma de medición de la RSE.</li> <li><input type="checkbox"/> Estudios empíricos sobre la RSE: percepción de ejecutivos sobre RSE; medición de la RSE en EEUU.</li> </ul>
1980	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Definición del modelo <i>stakeholders</i></li> <li><input type="checkbox"/> Definición y desarrollo de códigos éticos.</li> <li><input type="checkbox"/> Balance social como medio de interiorizar y comunicar la RSE.</li> </ul>	<p><i>Etapa estratégica</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Estudios empíricos sobre filantropía, relación entre responsabilidad social y resultados financieros.</li> </ul>
1990 - hoy	<i>Desarrollo sectorial y empresa ciudadana</i>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad.</li> <li><input type="checkbox"/> Desarrollo sectorial de la disciplina: se parcela y se analizan separadamente y en profundidad distintos aspectos (códigos éticos, inversiones responsables, toma de decisiones, colaboración con la comunidad, estándares...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Proliferan la investigación empírica y las publicaciones sobre la RSE y la EN. Se crean cátedras sobre BE en casi todas las Escuelas de Negocios. Se abren líneas de investigación en muchas universidades europeas y estadounidenses.</li> <li><input type="checkbox"/> Se crean instituciones en casi todos los países occidentales para promover la RSE, la EN o algún aspecto concreto de éstas.</li> <li><input type="checkbox"/> Los gobiernos empiezan a tomar parte en la promoción de la RSE: creación de una secretaría de Estado en Reino Unido (1996), leyes sobre balance social en Francia y Portugal; publicación del <i>Libro Verde Promover un marco europeo para la RSE, por la Comisión Europea</i>.</li> </ul>

Fuente: Sotomayor, 2015

## PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA RSC

De acuerdo con el “observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa”, una empresa que tenga entre sus objetivos ser una empresa responsable socialmente hablando, debe cumplir una serie de principios fundamentales. La clasificación de los principios de la RSE es un tema amplio y discutido desde diversos puntos de vista en la teoría. A continuación, se muestran los más relevantes:

- **Transparencia:** Las organizaciones que optan por asumir sus responsabilidades hacia la sociedad en la que operan deben estar dispuestas a informar de forma diligente y veraz sobre sus acciones, y decisiones en aspectos clave para los diversos grupos de Stakeholders. Deben estar dispuesta a escuchar las demandas de los grupos de Stakeholders, responder objetiva y claramente, y dejarse evaluar por ellos.
- **Comportamiento ético:** Las empresas que actúan de forma responsable socialmente hablando, contraen una serie de compromisos de carácter ético que se transforman en obligación. Estas empresas deben ser fieles al discurso responsable que predicán, deben basarse en los valores de honestidad, equidad e integridad.
- **Normativa:** Toda organización debería dar a conocer las leyes y regulaciones aplicables dentro de sí misma, para que todos los miembros los tengan en cuenta. El principio de legalidad es de cumplimiento obligatorio.
- **Autoevaluación:** Una empresa con responsabilidad social debe implementar indicadores que le permitan autoevaluarse para obtener premisas, detectar áreas de oportunidad y medidas correctivas, de la misma manera podrá desarrollar sistemas de gestión de responsabilidad social.
- **Respeto a los derechos humanos:** los derechos humanos tienen carácter universal, las organizaciones deberían respetar y promover lo establecido en la Carta Universal de los Derechos Humanos. (ISO 26000).
- **Voluntariedad:** La opción por incorporar las preocupaciones sociales y medioambientales es voluntaria en el sentido en que no es impuesta legalmente.

*Ilustración3. Indicadores de una empresa socialmente responsable*



Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2014)

Una vez más claro el concepto de Responsabilidad Social Corporativa pasamos a describir algunos otros términos a los que se han hecho referencia y que nos ayudaran a entenderlo mejor, conociendo los elementos que la integran.

## ELEMENTOS DE LA RSC

Es necesario que las empresas que pretenden ser socialmente responsables tengan integrados dichos elementos, ya que, de lo contrario, difícilmente conseguirán ser empresas responsables. Los elementos de la RSC son: la triple dimensión, los stakeholders o grupos de interés, el desarrollo sostenible, ventaja competitiva, tecnología e innovación, globalización, información y educación.

✚ **Triple dimensión:** las organizaciones que realicen prácticas de responsabilidad social deberán tener la capacidad de entrelazar tres dimensiones en su actividad laboral: económica, social y medioambiental.

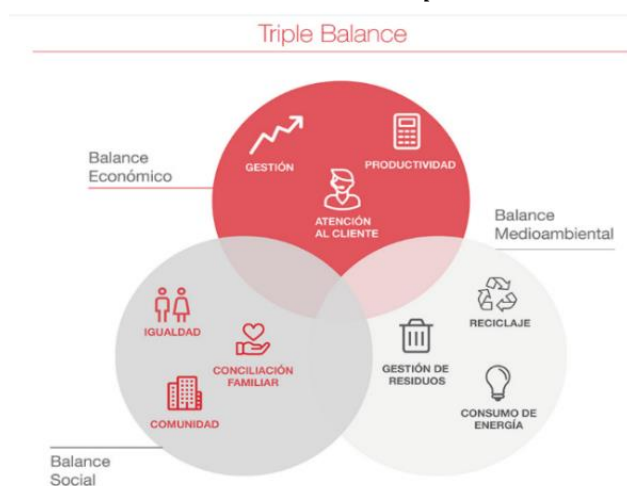
Para llevar a cabo una buena gestión de esta triple dimensión utilizamos **el Libro Verde**, considerado como la guía general para todas las empresas, debiendo saber así como comportarse en cada situación. (Galván, 2013)

Este Libro Verde define la RSC como la integración a la empresa de las preocupaciones sociales y medioambientales, aparte de las económicas.

- Vertiente Económica: hacer lo más grande posible el valor para los stakeholders o grupos de interés.
- Vertiente Medioambiental: Hacer mínima cualquier repercusión negativa de la empresa en el medio ambiente.
- Vertiente Social: crear puestos de trabajo, fomentar el bienestar social, potenciar la cultura mediante eventos, etc.

Además de esta clasificación en tres dimensiones, se hace otra distinción en lo que se refiere a dimensiones: dimensión interna y dimensión externa. **La dimensión interna** incluirá todo lo que tiene que ver con la empresa de puertas hacia adentro, como pueden ser eventos internos de la empresa y de sus empleados y el medio ambiente. Por otro lado, **la dimensión externa**, incluirá relaciones y actuaciones externas a la empresa como son las relaciones con los clientes, proveedores, con la comunidad, etc. (Galván, 2013)

*Ilustración 4: Triple Balance*



Fuente: Ideasimprescindibles.es

Según Sannas, la asociación de empresas por el Triple Balance, “las empresas Triple Balance son empresas con sentido, que quieren ser prósperas, con un balance económico sano, y que quieren contribuir a la construcción de una sociedad mejor, igualitaria y sostenible”.

✚ **Desarrollo Sostenible:** Según la comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible: “El desarrollo sostenible es aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras la satisfacción de sus propias necesidades”. (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, 1987)

### *Ilustración 5: Desarrollo Sostenible*



**Fuente:** Soto, 1991

Al tener un carácter tan amplio, el desarrollo sostenible pasa a ser responsabilidad de todos los agentes de la sociedad: gobiernos, empresas y el resto de la sociedad, ya que nos afecta a todos. Y dentro de estos se considera fundamental el papel de los gobiernos pues controlan las reglas que favorecen un desarrollo equilibrado de todos: gobiernos, empresas y sociedad. (Soto, 1991)

✚ **Ventaja competitiva:** Uno de los principales aspectos que diferencian a una empresa con respecto a las demás y la hace ser competitiva es el de satisfacer las expectativas de los stakeholders y cubrir las necesidades de estos. Invertir en Responsabilidad Social y hacer pública esa apuesta por este tipo de gestión empresarial, siempre de una forma transparente, legitima la empresa de cara al público y la pone un escalón por encima con respecto a las empresas que realizan prácticas irresponsables. (Galván, 2013).

El equipo de Project ROI de IO Sustainability y BabsonCollege realizó una amplia investigación sobre las empresas que poseen RSE, y aparte de ser una ventaja competitiva como ya sabíamos también te puede ayudar a beneficios de varias maneras, estos son algunos de los más importantes:

- Reduce los costos comerciales.
- Diferencia tu negocio de la competencia.
- Atrae y retiene colaboradores.
- Atrae a los consumidores.
- Nutrir, crecer y proteger el valor y reputación de la marca.
- Aumenta el valor de los ingresos en torno a un 20%.
- El valor de mercado aumenta considerablemente.
- Mejora el compromiso y participación de los colaboradores.



✚ **Grupos de interés o stakeholders:** el mundo empresarial ha cambiado en los últimos tiempos, se ha pasado de una estrategia tradicional de la organización basada en los accionistas (shareholders) por una basada en los grupos de interés, stakeholders.

Las empresas ya no rinden cuentas únicamente a los accionistas, ahora también deben consensuar sus decisiones con todos los actores sociales de su entorno: empleados, clientes, proveedores y consumidores entre alguno de ellos.

La adecuada utilización de las relaciones que la empresa tiene con sus grupos de interés puede permitirle desarrollar una cultura empresarial basada en valores como la transparencia, la honestidad y el dialogo. (Laura Sánchez, 2010).

En primer lugar, entendemos por grupos de interés o stakeholders: “aquellos grupos o individuos con quien la organización interactúa o tiene algún tipo de interdependencia o también como cualquier individuo o grupo que puede afectar o ser afectado por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización” (Carroll, 1993).

También podemos utilizar la definición empleada por el economista Freeman: “*Todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente al desarrollo de estas*”. (Freeman, 1984, p. 46).

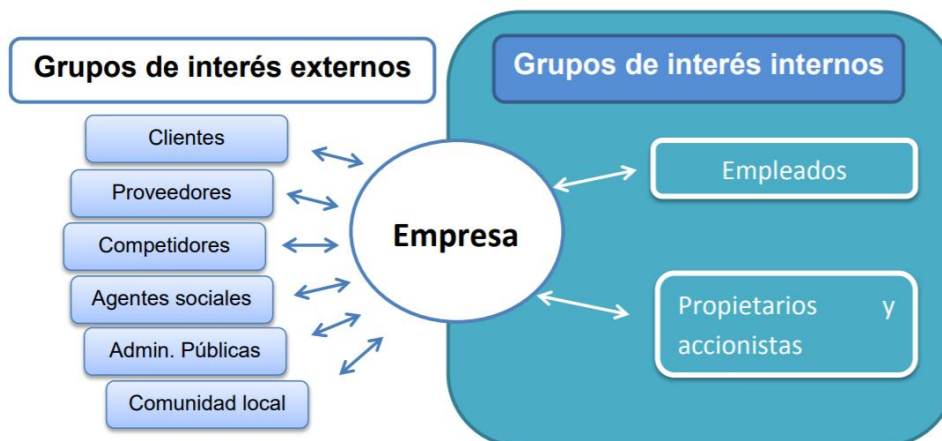
Freeman (1984), expresa que los stakeholders influyen en la administración de empresas y por tanto los directivos deben llevar a cabo una dirección de los mismos del siguiente modo: “*Primero que nada, nosotros debemos comprender desde la perspectiva racional, quienes son los stakeholders de la organización y que intereses se observan. En segundo lugar, deberemos entender los procesos organizacionales utilizados implícita o explícitamente para dirigir las relaciones de la organización. Y finalmente deberemos comprender el conjunto de transacciones o negocios entre la organización y sus stakeholders y deducir si estas negociaciones encajan con el mapa de stakeholders y los procesos organizacionales hacia los stakeholders*”

En general, los diferentes grupos de stakeholders suelen diferenciarse en primarios y secundarios. Un grupo de stakeholders primario es aquel sin el que su participación continuada en la empresa no podría sobrevivir (Clarkson, 1995) y “soportan alguna forma de riesgo como resultado de haber invertido en alguna forma de capital, humano o financiero, algo de valor, en una empresa” (Clarkson, 1994). En este grupo podemos incluir a los accionistas, los empleados, los consumidores, los proveedores y las comunidades locales donde opera la empresa.

