

LA OBSOLESCENCIA PROGRAMADA Y LA UBICACIÓN FÍSICA DE LAS ACTIVIDADES. CONTENIDO NECESARIO EN LOS INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

MIGUEL ÁNGEL VILLACORTA HERNÁNDEZ

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

Este trabajo ha sido seleccionado para su publicación por: don Valentín PICH ROSELL, don Mario ALONSO AYALA, don César CAMISÓN ZORNOZA, don José Luis GALLIZO LARRAZ y don Enrique ORTEGA CARBALLO.

Extracto:

ESTE artículo pretende redefinir la denominación, definición, ámbito de aplicación y contenido de la Responsabilidad Social Corporativa a partir del estudio de los costes sociales. La aportación fundamental es la necesidad de incluir la ubicación física de las actividades y la «obsolescencia planificada» en la gestión y divulgación de la Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, costes sociales, ubicación de las actividades y obsolescencia planificada.

THE PLANNED OBSOLESCENCE AND THE PHYSICAL LOCATION OF ACTIVITIES. CONTENT NEEDED ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

MIGUEL ÁNGEL VILLACORTA HERNÁNDEZ

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

Este trabajo ha sido seleccionado para su publicación por: don Valentín PICH ROSELL, don Mario ALONSO AYALA, don César CAMISÓN ZORNOZA, don José Luis GALLIZO LARRAZ y don Enrique ORTEGA CARBALLO.

Abstract:

THIS article aims to redefine the name, definition, scope and content of corporate social responsibility from the study of social costs. The main contribution is the need to include the physical location of activities and the «planned obsolescence» in the management and dissemination of Corporate Social Responsibility.

Keywords: Corporate Social Responsibility, social costs, location of activities and planned obsolescence.

Sumario

1. Costes sociales.
 - 1.1. Obsolescencia programada.
 - 1.2. Ubicación física.
2. Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa.
 - 2.1. Denominación.
 - 2.2. Ámbito de aplicación.
 - 2.3. Definición.
 - 2.4. Divulgación.
 - 2.5. Marcos reguladores internacionales.
 - 2.6. Herramientas para mejorar la gestión.
 - 2.7. Normas para verificar la información.
 - 2.8. Memorias de sostenibilidad.
3. Conciliación entre costes sociales y Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa.
4. Conclusiones.

Bibliografía.

1. COSTES SOCIALES

Los intereses públicos y privados no siempre coinciden. Mientras que las empresas buscan las máximas ganancias económicas posibles, el interés público persigue beneficios sociales, tal como la salud pública, el bienestar de la sociedad, el respeto a la naturaleza, los valores, las actividades estéticas, la cohesión social y las normas éticas, que no en todas las ocasiones son buscadas por la gestión empresarial.

Las empresas privadas producen numerosos beneficios al conjunto de la sociedad (beneficios sociales), sin embargo, también le proporcionan costes [«costes sociales» en denominación de KAPP (1977)].

Los costes sociales no son contabilizados en la cuenta de pérdidas y ganancias de las empresas porque no son soportados por ellas, sino por terceras personas o por la comunidad entera.

La competencia empresarial continuamente intenta maximizar los ingresos y minimizar los gastos generados por el ciclo productivo del producto o servicio, pero solo los registrados contablemente; esta actuación, totalmente coherente, se realiza independientemente de que sus actividades aumenten los costes sociales. Si no existe control, ya sea por parte de los entes públicos o por parte de los *stakeholders* (incluidos los consumidores), la actuación de las empresas privadas tiende a incrementar los costes sociales.

Sin embargo, la resolución de este problema no es fácil porque algunos costes sociales pueden permanecer ocultos durante mucho tiempo, de tal forma que las personas afectadas no sean conscientes nunca de estos efectos.

El primer paso para disminuir los costes sociales es la información pública de sus dimensiones y efectos. En el **cuadro 1** se recogen las dimensiones de los costes sociales producidos por las empresas, y las consecuencias de cada una de ellas.

CUADRO 1. Dimensiones y consecuencias de los costes sociales.

Dimensión	Efectos y consecuencias
Eliminación de recursos alimenticios	Deterioro de las posibilidades de alimentación humana El caso más reciente es la utilización de cereales para crear combustibles ecológicos
Empeoramiento de las condiciones medioambientales	Contaminación de aire y agua, deterioro de salud humana, vida animal, vida vegetal, ruptura del equilibrio ecológico y deforestación
Disminución de recursos no restituibles	Dstrucción de los recursos naturales Extracción competitiva de recursos petrolíferos Relacionado con consumo energético desmesurado
Desgaste del factor humano de producción	Pérdida de salud por las condiciones del trabajo Gastos por la mano de obra desocupada
Corrupción	Incluye todo abuso de poder para beneficio propio La corrupción impide el desarrollo de un país, debido a que incrementa el gasto público, reduce la calidad de las infraestructuras, disminuye las riquezas del estado y/o actúa como un «impuesto arbitrario» que distorsiona los incentivos públicos y privados
«Obsolescencia planificada»	Produce costes de oportunidad, porque esos recursos se podrían destinar a otras actividades Relacionada con el deterioro de la salud humana y deterioro medioambiental
Riesgos de la deslocalización	Existirán zonas terciarias, con prácticamente todos sus productos manufacturados en el exterior Relacionado con aumento del coste en combustible, principalmente por la adquisición generalizada de productos manufacturados en zonas subdesarrolladas alejadas
Riesgos de la superconcentración	Despoblación y deterioro en la calidad de vida, en zonas rurales y algunas zonas urbanas, por un lado, y superconcentración en concretos centros urbanos, por otro

FUENTE: *Elaboración propia.*

Los costes sociales son recogidos por los informes de Responsabilidad Social Corporativa en la mayoría de sus dimensiones; sin embargo, estos informes no revelan información sobre tres de ellas: la «obsolescencia programada», la deslocalización y la superconcentración.

1.1. Obsolescencia programada

1.1.1. Definición

La «obsolescencia planificada» u «obsolescencia programada» (*planned obsolescence* o *built-in obsolescence*) es la determinación, planificación o programación del fin de la vida útil de un produc-

to o servicio de modo que este se torne obsoleto, no funcional, inútil o inservible tras un periodo de tiempo calculado de antemano, por el fabricante o empresa de servicios.

Mucho antes de que la «obsolescencia programada» se definiera, VEBLEN (1919, 282) escribía colateralmente de ella, al proponer una «(...) consciente reducción de la eficiencia industrial».

La «obsolescencia planificada» tiene considerable valor para el fabricante o empresa de servicios pues, al ser inservible antes de tiempo, obliga al consumidor a que adquiera otro producto nuevamente o sea reparado por una cantidad de dinero tan grande que haga más rentable una compra nueva que el arreglo.

El efecto de la minoración de la vida útil del producto es un incremento artificial de los ingresos empresariales. En vez de incrementar los precios de los productos, se enajena un número mayor de unidades físicas. Esta estrategia es especialmente importante en un ambiente de oligopolios generalizados. En el entorno actual existen constantes agrupaciones y fusiones en todos los sectores, incluido el de distribución. Las empresas oligopolísticas no pueden disminuir precios porque traicionarían al oligopolio; para ellas, la mejor forma de aumentar la rentabilidad es realizar continuas variaciones en las cualidades de los productos, dentro de una estrategia de «obsolescencia planificada» con objeto de acelerar el número de unidades vendidas.

El proceso por el cual un producto se diseña con el objetivo de que se quede obsoleto en el menor tiempo posible y el consumidor desee comprar otro es uno de los engranajes básicos sobre los que se sustenta la industria electrónica y todo el sistema consumista-capitalista occidental.

1.1.2. Tipos de «obsolescencia programada»

Existen dos clasificaciones de «obsolescencia planificada»: la primera diferencia entre obligatoria y voluntaria; la segunda distingue entre la diseñada en la fase de producción (de calidad o de fabricación) y la diseñada en la fase de venta (de atractivo o de deseabilidad).

Ambas clasificaciones fueron concebidas de forma consecutiva. En un primer momento se concibió como obligatoria, aunque únicamente se llevó a la práctica de forma voluntaria. Al principio se incidía más sobre la producción, aunque en la actualidad se incide más sobre la venta. Derivado de ello, han existido tres etapas: obligatoria de producción, voluntaria de producción y voluntaria de venta.

La primera clasificación distingue entre la teórica «obsolescencia planificada» obligatoria y la puesta en práctica voluntaria. El término «obsolescencia planificada» (*planned obsolescence*) es descrito por primera vez por Bernard LONDON (1932), quien dictaminó que el mejor camino para salir de la crisis de 1929 era hacer obligatoria la «obsolescencia planificada», de forma que se instaurara un plazo de caducidad de todos los bienes, transcurrido el cual un organismo gubernamental se encargaría de destruirlos. Esta «obsolescencia planificada» obligatoria nunca se puso en práctica. Sin embargo, la esencia del proceso sí se generalizó en la década de 1950, no basado en un concepto legal y obligatorio, sino como una estrategia empresarial para maximizar la rentabilidad de la com-

pañía, fundamentada tanto en la disminución de la durabilidad del producto, como en la motivación de seducir al consumidor. La «obsolescencia programada» comenzó simultáneamente con la producción en masa y la sociedad de consumo, en la década de los años 50 del siglo XX, cuando por primera vez existieron costes bajos de producción que permitían disminuir el precio de los productos hasta hacerlos asequibles a la mayoría. Los consumidores «(...) compraban por diversión y esto hizo que se acelerara la economía» (BULOW: 1986, 729-749). Aquí se produjo un cambio en la filosofía de la producción, al modificar el objetivo de un producto con alta duración por un producto con bajo coste y durabilidad, de forma que el consumidor esté continuamente insatisfecho con el producto adquirido y desee adquirir uno nuevo que lo sustituya.

El clásico ejemplo de «obsolescencia programada» de producción obligatoria aconteció en el sector de elaboración de bombilla. En 1871, Edison puso a la venta su primera bombilla, que duraba 1.500 horas. Al principio del siglo XX, las bombillas se publicitaban con una duración certificada de 2.500 horas. Tanto es así que, actualmente en Livermore (EE.UU.), continúa funcionando una bombilla ininterrumpidamente desde el año 1901. Esto fue así hasta el 24 de diciembre de 1924 cuando se reunió en Ginebra el primer Cártel internacional para la producción de bombillas a nivel mundial: Phoebus (*Phoebus S. Compagnie Industrielle vierde et la Developpement de l'Eclairage*). Allí se incluía la alemana Osram, las estadounidenses General Electric y The Shelby Electric, la holandesa Philips, la húngara Tungstam y la española Lámparas Zeta, que pertenece actualmente al grupo Philips. Allí se acordó limitar artificialmente la duración técnica de la vida útil de las bombillas a 1.000 horas. Si se desviaban de los objetivos marcados, las empresas del cártel recibían severas multas.

La segunda clasificación distingue entre «obsolescencia planificada» de venta y de producción [obsolescencia de atractivo y obsolescencia de calidad en palabras de CASTAÑO (2004, 114)]. La «obsolescencia planificada» de venta es aquella por la que se vuelve obsoleto un bien de consumo porque ha dejado de estar de moda. Se instrumentaliza en el proceso de venta, por medio del *marketing*, por lo que el consumidor se puede negar. La «obsolescencia planificada» de producción, por la que se disminuye la vida útil del producto, se desarrolla en el proceso de producción, por lo que el consumidor no se puede negar.

La obsolescencia de venta se puede aplicar en los productos destinados a estimular la vanidad humana, o sea los dictados de la moda. Los diseñadores y fabricantes la han logrado extender a casi todos los bienes. Algunos ejemplos serían los cambios en la equipación de equipos deportivos profesionales, los monitores (o receptores de televisión) planos que reemplazan a los estándares aunque funcionen, o bien los colores, formas y materiales de la ropa que identifican sobre la temporada en la que fueron adquiridos. También se aplica a los productos tecnológicos. En este caso el procedimiento es que, aunque el producto sea perfectamente válido, poco a poco empieza a salir al mercado menos discos, juegos, repuestos o demás accesorios para el mismo. La prensa especializada del sector comienza a hablar de sus sustitutos. Al final el consumidor adquiere nuevas versiones del producto que incorporan muy pocas mejoras funcionales. En este caso, los productos son desechables atendiendo al estilo y al buen gusto.

La «obsolescencia programada» de producción es derivada de la anterior. Si los productos no se fabrican deliberadamente para durar, la calidad no importa. Es inevitable la utilización de mate-

riales de inferior calidad, reducciones en el tiempo necesario para desarrollar el producto y minoración de los esfuerzos para inspeccionar tanto el producto como su proceso productivo. Han sido objeto de «obsolescencia programada» de producción la industria textil, de bombillas, de productos electrónicos, de producción de videojuegos, consolas, móviles, automóviles, accesorios de estos, neumáticos, electrodomésticos, construcción de pisos y ropa. En todos ellos es más barato adquirir otro producto que reparar los existentes.

1.1.3. Costes sociales que genera

Para remediar el estancamiento temporal de la gran depresión, las empresas optaron por fomentar el desperdicio en el consumo, la creciente inclusión de embalajes desechables innecesarios, la «obsolescencia planificada» y las políticas de ventas dinamizadas por publicidad compulsiva.

La elección de fabricar productos que se vuelven obsoletos de manera premeditada influye enormemente en la decisión de ciertas empresas sobre su arquitectura interna de producción. Así, la compañía tiene que sopesar si utilizar componentes tecnológicos más baratos satisface o no la proyección de vida útil que están interesados en darle a sus productos.

Para la industria, la «obsolescencia programada» estimula positivamente la demanda al alentar a los consumidores a comprar de forma artificialmente acelerada nuevos productos si desean seguir utilizándolos.

Para el conjunto de la sociedad, la «obsolescencia programada» ocasiona importantes costes sociales. El principal es que genera costes de oportunidad, porque esos recursos se podrían destinar a otras actividades. Además, está relacionada con el deterioro de la salud humana porque la industria farmacéutica no pone a la venta ciertos productos que curarían enfermedades, ya que este hecho limitaría su horizonte de venta de productos que atenúan esas enfermedades. Asimismo, el objetivo de la «obsolescencia programada» es el lucro económico inmediato, por lo que el cuidado y respeto del aire, agua y medio ambiente pasa a un segundo plano de prioridades. Cada producto que se vuelve obsoleto, supone contaminación; esto es un problema pues el sistema de producción con «obsolescencia programada» no se ajusta en absoluto a la armonía y equilibrio de la naturaleza.

1.1.4. Soluciones para atenuar la «obsolescencia programada»

Existe evidente riesgo de una reacción adversa por parte de los consumidores al descubrir que el fabricante diseñó el producto para que se volviese obsoleto más rápidamente, haciendo que sus consumidores cambien a la competencia, basando su elección en la durabilidad y calidad del producto. La reacción de los *stakeholders* es la única herramienta verdadera que tienen los consumidores ante la «obsolescencia planificada» de fabricación. Sin embargo esta herramienta tiene dos limitaciones: una la atenúa, que es la publicidad empresarial, tanto directa al consumidor como indirecta por medio de la influencia de la prensa especializada; la otra la anula, que es toda agrupación empresarial de un sector, como por ejemplo un cártel, que iguale artificialmente a la baja la durabilidad y calidad del producto o servicio.

Ni las normas legales, ni la actuación individual de los consumidores, sirven para resolver los costes sociales que provoca. La «obsolescencia planificada» de fabricación no se puede legislar porque sería una ley sin sustancia, pues no es regulable el proceso productivo de las compañías. Tampoco se puede dejar al arbitrio individual del consumidor, porque normalmente no descubre la existencia de «obsolescencia planificada» de fabricación. Algunos costes sociales pueden permanecer ocultos durante mucho tiempo, de tal forma que las personas afectadas no sean conscientes nunca de estos efectos.

La única manera de atenuarlo es buscar la competencia empresarial en el diseño del proceso productivo para que, en provecho del consumidor, revelen sus políticas al respecto. La «obsolescencia planificada» de producción comenzó con cárteles y con agrupaciones empresariales para acordar la reducción de la vida útil de los productos y servicios; la mejor forma de atenuar sus efectos es intentar minorar esos lazos con la revelación pública de información al respecto. En la actualidad existe un instrumento que permite a las compañías ofrecer información a los usuarios de sus políticas y motivaciones: los informes de Responsabilidad Social Corporativa.

Esta medida es factible porque los informes de Responsabilidad Social Corporativa ofrecen información de las actuaciones de las compañías para disminuir casi todos los costes sociales de las compañías, pero la influencia de la «obsolescencia planificada» de producción no. Si los informes de Responsabilidad Social Corporativa ofrecieran información sobre las medidas que ha tomado esa empresa para aumentar la vida útil de sus productos, mostrarían una información más completa de los costes sociales de la compañía. Esta información tiene sentido económico, porque el producto será más útil y deseable si es técnicamente superior.

1.2. Ubicación física

Aunque no sea su intención, las empresas producen costes sociales al ubicar sus plantas y equipos en un lugar u otro. Por esta razón, la Responsabilidad Social Corporativa debe incluir información sobre la ubicación física de las actividades de la empresa para que los usuarios de esa información conozcan las medidas que fomentan los beneficios sociales del territorio en el que habita, para observar cómo se ha desarrollado el proceso de deslocalización a zonas en vías de desarrollo, y para saber si la actuación de la empresa está profundizando o evitando la superconcentración empresarial en ciertas zonas del territorio nacional.

1.2.1. Fomento de la economía local

Para los *stakeholders* tiene sentido conocer qué productos o servicios de los que consume han sido elaborados en la región en la que vive, tiene su segunda residencia o desarrolla su actividad. Con esta información conoce las inversiones que indirectamente han fomentado esa zona. Además, la cercanía entre empresa y *stakeholders* permite identificar los costes de transporte incurridos, lo que es importante para la economía y el medio ambiente.

La integración de las empresas en su entorno local es el motor de su desarrollo pues ofrecen puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales. Las empresas requieren de entornos prósperos, estables y saludables, pues de ello depende que disponga de recursos naturales, clientes, contrataciones, personal, servicios y reputación. Por todo ello, es valioso posicionarse como una empresa que se preocupa por la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias y clientes, pero también de «sus comunidades, agentes locales y tradiciones» (Comisión UE, 2001). No debe obviarse que los empleados conviven y se desarrollan en esas comunidades (que también son clientes y comunicadores de la empresa). En las comunidades también conviven los clientes, proveedores, intermediarios, gobierno, proveedores de recursos financieros, inversores, entre otros grupos de interés que apreciarían las acciones empresariales que contribuyen al bienestar general; no por altruismo, sino porque se estarían beneficiando indirectamente.

1.2.2. Deslocalización

La deslocalización es el proceso realizado por algunas empresas multinacionales, por el que trasladan sus centros de trabajo a países con menores costes de producción, legislaciones menos estrictas con la protección del medio ambiente y condiciones de trabajo más flexibles que permitan menos seguridad en el trabajo y mayor jornada laboral. Generalmente, el traslado se produce de países desarrollados a países en vías de desarrollo, o de países en vías de desarrollo a otros países en vías de desarrollo con costes menores.

Tal deslocalización está supeditada a la obtención de esas ventajas, entre ellas los bajos costes. Si cambian las condiciones y aparecen presiones por demandas laborales o de otra índole, las compañías deslocalizan el capital a otras ubicaciones más baratas. Por tanto, los territorios receptores de las multinacionales tienen que mantener las malas condiciones porque saben que si las empresas encuentran otros lugares más apetecibles, se marcharán a ellos (GALVÁN: 2006, 127).

La deslocalización, originada por la globalización económica, produce oportunidades, pero también problemas y costes sociales.

Las compañías no tienen como finalidad mejorar el bien común de países, naciones o comunidades. Ni en su país de origen, ni en los países donde fabrican, tienen como misión generar puestos de trabajo estables, ni fortalecer las redes de pequeñas empresas, ni reforzar los mercados locales, ni hacer respetar los derechos laborales y humanos más básicos. Su misión es maximizar el beneficio del accionista.

La deslocalización produce costes sociales: aumento de la desocupación en el país de origen; creación de empleo de baja calidad en el país de destino; contaminación y destrucción del medio ambiente, al carecer el país de destino de suficientes controles ambientales, lo que puede causar sequías, desertificación, sobreexplotación de recursos y aumento de residuos; «efecto dominó» en la competencia porque para poder competir con la empresa deslocalizada, la competencia debe imitar sus métodos; y por último, reducción de la calidad del producto final, al ser realizado por personal menos cualificado o en peores condiciones laborales.

Estas condiciones modifican las relaciones de trabajo. Las empresas aprovechando, por un lado, su poder económico y, por otro, las necesidades de las personas que viven en los lugares geográficos a los cuales acuden en búsqueda de menores costes, obvian o eliminan aspectos que protegen al trabajador y su familia, y llegan incluso a crear nuevas formas de relación de capital-trabajo injustas y profundos cambios en estructuras y culturas organizativas. Las nuevas formas de organización obligan a la continua capacitación, la disminución del trabajo permanente, el aumento en la inestabilidad del empleo, formas de trabajo fuera del marco legal, informalidad y dependencia externa con los efectos que esto trae a la seguridad y salario de los trabajadores.

La deslocalización de parte del proceso productivo provoca una especialización vertical ya que los países se especializan en distintas fases de la cadena de valor. Esto provoca desindustrialización, desempleo y desigualdad (DE LA DEHESA: 2002).

La libertad de movimiento y actuación de las transnacionales ha afectado a las relaciones de las empresas y su entorno natural. Al aprovechar los recursos naturales que les sirven de materia prima, están trasladando para sí la renta que pudo haber sido aprovechada por las compañías domiciliadas en el país donde se sitúan los recursos. La explotación de tales recursos en territorios de bajos costes proveen elementos adicionales de atractivo para la sobreexplotación y sobreproducción, con el daño que implica este exceso en el ambiente y la ecología (VITERI, 2011). Los consumidores que optan por alimentos de comercio justo deben tener en cuenta que tienen su origen en lugares lejanos, consumiendo más combustible y contaminando más que si fuesen adquiridos a proveedores cercanos.