Los stakeholders secundarios son aquellos que “*pueden influir o afectar a, la empresa, pero no están comprometidos con la empresa y no son esenciales para su supervivencia*” (Clarkson, 1995). Todos ellos no son imprescindibles para el funcionamiento de la organización, aunque tienen la capacidad de movilizar la opinión pública a favor, o en contra de una empresa. Por tanto, la empresa no depende de los stakeholders secundarios para su continuidad, pero estos pueden causar un daño significativo a la empresa e incluso poner en peligro la actividad de la misma.

Al igual que en las dimensiones tratadas anteriormente, en los grupos de interés también se puede realizar una distinción entre grupos internos y grupos externos, según se encuentren dentro o fuera del tejido de la empresa. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas, 2015).

*Ilustración 6: Grupos de interés o stakeholders*



Fuente: Elaboración propia

En el contexto actual existe un tercer grupo que Fernández Fernández (2012) denomina stakeholders globales. “Serían estos grupos u organizaciones conformadas por miembros de distintos países con intereses comunes en lo referido a las actividades de las empresas y organizaciones económicas”. Es el caso de Greenpeace si hablamos de medioambiente, ONU y OTAN si hablamos de política y distintas entidades religiosas.

Desde la década de los 80 hasta nuestros días, no ha parado de crecer la bibliografía respecto a los llamados stakeholders. Como bien apunta Fernández y Sanjuán (2012), la literatura aborda el tema de los stakeholders desde 3 perspectivas: la descriptiva, la instrumental y la normativa (Donaldson y Preston, 1995). La descriptiva se centra en dar cuenta de las operaciones de la empresa. El instrumental da cuenta de que el enfoque stakeholder es más efectivo para la dirección de las empresas que otras teorías para alcanzar objetivos y buscar la rentabilidad. La aproximación normativa aporta directrices éticas para la administración de las empresas mediante una orientación moral (Carroll, 1991).

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL CONTEXTO ESPAÑOL**

Como en el resto del mundo, a comienzos del siglo XX, las empresas españolas se limitaban a generar beneficios y a cumplir la ley para evitar posibles sanciones económicas, identificándose únicamente ciertas conductas paternalistas para con los trabajadores.

Durante la dictadura franquista, numerosas empresas fueron nacionalizadas y se desarrolló un amplio sistema de seguridad social y protección a los trabajadores, que sin embargo, no tuvo en cuenta en ningún caso el respeto a cuestiones como el medio ambiente o la libre competencia. Con el fin de la dictadura

(1975) y la entrada de España en la Comunidad Económica Europea (1986), un gran número de compañías se privatizaron y otras de origen extranjero se establecieron en España consecuencia del aperturismo de la época.

A partir de los años 90, numerosas empresas se internacionalizaron y expandieron sus negocios especialmente en Latinoamérica, dónde en la actualidad algunas como **Repsol o Banco Santander** gozan de una completa adaptación, constituyendo éste emergente mercado gran parte de su volumen de negocio. Todos estos hitos han ido marcando la historia económica de España y han sido el germen del desarrollo de una RSC todavía bastante inexplorada dentro de nuestras fronteras.(Fernández, J., & Melé, D. 2005).

En España, la **RSC** probablemente inició a vincularse, alrededor del final de los años noventa, al lanzamiento de productos financieros éticos por parte de organizaciones sociales que pretendían poner en alza el ahorro responsable en nuestro país como se estaba haciendo en otros países. Con todos los cambios que antes hemos mencionado, En definitiva, el contexto era el idóneo para la Responsabilidad Social Corporativa.(De la Cuesta, & Valor, 2003)

En este sentido cabe destacar el dato que muestra la evolución que se ha experimentado en cuanto a la puesta en práctica de la RSC. En el ejercicio empresarial del año 2002, alrededor de siete empresas españolas siguieron la guía GRI para elaborar su memoria sostenibilidad. Por otro lado, en el año 2012, esa cifra de empresas que se apoyan en la guía GRI para elaborar sus informes de sostenibilidad se convertía en 180. España es el país que tiene más organizaciones que utilizan la guía GRI para realizar sus memorias anuales. (De la Cuesta, & Valor, 2003)

*Gráfico 4. Evolución de empresas españolas acogidas a la RSC.*



Fuente: Base de datos de informes [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) y [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

En la misma línea se han ido desarrollando distintas iniciativas que ponen de manifiesto los avances que la RSC ha sufrido a lo largo de los últimos años en nuestro país. Cabe destacar, entre otros, la constitución del Foro de Expertos de la RSC que acordó la publicación del documento titulado “**Las políticas Públicas de fomento y desarrollo de la RSC en España**”, los Códigos Olivenza y Conthe o iniciativas legislativas como la Ley de Igualdad.

Por su trascendencia práctica, debe hacerse hincapié en la creación del Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE), órgano cuya función es la de ser un órgano asesor y consultivo del Gobierno que propone políticas de responsabilidad social y fomenta el desarrollo de

prácticas empresariales respetuosas con el contexto social en el que operan. (9 Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa).

Para la Estrategia Española de Responsabilidad Social Corporativa (Borrador 2003), existen diez líneas de actuación por parte del gobierno para afianzar la RSC tanto en el ámbito privado como público. Además de las líneas de actuación también se desarrollan los objetivos a conseguir por parte de la empresa privada y de las administraciones públicas. Estos objetivos que se pretenden conseguir por parte del gobierno en materia responsable son:

- Promoción de la RSC como elemento impulsor de organizaciones más competitivas y productivas.
- Integración de la RSE en la educación, la formación y en la investigación.
- Aumento de la confianza y fortalecimiento de la Marca España.
- Gestión responsable de los recursos humanos y fomento del empleo de calidad.
- Inversión socialmente responsable.
- Innovación sostenible e inversión en I+D+i, relación con los proveedores y fomento del emprendimiento.
- Consumo responsable.
- Respeto al medioambiente.
- Coordinación, participación y cooperación al desarrollo.

Con este comportamiento responsable las empresas querrán conseguir unos objetivos que serán diferentes en función de si son empresas privadas o públicas.

Según el Anuario de Sostenibilidad 2013, España ocupa el cuarto lugar en el medallero internacional de empresas más sostenibles en 2013. Estas medallas se conceden a empresas auditadas en función a su comportamiento responsable.

José Luis Blasco, socio responsable de Cambio Climático y Sostenibilidad de KPMG en España, afirma: "*Las empresas van a atravesar una etapa de oportunidades y riesgos sin precedentes debido a un potente cóctel de mega fuerzas, formado por el cambio climático, el aumento de la población, la escasez de agua, la urbanización y la degradación del medio ambiente. Las empresas con buenas calificaciones sostenibles ante los ojos de los inversores se encuentran mejor preparadas para afrontar estos retos y prepararse para el futuro*".

## **IMPLANTACIÓN DE LA RSC EN LA EMPRESA**

En primer lugar, es necesario que se constituya un equipo de RSC en la empresa que lo compongan miembros especialistas en los tres ámbitos principales que abarca la RSC, ambiental, social y económico. De acuerdo con Merco (2011) se puede distinguir varias fases, entre ellas las siguientes:

## **DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN.**

Para empezar, tenemos que analizar la situación en la que se encuentra la empresa. Esto lo conseguiremos realizando un análisis interno de la propia empresa, pero además tenemos que conocer las expectativas de los grupos de interés y establecer frecuentemente diálogos con ellos, es decir, realizar un análisis externo. De esta forma la empresa no solo trabajará para su propio interés, sino que lo hará conjuntamente con los intereses de los afectados o implicados por la actividad empresarial. Es decir, analizaremos las actividades de la empresa con perspectiva de sostenibilidad, para identificar los impactos económicos, sociales y ambientales que genera. La planificación nos permitirá establecer objetivos y metas claras y definidas que la organización tendrá que intentar alcanzar.

Este proceso consta de dos etapas principales:

- Planificación estratégica
- Planificación operativa

### **La planificación estratégica**

Para efectuar el proceso de planificación estratégica deben realizarse las siguientes actividades:

- Revisar o formular las orientaciones estratégicas de la empresa (misión y visión): Las orientaciones estratégicas están constituidas por la misión y la visión de la empresa.
- Revisar o formular la cultura de la empresa (valores y código de conducta): La cultura empresarial se expresa en los valores de la empresa y en el código de conducta que explica cómo poner los valores en práctica.
- Revisar o formular los compromisos con los grupos de interés (políticas): Los compromisos con los grupos de interés se reflejan en las políticas empresariales.

### **La planificación operativa**

La planificación operativa permite identificar, desde una perspectiva de sostenibilidad, los objetivos y metas operativos de la empresa y las acciones necesarias para alcanzarlos (reflejados en el plan de acción). También permite identificar cuáles son los indicadores a utilizar para monitorear y evaluar el desempeño (reflejados en el cuadro de mando). Para elaborar el plan de acción deben realizarse las siguientes actividades:

- Seleccionar los temas prioritarios: Los temas prioritarios los obtenemos en la fase de diagnóstico.
- Formular objetivos y metas: Los objetivos son los fines que se desea alcanzar definidos de forma cualitativa y abstracta.

## ***Implantación***

En esta fase la organización debe plantearse si las capacidades y la formación de los trabajadores implicados en el despliegue del plan de acción, son las precisadas para su efectivo desarrollo. Posiblemente sea necesario reforzar a todo el personal con acciones de sensibilización y formación en materia de RSC y sistemas de gestión. A partir de ahí se podrán implantar las acciones planificadas para alcanzar las metas y los objetivos marcados en la planificación.

## ***Evaluación Y Control***

En esta fase la organización tiene que realizar las mediciones pertinentes al inicio del plan de acción para disponer de una línea de base, en intervalos periódicos para realizar el seguimiento y al finalizar la ejecución del plan de acción para realizar la evaluación. Una vez están hechas todas las mediciones, la empresa las utilizará para compararlas con lo que se había planificado, de esta manera se podrán identificar las desviaciones y sus causas.

## ***Comunicación De Resultados***

La comunicación y reporte consiste en la publicación de información sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa, y debe de ser tanto interna como externa. La empresa puede utilizar diferentes guías para dar a conocer a los grupos de interés las acciones en RSC que se han llevado a cabo. La más utilizada es la guía GRI (Global Reporting Initiative), que ya hemos comentado en capítulos anteriores.

La comunicación es una herramienta indispensable para rentabilizar el enfoque RSC y convertirlo en confianza y apoyo. Apoyo de los trabajadores, de los clientes y de los proveedores, fundamentalmente, pero también de otros grupos de interés que puedan ser relevantes para la empresa, como la comunidad local, las administraciones o, por qué no, los competidores. De esta forma, además de dar cauce a las inquietudes de los grupos de interés, podremos poner en valor los logros obtenidos por la puesta en marcha del Plan de Actuación RSC, explicitar los objetivos que se van cumpliendo y el grado de consecución de las acciones previstas.

Una vez finalizada la explicación de la Responsabilidad social corporativa, comenzaremos a explicar las Inversiones socialmente responsables.

## DEFINICION ISR (INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE).

Siguiendo a autores como Cañal, Pérez, Rodríguez, Bilbao y Arenas (2008) podemos afirmar que no existe una definición al uso de la **Inversión Socialmente Responsable** ya que dependiendo de la zona geográfica o el momento histórico y marco jurídico, esta tomará unos matices u otros. Ahora bien, podemos hacer una breve definición o exponer de modo explícito lo que entendemos por IRS.

Son consideradas Inversiones Socialmente Responsables (IRS) aquellas inversiones que introducen criterios medioambientales y sociales en los que son los tradicionalmente conocidos, y que además permiten a las entidades o personas que inviertan en ellas unir los objetivos financieros que les son útiles con los valores sociales con los que se sienten identificados. Dichos valores se asocian a derechos humanos, paz, justicia social y medioambiental (AECA, 2004) (Balaguer Franch, M.R., 2007).

A su vez, Eurosif (2006) añade todas las cuestiones correspondientes con el gobierno corporativo como parte de éste extenso grupo de aspectos extra-financieros.

Continuando con Balaguer (2007) se añadirán a estas inversiones responsables cuando apoyen valores para el desarrollo sostenible de las comunidades autónomas, empresas, mejora de la calidad del medio ambiente y de la vida.