En algunas ocasiones, la descentralización está relacionada con abuso de la mano de obra infantil para llevar a cabo trabajos menos cualificados. La OIT (2008) estima que más de 165 millones de niños, de 5 a 14 años de edad son víctimas del trabajo infantil, muchos de los cuales trabajan durante largas horas y en condiciones denigrantes y desfavorables para su desarrollo humano. Las familias en condiciones de precariedad económica se ven obligadas a que los menores trabajen para suplir sus necesidades básicas, otorgando más importancia al ingreso económico que a la educación. Por otro lado, la deslocalización puede relacionarse con discriminación sexual. Las familias, ante la decisión de enviar sus menores a trabajar, al tener que escoger entre su hijo o a su hija a la escuela, por lo general sacrifican el futuro de la niña (OIT, 2008).

Las inversiones de los procesos productivos deberían servir para ayudar al crecimiento y mejora de condiciones de vida locales y combatir la situación de extrema pobreza, no limitándose a aumentar los beneficios de las empresas. Aunque no es fácil remediar los efectos negativos de la globalización, debe ser valorado positivamente «(...) que existan iniciativas y propuestas que intenten prevenir daños a las personas, comunidades y entorno debido a malas prácticas empresariales» (FERNÁNDEZ: 2005, 125). Una medida muy positiva para atenuarlo es que los informes de Responsabilidad Social Corporativa ofrezcan información sobre los niveles de descentralización y cómo se está realizando esta.

1.2.3. Superconcentración física

La concentración empresarial en zonas donde se agrupen muchas empresas puede ayudar a la logística y a la relación con clientes, proveedores y agentes de las compañías que allí se sitúen. Esta

agrupación es positiva para ellas, pero puede provocar unos costes sociales si es excesiva (ABRAMOVITZ: 1990, 341) (GONZÁLEZ: 1993, 25), lo que podría denominarse superconcentración física [«concentración espacial» en palabras de GARZA y PARTIDA (1988, 11-12)]. Cuando se produce la superconcentración en áreas metropolitanas congestionadas, se provoca un abandono de otras zonas, muchas de ellas rurales, situación que tendría nociva influencia sobre la demografía y ocupación de cada territorio nacional.

Para tener una visión global, parece relevante que las empresas, por medio de los informes de Responsabilidad Social Corporativa, ofrezcan información sobre el fomento de la economía local, sobre los niveles de deslocalización y cómo se está realizando esta, y sobre la superconcentración física en ciertas zonas del territorio nacional.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y CORPORATIVA

Cada vez son más los gobiernos, organizaciones sociales, organismos públicos y empresas privadas que piensan que el desarrollo económico no tiene por qué estar reñido con el respeto de los derechos humanos, la conservación del medioambiente y el cuidado de la sociedad en general.

Con la ayuda de las nuevas tecnologías de comunicación, sobre todo de Internet, los ciudadanos, clientes e inversores poseen un mayor acceso a información que puede utilizarse para juzgar las actuaciones de las empresas, no solo desde el punto de vista financiero, sino cada vez más, desde el respeto a la sociedad en general (ÁLVAREZ y GARAYAR: 2006, 101).

El Tribunal Supremo de Estados Unidos estableció que si un inversor razonable cree que la actuación social y medioambiental de la compañía es una información esencial para entender la posición competitiva, la compañía está obligada a revelar esta información (Supreme Court, 1976).

Para satisfacer todas estas necesidades, nace la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

2.1. Denominación

Los términos Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Responsabilidad Social Corporativa (RSC) están muy extendidas. Con mucha frecuencia son utilizadas indistintamente, aunque presentan diversos matices.

Por un lado, AECA prefiere RSC en vez de RSE «para incluir el buen gobierno, mientras que las prioridades de los *stakeholders* no siempre están recogidas cuando se habla de Responsabilidad social empresarial o de la empresa» (RIVERO: 2010, 186). Es decir, AECA prefiere RSC porque RSE incluye a los *stakeholders*, pero no a los *stakeholders*. Además, *Corporate Social Responsibility* (CSR) es la denominación y acrónimo utilizado en lengua inglesa.

Por otro lado, RSE engloba el concepto para las PYMES, pues el calificativo «corporativa» hace referencia a las grandes compañías, mientras que «empresarial» integra no solo a estas sino también a las pequeñas y medianas entidades.

La mejor alternativa sería denominarlo «Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa» (RSEC) para incluir las prioridades de *stakeholders* y *stakeholders* en todo tipo de empresas, independientemente del tamaño y de si cotizan o no.

2.2. Ámbito de aplicación

Dentro del concepto RSEC, diferenciamos entre *stakeholders*, interesados en la gestión de la sociedad, y *stakeholders*, grupos de interés. Según FREEMAN (1984) se entiende por *stakeholder* «(...) cualquier grupo o individuo que sea afectado por, o pueda afectar a, la consecución de los intereses de la empresa». El término que más se le acerca en idioma castellano es «Grupo de interés», definido como «(...) individuo o colectivo que se relaciona y que tiene expectativas sobre el comportamiento de una organización» (Fundación Corresponsables: 2010, 95). Se trata de todas las partes interesadas en la empresa, que pueden afectar o ser afectadas por las actividades de la misma.

La enumeración de los grupos de interés está consensuada, porque son todas las personas físicas y jurídicas relacionadas con la empresa, porque las decisiones que toma afectan a todos directa o indirectamente. El problema se encuentra en la clasificación y consideración de cada uno de ellos.

Para la Fundación Corresponsables (2010, 95) son partes interesadas «(...) la propia organización (consejo, dirección, empleados, accionistas y proveedores), los consumidores, la sociedad (instituciones, comunidad, organizaciones sociales y medios de comunicación) y el mercado (reguladores, analistas y competidores)». Este enfoque *multistakeholder* es correcto, aunque debe ser matizado. Es acertado porque tiene en cuenta el conjunto de grupos de interés: empresas, partidos políticos, académicos, consejo de administración, dirección, empleados, sindicatos, acreedores, accionistas, clientes, proveedores, consumidores individuales, asociaciones de consumidores, la sociedad en general, instituciones, comunidad, organizaciones sociales, ONG, medios de comunicación, reguladores, analistas, competidores y Hacienda Pública. Sin embargo, no contempla adecuadamente a los accionistas. En nuestra opinión, para clasificar a los *stakeholder* se debe aplicar rigurosamente la hipótesis contable de entidad. En una primera aproximación de la hipótesis de entidad, queda claro que no son partes de la organización los empleados y proveedores, porque la empresa es un ente independiente de las personas físicas y jurídicas con las que se relaciona. Pero dentro de una aproximación más rigurosa de la hipótesis de entidad (frente a la hipótesis del propietario) podemos advertir que incluso tampoco los accionistas son sujetos internos de la propia organización.

La hipótesis de propiedad (consecuencia directa de la teoría económica clásica y de los planteamientos de Milton FRIEDMAN) se fundamenta en el hecho de que la empresa pertenece a sus socios o capitalistas-propietarios, de tal forma que el resultado de enfrentar los activos y los pasivos exigibles determina el neto patrimonial invertido por los socios en la empresa, y la renta (ingresos menos gastos) refleja el incremento o decremento del neto patrimonial perteneciente a los socios de la empresa. Por su parte, la hipótesis de entidad considera la sociedad como una unidad con realidad propia, inde-

pendiente, autónoma, distinta y separada de los sujetos con los que se relaciona: administradores, promotores, fundadores, propietarios, acreedores y trabajadores. La utilización de la hipótesis de entidad como base de la contabilidad ha sido recomendada por gran número de autores, entre ellos PATON (1922), GILMAN (1939), PATON y LITTLETON (1940), MEIGS *et al.* (1977, 484), HENDRIKSEN (1982, 114) y NORVERTO (1996, 101), y por los diferentes cuerpos teóricos, al ser incluida en los Conceptos Básicos de AAA (1957), en los Conceptos Básicos de GRADY (1966), en los Postulados Básicos de Contabilidad de MOONITZ (1973), en los *Underlying Assumptions* de BROCK y PALMER (1981, 358) y en los *Assumption of Accounting* de SHORT (1993).

En el contexto actual, parece adecuado aplicar la hipótesis de entidad por ocho razones:

- La hipótesis de entidad reconoce la evolución sufrida por el concepto de empresa. Mientras que el concepto tradicional de empresa era un patrimonio propiedad de los accionistas, su concepción actual se acerca más a un ente independiente de los sujetos con los que se relaciona.
- La observación del mercado financiero parece conceder argumentos a la hipótesis de la entidad, pues las compañías frecuentemente tienen una alta rotación de accionistas, por lo que no tiene mucho sentido considerar como parte de la empresa a unos usuarios que pueden abandonarla antes de la finalización del periodo contable.
- El capitalismo financiero, enfoque que reconoce la separación de objetivos, fines e intereses entre propietarios y gestores (BAUMOL, 1964, 86), implícitamente apoya el principio de entidad. Actualmente, se hace difícil pensar que los accionistas son los propietarios de la empresa, cuando cada vez más se produce una paulatina separación entre los accionistas y los administradores, con predominio del poder efectivo de los segundos sobre los primeros. El enfoque de entidad refleja el giro producido en las grandes empresas, donde las decisiones dejan de ser tomadas por los propietarios, como legítimos dueños, a ser asumidas por los administradores.
- La innovación financiera ha aumentado la oferta de títulos de inversión-financiación, provocando que la separación económica entre dueños y acreedores sea cada vez más complicada de trazar, aunque jurídicamente las diferencias sean evidentes. El socio se convierte en un mero inversor en busca de un dividendo y una plusvalía, por lo que su relación frente a la empresa es similar a la de un obligacionista.
- El enfoque de entidad es más concordante con la evolución de la difusión de la información financiera, ya que implica el abandono de la visión centrada en el propietario, para dar una visión más general con objeto de satisfacer al conjunto de los usuarios.
- Dentro de la teoría de la agencia se observa como los intereses y motivaciones de los accionistas pueden no coincidir con los de la empresa como entidad independiente.
- La hipótesis de entidad y de gestión continuada están correlacionadas, ya que la existencia separada de sus propietarios provoca que la sustitución de los accionistas sea intrascendente para la continuidad de la sociedad.
- La hipótesis de entidad está unida al paradigma de utilidad, de igual forma que la hipótesis de propiedad está relacionada con el paradigma de rendición de cuentas. En el momento en

que se separó el administrador del propietario comenzó una etapa en la que la contabilidad se utilizaba para que el primero rindiera cuentas frente al segundo, entendiendo la contabilidad como un instrumento al servicio de los propietarios. En la actualidad, la contabilidad es considerada un sistema de información para la toma de decisiones. Bajo esta concepción, el elemento representativo es la sociedad, concebida como entidad propia y autónoma, independiente de la propiedad.

La aceptación más rigurosa de la hipótesis de entidad es considerar a los propietarios como unos proveedores de financiación más, de forma que las emisiones para la financiación de cada empresa son instrumentos financieros de diversas características, pero ninguno tiene la categoría de propietario de la misma. La diferencia entre ambas interpretaciones de la hipótesis de la entidad es que por la primera acepción, más flexible, la empresa es independiente de sus propietarios, los cuales forman parte de los recursos propios. Sin embargo, la acepción más rigurosa no considera a ninguna de las emisiones realizadas para conseguir recursos como propios, sino que todos son ajenos a la empresa, que es una entidad independiente de todos los sujetos con los que se relaciona.

Esta aceptación rigurosa de la hipótesis de entidad tiene tres consecuencias:

- Nueva concepción de la empresa, pues la empresa gestiona riqueza confiada por personas ajenas a ella: accionistas y acreedores.
- Nueva concepción de las fuentes de financiación, pues considera a la empresa como una unidad económica independiente de los accionistas y acreedores, los cuales deben tener un tratamiento de inversores con diferentes perfiles; por lo tanto, la empresa, al recibir sus fondos, no reconoce a nadie como su propietario.
- Influencia directa en la planificación y exposición de la RSEC. Bajo una concepción flexible de la hipótesis de entidad, no se deben incorporar a los proveedores, clientes, pero tampoco trabajadores, como sujetos internos de la organización, sino como externos. En una concepción rígida también se deben considerar a los accionistas como sujetos externos a la organización.

Con todo ello, ya podemos recopilar los actores del proceso de RSEC: sujeto activos, sujetos pasivos y elemento de protección. El sujeto activo es la empresa. Los sujetos pasivos son de dos tipos: sujetos internos (*stakeholders*) y los sujetos externos (*stakeholders* o grupos de interés). Los sujetos pasivos internos son la gerencia, consejo de administración y dirección. Los sujetos pasivos externos son: empresas, partidos políticos, académicos, consejo, dirección, empleados, sindicatos, acreedores, accionistas, clientes, proveedores, consumidores individuales, asociaciones de consumidores, la sociedad en general, instituciones, comunidad, organizaciones sociales, ONG, medios de comunicación, reguladores, analistas, competidores y Hacienda Pública. Por último, el elemento de protección es la sociedad en general (comunidad local, sociedad civil y comunidad global).

Con todo ello podemos afirmar que la RSEC es un proceso, según el cual el sujeto activo (empresa) ofrece una información a los sujetos pasivos (internos y externos), de forma que estos evalúen los esfuerzos presentes y futuros de aquellos para proteger el elemento de protección (la sociedad en general).

La evaluación de los esfuerzos solo puede realizarse con una información útil. En este proceso existe un emisor de la información, que es el sujeto activo, y unos receptores de la información, que son los sujetos pasivos. Tan importante son los esfuerzos empresariales realizados, como una divulgación adecuada de estos.

2.3. Definición

La Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa (RSEC) es definida con diferentes matices, pero siempre indicando su carácter voluntario y su compromiso con la reducción de los costes sociales. Por un lado, la Unión Europea la define como «la decisión voluntaria de la empresa en contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio» (Comisión Unión Europea: 2001, pág. 4). Por el otro, AECA (2004, párr. 17), la define como «(...) el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que interactúa». Su objetivo fundamental es introducir elementos de dirección y de gestión orientados a innovar y mejorar el impacto de las empresas, de forma que estas generen «(...) externalidades socialmente responsables» (AECA 2004, párr. 80).

La definición que mejor muestra la vinculación con los costes sociales es la de FITCH (1976): «La responsabilidad social corporativa se define como el intento serio de resolver los problemas sociales causados enteramente o en parte por las corporaciones».

La definición de RSEC ha sido realizada por numerosos autores y organismos, incidiendo sobre algún aspecto concreto de sus destinatarios, funciones y objetivos. El **cuadro 2** repasa los aspectos fundamentales de las principales definiciones del término.

CUADRO 2. Características de la Responsabilidad Social Corporativa en las definiciones doctrinales.

Objeto de protección	Stakeholders	Sociedad en conjunto
Características		
Voluntaria	JONES (1980), Comisión UE (2001) y AECA (2004)	MANNE y WALLICH (1972), CARROLL (1983) y Comisión UE (2001)
La empresa debe cumplir la ley		CARROLL (1991) y SCHWARTZ y CARROLL (2003)
La empresa, para ser socialmente responsable, no debe limitarse a cumplir la ley	JONES (1980)	DAVIS (1973)
		.../...

Objeto de protección	Stakeholders	Sociedad en conjunto
Características		
.../...		
Deseables para alcanzar los valores de la sociedad		BOWEN (1953)
Cumplir con las expectativas del público	FREDERICK (1960)	
La empresa tiene obligaciones más allá de las económicas	SACCONI (2006)	DAVIS (1960), DAVIS (1973) y MC GUIRE (1963)
Las acciones de la empresa tienen efectos sobre los <i>stakeholders</i> y el sistema social en su conjunto	EPSTEIN (1987)	DAVIS y BLOMSTROM (1966)
Existen cercanas relaciones entre corporaciones y la sociedad		WALTON (1967)
La empresa equilibra una multiplicidad de intereses, la de otros miembros de la empresa y de los conciudadanos	JOHNSON (1971)	JOHNSON (1971)
La empresa posee valores, y estos pueden ayudar a mejorar el entorno social		Committee for Economic Development (1971)
Las decisiones de las empresas deben ser congruentes con normas sociales y valores		SETHI (1975)
Intento de resolver los problemas sociales causados por las empresas		FITCH (1976)
La responsabilidad de la empresa incluye las expectativas éticas		CARROLL (1979), CARROLL (1991)
La responsabilidad de la empresa incluye las actividades de filantropía		CARROLL (1983), CARROLL (1991), SCHWARTZ y CARROLL (2003)
La responsabilidad de la empresa incluye las preocupaciones sociales	Comisión UE (2001) y AECA (2004)	ELKINGTON (1997) y WEMPE y KAPTEIN (2002)
La responsabilidad de la empresa incluye las preocupaciones medioambientales	Comisión UE (2001) y AECA (2004)	WEMPE y KAPTEIN (2002)

FUENTE: *Elaboración propia.*

La RSEC puede definirse incluyendo los matices anteriores más representativos. Es una orientación empresarial que voluntariamente adoptan algunas empresas conscientes de su papel y de su responsabilidad dentro de la sociedad, y en cuyo cometido participan organismos internacionales gubernamentales y no gubernamentales que, con sus esfuerzos, han sumado voluntades en pro de una gerencia empresarial más justa, ética y comprometida con el desarrollo social y el medio ambiente. La RSEC intenta reducir los problemas sociales causados por sus decisiones, aunque no obligue a ello la ley.

2.4. Divulgación

Los aspectos de la RSC habitualmente se comunican a través de informes separados con múltiples denominaciones: informes de Responsabilidad Social Corporativa, informes de Responsabilidad Social Empresarial, informes de RSC, informes de RSE, informes de responsabilidad social, informes de reputación, informes sociales, informes de sostenibilidad o memorias de sostenibilidad. Los términos más adecuados son «Informes de Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa» o «Informes de RSEC».

El futuro es que los «Informes de RSEC» estén incluidos en el Informe Anual, acompañando a los Estados Financieros y el Informe de Auditoría. Esta incorporación debería realizarse a nivel mundial, pero adaptándose a los requisitos de la legislación mercantil y contable de cada país.

El Registro Mercantil español obliga a presentar en el Registro Mercantil de la provincia en la que radique el domicilio social, la siguiente documentación: (a) Instancia de presentación de las cuentas, (b) Hoja de datos generales de identificación, (c) Declaración medioambiental, (d) Modelo de autocartera, (e) Cuentas Anuales, formadas por los estados financieros Balance de situación, Cuenta de pérdidas y ganancias, Estado de ingresos y gastos reconocidos (excepto pymes), Estado total de cambios en el patrimonio neto y Estado de flujos de efectivo (únicamente en modelo de presentación normal), y la Memoria, (f) Certificación de la aprobación de las cuentas anuales, conteniendo la aplicación de resultados, (g) Informe de gestión (únicamente en modelo de presentación normal), (h) Informe de auditoría, cuando la sociedad esté obligada a auditarse o si la minoría lo solicitase, y (i) Certificación acreditativa de que las cuentas depositadas se corresponden con las auditadas. Por lo tanto, en España los Informes de RSEC deberían incluirse en el Informe Anual que se deposita obligatoriamente en el Registro Mercantil, sustituyendo (ampliando sus contenidos) a la Declaración medioambiental.

La inclusión de los Informes de RSEC en la información periódica obligatoria que tienen que presentar las empresas, dentro del Informe Anual, es muy positiva, porque tendría un lugar preferente para mostrar su información. Con ello se podría alcanzar la triple rendición de cuentas, triple balance, triple cuenta de resultados, *triple reporting* (económico, social y medioambiental) o *triple bottom line* (*profit, people and planet*) [término acuñado por (ELKINGTON: 1997)].

Para que la información de la RSEC pueda tener un lugar tan destacado, debe cumplir dos requisitos. El primero es un nivel alto de estandarización, oportunidad, relevancia, comprensibilidad, comparabilidad y fiabilidad, pues el resto de información contable del Informe Anual ya posee todas estas características. El segundo es que debe poseer concordancia con la información contable del Informe Anual, por lo que debe ser consecuente con lo allí establecido, fundamentalmente con la hipótesis de gestión continuada y de entidad.

El grupo BBVA (2011) deja de realizar el informe de Responsabilidad Corporativa, que venía publicando desde 2002, e integra sus indicadores sociales, medioambientales y extrafinancieros en el Informe Anual de 2010. El segundo Informe Anual integrado es el de AECA (2011), que integra la información voluntaria sobre aspectos sociales y medioambiental, expresados en unos términos com-

parables y verificables, de forma que complementa a la información económico-financiera, con el objetivo de ofrecer una visión completa de la realidad de la organización y de los resultados obtenidos.

Una vez que ya está claro cómo divulgar la información, es necesario concretar los contenidos. Para identificar cuáles son, el mejor camino es observar los esfuerzos realizados por los organismos internacionales más prestigiosos. Las propuestas de los organismos son muy numerosas. La OCDE (2001), en su *Codes of Corporate Conduct*, enumera 233 códigos; la OIT (2011: 2980, 13.03.1) 215 relacionados con las condiciones de trabajo; el proyecto Sigma (*The Sigma Guidelines Toolkit*) 20 iniciativas relevantes; y la Comisión Europea (2003.a), en el *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, recoge las 19 principales.

Esta disparidad de proyectos puede clasificarse de diversas maneras. Una posible diferenciación es en función de su naturaleza, de forma que se realice una clasificación en cuatro grandes grupos [una clasificación similar fue realizada por ÁLVAREZ (2009, 677-697)]. En primer lugar, las iniciativas llevadas a cabo por organismos internacionales (ONU, OIT, OCDE, UE). En segundo lugar, las propuestas que tengan como objeto incidir en la gestión de la compañía (*Clarkson Center of Business Ethics*, *Nippon Keidanren*, Libro Blanco, *The Global Sullivan Principles*, *Balanced scorecard*, ISO 26000, *British Standard 7750*, TQEM). En tercer lugar, las normas de auditoría para verificar la información (AA1000 SERIES, SA 8000, EMAS). Por último, las memorias de sostenibilidad, tanto las realizadas por empresas y grupos, como el *Global Reporting Initiative*.