## CONTEXTO HISTORICO.

Según Cañal et al. (2008. P.17) *“Los antecedentes históricos de la moderna ISR se remontan a principios del siglo XX en EE.UU. y surge asociada a entidades religiosas”*, momento en el que no se consideraba ético lucrarse con actividades que dañaban el tejido moral de la sociedad. A finales del siglo destacó en la comunidad el **Pioneer Fund** de Boston que basaba sus inversiones en la exclusión de empresas de juego, tabaco, alcohol, pornografía... siguiendo unos principios morales y éticos (Sparkes, 1995). Se siguen así los primeros criterios sociales negativos o excluyentes en las decisiones para invertir. Hasta finales de los años 60 no se desarrolla plenamente la ISR y no es hasta los años 80 cuando el concepto de ISR comienza a atraer a un grupo más extenso de inversores. No obstante, mientras que en Europa el primer fondo de inversión ético fue creado por la iglesia sueca en 1965, en Reino Unido el desarrollo fue completamente diferente; ya que sus principales preocupaciones recaían en las condiciones laborales justas, adquiriendo posteriormente mayor importancia el medio ambiente.

Como dice Rennebog (2008. p. 34) *“Los desastres ecológicos de Bhopal (India, 1984), Chernobyl (Ucrania, 1986) y Exxon Valdez (Alaska, 1989) y la cantidad de nueva información sobre el calentamiento global y la destrucción de la capa de ozono hacen que los temas medioambientales se conviertan en prioritarios para los inversores con preocupaciones sociales”*

Complementando lo dicho anteriormente, Balaguer (2008) afirma que no solo había que excluir malas empresas, sino que había que incluir empresas que fueran modélicas (aquellas que introducen buenas prácticas financieras, sociales y medio ambientales)

Actualmente, ya no se centran estas inversiones en criterios exclusivamente morales, si no que introducen sostenibilidad, responsabilidad social empresarial (RSE) y gestión del riesgo como principales elementos para invertir.

Por todo esto, las empresas tienen en cuenta los aspectos extra financieros: La ya mencionada política de RSE. De este modo, todas aquellas empresas que tengan a punto esta RSE, se conciben como optimas en la búsqueda de la excelencia empresarial.

Si el comportamiento empresarial en relación con el medio ambiente y la sociedad es optimo, la empresa tendrá una adecuada gestión financiera de sus valores y será atractiva para los inversores.

A su vez y añadiendo a lo anteriormente dicho, la IRS sirve para restaurar la confianza, tanto en los sistemas, como en las empresas y mercados, ya que debido a unas malas prácticas de estos y falta de ética y transparencia, se empezó a instaurar en ellos una presión social hacia un comportamiento más responsable. Todo ello derivó a que la IRS se convirtiera en un mecanismo para gestionar mejor el riesgo y las inversiones.

## **ESTRATEGIAS DE LA INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE.**

Según Eurosif, (2006, p. 47) dichas estrategias se pueden congregar en dos grandes grupos según la evolución de estas en los últimos años:

- *“ISR central (core): que abarca los filtros negativos y el screening positivo, incluyendo el best-in-class y la selección de pioneros o inversión temática.”*
- *“ISR amplia (broad): abarca la ISR central y además incluye aquella basada en exclusiones simples, incluido el screening simple referente a estándares, el dialogo de los inversores (engagement) y la integración.”*

AECA (2009) nos dice que todas estas estrategias integran en sus modelos de valoración el conjunto de factores de riesgo, además de todos los criterios medioambientales, sociales y de gobiernos corporativos para analizar los riesgos financieros.

Las distintas estrategias que encontramos siguiendo con AECA (2009) son:

- **EXCLUSIONES:** Se tienen en cuenta todos los criterios negativos de dicha inversión para así poder hacer un sesgo y saber donde no interesa invertir por sus malas prácticas.
- **SCREENING POSITIVO:** Se tiene en cuenta todas las buenas prácticas de las empresas, así como los buenos comportamientos socialmente responsables. Además se fijan en los que producen bienes o servicios de carácter positivo. En esta se pueden incluir las mejores empresas (best-in-class) y los pioneros.
- **BEST-IN-CLASS:** las empresas del sector son estudiadas por sus criterios de responsabilidad social y son escogidas para invertir las mejores de cada grupo/sector
- **SELECCIÓN DE PIONEROS/ INVERSIÓN TEMÁTICA:** Son fondos temáticos, los cuales se asientan en criterios de sostenibilidad medioambiental. Un ejemplo puede ser la disminución de la utilización de energía no renovable. Se orienta en sectores como la energía, el agua, etc.



- SCREENING BASADO EN NORMAS: Es un sesgo negativo el cual se basa en el respeto de estándares internacionales planteados por entidades tipo OCDE, OIT, ONU, UNICEF, etc.”
- EXCLUSIONES SIMPLES/ SCREENING SIMPLE:” Exclusión de un sector o actividad tipo producción armamentística, tabaco, alcohol, experimentación animal. El screening simple incluye también la selección simple por derechos humanos (ej. Birmania) o a través de estándares internacionales”.
- ENGAGEMENT O DIÁLOGO DE LOS INVERSORES: Esta estrategia la utilizan los gestores de dichos fondos para así poder incrementar las prácticas más responsables de dichas empresas. Estos gestores tienen una gran influencia en estas y uno de los métodos utilizados puede ser el derecho a voto.
- INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD: Se fomentan las inversiones de una actividad productiva, la cual se encuentra cerca de la comunidad más cercana. Se apoyaran dichas inversiones si presentan características positivas desde el punto de vista social y medioambiental.
- INTEGRACIÓN:”La introducción explícita de criterios sociales, medioambientales y de gobierno corporativo en la gestión de riesgos del análisis financiero tradicional.”

Además, para medir todos estos tipos de estrategias y criterios, existe el DJSI WORLD. Esta compañía utiliza un cuestionario para medir toda esta metodología de investigación, y es el grupo SustainableAsset Management (SAM) el que ha sido considerado por Sustainability&Mistra como el más fiable de todo el mundo.

Según Sustainability&Mistra, (2004) podemos observar como los criterios a tener en cuenta en el tema económico, medioambiental y social son:

#### ECONOMICOS:

1. Código de conducta
2. Gobierno corporativo
3. Gestión de relación con clientes
4. Solidez financiera
5. Relaciones con inversores
6. Gestión de riesgos y situaciones en crisis
7. Sistemas de medición y cuadros de mandos
8. Planificación estratégica

#### SOCIALES:

1. Dialogo con las partes interesadas
2. Desarrollo del capital humano
3. Gestión del conocimiento
4. Indicadores de prácticas laborales
5. Atracción y retención de talentos
6. Estándares para proveedores
7. Actividades de filantropía
8. Informe social

### MEDIOAMBIENTALES:

1. Política y gestión medioambiental
2. Resultados medioambientales
3. Informes medioambientales

Mediante el análisis de todos estos factores, podemos observar como la ISR cada vez más se decanta por una discriminación positiva de las empresas, fijándose en ellas que cumplen todos estos requisitos para invertir en ellas y componiendo una cartera de valores donde lo prioritario sea lo social, medioambiental y económico.

## **LA INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE COMO POTENCIADOR DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.**

Para las empresas, es fundamental la implantación de estrategias que tengan como objetivo la responsabilidad social. Para todo esto, es fundamental el papel que tiene la ISR. Para ello, el *European Social Investment Forum* (Eurosif 2006, p. 129) da una definición específica que dice: “*la ISR es un proceso (...) orientado a la Identificación de inversión en compañías con políticas y procesos considerados en el ámbito de la responsabilidad social corporativa*”.

Además, según la encuesta de la consultora Yankelovich, Inc. (2006) la existencia de todos estos fondos de ISR ayuda a optimizar un gran número de aspectos que están dentro de la RSC, y que gracias a estas inversiones sociales y medioambientales, hacen que mejoren los resultados en las prácticas de RSC.

Esto conlleva unas implicaciones de integración de estas instituciones de estos sistemas sociales y medioambientales con los aspectos financieros en estas políticas y procesos, además de tenerse en cuenta para diseñar los productos financieros con los que se quiere trabajar para que sigan estos criterios de buenas prácticas (De la Cuesta *et al.*, 2006), el cual es un factor decisivo para conseguir una buena implantación de las RSC y que sea posible su desarrollo.

Cada vez se considera más importante el análisis de sostenibilidad de estas compañías y se toma más en cuenta la opinión de los inversores socialmente responsables, ya que se está produciendo una integración de la RSC en estos mercados financieros que hacen que todos los aspectos anteriores se tengan más en cuenta. (*Institute for Financial Market Integrity*, 2008)

Así, tal y como demuestra Reed (1999, p. 17) “*La cartera de un inversión tendría que analizarse con la incorporación de criterios medioambientales dado que estos, reducirían el riesgo soportado. Si extendemos estas reflexiones hacia el resto de aspectos considerados dentro del concepto de sostenibilidad, cuanto mayor sea la relación entre RSC y gestión financiera más aspectos socialmente responsables serán considerados por cualquier inversor, justificando así su inclusión en los procesos de gestión de inversiones*”.

Es importante saber que los mercados financieros están en auge, por lo que la mayoría de las decisiones de inversión son llevadas por los gestores de los productos, los cuales son un grupo de interés importante en la determinación de políticas de RSC de las empresas.

Estas decisiones de inversión van a afectar de manera directa al valor de las acciones que tienen estas empresas, por lo que la relación entre ISR y RSC es bidireccional. Estas compañías socialmente responsables fomentan la ISR.

En cuanto a las organizaciones, es importante comentar que estas decisiones de carácter social y medioambiental dependen mucho de la cultura de cada empresa y que la tengan interiorizada en cada organización.

Según las gestoras, para el caso español, Balaguer, Fernández y Muñoz (2008, p. 59) “Un factor clave para el desarrollo de la ISR es la valoración de las políticas de RSC por parte de las gestoras, ya que aquellas gestoras que consideran muy importante la aplicación de políticas de RSC tienen una mayor probabilidad de gestionar o comercializar fondos socialmente responsables y de aplicar una política explícita de RSC a la gestión interna de la empresa gestora”.

## **INDICE DE SOSTENIBILIDAD: DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX**

En estos tiempos, donde el tema de la **sostenibilidad** de las empresas está ganando gran fuerza en los inversores y es algo de lo que, inevitablemente, no se para de hablar, de forma imparable y progresiva. Algunas empresas incorporan criterios de sostenibilidad a su gestión. Los inversores empiezan a reclamar una serie de índices para poder medir la sostenibilidad de las empresas, y donde se pueda observar que dichos índices son sólidos, fiables, racionales y globales, ya que quieren que sus inversiones sean rentables, pero a la vez contemplen criterios de sostenibilidad.

Por esto, nació el **Dow Jones Sustainability Index**. Este índice bursátil, el cual muestra las empresas más sostenibles del planeta, fue el pionero en esta iniciativa. Fue creado en septiembre de 1999 para seguir a las empresas líderes en términos de sostenibilidad. De manera rápida y fiable, se convirtió en referencia mundial para todos aquellos inversores interesados y preocupados por la sostenibilidad mundial. El éxito mundial de este índice bursátil se debe principalmente a la unión de la gran experiencia y reconocimiento mundial del S&P Dow Jones Index y la reconocida empresa especialista en este campo RobecoSAM (Dow Jones Sustainability World Index Guide, 2013)

Estos índices de sostenibilidad, son muy importantes, como bien explica Fernández, B (2016), “*Los índices selectivos de cotización en sostenibilidad se diseñan y construyen con el objetivo de aportar información a inversores institucionales y minoristas que valoran en su decisión de compra de acciones, además de los resultados económicos, la importancia de la responsabilidad ambiental, social y de gobierno corporativo de las empresas, en su gestión cotidiana*”

Además, Viñuales, V (2019), profesor de RSC y director de ecodes, explica la diferencia entre estas inversiones y las demás: “*En vez de hacer las tres preguntas clásicas: el interés que da, la seguridad y la disponibilidad, se añade la cuestión de esto a donde va, y que estoy apoyando con mi dinero*” por lo que se observa la importancia de este índice bursátil en la actualidad.

Para que las empresas puedan entrar a formar parte de esta índice de sostenibilidad se sigue un proceso, en el cual la empresa RobecoSAM, lleva a cabo anualmente una evaluación sobre las empresas más sostenibles siguiendo unos criterios muy claros, como son la dimensión social, la dimensión medioambiental y la dimensión económica. Las empresas que pasan a formar parte del DJSI pueden

pertenecer a cualquier tipo de sector. Dichas empresas, siguiendo todos los criterios mencionados anteriormente, pueden llegar a obtener una puntuación entre los 0 y los 100 puntos, aunque solo el mejor 10% de cada sector pasa a formar parte del **DJSI**. Para mantenerse dentro del índice es necesario que las empresas mantengan iniciativas basadas en la sostenibilidad. Además, todos los participantes tienen que entregar un cuestionario de entre 100-120 preguntas junto con la documentación correspondiente para verificar lo que se ha contestado en cada una de ellas. Lo más importante de todo es poder verificar que lo se contesta a las respuesta mediante los documentos que lo acrediten. Es la única forma de comprobar la veracidad de sus respuestas. Hay preguntas de carácter general y otras específicas para cada tipo de industria y cada una de ellas tiene un peso determinado. RobecoSAM selecciona los participantes en el índice, elaborando el “**Corporate Sustainability Assessment**”. Posteriormente, S&P Dow Jones Index se encarga de calcular y evaluar dicho índice. Además, mediante la realización de auditorías externas, se asegura que dicho resultado es completamente objetivo e imparcial. Este índice se elabora anualmente y se presenta en diciembre.

Dentro de este índice, cabe destacar que encontramos una serie de empresas españolas las cuales aparecen como empresas con mayor sostenibilidad en el mercado, por lo que las inversiones en estas empresas son elevadas. Podemos encontrar empresas como Amadeus, BBVA, Banco Santander, Bankinter, CaixaBank, Enagás, Endesa, Ferrovial, Siemens Gamesa Renewable Energy, Naturgy, Iberdrola, Inditex, Indra, Mapfre y Red Eléctrica.

Asimismo, tres empresas españolas lideran sus respectivos sectores: Naturgy lidera el sector Gas, Inditex en el sector Distribución y Enagás en el sector de almacenamiento y transporte de gas y gasoil.

## **LA BANCA ETICA: TRIODOS BANK**

Otro concepto que nos ha parecido interesante comentar en torno a las inversiones socialmente responsables es el de la banca ética. Mediante la indagación en páginas web, hemos podido encontrar de qué se trata este concepto, además de encontrar a **Triodos Bank**, el pionero de este concepto de banca. Para ello nos ha ayudado mucho introducirnos en su página web para poder entender y explicar perfectamente lo que hace este tipo de banco y el por qué de sus actuaciones.

*“Se trata de una iniciativa surgida como alternativa a la banca tradicional y cuyo principal objetivo es dar un nuevo enfoque a las prácticas y los servicios que se prestan desde las entidades financieras. Cada vez son más los medios que se hacen eco de sus **beneficios para la sociedad y el desarrollo social**”*

Esta definición, se basa en 5 criterios con los que podemos identificar a las bancas éticas:

- **TRANSPARENCIA:** “Los ahorradores e inversores tienen el derecho a saber cuál es el destino de su dinero y en qué se está invirtiendo. Además, es fundamental que exista claridad en la relación que les une con la entidad financiera correspondiente”
- **UTILIDAD SOCIAL:** “Los proyectos avalados por las corporaciones deben apuntar hacia temas como la creación de empleo, la ayuda a la inversión socio-laboral o la reducción de la desigualdad, entre otros”

- APOYO Y NEGOCIACIÓN: “Las entidades no solo se centrarán en la recuperación de los fondos prestados; harán lo posible por negociar y ayudar a sus clientes”
- VIABILIDAD: “Las corporaciones que apoyen las directrices de la banca ética no aprobarán proyectos inviables que pongan en riesgo el capital de las personas ni perjudiquen los entornos donde se implementarán”
- RESPONSABILIDAD: “Por un lado, la banca ética evaluará la responsabilidad del inversor; por el otro, estudiará cada una de sus decisiones tomando siempre como referente el desarrollo humano y social”

Lo que quiere conseguir este banco, es centrar su actividad en 3 áreas principales: la cultura, el medio ambiente y lo social.

El cambio del **medio ambiente** es su gran reto, por lo que financian proyectos, los cuales incentivan el desarrollo sostenible y el uso racional de los recursos naturales. Para ello, realizan estudios sobre el impacto de los medios productivos en un nivel global para así, poder acabar con los modelos más insostenibles. Además de promover el conocimiento, sensibilización y puesta en práctica de modelos que desarrollen una sociedad más justa.

Por otro lado tiene el reto de la **cultura**, así que financian a artistas, emprendedores y empresas culturales de diversas disciplinas. Con la financiación de la cultura, lo que se quiere conseguir es conceder una especial relevancia a los valores como el respeto, la libertad de expresión y la tolerancia. Además, incentivan las iniciativas de tiempo libre, las cuales incrementan la motivación, la confianza y la salud de todas las personas que las realizan.

Y por último, otro gran reto para ellos es la **sociedad**. Lo que hacen es apoyar y financiar organizaciones y empresas sociales para proteger y ayudar a los colectivos más desfavorecidos y actúan en múltiples ámbitos, ya que promueven la ruptura de barreras y abogan por la igualdad de condiciones y oportunidades para todas las personas y sobre todo para los colectivos con mayor exclusión social, a través de recursos como enseñanza y empleo.

## LA INVERSION SOCIALMENTE RESPONSABLE EN ESPAÑA.

Como nos explica es Estudio Spainsif, (2016) El Consejo de Ministros de España, aprobó la Estrategia estatal de responsabilidad social empresarial (EERSE) en octubre del año 2014, con la que se quiere explicar a la perfección las directrices de estos fondos éticos en nuestro país.

Esta **estrategia**, explicada a la perfección en este estudio, “*dota a España de un marco común de referencia que permitirá armonizar las distintas actuaciones en relación a la Responsabilidad Social, desarrolladas tanto en el ámbito público como en el privado. Se trata de una actuación que responde a las recomendaciones plasmadas en la Estrategia Renovada de la Unión Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas que insta a los países miembros a impulsar políticas nacionales en materia de RSE compromete a las empresas, las administraciones públicas y al resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora*”. (Spainsif, 2016, p.15)

Con esto lo que se quiere conseguir es una guía de buenas prácticas a tener en cuenta en España, para los inversores españoles con los que ayudarles a las inclusión y difusión de los criterios ASG e impulsar las ISR en estos inversores. Para ello, se produjo una colaboración el Ministerio de Empleo y Seguridad Social y Spainsif para que se lleven a cabo encuentros entre emprendedores e inversores socialmente responsables con los que conseguir una buena relación entre inversores y emprendedores, que promuevan la difusión de proyectos y buenas prácticas que atraigan el interés internacional y se incrementa la difusión de estas inversiones en el panorama nacional.

Además, en el documento **AECA**, (2009) nos explica como la llegada de las inversiones socialmente responsables se retrasan en España hasta finales de los años 90, siendo que en otros lugares de Europa se empiezan a contemplar dichas inversiones en los años 80. Fueron introducidas por algunos inversores que empezaron a ver las ventajas y el auge que tenían en el resto de Europa. Uno de los primeros productos financieros que se relacionan con la ISR en España fue el "Iber Fondo 2020 Internacional" (1997), pero hay que posponerse hasta el 2002 para encontrar a diversas instituciones financieras que comienzan a comercializar estos fondos de inversión dándoles una mayor publicidad y un mayor desarrollo.

En 2002 aparece la norma elaborada por Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR, 2002) sobre productos. La norma ética y los requisitos de los instrumentos financieros éticos y socialmente responsables especifican los requisitos que deben cumplir los distintos instrumentos financieros éticos y socialmente responsables creados o comercializados por cualquier entidad facultada legalmente para ello.

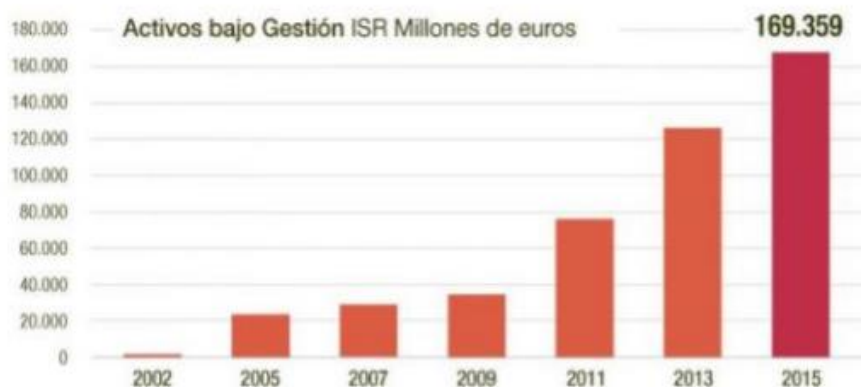
En España existe una norma denominada AENOR que indica los requerimientos que deben de cumplir los productos éticos como son entre otros el filtro ético o la comisión de ética (De la Cuesta González, M., 2005, p.37).

Es importante explicar que esta norma no quiere definir los criterios socialmente responsables que se exigen a estos **instrumentos financieros**. Lo único que se pretende es garantizar la mayor transparencia y publicidad posibles a estos fondos éticos en España para orientar a nuestras empresas en estas inversiones.

Hasta el año 2005, el crecimiento de estos fondos de inversión responsables es muy discreto, yendo muy por detrás de los europeos o de los Estados Unidos. No conseguían tener la repercusión esperada y no eran atractivos ni para las empresas ni para los inversores. Del año 2005 al 2009 se empiezan a incrementar este tipo de inversiones, pero muy levemente y no es hasta el año 2010 cuando se empieza a ver un repunte importante. En estudio Spainsif, (2016) se afirma que la inversión socialmente responsable a partir de estos años empieza a ser sostenida y rápida y comienzan a resaltar cómo las instituciones que desarrollan este tipo de inversiones son las gestoras de activos, los Planes de Pensiones de Empleo (PPE) y las entidades financieras.

A continuación se muestra un pequeño gráfico que muestra como aumentan las inversiones IRS en millones de euros con el paso del tiempo.

*Grafico 5: Inversiones socialmente responsables en millones de euros*



*Fuente: rankia (2007)*

Como podemos observar en el siguiente grafico, se muestra lo comentado anteriormente. Antes del año 2005, este tipo de inversiones no conseguían tener el atractivo necesario en nuestro país, y la inversión era muy baja. A partir del años 2005 hasta el 2009 empiezan a crecer de manera sostenible y continuado, pero sin llegar a conseguir un repunte muy alto, pero ya se empieza a notar un incremento mucho más elevado que en los años anteriores. Finalmente, desde el año 2011 en adelante, este tipo de inversiones empiezan a resultar muy atractivas y empiezan a crecer a un ritmo muy elevado, aumentando cada dos años casi el doble.

Además se puede observar como España empieza a darse cuenta de lo importante y atractivas que son estas inversiones, ganando peso las inversiones éticas en las empresas debido a que cada vez más, el mundo está más concienciado con este tipo de inversiones que fomentan la inversión en lo social y medioambiental.

## **EMPRESAS QUE LLEVAN A CABO INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLE.**

*“Los inversores que quieren invertir en empresas éticamente responsables se basan en los informes que las propias empresas publican en sus memorias, así como en publicaciones, rankings e índices específicos. Toda esta información es en muchos de los casos de dudosa objetividad, sobre todo cuando se comprueba que los rankings se efectúan basándose en la información que las propias empresas transmiten” (ESPINOS VAÑO, María Dolores, 2016)*

Como bien nos sigue explicando esta autora, El Instituto Ethisphere, el cual se encuentra en EEUU, cada año procede a publicar un ranking de empresas las cuales llevan a cabo este tipo de inversiones éticas. Este ranking se llama “TheWorld’sMostEthicalCompanies”. Para que esta empresa pueda desarrollar este ranking, todas las empresas que quieran aparecer ahí y darse a conocer tienen que pagar una cuota y rellenar un cuestionario. Con los datos recogidos que les dan estas empresas, el Instituto procede a concederle una puntuación sobre 100, basada en 5 categorías:

1. Ética y programa de cumplimiento (35% sobre 100)
2. Responsabilidad social Corporativa (20% sobre 100)
3. Cultura ética (20% sobre 100)
4. Gobierno (15% sobre 100)
5. Liderazgo, innovación y reputación ( 10% sobre 100)

Toda esta información que las empresas le proporcionan a este instituto es contrastada mediante documentos de prensa, noticias... pero muchas veces se tienen que guiar por lo que estas empresas les dicen, y en numeradas ocasiones no son verdad.