2.5. Marcos reguladores internacionales

2.5.1. Organización de las Naciones Unidas

La ONU es el organismo internacional más activo en la elaboración y difusión de instrumentos de RSEC. La «Conferencia de Estocolmo» (1972) centraba la atención en temas medioambientales, especialmente los relacionados con la degradación ambiental y la «contaminación transfronteriza» (contaminación que no reconoce límites políticos o geográficos y, por lo tanto, afecta a todos los países). La «Declaración de Río» (1992) señaló que los factores sociales, económicos y medioambientales son interdependientes. La «Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de Johannesburgo» (2002) reunió a jefes de estado y de gobierno, dirigentes de las organizaciones no gubernamentales, empresas y otros grupos de agentes sociales y económicos. Su objetivo fue centrar la atención del mundo y tomar medidas directas en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y la conservación de los recursos naturales en un planeta en el que la población crece cada vez más, aumentando así la demanda y consumo de alimentos, agua, vivienda, energía, servicios sanitarios y seguridad económica.

Además de estas declaraciones de voluntad de solucionar los problemas sociales y medioambientales globales, la ONU ha desarrollado mecanismos destinados a gobiernos y empresas. Entre los dedicados a los gobiernos, el más destacado es el Protocolo de Kyoto. Entre los dedicados a empresas son fundamentales dos: las Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos (ONU: 2003) y el Pacto Mundial (ONU: 2011).

Las Normas de la ONU dedicadas a empresas no constituyen obligaciones vinculantes para los países, sin embargo, la naturaleza del organismo impulsor les otorga mayor autoridad que muchos códigos de conducta aplicables obligatoriamente por las compañías.

Las Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos fueron adoptadas por la Subcomisión de la ONU para la promoción y protección de los Derechos Humanos en 2003. Las 19 Normas se agrupan en:

- Obligaciones generales.
- Derecho a la igualdad de oportunidades y a un trato no discriminatorio.
- Derecho a la Seguridad Social.
- Derechos de los trabajadores.
- Respeto de la soberanía nacional y de los derechos humanos.
- Obligaciones en materia de protección del consumidor.
- Obligaciones en materia de protección del medio ambiente.
- Disposiciones generales sobre su aplicación.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (*Global Compact*) es la mayor iniciativa de Responsabilidad Social Corporativa del mundo, con más de 8.000 entidades firmantes en 135 países. En España, la iniciativa llegó en 2002 de la mano de la Fundación Rafael del Pino, aunque no tomó forma hasta el año 2004, cuando se creó la Red Española del Pacto Mundial (<http://www.pactomundial.org>). Desde el 15 de noviembre de 2004, fecha en la que se celebró la III Asamblea del Pacto Mundial de Naciones Unidas, *Global Compact* opera en España a través de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM).

Durante el Foro Económico Mundial de Davos, en 1999, el Secretario-General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, presentó la idea de un Pacto Global a los líderes mundiales del ámbito de negocios, del trabajo, así como a miembros de la sociedad civil. Participan en el Pacto los gobiernos, las compañías cuyas acciones se pretende influenciar, los trabajadores y el conjunto de la sociedad que se beneficia de tener empresas socialmente responsables. Su objetivo es que las prácticas corporativas de las empresas de todo el mundo cumplan una serie de principios claves en las áreas de derechos humanos, estándares laborales y ambientales. En 1999, el Pacto Global comprendía nueve principios derivados de la «Declaración universal de Derechos Humanos», la «Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo» y la «Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo». En 2004, se añadió un principio relacionado con la lucha contra la corrupción.

Los 10 Principios del *Global Compact* se encuentran basados en cuatro Pilares. Tanto los Principios como los Pilares son identificados en el **cuadro 3**.

CUADRO 3. Principios del Global Compact.

Principios	
Derechos humanos	<p>1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente</p> <p>2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos</p> <p>3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva</p> <p>4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción</p> <p>5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil</p> <p>6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación</p>
Medio ambiente	<p>7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente</p> <p>8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental</p> <p>9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente</p>
Anticorrupción	<p>10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno</p>

FUENTE: *Elaboración propia a partir de Global Compact (ONU: 2011).*

2.5.2. Organización Internacional del Trabajo

La OIT centra sus estudios en la actuación de las compañías multinacionales y en los posibles instrumentos internacionales destinados a reglamentar su conducta y a fijar las condiciones que han de regir sus relaciones con los países de acogida, sobre todo con aquellos en vías de desarrollo. Esto se plasmó en la adopción, por su Consejo de Administración, en 1977, de la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social (OIT: 2011). La Declaración ofrece a las multinacionales, a los gobiernos, a los empresarios y a los trabajadores, orientaciones en materia de empleo, formación y relaciones laborales.

2.5.3. Organización para la Cooperación y el Desarrollo

Las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para Empresas Multinacionales fueron elaboradas en 1976, y revisadas en 2000 (OCDE: 2001).

La vocación de las Directrices es garantizar que las actividades de las empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.

Las Directrices son recomendaciones voluntarias, dirigidas por los gobiernos, a compañías multinacionales. Enuncian principios y normas éticas de la empresa, incluyendo el empleo y las relaciones laborales, los derechos humanos, el medio ambiente, la revelación de información, la lucha contra el soborno, los intereses del consumidor, la ciencia y la tecnología, la competencia y la tributación. Los gobiernos que se han adherido a las Directrices se comprometen a promoverlas entre las compañías multinacionales que operan en sus territorios (OCDE, 2004).

2.5.4. Unión Europea

En el año 2000, la Comisión Europea publicó el «Libro Blanco sobre Responsabilidad Ambiental» (UE, 2000.a), donde se hizo hincapié en los diversos desastres ecológicos producidos por irresponsabilidades empresariales. Estas actuaciones irresponsables tienen como consecuencia una serie de costes muy importantes para la sociedad. En el Libro Blanco, la Comisión pretende establecer una estructura para un futuro régimen comunitario de responsabilidad medioambiental, encaminado a la aplicación del principio de que quien contamina un bien público deberá hacerse cargo de sus consecuencias negativas.

En julio de 2001, la Comisión elabora el marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, denominado «El Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas» (UE, 2001.a).

En el mismo año se publica la «Recomendación de la Comisión Europea relativa al reconocimiento, medición y publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de empresas» (UE, 2001.b), en la que se establece una iniciativa en materia de contabilidad medioambiental para los estados financieros individuales y consolidados. Con esta aporta-

ción, la Unión Europea no pretende diseñar un informe independiente y complementario a los estados financieros; el objetivo es informar sobre estos asuntos dentro del Libro Diario, incluyendo conceptos como «gasto medioambiental» o «capitalización del gasto medioambiental».

En 2002, la Comisión presentó su Comunicación relativa a la responsabilidad social de las empresas, denominada «Una contribución empresarial al desarrollo sostenible» (UE, 2002).

Posteriormente, el Parlamento Europeo aprobó la Directiva 2003/51/CE, por la que se modificaban varios aspectos de la IV y la VII Directiva. La Directiva establecía la importancia de revelar, dentro de los informes de gestión de los grupos consolidados, información relativa al medioambiente y al personal de la compañía (UE, 2003.b).

A comienzos de 2005, la Comisión Europea inicia la estrategia de Lisboa, que reconoce que Europa necesita convertirse en una economía dinámica para conseguir objetivos sociales y ambientales más amplios. En la «Guía Integrada de Crecimiento y Empleo (2005-2008)», la Comisión recomendó que los Estados miembros debían «(...) apoyar a las empresas para desarrollar su responsabilidad social corporativa».

En la Comunicación sobre Responsabilidad Social Corporativa de marzo de 2006, la Comisión se fijó el objetivo de trabajar con todos los grupos de presión relevantes para «(...) hacer de Europa un polo de la excelencia sobre RSC», convencidos de que el potencial de la Responsabilidad Social Corporativa puede colaborar en el desarrollo sostenible, el crecimiento económico, favorecer el empleo, mejorar el uso de los recursos naturales, potenciar el rendimiento de la innovación, reducir la pobreza y aumentar el respeto de los derechos humanos (UE, 2006).

2.6. Herramientas para mejorar la gestión

2.6.1. *Clarkson Centre of Business Ethics*

El *Clarkson Centre of Business Ethics*, centro de ética de los negocios, dependiente de la Universidad de Toronto, redactó los principios que deben cumplir los gestores: los principios del *Clarkson Centre of Business Ethics*. La guía considera que la adopción de una estructura de gestión basada en la teoría de los grupos de interés o *stakeholders* puede contribuir al éxito y supervivencia de la compañía, además de crear una relación positiva con los diferentes grupos de interés.

2.6.2. *Nippon Keidanren*

La guía y principios de la Federación de Negocios de Japón, *Nippon Keidanren*, surgieron en 1991 (revisado en 2004), con el objetivo de promocionar la confianza pública en los negocios, mediante la estimulación de los más de 1.600 afiliados de su organización en la implementación de aspectos éticos en la gestión empresarial. El documento, de aplicación voluntaria, recoge ocho principios de actuación sobre actividades de mecenazgo, desarrollo de las comunidades locales y el buen comportamiento medioambiental.

2.6.3. *Keizai Doyukai*

El Libro Blanco Corporativo sobre Responsabilidad Social Corporativa fue publicado por la Asociación Japonesa de Ejecutivos Keizai Doyukai en 2003. Este documento proporciona una visión holística de la compañía, la cual no se limita a su valoración financiera (CHUA, 2005). La guía proporciona 110 indicadores, financieros y no financieros, clasificados en cuatro categorías, que a su vez están relacionadas con diferentes agentes: mercado (clientes, accionistas, proveedores, competidores), medio ambiente (generación actual, futuras generaciones), personas (trabajadores, ejecutivos) y sociedad (comunidad local, sociedad civil, comunidad global).

2.6.4. *The Global Sullivan Principles of Social Responsibility*

En 1977, el Reverendo Sullivan desarrolló *The Global Sullivan Principles of Social Responsibility*, un código de conducta para buscar el respeto de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades en las compañías que operaban en Sudáfrica (*The Global Sullivan Principles*: 2011).

Estos principios han sido el mayor esfuerzo para combatir la discriminación racial en los puestos de trabajo de las empresas que operaban en Sudáfrica, contribuyendo así al desmantelamiento del *apartheid*. *The Global Sullivan Principles of Social Responsibility* están formados por ocho principios donde se insta a las empresas a respetar los derechos humanos, la libertad de asociación, la igualdad de oportunidades de todos los trabajadores y la mejora de la calidad de vida de las comunidades donde opera la empresa. Posteriormente, estos principios han ido incluyendo, como elementos de la responsabilidad social de las empresas, el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y los derechos humanos.

2.6.5. *Balanced scorecard*

El *Balanced scorecard* o Cuadro de Mando Integral fue implementado como un instrumento de gestión y control de la empresa. Los propios autores (KAPLAN y NORTON: 1993, 57) ya consideraban la posibilidad de añadir más apartados a sus cuatro perspectivas clásicas (financiera, clientes, procesos internos, y aprendizaje y crecimiento) si la dirección de la compañía consideraba esta información necesaria para realizar una gestión eficiente.