En España tenemos a Spainsif (Foro Español de Inversión Socialmente Responsable). Así como ellos se describen es: *“Se trata de una Entidad sin ánimo de lucro constituida por 32 entidades fundadoras cuya misión es la promoción de la Inversión Socialmente Responsable en España generando y difundiendo conocimiento sobre estas inversiones a través de campañas educativas y de publicaciones, además de impulsar la investigación en colaboración con las Universidades, Escuelas de Negocio e Instituciones”*

Lo que hace Spainsif es lo mismo que el instituto Ethisphere, pero aquí en España. Anualmente promulgan estudios que fomenten la integración de las inversiones con los criterios de medio ambiente, sociales y de buen gobierno corporativo. Para ellos lo que hace es mantener unos diálogos con los distintos grupos sociales para fomentar el desarrollo sostenible. Para realizar estos informes, se basa en la transparencia, responsabilidad, compromiso, independencia y confianza.

Según el estudio Spainsif, (2015) donde publicaron en su informe de RSE y Marca España, las empresas españolas más sostenibles en el mundo, observamos de de mejor a peor las siguientes:

1. Gas Natural SDG, S.A.
2. Iberdrola, S.A.
3. Enagas, S.A.
4. Repsol, S.A.
5. Banco de Santander, S.A.
6. Ferrovial, S.A.
7. Amadeus IT Holding, S.A.
8. Telefónica, S.A.
9. Abertis Infraestructuras, S.A.
10. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A
11. Caixabank, S.A.
12. ACS Actividades de Construcción y Servicios S.A
13. Fomento de Construcciones y Contratas, S.A.
14. Acciona, S.A.
15. Red Eléctrica Corporación, S.A.
16. MAPFRE, S.A.
17. Indra S.A.
18. Industria de Diseño Textil, S.A. (INDITEX)



Podemos observar como las empresas pioneras en sostenibilidad son empresas de gas natural, las cuales están haciendo un esfuerzo muy grande para estar en el camino de las buenas prácticas y la sostenibilidad y están luchando por suprimir de sus códigos éticos las malas prácticas.

Una vez hemos terminado de hablar de las Inversiones Socialmente Responsables, comenzaremos a hablar de los criterios ESG (environmental, social, and governance) los cuales hacen referencia a los factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

## INTRODUCCION A LOS CRITERIOS ESG.

Como bien expone Ulrich Emery (2016) en su revista *S&P Dow Jones*, *“La inversión sostenible es uno de los segmentos de más rápido crecimiento dentro la industria de administración de activos, así como uno de los más complejos”*

**Invertir de manera sostenible** o con criterios éticos, va relacionado con tener en cuenta aspectos que no solo tienen que ver con lo financiero, si no que entra en juego lo *“extra financiero”*, ya que habrá que empezar a tener muy presente los criterios ESG (medioambientales, sociales y de gobierno corporativo)

Este tipo de inversiones pueden ser de diversos tipos, teniendo en cuenta todos los aspectos ESG de estas, o excluyendo de este tipo de inversiones las empresas con malas prácticas o que se consideren inaceptables por su perjuicio a estos aspectos *“extra financieros”*.

Observamos como todas estas afirmaciones, salen reflejadas en un estudio realizado por Bankia (2019) donde exponen *“La inversión socialmente sostenible o responsable es una revolución que tiene la magnitud de la revolución industrial, pero que se mueve con la velocidad de la revolución digital y lo cierto es que es uno de los segmentos de más rápido crecimiento dentro de la industria de la gestión de activos. El motivo de este auge es que los factores ESG son cada vez más reconocidos como determinantes críticos del éxito o el fracaso de empresas de todo tipo, a lo que se une el hecho de que se observa un creciente interés por parte de los inversores, más sensibilizados con los problemas relacionados con el cambio climático, con los derechos humanos, con las relaciones laborales o con la salud y la seguridad,”*

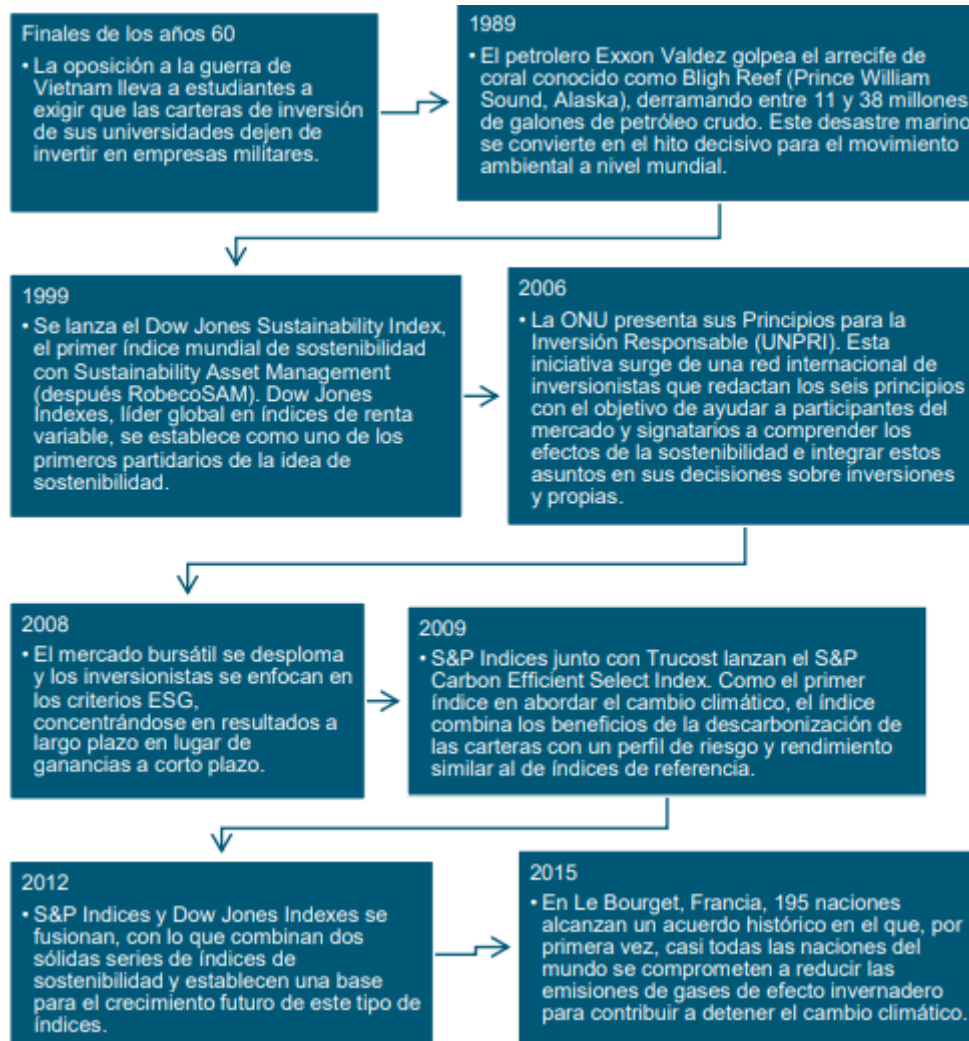
Se compara a este tipo de **criterios ESG**, con la revolución industrial o la revolución digital, debido al fuerte auge que se está produciendo desde el año 2008 y la importancia que le están dando las empresas a estas inversiones éticas, debido a que cada vez más, el mundo está más concienciado con el cambio climático y la sostenibilidad.

Los problemas que propone la revista *Wealth Management* (2019) son la falta de información de estas empresas en cuanto a estos criterios ESG, por lo tanto la incertidumbre tiene un papel fundamental para que aun se siga teniendo miedo en este tipo de inversiones. *“Hoy por hoy, solucionar este problema debe ser una prioridad. Esta investigación muestra no solo que los ahorradores e inversionistas necesitan disponer con urgencia de información más amplia y rigurosa sobre inversiones ESG, sino también que los proveedores e intermediarios que se la ofrezcan se verán recompensados”*

## EVOLUCION HISTORICA.

A continuación, siguiendo con Ulrich Emery (2016) y su revista *S&P Dow Jones*, observamos cómo nos explica en un cuadro explicativo, el cual comentaremos posteriormente, la evolución histórica de estos criterios ESG en las empresas.

*Cuadro 2: evolución histórica de la ESG*



Fuente: S&P Dow Jones Índices LLC

Vemos como en 1989, debido a la catástrofe natural del arrecife de coral, las empresas decidieron que tenía que producirse un cambio, y tenían que centrarse en mejorar los factores ambientales, ya que se vertieron toneladas de petróleo en los arrecifes de coral. Debido a este acontecimiento, el cual fue famoso en todo el mundo, se decidió cambiar la mentalidad y empezar a producirse un auge de las condiciones ambientales, a nivel empresarial y también a nivel mundial.

Se observa como esta catástrofe ambiental se produjo en el 1989, y diez años más tarde, en torno al 1999, empieza a aparecer el termino sostenibilidad, produciéndose un índice de sostenibilidad mundial.

En el 2006, la ONU presenta unos principios de inversión responsable, para ayudar a los nuevos inversionistas y a las empresas a introducir los criterios de sostenibilidad en sus inversiones e integrarlos en la propia empresa. Es a partir de este año cuando empieza a aparecer fuertemente los criterios ESG en el mundo entero y vemos organismos internacionales empiezan a mostrar criterios para que se produzcan estas buenas prácticas y se tenga en cuenta la sostenibilidad en sus inversiones.

Con la **crisis del 2008**, finalmente se cambió la mentalidad, y los inversionistas y las empresas decidieron finalmente invertir con criterios ESG, prefiriendo unas ganancias a largo plazo pero con criterios que aseguren la buena práctica ambiental, de gobierno corporativo y social. Se dejó de invertir a corto plazo y se empezaron a hacer las cosas bien para empezar a invertir a largo plazo.

A partir de esta crisis económica tan fuerte, se empieza a producir un auge continuado y rápido de este tipo de criterios y se empiezan a fusionar criterios para abordar el cambio climático, como las emisiones de dióxido de carbono.

No es hasta el año 2015, cuando 195 naciones de todo el mundo llegan a un acuerdo para comprometerse a reducir las emisiones de gases contaminantes, como el efecto invernadero, para detener seriamente el cambio climático que se está produciendo en todo el mundo.

Vemos como esta evolución ha ido poco a poco, de 1960 a 1990, fue excesivamente lenta, con muy poco desarrollo aunque ya empezaron a aparecer términos los cuales tenían que ver con la sostenibilidad.

De 1990 a 2008, creció pero de manera lenta, aunque la catástrofe natural de los arrecifes de coral marcó un antes y un después en estos **criterios ESG**.

A partir de esta crisis económica mundial se empieza a producir un fuerte auge y cada vez más las empresas empiezan a tener en cuenta estos criterios, incluso las organizaciones internacionales empiezan a emitir informes con criterios para que se lleven a cabo.