Diversas investigaciones han analizado la posibilidad de integrar la información medioambiental y social en el Cuadro de Mando Integral. Para poder realizar la implementación de las perspectivas sociales y medioambientales, existen dos enfoques. Por un lado, JOHNSON (1998) considera la posibilidad de incluir indicadores sociales y medioambientales en la estructura existente del *balanced scorecard*. Por otro lado, FIGGE y HAHN (2004) proponen que los indicadores sociales y medioambientales se agrupen en apartados adicionales, con lo que pasaríamos de los cuatro apartados iniciales a seis. Con cualquiera de las dos ampliaciones, el *balanced scorecard* se convertiría en un instrumento útil para supervisar la actuación social y medioambiental de la compañía; además, permitiría un análisis de las relaciones causa-efecto respecto a la estrategia establecida previamente en materia social y medioambiental.

2.6.6. *International Organization for Standardization*

The International Organization for Standardization (ISO) es una organización no gubernamental establecida en 1947. Su misión es promover el desarrollo de normas para facilitar el intercambio internacional de bienes y servicios.

La ISO ha elaborado una Norma que proporciona directrices para la responsabilidad social: la ISO 26000 (ISO, 2010). Esta norma es de uso voluntario y, por lo tanto, no es una norma de certificación. Aunque se denomine «guía», se trata de una norma internacional no certificable, por lo que muestra lo que las organizaciones «deberían» hacer y no qué «deben» hacer.

Su objetivo es ayudar a las organizaciones a establecer y mejorar las estructuras de RSEC, y facilitar la comunicación de los compromisos y actividades relacionadas con RSEC.

La Norma es fruto del consenso internacional de 450 expertos, 99 países y 42 organizaciones internacionales representantes de consumidores, administraciones, industria, ONG y trabajadores.

La importancia de la ISO 26000 es que es un documento que permite establecer comparaciones, lo que permitirá, en un futuro, la implementación de la responsabilidad social en todo el mundo.

2.6.7. *British Standards Institution*

British Standards Institution (BSI) publicó en 1995 la norma *British Standard 7750* que fue el primer sistema de administración ambiental certificable. Su desarrollo comenzó en 1992 basada en la Ley de Protección Ambiental del Reino Unido de 1990. La intención era que sus requisitos fueran compatibles con la regulación sobre eco-administración y auditoría de la Unión Europea.

El núcleo de la BS 7750 es el llamado registro de efectos, que requiere que las empresas investiguen cuáles son los efectos ambientales de sus actividades, decidan cuáles son los más importantes y establezcan objetivos y metas para reducirlos. Periódicamente, se debe auditar el avance logrado. El registro de efectos proporciona una estrategia para identificar los problemas ambientales y llevar a cabo acciones para resolverlos. Este sistema permite, además, que un auditor determine si la empresa tiene un método adecuado para definir lo que esta considera como efectos importantes. Las empresas que aplican esta norma están obligadas a difundir públicamente los planes y objetivos ambientales corporativos.

2.6.8. *Global Environmental Management Initiative*

Global Environmental Management Initiative (GEMI) fue la primera organización de ámbito mundial que unificó la cultura ambiental y la calidad total. GEMI emitió en 2009 el *Total Quality for Environmental Management (TQEM)*. El TQEM es un programa que desarrolla el concepto de calidad total, dando un papel importante dentro de la misma a las estrategias ambientales (GEMI, 2009).

2.7. Normas para verificar la información

2.7.1. *Institute of Social and Ethical Accountability*

Institute of Social and Ethical Accountability es una organización profesional londinense sin ánimo de lucro y participada por empresarios, ONG y escuelas de negocios.

Este instituto publicó, en 1999, la norma «AA1000 Assurance Standard» (*Institute of Social and Ethical Accountability*: 2011) inspirada en la ISO 9001 y la ISO 14001. La norma persigue definir las mejores prácticas en auditoría social, registro contable y emisión de informes, haciendo especial referencia a la comunicación y entendimiento con los grupos de interés, eje de una empresa socialmente responsable.

En marzo de 2003, se publicó la norma *AA1000 Series*, basada en el marco conceptual de la AA1000 y con módulos específicos que ayudan a las empresas a ser socialmente responsables (CALVO *et al.*, 2007).

Esta norma se articula en torno a cuatro módulos específicos: Gobierno y gestión del riesgo, Medición y comunicación de la calidad del compromiso con los grupos de interés, Integración de los procesos de rendición de cuentas y Aplicación para pequeñas y medianas empresas.

El *AA1000 Series* puede servir de referencia a la organización durante el proceso de definición de indicadores y objetivos de sostenibilidad, para la medición del grado de consecución de los mismos, en la auditoría y presentación de sus niveles de desempeño, así como en el establecimiento de mecanismos de retroalimentación.

2.7.2. *Social Accountability International*

Social Accountability International (SAI) es una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro con sede en Estados Unidos, participada por empresas, trabajadores, sindicatos, gobiernos, inversores y organizaciones no gubernamentales. El objetivo de SAI es mejorar las condiciones de trabajo en todo el mundo, mediante el desarrollo y la promoción de normas adoptadas voluntariamente por las compañías que certifican su responsabilidad en temas sociales y laborales. Este organismo presentó, en 1997, la Norma SA8000 (SAI: 2011), que versa sobre las condiciones de trabajo, basada en los principios de la OIT, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

Los criterios fijados en la Norma SA8000 se relacionan con los siguientes aspectos: trabajo infantil, trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo y remuneración.

La Norma SA8000 es una norma auditable sobre condiciones laborales porque va acompañada de un sistema de verificación independiente. La mayoría de las empresas que la han adoptado son empresas minoristas, manufactureras del sector textil, juguetero y zapatero, y del sector eléctrico y agrícola.

2.7.3. Unión Europea

La Unión Europea posee una serie de mecanismos que tienen como objetivo el establecimiento de un sistema voluntario de gestión y auditoría medioambiental: EMAS II (Reglamento CE, n.º 761/2001).

La utilidad de un sistema de gestión medioambiental es que permite dotar a la organización de un modelo estructurado para la consecución de mejoras continuas en la gestión de aspectos organizativos relacionados con el medio ambiente.

Uno de los aspectos esenciales es la propuesta de inclusión de información medioambiental dentro de la información financiera tradicional, en forma de un estado medioambiental. El estado medioambiental debe interpretarse como un informe sobre el impacto medioambiental o como un balance ecológico.

La publicación del Estado o Informe Medioambiental es imprescindible para registrarse en el esquema EMAS (UE, 2000.b). Este registro es voluntario, y está abierto a todas las compañías que tienen incidencia sobre el medio ambiente. EMAS les ofrece unos medios para gestionar los efectos y mejorar su comportamiento medioambiental.

2.8. Memorias de sostenibilidad

2.8.1. Memorias de sostenibilidad de empresas

Algunas compañías especialmente sensibles publican información social y medioambiental voluntariamente (PATTEN, 1992) (DEEGAN *et al.*, 2000) (CHO, 2009). Esta medida se ha explicado doctrinalmente basándose en dos teorías: como mecanismo defensivo y legitimador (RICHARDSON, 1987) (BROWN y DEEGAN, 1999) (CAMPBELL, 2000) (DEEGAN, 2002) (HUSILLOS, 2007) o como una demanda de los agentes implicados (FREMAM, 1984) (CLARKSON, 1995) (JONES, 1995) (WHEELER y SILLANPAA, 1998). Con objeto de informar a los grupos de interés de los resultados económicos, sociales y medioambientales se fueron desarrollando las memorias de sostenibilidad.

Existen diferentes opciones en cuanto a la manera de presentar la información. Las empresas publican un creciente volumen de información social y medioambiental, ya sea de manera voluntaria (GRAY *et al.*, 1995; MONEVA y LLENA, 1996; UNERMAN, 2000; GARCÍA-AYUSO y LARRINAGA, 2003; PATTEN y CRAMTON, 2004; ÁLVAREZ y GARAYAR, 2007), ya sea de forma obligatoria (SHAMEEK y COHEN, 1997; BLACCONIERE y PATTEN, 1994; LARRINAGA *et al.*, 2002; FREEDMAN y PATTEN, 2004; LLENA *et al.*, 2007; CRIADO *et al.*, 2008), tanto en sus informes anuales como en declaraciones medioambientales separadas.

Los informes sociales y/o medioambientales independientes representan un paso enorme en la atención a los grupos de interés (GRAY *et al.*, 1996). Estos documentos han sido denominados de muchas formas: informes medioambientales, informes sociales, informes de responsabilidad social corporativa. La acepción más extendida es la de memoria de sostenibilidad, posiblemente debido a que es la denominación establecida por el mayor referente internacional, la *Global Reporting Initiative* (MONEVA, 2007).

La profesión contable puede ayudar enormemente al RSEC con la emisión de adecuados informes de sostenibilidad por parte de las empresas en las que trabajan. Para mantener los mecanismos necesarios para impulsar la sostenibilidad, las organizaciones, gobiernos, autoridades fiscales, reguladores de mercados y otros usuarios de la información necesitan contar con información comprensible, comparable, cuantificable, relevante y fiable. Los informes de RSEC, al igual que los estados financieros, no solo deben informar de lo realizado en el pasado, sino también informar de sus compromisos.

El informe de RSEC debe asegurar que la compañía y los diferentes agentes interesados tengan la información disponible para mantener los mecanismos que realzan la sostenibilidad. Por tanto, son necesarios informes respecto a la actuación de la compañía y los procesos para garantizar la fiabilidad de la información (ICAEW, 2004).

2.8.2. *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)*

Global Reporting Initiative (GRI) fue elaborada conjuntamente por la *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en 2000 (GRI: 2011).

El *GRI* es un marco flexible, de carácter voluntario, que pretende guiar la forma de realizar informes referidos a la sostenibilidad, de tal manera que el lenguaje sea uniforme y los parámetros comunes, lo que facilita su comparabilidad.

La tercera versión de la guía, denominada «guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad» (G3), es el estándar internacional más utilizado, fundamentalmente porque ha creado un lenguaje común. El contenido de G3 está estructurado en dos partes: la primera constituida por los principios y orientaciones para la elaboración de memorias, y una segunda parte que la constituyen los contenidos básicos.

El G3 se basa en los indicadores de desempeño, que son variables cuantitativas, o una relación entre variables, que permite medir el grado de cumplimiento del objetivo a evaluar. El contenido de los indicadores de desempeño del G3 aparece en el **cuadro 4**.

CUADRO 4. *Indicadores de desempeño de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (G3).*

1. Económicos	1. Desempeño económico 2. Presencia en el mercado 3. Impactos económicos indirectos
2. Sociales	1. Aspectos laborales 2. Derechos humanos
	.../...

.../...	3. Sociedad 4. Responsabilidad sobre los productos
3. Medioambientales	1. Aspectos materiales 2. Aspectos de energía 3. Aspectos de agua 4. Biodiversidad 5. Emisiones, vertidos y residuos 6. Productos y servicios 7. Cumplimiento normativo 8. Transporte 9. General

FUENTE: *Elaboración propia a partir de G3 del GRI.*

El 26 de mayo de 2010 se publicó la Guía G3.1 que incluye novedades en derechos humanos, género y comunidad. Además, en esa misma fecha, el GRI plantea sus dos objetivos a largo plazo. En 2015 todas las empresas situadas en países de la OCDE o en economías emergentes deberán informar públicamente sobre su desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo. En 2020 todas las empresas deberán publicar Informes de RSCE; en caso de no publicarlo deben explicar la razón (al igual que el gobierno danés incluyó el principio *comply or explain*).

A más largo plazo, el GRI pretende que las empresas rindan cuentas públicamente sobre el desempeño social, laboral, ambiental y de gobierno corporativo al mismo nivel que sobre los datos financieros.

3. CONCILIACIÓN ENTRE COSTES SOCIALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y CORPORATIVA

Las empresas, a través de los informes de RSEC, intentan dar una imagen de que están interesadas en proteger a los ciudadanos, sus empleados y al medio ambiente.

Para que la información sea completa, el futuro pasa porque los Informes de RSEC de las empresas muestren la lealtad de la compañía a la globalidad de la sociedad, y cada uno de sus miembros, con información sobre los esfuerzos que está realizando la empresa para reducir todos y cada uno de los costes sociales.

En el **cuadro 5** se realiza una comparación entre las diferentes versiones de Informes de RSEC y los contenidos allí encontrados.

CUADRO 5. Contenidos de cada versión de Informes de RSEC.

RSC	ONU. Normas empresas transnacionales	ONU. Global Compact	OIT	OCDE	UE. Libro Verde	Clarkson	Nippon Keidanren	Keizai Doyukai	Global Sullivan	Balanced Scorecard modificado	BS 7750	TQEM	AA1000	SA8000	UE. EMAS	GRI
Dimensiones																
Derechos humanos																
Seguridad y salud en el trabajo	Sí	Sí	NO	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Trabajo infantil	Sí	Sí	NO	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Trabajo forzoso	Sí	Sí	NO	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Libertad de asociación/negociación colectiva	Sí	Sí	NO	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Remuneraciones	Sí	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Derechos pueblos en vías de desarrollo	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Nombramiento de responsable en área de recursos humanos	NO	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Medidas disciplinarias	Sí	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	Sí
Comportamiento del personal de seguridad	Sí	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí
Horas de trabajo/horas extra	Sí	Sí	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	Sí	NO	NO
Medio ambiente																
Principio de precaución	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí
Ciclo de vida del producto	Sí	NO	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí
Participación de los <i>stakeholders</i> en cuestiones ambientales	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí (solo proveedores)
Responsable de área medioambiental	Sí	NO	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí
Formación medioambiental a los empleados	Sí	NO	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	NO	Sí	Sí	Sí
																.../...

Dimensiones	RSC	ONU. Normas empresas transnacionales	ONU. Global Compact	OIT	OCDE	UE. Libro Verde	Clarkson	Nippon Keidanren	Keizai Doyukai	Global Sullivan	Balanced Scorecard modificado	BS 7750	TQEM	AA1000	SA8000	UE. EMAS	GRI
...																	
Existencia de códigos de conducta medioambiental		SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
Política pública sobre cuestiones medio-ambientales		SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
Trabajadores																	
No discriminación		SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ
Formación		SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ
Reducciones de plantilla/despidos		NO		SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ
Acoso/abusos		SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ
Cuidado de infancia		SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	NO
Cuidado de tercera edad		NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Consumidores																	
Marketing/publicidad		SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Calidad del producto		SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Seguridad del producto		SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Privacidad del consumidor		NO	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Tratamiento de productos defectuosos y gestión de quejas		NO	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Accionistas																	
Derechos de los accionistas		NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Resto de stakeholders																	
Proveedores		NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Competidores		NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO
																	.../...

Dimensiones	RSC	ONU. Normas empresas transnacionales	ONU. Global Compact	OIT	OCDE	UE. Libro Verde	Clarkson	Nippon Keidanren	Keizai Doyukai	Global Sullivan	Balanced Scorecard modificado	BS 7750	TQEM	AA1000	SA8000	UE. EMAS	GRI
...																	
Conducta empresarial																	
Cumplimiento de la legislación	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	SÍ
Actitud competitiva	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Corrupción/soborno	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Propiedad de la información/derechos de propiedad intelectual	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Prácticas ilegales	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Implicación en la Comunidad																	
Empleo de mano de obra local	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Empleo con colectivos con dificultades de acceso al empleo	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Fomento del desarrollo económico de la comunidad	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Fomento del desarrollo social de la comunidad	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Mecenazgo	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Ubicación física																	
Riesgos de la deslocalización	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Riesgos de la superconcentración	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
«Obsolescencia planificada»																	
Medidas para evitar «obsolescencia planificada»	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

FUENTE: Elaboración propia con adaptación parcial de GORDON (2001) y RIVERA (2007).

Para mostrar una información completa de los esfuerzos realizados para reducir los costes sociales, los Informes de RSEC deberían ofrecer información, por un lado, sobre las medidas que ha tomado la empresa para aumentar la vida útil de sus productos apartándose de la «obsolescencia planificada» de producción y, por el otro, sobre las medidas tomadas para desarrollar las comunidades locales y ubicarse en zonas que no proporcionen unos niveles excesivos de deslocalización y superconcentración.

La comunicación de los esfuerzos realizados para reducir los costes sociales ayudará a mejorar su reputación frente a clientes, proveedores, acreedores, consumidores y sociedad en general, pero además, será un dato más a tener en cuenta por los inversores a la hora de que la empresa, o sus participaciones, sean elegidas frente a otros productos alternativos de inversión en el mercado de capitales.

4. CONCLUSIONES

Con la actual crisis económica, la sensibilidad hacia la RSEC no disminuirá, pero sí variará, porque las empresas tendrán reticencias a invertir en temas sociales y medioambientales, que son los elementos que la compañía considera que son las menos rentables económicamente a corto plazo; sin embargo, el proceso de RSEC está lo suficientemente avanzado, e incrustado en la filosofía del tejido empresarial, como para que bruscamente desaparezca: el proceso del RSEC ya es imparable.

En la actualidad existe una crisis financiera y económica, pero sobre todo es una crisis de confianza. Con la crisis se dejará de poner el acento en cuestiones medioambientales o de género, y se pondrá el acento en el buen gobierno y la transparencia. En el futuro, los contenidos de la RSEC se ampliarán en tres temas: gobierno de la organización (buen gobierno, acceso al conocimiento, protección de patentes, propiedad intelectual y derechos de autor), ubicación física (beneficios y costes sociales por la ubicación física de las actividades, riesgos de deslocalización y superconcentración) y las medidas tomadas por la empresa para disminuir la «obsolescencia programada».

Bibliografía

ABRAMOVITZ, M. [1990]: *Thinking about growth and other essays of economic growth and welfare*, Business & Economics, Cambridge University Press, Cambridge.

ÁLVAREZ ETXEBERRÍA, I. [2009]: «Las memorias de sostenibilidad: un instrumento para la gestión de la sostenibilidad», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, n.º 144, octubre-diciembre, págs. 677-697.

ÁLVAREZ ETXEBERRÍA, I. y GARAYAR ERRO, A. [2007]: «Incidencia de la GRI de emisiones en las memorias de sostenibles», *Ekonomiaz* (monográfico: «Responsabilidad social de la empresa más allá de la sabiduría convencional»), n.º 65, págs. 319-341.

- [2006]: «La responsabilidad social corporativa en las memorias de sostenibilidad. Una aproximación al estado de la cuestión», *Responsabilidad Social e Información Medioambiental de la Empresa*, AECA, págs. 101-120.
- American Accounting Association (AAA) [1957]: «Accounting and reporting standard for corporate financial statements», AAA, Sarasota, Florida (*Accounting Review*, october).
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) [2011]: Informe Anual 2010, AECA, Madrid.
 - [2004]: *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*, AECA, Madrid.
- BAUMOL, W. [1964]: *Business behavior, value and growth*, MacMillan Company, New York.
- BBVA [2011]: *Informe Anual 2010*, BBVA, Madrid.
- BLACCONIERE, W.G. y PATTEN, D.M. [1994]: «Environmental disclosures, regulatory costs, and changes in firm value», *Journal of Accounting and Economics*, 18, págs. 357-377.
- BOWEN, H.R. [1953]: *Social Responsibilities of the Businessman*, Harper & Row, New York.
- BROCK, H.R. y PALMER, C.E. [1981]: *Accounting Principles and Applications*, McGraw-Hill, New York.
- BROWN, N. y DEEGAN, C. [1999]: «The public disclosure of environmental performance information: a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory», *Accounting and Business Research*, 37 (1), págs. 21-41.
- BULOW, J. [1986]: «An Economic Theory of Planned Obsolescence», *Quarterly Journal of Economics*, 101, págs. 729-749.
- CALVO, J.A.; GARAYAR, A. y ÁLVAREZ, I. [2007]: «Informes de sostenibilidad: el estado del arte», *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 17 (1), págs. 63-98.
- CAMPBELL, D.J. [2000]: «Legitimacy theory or managerial reality construction? Corporate social disclosure in Marks and Spencer Plc corporate reports, 1969-1997». *Accounting Forum*, 24 (1), págs. 80-100.
- CARROL, A.B. [1991]: «The pyramid of Corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders», *Business horizons*, 34 (4), págs. 39-48.
 - [1983]: «Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding?», *Vital Speeches of the Day*, 49, págs. 604-608.
 - [1979]: «A three dimensional conceptual model of corporate performance», *Academy of Management Review*, 4 (4), págs. 497-505.
- CASTAÑO TAMAYO, R.A. [2004]: *La publicidad un freno al desarrollo. Elementos para un juicio crítico sobre la llamada industria publicitaria*, Sello Editorial, Medellín.
- CHO, C.H. [2009]: «Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster: A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents», *European Accounting Review*, 18 (1), págs. 33-62.
- CHO, C.H. y PATTEN, D.M. [2007]: «The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: a research note», *Accounting, Organizations and Society*, 32 (7), págs. 639-647.
- CHUA, W.F. [2005]: *Extended performance reporting: An overview of techniques*, The Institute of Chartered Accountants in Australia, Sydney.
- CLARKSON, M.B.E. [1995]: «A Stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance», *Academy of Management Review*, 20 (1), págs. 92-117.
- Committee for Economic Development [1971]: *Social responsibilities of business corporations*, Committee for Economic Development, New York.
- CRiado, I.; FERNÁNDEZ, M.; HUSILLOS, F.J. y LARRINAGA, C. [2008]: «Compliance with mandatory environmental reporting in financial statements: the case of Spain (2001-2003)», *Journal of Business Ethics* 79 (3), págs. 246-272.