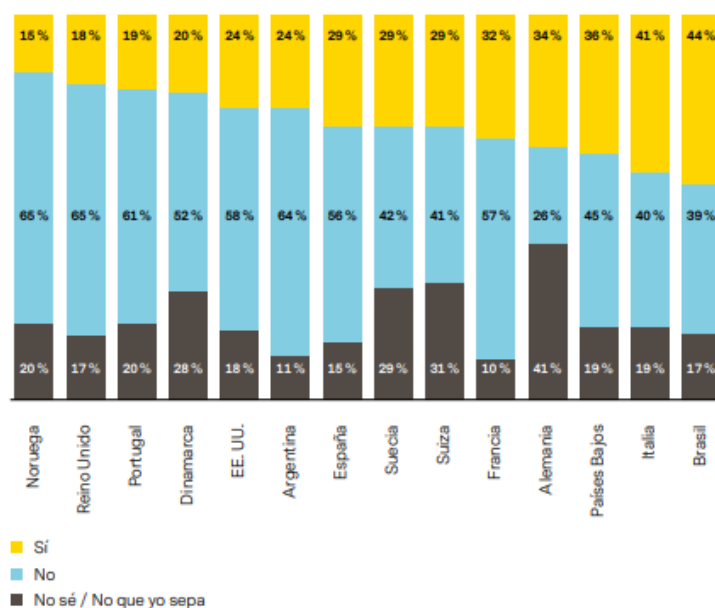
De 2015 hasta nuestros días, el crecimiento de las inversiones con este tipo de criterios es enorme, teniéndose en cuenta en prácticamente todas las empresas y todos los inversionistas a nivel mundial. No obstante, aún queda mucho trabajo por hacer debido a que aun existe mucho desconocimiento acerca de este tema.

## **LAGUNAS DEL DESCONOCIMIENTO DE LOS CRITERIOS ESG.**

Gracias a Vontobel (importante grupo de banca privada y gestión de inversiones con sede en Zurich, Suiza) y su revista Wealthmanagement (2019) podemos observar una encuesta que realizaron y se ve como el 59% de la muestra, no han escuchado nunca lo que son los criterios ESG, siendo los más adinerados los que más conocimiento tienen acerca del tema, quizá por ello les este yendo tan bien y estén teniendo esa rentabilidad en sus empresas. El 33% de la muestra dice que conoce muy poco acerca de estos criterios.

También se observa en esta encuesta como según la región en la que se pregunte a cerca de estos criterios sostenibles, se tenga más conocimiento o no. Los pioneros en inversiones ESG son Brasil, Países Bajos e Italia, quedando muy por detrás Reino Unido y Noruega.

Grafico6: visión regional criterios ESG



Fuente: Wealth Management (2019) Vontobel: < Con ESG, activar cambios positivos >

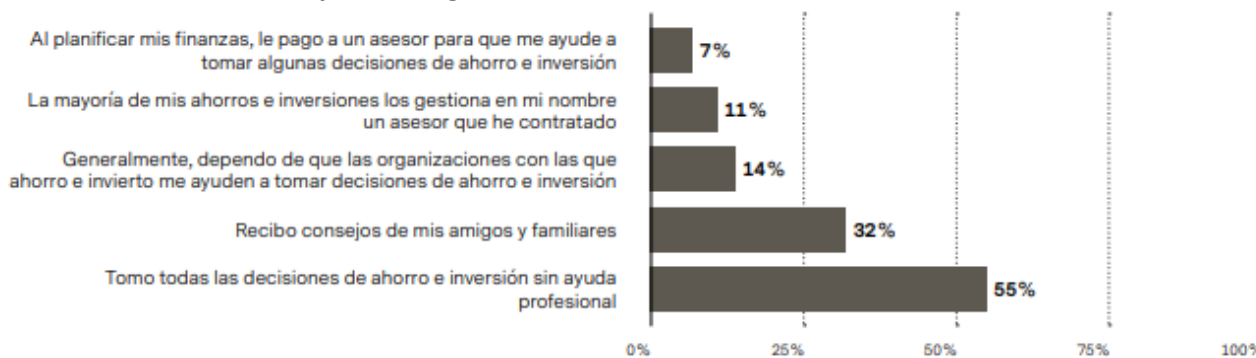
Aun así, con estos datos, la cartera de inversores está aumentando en cuanto a criterios ESG, ya que quieren que sus inversiones, aparte de tener carácter financiero, tengan carácter moral y éticos. Thomas Trsan, el cual es un especialista de **inversiones ESG** de Vontobel, explica claramente, “Los clientes privados todavía se centran sobre todo en el rendimiento financiero, pero notamos que cada vez son más los que quieren que sus carteras se basen también en sus valores y el número no hará más que aumentar, en especial si tenemos en cuenta que las redes sociales están fomentando este tipo de enfoques”

Además, en cuanto a los intermediarios de estas inversiones, los cuales ayudan a la toma de decisiones de los inversores comenta, “Los intermediarios deberán encontrar maneras de eliminar los obstáculos que impiden que haya más personas que accedan a información sobre inversiones ESG. La tecnología, por ejemplo, podría desempeñar un papel importante: una de las posibilidades es aprovechar el número creciente de aplicaciones que reúnen a inversionistas en función de sus convicciones éticas y sus necesidades financieras, y recomendar soluciones estandarizadas de menor costo”

Vemos como el papel de estos intermediarios es clave en la toma de decisiones con criterios ESG. Deben de aprovechar las oportunidades y sus conocimientos a cerca de la materia para atraer a los inversores más jóvenes y que mas conocen acerca del tema y asesoran de una manera correcta a los que no tienen conocimiento sobre el tema, para conseguir un mayor número de inversores que se guíen por criterios morales y éticos. Estamos en la era de la tecnología, deben de sacarle provecho y exprimirla al máximo para poder subir la cartera de clientes de estas inversiones.

En el siguiente grafico, se muestra los porcentajes en las lagunas en base a la materia de asesoramiento.

*Grafico7: lagunas en materia de asesoramiento.*



Fuente: Wealth Management (2019) Vontobel: < Con ESG, activar cambios positivos >

Se observa claramente en el gráfico, como los mayores porcentajes en base a esta toma de decisión son sin ayuda, invierten por ellos mismo o les aconsejan familiares y amigos, los cuales no tienen un conocimiento adecuado de estas inversiones. Por el contrario, las inversiones con ayudas de estos intermediarios suponen un 7 y un 11% respectivamente del total, por lo que se debe hacer hincapié en que estos inversores tomen conciencia en que necesitan a un intermediario o asesor para poder invertir de manera correcta en criterios ESG y así ayudar al medio ambiente, a lo social y en materia de gobierno corporativo.

## **CRITERIOS, PRINCIPIOS Y ENFOQUES DE LA ESG.**

Para definir y explicar correctamente la ESG, es fundamental saber identificar los criterios, principios y enfoques de las estrategias.

Gracias a BANKIA estudios (2019) podemos identificar claramente los criterios de las estrategias ESG: Medio ambiente (environmental), Social y Gobierno (governance)

Dentro del medio ambiente, los **criterios** más importantes son:

- Emisiones de carbono
- Eficiencia energética
- Uso de recursos naturales
- Gestión de residuos peligrosos
- Uso de material reciclado
- Tecnología limpia
- Edificios ecológicos
- Programas de biodiversidad

En los criterios sociales, según dicho estudio son:

- Gestión laboral
- Diversidad y discriminación
- Condiciones de trabajo
- Seguridad de los empleados

- Seguridad del producto
- Productos de comercio justo
- Publicidad ética
- Política de derechos humano

Para finalizar, hay que comentar los criterios referentes al gobierno corporativo:

- Gobierno corporativo
- Ética empresarial
- Prácticas anti competencia
- Corrupción e inestabilidad
- Política anti-soborno
- Política anti lavado de dinero
- Publicación de retribuciones
- Diversidad de género

Para definir los **principios** que rigen los criterios de ESG, nos hemos basado en lo que expuso el secretario general de la ONU junto a la iniciativa financiera de Pnuma (2016). Podemos observar 6 principios básicos:

- *incorporar los temas esg al análisis de inversiones y procesos de tomas de decisiones.*  
Las acciones posibles para este principio pueden ser: *“Abordar las cuestiones ESG en las declaraciones de política de inversiones, evaluar la capacidad de gestores externos de inversiones para incorporar las cuestiones ESG y promover la capacitación de profesionales de la inversión en las cuestiones ESG”*
- *Seremos pioneros en incorporar las cuestiones ESG a nuestras prácticas y políticas de propiedad.*  
Las acciones posibles para este principio pueden ser: *“Elaborar y hacer pública una política de identificación activa coherente con los Principios, desarrollar una capacidad de compromiso, comprometerse con las empresas sobre cuestiones ESG y pedir a los gestores de inversión que asuman compromisos relacionados con ESG y rindan cuentas”*
- *Buscar una divulgación transparente de las cuestiones ESG por parte de las entidades en las que invertamos.*  
Las acciones posibles para este principio pueden ser: *“Pedir que las cuestiones ESG se integren en los informes financieros anuales, pedir a las empresas que proporcionen información relativa a la adopción de reglas, normas, códigos de conducta o iniciativas internacionales pertinentes, o a su adhesión a las mismas y apoyar las iniciativas y resoluciones de accionistas que promuevan la difusión de las cuestiones ESG”*
- *Promover la aceptación y aplicación de los Principios en el sector de las inversiones.*  
Las acciones posibles para este principio pueden ser: *“Incluir requisitos relacionados con los Principios en las Peticiones de Propuestas, comunicar expectativas ESG a los proveedores de servicios de inversión, revisar las relaciones con proveedores de servicios que no cumplen con expectativas ESG y apoyar la elaboración de instrumentos de referencia sobre la integración de las cuestiones ESG”*
- *Trabajar en conjunto para mejorar nuestra eficacia en la aplicación de los Principios.*  
Las acciones posibles para este principio pueden ser: *“Apoyar/participar en redes y plataformas de información para compartir instrumentos, reunir recursos y usar los informes de inversores como fuente de aprendizaje y abordar colectivamente cuestiones emergentes relevantes y desarrollar o apoyar iniciativas adecuadas de colaboración”*

- Reportaremos nuestra actividad y progreso en la aplicación de los Principios. Las acciones posibles para este principio pueden ser: *“Divulgar las medidas de propiedad activa (votaciones, compromisos de accionistas y/o diálogo sobre políticas), comunicar con los beneficiarios sobre cuestiones ESG y los Principios, usar los informes para promover la toma de conciencia por parte de un grupo más amplio de stakeholders”*

Como bien dice George R. Roberts Vicepresidente y Co-Fundador de Pnuma: *“Estos Principios sirven como valiosas plataformas para formalizar y enfocar nuestras iniciativas de inversión responsable, promoviendo una toma de conciencia interna, y proporcionando un lenguaje y unas expectativas comunes para nuestros socios de inversión, nuestros equipos de gestión de inversiones y otros stakeholders. Comprendemos el valor de interactuar y aprender de otras personas que comparten este compromiso”*

Una vez definidos los criterios y los principios, quedan por definir los distintos **enfoques** que se le pueden dar a la ESG. Para ello, la empresa Vontobel (2019) en su revista Wealth Management, nos ayuda a diferenciar y definir estos enfoques:

- EXCLUSION: Mediante este enfoque, se excluye a las empresas controvertidas normalmente basándose en normal o tratados internacionales, lo que es conocido como selección basadas en normas. Se reduce notoriamente el número de empresas al comienzo de las inversiones y se excluyen a las que no siguen criterios ESG. Se suelen excluir a empresas armamentistas o empresas extractivas cumpliendo así unas normas básicas con criterios mínimos en ESG pero con ponderaciones por otros factores.
- LO MEJOR DE CADA SECTOR: Exclusivamente se invierte en empresas con altos rendimientos de ESG en comparación con las otras empresas o sectores. Para ello se procede a hacer una selección de las mejores empresas mediante información externa a la empresa, indagando en una base de datos y comparándolas con las otras empresas. El resultado de estos estudios es una cartera de empresas en las que se produce un seguimiento de las mismas para que no pueda haber errores, aunque es muy difícil hacer estos seguimientos en sectores complejos como pueden ser los combustibles fósiles.
- INTEGRACION: Se incluyen aspectos ESG que están plenamente integrados en el proceso de inversión los cuales combinan puntuaciones ESG que ayudan a tomar las decisiones de inversión. Además se tiene en cuenta que estas empresas tengan una metodología propia de ESG. Es uno de los enfoques más complicados ya que es difícil encontrar empresas que tengan una metodología propia de ESG y además que combinen esto con otras características. Se requiere una alta inversión en personal de gestión de carteras para llevar a cabo el enfoque propio de ESG.
- INVERSIONES TEMATICAS: Dichas inversiones se centran en las oportunidades relativas a un único tema. Por ejemplo si nos queremos centrar en conseguir una energía más limpia, invertiremos en empresas que se centren solo en este único tema y apoyaremos dichas inversiones para conseguir el objetivo.
- INVERSIONES DE IMPACTO: Se invierte en actividades con una posible repercusión ambiental o social. El principio básico es invertir en empresas que se centran en “hacer el bien” y no se centran tanto en los rendimientos que pueden llegar a dar estas inversiones. Un ejemplo sería invertir en empresas que reduzcan la contaminación o que se centren en energías renovables.