- DAVIS, K. [1973]: «The case for against business assumption of social responsibilities», *Academy of Management Journal*, 16, págs. 312-322.
- [1960]: «Can business afford to ignore social responsibilities?», *California Management Review*, 2, págs. 70-76.
- DAVIS, K. y BLOMSTROM, R.L. [1966]: *Business and its environment*, McGraw-Hill, New York.
- DEEGAN, C. [2002]: «The legitimizing effect of social and environmental disclosures: a theoretical foundation», *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15 (3), págs. 282-311.
- DEEGAN, C. y RANKIN, M. [1997]: «The materiality of environmental information to users of annual reports», *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 10 (4), págs. 562-583.
- DEEGAN, C.; RANKIN, M. y VOGHT, P. [2000]: «Firms' disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence», *Accounting Forum*, 24 (1), págs. 101-130.
- DE LA DEHESA, G. [2002]: *Comprender la globalización*, Alianza Editorial, Madrid.
- ELKINGTON, J. [1997]: *Cannibals with forks: the triple bottom line of the 21st Century Business*, Capstone, Oxford.
- EPSTEIN, E. [1987]: «The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness», *California Management Review*, 29 (3), págs. 99-114.
- FERNÁNDEZ, R. [2005]: *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*, Thompson Editores, Madrid.
- FIGGE, F. y HAHN, T. [2004]: «Sustainable Value Added –Measuring Corporate Contribution to Sustainability», *Ecological Economics*, 2, págs. 173-187.
- FITCH, H.G. [1976]: «Achieving Corporate Social Responsibility», *Academy of Management Review*, 1 (1), págs. 38-46.
- FREDERICK, W. C. [1960]: «The growing concern over business responsibility», *California Management Review*, 2 (4), págs. 54-61.
- FREEDMAN, M.; PATTEN, D. M. [2004]: «Evidence on the pernicious effect of financial report environmental disclosure» *Accounting Forum*, 28, págs. 27-41.
- FREEMAN, R.E. [1984]: *Strategic Management: A Stakeholder approach*, Pitman, Boston.
- Fundación Corresponsables [2010]: *Anuario PYMES 2010*, Fundación Corresponsables, Barcelona.
- GARCÍA-AYUSO, M. y LARRINAGA, C. [2003]: «Environmental Disclosure in Spain: Corporate Characteristics and Media Exposure», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 32 (115), págs. 184-214.
- GARZA, G. y PARTIDA, V. [1988]: *Hacia la superconcentración espacial*, Demos Carta Demográfica sobre México, México.
- Gemi [2009]: *Enhancing Our Commitment to a Sustainable Future: 2009 Progress report*. London.
- Global Reporting Initiative [2011]: *The 2002 Sustainability Reporting Guidelines*, September, www.globalreporting.org, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- GRADY, P. [1966]: «Inventory of generally accepted accounting principles for business enterprises», *Accounting Research Study* n.º 7 (ARS n.º 7), American Institute of Certified Public Accountants, New York.
- GALVÁN FERNÁNDEZ, F. [2006]: *La economía: El mundo reciente (1985-2000)*, Ediciones Idea, Madrid.
- GILMAN, S. [1939]: *Accounting concepts of profit*, The Ronald Press Company, New York.
- GONZÁLEZ, G. [1993]: «Distribución de la población, ambiente y análisis regional», en IZAZOLA, H.; LERNER, S.: *Población y ambiente. ¿Nuevas interrogantes a viejos problemas?*, Sociedad Mexicana de Demografía. El Colegio de México y The Population Council, México.
- GRAY, R.H.; KOUHY, R. y LAVERS, S. [1995]: «Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure», *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8 (2), págs. 47-77.

- GRAY, R.; OWEN, D. y ADAMS, C. [1996]: *Accounting and Accountability*, Prentice-Hall Europa, London.
- KAPP, K.W. [1977]: *The Social Costs of Business Enterprise* (2nd revised and enlarged edition of Social Costs of Private Enterprise 1950), Spokesman University Paperback, Nottingham.
- HENDRIKSEN, E.S. [1982]: *Accounting Theory*, Irwin, Homewood, Illinois.
- HUSILLOS, F.J. [2007]: «Una aproximación desde la teoría de la legitimación a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 37 (133), págs. 97-122.
- ICAEW [2004]: *Information for better markets sustainability the role of accountants*, ICAEW, London.
- JOHNSON, D.S. [1998]: «Identification and selection of environmental performance indicators: Application of the Balanced Scorecard Approach», *Corporate Environmental Strategy*, 5 (4), págs. 35-41.
- JOHNSON, H.L. [1971]: *Business in contemporary society: Framework and issues*, Wadsworth, Belmont, California.
- JONES, T.M. [1995]: «Instrumental Stakeholders theory: A synthesis of ethics and economics», *Academy of Management Review*, 20 (2), págs. 404-437.
- [1980]: «Corporate social responsibility revisited, redefined», *California management Review*, 33(3), págs. 59-67.
- KAPLAN, R. y NORTON, D. [1993]: *Cuadro de Mando Integral*, Gestión 2000, Barcelona.
- INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY [2011]: *AA1000 Assurance Standard*, www.accountability.org.uk, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- LARRINAGA, C.; MONEVA, J. M.; LLENA, F.; CARRASCO, F. y CORREA, C. [2002]: «Accountability and accounting regulation: The case of the Spanish environmental disclosure standard», *European Accounting Review*, 11 (4), págs. 723-740.
- LLENA, F.; MONEVA, J.M. y HERNÁNDEZ, B. [2007]: «Environmental Disclosure and compulsory accounting standards: The case of Spanish annual reports», *Business Strategy and the Environment*, 16 (1), págs. 50-63.
- LONDON, B. [1932]: *Ending the depression through planned obsolescence*, Self-published, New York.
- MANNE, H.G. y WALLICH, H.C. [1972]: *The modern corporation and social responsibility*, American Enterprise institute for public Policy Research, Washington.
- MC GUIRE, J.W. [1963]: *Business and society*, McGraw-Hill, New York.
- MEIGS, W.R.; JOHNSON, C.E. y MEIGS, R.F. [1977]: *Accounting. The Basis for Business Decisions*, McGraw-Hill, Tokio.
- MONEVA, J.M. [2007]: «El marco de la información sobre responsabilidad social en las organizaciones», *Ekonomiaz*. Monográfico «Responsabilidad social de la empresa más allá de la sabiduría convencional», 65, págs. 285-317.
- MONEVA, J.M. y LLENA, F. [1996]: «Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en bolsa», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 25 (87), págs. 341-402.
- MOONITZ, M. [1973]: *Changibrockng Prices and Financial Reporting*, ICRA, Lancaster.
- NORVERTO LABORDA, M.C. [1996]: «Los principios contables en el Plan General de Contabilidad», *Actualidad Financiera*, marzo, págs. 87-103.
- ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS (ONU) [2011]: *Pacto mundial de las Naciones Unidas*, www.unglobalcompact.org, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- [2003]: *Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos*, Consejo Económico y Social, E/CN.4/Sub.2/2003/12/Rev.2, 26 de agosto de 2003.

- Organización Internacional del Trabajo (OIT) [2011]: *Declaración tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social*, www.ilo.org, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) [2004]: *El medio ambiente y las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales: Herramientas y enfoques empresariales*. Disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/6/47/35914152.pdf>, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- [2001]: «Codes of Corporate Conduct: Expanded Review of their Contents», *Working Papers on International Investment*, Number 2001/6.
- PATTEN, D.M. [1992]: «Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory», *Accounting, Organizations and Society*, 17 (5), págs. 471-475.
- PATTEN, D.M. y CRAMPTON, W. [2004]: «Legitimacy and the internet: an examination of corporate web page environmental disclosures», *Advances in Environmental Accounting and Management*, 2, págs. 31-57.
- PATON, W.A. [1922]: *Accounting Theory. With Special Reference to the Corporate Enterprise*, The Ronald Press Company, New York.
- PATON, W.A. y LITTLETON, A.C. [1940]: *Accounting Research n.º 3: An introduction to corporate accounting standards*, AAA, Chicago.
- PRADA, R. [2002]: *Creatividad e Innovación Empresarial*, Tecno-Press, Colombia, 2002.
- RICHARDSON, A. [1987]: «Accounting as a legitimating institution», *Accounting, Organizations and Society*, 12 (4), págs. 341-355.
- RIVERA, J.M. [2007]: *Políticas Públicas, Empresa y Desarrollo Sostenible. Un Enfoque Integral de Evaluación*, Tesis Doctoral, Universidad Jaume I, Castellón.
- RIVERO TORRE, P. [2010]: «Responsabilidad social corporativa e información financiera», *Rafael Muñoz. Empresario y Docente*, AECA, Madrid, págs. 185-194.
- SACCONI, L. [2006]: «A social contract account for CSR as an Extended model of corporate governance (I): Rational Bargaining and justification», *Journal of Business Ethics*, 68 (3), págs. 259-281.
- SCHWARTZ, M.S. y CARROL, A.B. [2003]: «Corporate social responsibility: A three-domain approach», *Business Ethics Quarterly*, 13 (4), págs. 503-530.
- SETHI, S. [1975]: «Dimensions of corporate social performance: An analytic framework», *California Management Review*, 17, págs. 58-64.
- SHAMEEK, K. y COHEN, M. [1997]: «Information as regulation: The effect of community right-to-know laws on toxic emissions», *Journal of Environmental Economics and Management*, 32, págs. 109-124.
- SHORT, D.G. [1993]: *Fundamentals of Financial Accounting*, Richard D. Irwin, Illinois.
- Social Accountability International (SAI) [2011]: *Social Accountability 8000*, www.sa-intl.org, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- Supreme Court [1976]: *Industries versus Nortway Inc.*, 426 U.S. 438,96S.Ct.2162,48aL. Ed. 2d 757. Washington.
- The Global Sullivan Principles [2011]: *The Global Sullivan Principles of Social Responsibility*, www.globalsullivanprinciples.org, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.
- UNIÓN EUROPEA [2006]: Directiva 2006/46/CE por la que se modifican las Directivas 78/660/CEE relativa a las cuentas anuales de determinadas formas de sociedad, 83/349/CEE relativa a las cuentas consolidadas, 86/635/ CEE relativa a las cuentas anuales y a las cuentas consolidadas de los bancos y otras entidades financieras, 14 de junio, Diario Oficial de la Unión Europea, Bruselas.
- [2003.a]: *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, abril, Comisión Europea, Bruselas.

- [2003.b]: Directiva 2003/51/CE, Consejo sobre las cuentas anuales consolidadas de determinadas formas de sociedades, bancos y otras entidades financieras y empresas del grupo. Boletín Oficial de la Unión Europea, Parlamento Europeo. Bruselas.
- [2002]: *Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*, COM/2002/0347, Bruselas.
- [2001.a]: LIBRO VERDE: *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, COM(2001) 366 final (DOUE 18/7/2001). Comisión Europea, Bruselas.
- [2001.b]: *Recomendación de la Comisión relativa al reconocimiento, la medición, y la publicación de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de empresas*, Comisión Europea, CE/2001/453. Diario Oficial de las Comunidades Europeas. Bruselas.
- [2000.a]: *Libro Blanco sobre responsabilidad ambiental*. Comisión Europea, Bruselas.
- [2000.b]: *Sistema voluntario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS)*, Consejo, CE n.º 21/2000, Diario Oficial de la Unión Europea. Bruselas.

UNERMAN, J. [2000]: «Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis», *Accounting Auditing and Accountability Journal*, 13 (5), págs. 667-680.

VEBLEN, T. [1919]: «Industrial and pecuniary employments», *The place of science in modern civilization and other essays*, The Viking Press, New York.

VITERI DÍAZ, G. [2011]: *Notas sobre globalización*, www.eumed.net/libros, consulta realizada el 15 de marzo de 2011.

WALTON, C.C. [2002]: *Corporate social responsibilities*, Wadsworth, Belmont, California.

WEMPE, J. y KAPTEIN, M. [2002]: *The balanced company. A theory of corporate integrity*, Oxford University Press, Oxford.

WHEELER, D. y SILLANPAA, M. [1998]: «Including the Stakeholders: The business case», *Long Range Planning*, 31 (2), págs. 201-210.