- **COMPROMISO:** El objetivo fundamental de los inversionistas que se centran en este enfoque es influir en la dirección de la empresa para que, gracias a su ayuda, puedan mejorar en sus prácticas empresariales.

Se puede observar como hay diversidad de enfoques, criterios y principios para poder llevar a cabo una inversión con ESG, por lo que es complicado seguir todas estas directrices para las empresas pero cada vez más, aceptan el compromiso de cumplir con todos estos requisitos para así ayudar a la sociedad y al planeta. Además la mayoría de las inversiones se están centrando en la ESG y todas las empresas que se excluyen de estos criterios, están notando un notorio decaimiento de sus inversiones por lo que todas ellas están haciendo grandes esfuerzos para seguir en esta línea.

## **INMOBILIARIA COLONIAL. EMPRESA CON CRITERIOS ESG EN ESPAÑA PARA LA ELECCION DE PROVEEDORES.**

Tras una búsqueda de empresas las cuales incorporen los criterios ESG en su elección de proveedores y en su propia espina dorsal de la empresa, hemos podido encontrar la inmobiliaria colonial, empresa con sede en Barcelona y la cual empezó a existir en torno a los años 40, pero no fue hasta el 1990 cuando entro en bolsa. Su valor bruto de los activos (GAV) se eleva a 12.164 millones de euros, por lo que se puede observar que es una empresa con un gran peso en el sector. Su superficie total es de 1.929.094 metros cuadrados, su capitalización bursátil es de 4.271 millones de euros y donde más trabaja es en el mercado de oficinas, teniendo en Barcelona, Madrid y Paris sus mayores activos. Dicha empresa, tiene una política de criterios ESG para la elección de proveedores y sale perfectamente explicada. Por lo tanto, dicha explicación sale de la política de criterios ESG para la elección de proveedores (2018) de la empresa **COLONIAL**.

La empresa Colonial, tiene muy claro que tanto la empresa en sí misma como sus proveedores tiene que seguir una política de buenas prácticas en cuanto a criterios de gobierno corporativo, social y de medio ambiente, por lo que la responsabilidad en estos temas no solo se limita al equipo interno, si no que busca que sus proveedores que componen su cadena de suministros, como por ejemplo el alquiler de las oficinas, tengan la misma mentalidad que la propia empresa y las apliquen en cada fase de la actividad.

Dichos proveedores, inversionistas del negocio, contratistas, valoradores y las diferentes empresas que la componen los dividen en dos grupos diferenciados según los servicios que prestan cada uno de estos y la tipología de bienes que han adquirido de la empresa. El primero grupo de proveedores son los de mantenimiento de instalaciones y el segundo grupo son los proveedores de construcción, los cuales llevan a cabo la rehabilitación, mejora y mantenimiento de los inmuebles. Ambos grupos son fundamentales para esta empresa, ya que al ser una inmobiliaria se dedican a la construcción y rehabilitación de todo tipo de inmuebles.

Mediante la buena elección de estos proveedores, la empresa Colonial puede optimizar sus costes además de reducir y optimizar los riesgos que tiene que ver con la cadena de suministros. Se observa que por estos motivos son por los que le dan tanta importancia a la elección de sus proveedores, por lo que se proceden a hacer continuadas auditorías internas, además de procesos de homologación y revisiones periódicas para poder realizar una evaluación. Cuando después de una de estas evaluaciones, se detecta algún tipo de disconformidad, rápidamente se procede a realizar un plan de acción para poder resolverla rápidamente y



ofrecer una orientación para poder salir de esa situación y que continúen con su óptima gestión de los procesos.

Por todo esto, el objetivo principal de la empresa Colonial es maximizar el impacto positivo que pueda tener su cadena de valor y sus grupos de interés. Para ello, quedan perfectamente reflejados y definidos criterios medio ambientales y sociales para la elección de sus grupos de interés y así seguir con una política óptima de criterios ESG, la cual queda definida en el plan director de sostenibilidad 2018-2020.

Dentro de la gestión eco-eficiente, la empresa tiene en cuenta los criterios para la elección de proveedores desde una perspectiva ambiental:

- **MEDIOAMBIENTE:** Dicha empresa participa en iniciativas y reuniones para concienciar a sus proveedores en la importancia del uso responsable de los recursos naturales con los que cuenta para llevar a cabo su actividad. Además cuentan con una política de gestión ambiental (ISO o EMAS) con las que controlan este tipo de actividades.
- **CAMBIO CLIMATICO:** Tienen como objetivo principal obtener una reducción continuada en su emisión de gases de efecto invernadero, estableciendo así unos objetivos concretos para poder determinar la huella de carbono (Scope3). Además participan en iniciativas de impacto positivo para poder balancear esta huella de carbono.
- **ENERGIA:** Se basan en energía eléctrica con la que tienen contratado un suministro verde y cuentan con soluciones y técnicas que permiten que se puedan ahorrar un alto consumo de energía.
- **AGUA:** Cuentan con un plan de reutilización de sus aguas, además de que ofrecen soluciones que permiten ahorrar en el consumo de agua.
- **BIODIVERSIDAD:** Esta empresa tiene una política de biodiversidad en la que para ellos priorizan las especies vegetales autóctonas y de bajo requerimiento hídrico, sistemas urbanos de drenajes sostenible...y generar unos hábitats para esta biodiversidad (cajas nido o mariposorios). Por otra parte, hay que comentar que utilizan productos de jardinería ecológicos, los cuales no son tóxicos para el medio ambiente y lo respetan al máximo.
- **MATERIALES:** Los materiales que utilizan para su actividad, son materiales con un alto contenido reciclado y son 100% ecológicos.
- **CONTAMINACION Y RESIDUOS:** Los materiales utilizados contiene un nivel bajo de emisiones en compuestos orgánicos volátiles. Además emplean productos de limpieza biodegradables, sin sustancias nocivas para el medio ambiente. Hay que comentar también que cuentan con una gestión eficiente y sostenible de los residuos para conseguir un máximo aprovechamiento de estos, además de reducir los sistemas de embalajes y reducir los residuos generados.
- **ADQUISICION Y SUMINISTRO SOSTENIBLE:** Los materiales que adquiere esta empresa son regionales, los cuales adquieren a menos de 800 km desde el punto de distribución y para la distribución de los mismos, utilizan transporte eco-eficiente.

Desde una **perspectiva social**, la elección de los proveedores de la empresa Colonial son los siguientes:

- **LABORAL**: Para ellos los derechos laborales de los trabajadores son lo más importante, respetando así los convenios colectivos de los trabajadores, el derecho a la sindicación y libertad de asociación, permitiendo así que los trabajadores estén representados por los sindicatos independientes.
- **SEGURIDAD Y SALUD**: Los riesgos son analizados en su plan de prevención de riesgos laborales y se implementan medidas o planes de gestión, donde la accidentabilidad de los trabajadores es sometido a un seguimiento para poder disminuirse.
- **DIVERSIDAD Y CONCILIACION**: La discriminación es eliminada en cuanto al acceso al trabajo, contratando en centros especiales de empleo a trabajadores discapacitados. Además implementan políticas y medidas de conciliación que fomenten el equilibrio personal y profesional de los empleados.
- **DERECHOS HUMANOS Y COMUNIDAD**: Es uno de los criterios más importantes ya que se elimina de forma tajante la explotación infantil, implementándose políticas en derechos humanos que tengan en cuenta a los grupos más vulnerables.

Finalmente, la última elección de los proveedores se hace en base a la gobernanza empresarial siguiendo estos criterios:

- **ÉTICA Y CUMPLIMIENTO**: En su código ético, incorporan los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, implementando códigos de conducta, guías y directrices en materia de corrupción y soborno. Además en su código ético se informa de los incumplimientos ambientales de las obligaciones legales. Además tienen implantado un Modelo de prevención de la persona jurídica.
- **CALIDAD Y RESPONSABILIDAD**: Las obligaciones administrativas de la empresa son cumplidas en todos los aspectos además de presentar toda su información actualizada cumpliendo con la normativa ISO 9001. Además, realizan encuestas de satisfacción a clientes y proveedores y reclamaciones accesibles.
- **GESTION DE RIESGOS**: Realizan un mapa de riesgo siguiendo la cadena de suministro, analizando dichos riesgos e implantando un sistema de control.
- **GENERACION DE VALOR SOSTENIBLE**: Gestionan sus aspectos financieros, sociales y medioambientales.
- **TRANSPARENCIA Y FILANTROPIA**: Mediante estos criterios, se garantiza la solvencia económica y se especifican los objetivos a los que se destinan las inversiones económicas en tiempo y en especie.

## CONCLUSIONES

La nueva gobernanza empresarial y todas sus prácticas, las cuales hemos explicado con detalle a lo largo del trabajo, son un aspecto fundamental para el desarrollo de las empresas en la actualidad, donde se hace más necesaria la ejecución de un plan activo de RSC.

Es preciso invertir de manera responsable en empresas que cuiden el medio ambiente y a sus trabajadores, y que a la vez sigan los criterios ESG, criterios sociales y de buenas prácticas, para poder competir en un mercado que valora cada vez más la actitud de las empresas ante los problemas que ocupan a la sociedad y en el que la legislación, cada vez más, contempla la labor social de las empresas. Estos innovadores métodos de inversión, afecta directa o indirectamente a la propia empresa y a su entorno, convirtiéndose así en un aspecto fundamental a tener en cuenta por las organizaciones a la hora de elaborar su plan estratégico, ya que les sirve para definir su propia identidad a la vez que se convierte en una nueva forma de competición empresarial.

En nuestra opinión, todas las malas prácticas que llevan a cabo las empresas, como pueden ser la explotación infantil, la gran contaminación al medio ambiente, la emisión de gases de efecto invernadero, las malas condiciones de trabajo para sus empleados... son penalizadas tanto por los nuevos gobiernos, como por la opinión pública, y todos estos factores tienen su repercusión en cuanto a la decisión de todos los inversores que depositan su dinero en estas empresas. Pudiendo elegir entre dos empresas similares, actualmente siempre se escogerá a la que mejor siga los nuevos criterios que rige la nueva gobernanza empresarial. Todo esto lo tenemos muy claro después de nuestro trabajo de investigación, y sabemos a ciencia cierta, que todas estas empresas que no se actualicen, ni sigan las buenas prácticas marcadas por la ISR, RSC o criterios de inversión ESG, llegará un momento que pasaran al olvido y las empresas que estén comprometidas con todos estos criterios sociales y de medio ambiente, se alzarán por encima de todas las demás.

También creemos que los problemas sociales se vuelven unánimes para todos los países. Por ello, las empresas que se publicitan con estos criterios de inversión, ofrecen una resistencia hacia la vulneración de intereses de los ciudadanos como consumidores o como empleados o como simples habitantes del planeta. Opinamos que todas estas prácticas favorecen la mejora de las condiciones de vida de los trabajadores, cuida el trato a los clientes y manifiesta una preocupación por los problemas medioambientales, agravadas, estas circunstancias, por la evolución del sistema económico y político que rige el mundo.

La importancia que están alcanzando los problemas sociales en la actualidad, sin duda, nos parece un punto a favor en el desarrollo de la RSC, pues las opiniones críticas hacia estos problemas y sus causas se disparan, y el hecho de ofrecer alternativas que eviten su crecimiento o incluso que luchen en favor de disminuirlos, van a ser, creemos, valorados muy positivamente por los consumidores. La nueva gobernanza empresarial es un tema que, desde nuestro punto de vista, puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa, ya que consideramos que una empresa verdaderamente implicada con la sociedad, en la actualidad, puede contar con el apoyo grandes grupos de consumidores.

## BIBLIOGRAFIA

- Aeca (2004): Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, Ponentes: J. L. LIZCANO y J. M. MONEVA. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.
- Aeca (2009): Inversión Socialmente Responsable: Estrategias, Instrumentos, Medición y Factores de Impulso. Ponentes: Fernández Izquierdo, M.A. y Muñoz Torres, M.J. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.
- Aguilera, R.V.; Rupp, D.; Williams, C.A. y Ganapathi, J. (2007). Putting the S Back in Corporate Social Responsibility: A Multi-level Theory of Social Change in Organizations. *Academy of Management Review*, 32, (p. 836-863).
- Alea García, A. (2007): Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Futuros* No. 17, (2007) Vol.V.
- Balaguer Franch, M.R. (2007): La inversión socialmente responsable y la responsabilidad social empresarial en los mercados financieros: Una aplicación a las instituciones gestoras de España. Comisión Nacional del Mercado de Valores.  
Extraído de: [https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/MONOGRAFIAS/MON2007\\_27.pdf](https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/MONOGRAFIAS/MON2007_27.pdf)
- Balaguer, M. R.; Fernández, M. A., y Muñoz, M. J. (2008): «The Role of Fund Management Institutions in the Development of Socially Responsible Investment: An Analysis of the Spanish Case», en *International Journal of Electronic Finance*, 2, 3: (p.314-329).
- Bankia estudios (2019).  
Extraído de: <https://www.bankiaestudios.com/recursos/doc/estudios/20191202/diciembre/inversion-criterios-esg-sabias-que.pdf>
- Base de datos de informes.  
<https://www.globalreporting.org/>  
<https://www.unglobalcompact.org/>
- Benavides-Delgado, J. (2010): ¿Cómo afecta Internet al debate sobre la Responsabilidad Social? *Revista latina de comunicación social*, (p. 55).
- Bonsón, E., & Flores, F. (2011): Social media and corporate dialogue: the response of global financial institutions. *Online information review*, 35(1).
- Bowen, H. (1953): *Social responsibilities of the businessman*. Iowa (EEUU).
- Carroll, A. (1999): Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38(3).
- Castelló Martínez, A. (2011): La venta online a través de medios sociales: el social commerce. Introducción a la Investigación de Medios Publicitarios.

Castelló Martínez, A. (2012): Del ROI al IOR: el retorno de la inversión de la comunicación empresarial y publicitaria en medios sociales. Universidad de Alicante

CEOE CEPYME CANTABRIA 2011. Página web:

<http://rsc.ceoecant.es/ima/guia1.pdf>

Clark, J. (1939): Social Control of Business. Chicago: McGraw Hill.

Costas, J. (2015): Pagina web.

<https://www.javiercostas.com>. Las consecuencias del #Dieselgate

Dans, E. (2015): Pagina web.

<https://www.enriquedans.com/2015/09/el-caso-volkswagen-y-el-fracaso-de-la-responsabilidad-social-corporativa.html>

De la Cuesta, M. & Valor, C. (2003): Responsabilidad social de la empresa: Concepto, medición y desarrollo en España, *Revistas ICE*, 2755. (p. 15-17).

Recuperado de: [http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE\\_2755\\_07-19\\_843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf](http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2755_07-19_843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf)

De la Cuesta González, M. (2005): "La inversión socialmente responsable como palanca de cambio económico y social" En de la Cuesta González, M. y Galindo García, A., (2005), *Inversiones socialmente responsables*, Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, (p. 23-39).

De la cuesta, M.; Muñoz, M. J., Fernández-Izquierdo, M. A. (2006): «Analysis of social performance in the Spanish Financial Industry through public data: A proposal». *Journal of Business Ethics* December

Dow Jones Sustainability World Index Guide, (2013)

Extraído de: [https://www.resolve.ngo/docs/djsi-world-guidebook\\_tcm1071-337244.pdf](https://www.resolve.ngo/docs/djsi-world-guidebook_tcm1071-337244.pdf)

Education Fund, Business for Social Responsibility. (2007).

Extraído de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593109001474>

Espinos Vaño, M. D. (2016): Análisis de la inversión socialmente responsable en España: ética y transparencia, *Finance, Markets and Valuation* Vol 2, nº2.

Estudio Spainsif, (2015): Informe RSE y marca España: Las inversiones de impacto en España.

Extraído de: [https://www.spainsif.es/wp-content/uploads/dlm\\_uploads/2017/01/estudio-spainsif-2015.pdf](https://www.spainsif.es/wp-content/uploads/dlm_uploads/2017/01/estudio-spainsif-2015.pdf)

Estudio Spainsif, (2016): La Inversión Socialmente Responsable en España.

Extraído de: [https://www.spainsif.es/wp-content/uploads/dlm\\_uploads/2017/01/estudio-spainsif-2016.pdf](https://www.spainsif.es/wp-content/uploads/dlm_uploads/2017/01/estudio-spainsif-2016.pdf)

Eurosif (2006): European SRI Study.

Extraído de: <https://www.eurosif.org>

Fernández, J., & Melé, D. (2005): Spain: From a Paternalism Past to Sustainable Companies. En A. Habish, J. Jonker, M. Wagner, & R. Schmidpeter, *Corporate Social Responsibility Across Europe. Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship* (págs. 289-302). Berlín: Springer.

- Foro de expertos en Responsabilidad Social Corporativa (2007): Informe del Foro de expertos en Responsabilidad Social de las empresas.  
Recuperado el 5 de Abril de 2016 de:  
[http://www.empleo.gob.es/es/sec\\_trabajo/autonomos/economiasoc/resposocempresas/foro\\_expertos/contenidos/INFORME\\_FOROEXPERTOS\\_RS\\_E.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economiasoc/resposocempresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RS_E.pdf)
- Freeman. (1984): Long waves in the world economy. Londres
- Friedman, M. (1962): Capitalism and freedom. Chicago (EEUU).
- Friedman, M. (1970): Foundations of modern analysis. Courier corporation. .
- Friedman, M. (1985): Corporate capital structures in the United States.
- Galván, D. (2013): Responsabilidad Social Corporativa. Trabajo Fin de Grado, Administración y dirección de empresas, Universidad de Zaragoza, España.  
Extraído de: <https://www.ideasimprescindibles.es/triple-balance/>
- Lafuente, S. (2015): Puro Marketing  
Extraído de: <https://www.puromarketing.com/14/25428/caso-volkswagen-consecuencias-impacto-para-marketing-reputacion-marca.html>
- Levitt, T. (1958): The dangers of social responsibility. Harvard Business Review, 5(36).
- Merco (2011): Las mejores empresas para trabajar en España 2011. [en línea].  
Extraído de: [http://www.acotex.org/wpcontent/uploads/2013/07/web\\_20121010\\_6%C2%BA\\_EDICION\\_LAS\\_MEJORES\\_EMPRESAS\\_PARA\\_TRABAJAR\\_EN\\_ESPA%C3%91A\\_2011.pdf](http://www.acotex.org/wpcontent/uploads/2013/07/web_20121010_6%C2%BA_EDICION_LAS_MEJORES_EMPRESAS_PARA_TRABAJAR_EN_ESPA%C3%91A_2011.pdf) [Consulta: 29 de Julio del 2014]
- Monzo, C. *Asesor en Sistemas Integrados de Gestión en CAVALA GAE SL*,  
Extraído de: <https://responsabilidad-social-corporativa.com/responsabilidad-social-sostenibilidad-y-desarrollo-sostenible-en-la-empresa/>
- Müller, E. (2015).  
El País: <https://elperiodicodemexico.com/nota.php?id=926158>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2010): ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social.  
Recuperado el 25 de Septiembre de:  
<http://www.observatoriorsc.org/images/stories/audio/Proyectos/ISO%2026000.pdf>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa, (p. 13-16)  
Extraído de: [https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook\\_La\\_RSC\\_modific.06.06.14\\_OK.pdf](https://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf)

Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa (2016): ¿Qué es la RSC? Ámbitos de la RSC. Recuperado de: <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/> Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa (2015). RSC y su implicación en la gobernanza empresarial.

Página oficial de Volkswagen:

[https://www.volkswagen.es/es.html?adchan=sem&campaign=%5BB%5D%5BRange%5D%5BAll%5D%5BNone%5D%5BExact%5D%5BES%5D%5BEval%5D%5BPure&adgroup=Marca%5BExact&publisher=GOOGLE&adcr=volkswagen+espa%C3%B1a&adpl=GOOGLE&adlid=7170000064285832&country=ES&language=ES&gclsrc=aw.ds&gclid=EAlaIqObChMI-7zF9fLW7AIV2e7tCh2f8QMfEAAAYASAAEgJwPvD\\_BwE](https://www.volkswagen.es/es.html?adchan=sem&campaign=%5BB%5D%5BRange%5D%5BAll%5D%5BNone%5D%5BExact%5D%5BES%5D%5BEval%5D%5BPure&adgroup=Marca%5BExact&publisher=GOOGLE&adcr=volkswagen+espa%C3%B1a&adpl=GOOGLE&adlid=7170000064285832&country=ES&language=ES&gclsrc=aw.ds&gclid=EAlaIqObChMI-7zF9fLW7AIV2e7tCh2f8QMfEAAAYASAAEgJwPvD_BwE)

Pnuma y ONU (2016): Principios para la inversión socialmente responsable. Una iniciativa de los inversores en colaboración con la Iniciativa Financiera del PNUMA y el Pacto Mundial de la ONU. Extraído de: [https://www.energias-renovables.com/ficheroenergias/PRI\\_Brochure\\_Spanish\\_2016\\_1.pdf](https://www.energias-renovables.com/ficheroenergias/PRI_Brochure_Spanish_2016_1.pdf)

Rankia. (2017): Fondos de Inversión. Recuperado el 22 de Enero de 2018.

Extraído de: <https://www.rankia.com/blog/fondos-inversion/3512541-que-mejor-inversion-socialmente-responsable-solidaria>

Reed. (1999): «ThreeRealmsOfCorporateResponsibility: DistinguishingLegitimacy, Morality and Ethics» *Journalof Business Ethics*.(21). (p.23-35).

Renneboog, L., Horst, J. T. y C. Zhang (2008): SociallyResponsibleInvestments: InstitutionalAspects, Performance and Investor Behaviour, *JournalofBanking and Finance*, 32(9), 1723-1742.

Sanchez, L. (2010): Elementos fundamentales de la Responsabilidad Social Corporativa.

Extraído de: <https://www.emprendepyme.net/elementos-fundamentales-de-la-responsabilidad-social-corporativa.html>

Soto, J. (1991): El trabajo Social de empresa, un campo en proceso de cambio. Análisis de algunos factores que influyeron en su evolución. Cuadernos de Trabajo Social, 4-5. P. 243.

Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/viewFile/CUTS9192110241A/8577>

Sparkes, R. (1995): *TheEthical Investor*, Harper Collins, London.

Sustainability&Mistra, (2004): “Valuesfor Money. ReviewingtheQualityof SRI Research”

Ulrich Emery, (2016): “Entendiendo las inversiones según criterios ESG. Revista educación, sostenibilidad 101”.

Extraído de: <https://espanol.spindices.com/documents/education/practice%20essentials-understanding-esg-investing-spa.pdf>

Vaca Acosta, R. M., Moreno Domínguez, M. J., y Riquel Liguero, F. J. (2007). Análisis de la responsabilidad social corporativa desde tres enfoques stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. *Conocimiento, Innovación y Emprendedores : Camino Al Futuro*, 222.

Vilariño, A. (2015): El blog del Albert Vilariño

Extraído de: <https://albertvilarino.com/2015/03/07/tendencias-en-rsc-2015-i/>

Villagra, N., & López, B. (2013): Análisis de los valores y la comunicación de las Marcas responsables. *Comunicación y sociedad*, (p. 197-222)

Vives, A., Corral, A. and Isusi, I. (2005): Responsabilidad social de la empresa en las PyMEs de Latinoamérica. Washington, D.C.: Inter-American Development.

Wealth Management (2019) Vontobel: Con ESG, activar cambios positivos.  
Extraído de: [https://www.vontobel.com/siteassets/wealth-management/06-publikationen/esg/wm\\_esg-study\\_es.pdf](https://www.vontobel.com/siteassets/wealth-management/06-publikationen/esg/wm_esg-study_es.pdf)

Yankelovich, Inc. (2006): *Attitudes Toward Socially Responsible Investing*. Executive Summary.