

LA FUNDACIÓN CAROLINA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Un compromiso responsable con la sociedad

INTRODUCCIÓN

El Programa de Responsabilidad Social de la Fundación Carolina (en adelante PRS y FC), iniciado en el año 2005 e incluido en los planes de actuación de la FC desde ese mismo año, se enmarca dentro de la nueva etapa y del objetivo fijado en el artículo 7 de sus Estatutos, de promocionar las relaciones culturales y la cooperación en los ámbitos educativo y científico entre España y los países de la Comunidad Iberoamericana de Naciones. Asimismo, el contenido y objetivos de dicho Programa se encuadran en el marco del Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008. Dentro del Plan Director, la Responsabilidad Social (RS) constituye una parte relevante de su estrategia y prioridad sectorial, un factor de decisión en los instrumentos de la cooperación española a la hora de adjudicar proyectos de desarrollo, así como un elemento de su política de cooperación a la hora de relacionarse con las empresas y el sector privado. En el caso de la Fundación se hace especialmente relevante, atendiendo a su «singularidad en el sistema español de la cooperación al desarrollo», su mandato, la naturaleza público-privada de sus patrocinadores y su enfoque geográfico hacia la Comunidad Iberoamericana de Naciones.

Este documento tiene como principal objetivo proporcionar información transparente sobre la relevancia estratégica del Programa de Responsabilidad Social para la FC, así como sobre los argumentos teóricos que lo sustentan. Pretende ser un elemento de referencia sobre el posicionamiento de la FC en RS de cara a los diferentes actores, así como a las instituciones que le apoyan. Por otro lado, trata de aportar criterios a la hora de seleccionar proyectos y actividades en las que debe involucrarse, así como marcar objetivos y metas hacia los que dirigirse con dicho Programa.

El documento se ha dividido en dos partes diferenciadas. La primera parte, denominada «As-

pectos clave de la Responsabilidad Social» aporta los diferentes argumentos teóricos desde el punto de vista económico, de la empresa y jurídico, así como el contexto internacional en el que se desenvuelve la RS, haciendo un especial énfasis en las instituciones multilaterales. La segunda parte, enfocada desde el punto de vista de la FC, intenta proporcionar elementos de juicio sobre las razones que soportan la decisión de incluir un Programa de RS, definir el papel que debe jugar la FC en la RS atendiendo a su especial naturaleza. Además, se establecen una serie de principios de actuación de la FC en materia de RS, sus objetivos y cómo deben conseguirse y, por último, se aportan criterios para poder seleccionar aquellos proyectos y actividades en las cuales la FC debe tener a la hora de participar.

I. ASPECTOS CLAVE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

I.1. *Conceptos clave*

En este apartado se pretende aportar una visión teórica sobre la que se apoyen, tanto la posición que adopte la FC en los temas claves de la RS, como la estrategia que se deba seguir para la consecución de sus objetivos. Se abordarán las principales definiciones existentes, la diferenciación sobre las denominaciones de RS, así como la voluntariedad o no de su inclusión en las políticas de las empresas.

En la exposición de los aspectos más relevantes de la Responsabilidad Social, es importante señalar previamente que, en la actualidad desde el punto de vista teórico, tanto desde la teoría económica, la teoría de la empresa, así como del derecho, no hay una teoría propiamente dicha sobre el tema. Por ello, se hace necesario establecer y delimitar las razones que sustentan la integración de la responsabilidad social dentro de las empresas y de las políticas públicas.

• *Definición y concepto de Responsabilidad Social*

Dentro de las numerosas definiciones que existen sobre RS, la más difundida y que refleja un mayor consenso es la que se incluye en el Libro Verde presentado por la Comisión Europea, en julio 2001, denominado *Fomentar un marco europeo*. La Comisión Europea define la RS como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (*stakeholders*)».

Esta definición supone la evolución de los planteamientos expuestos por el Secretario General de la ONU, Kofi Annan, ante el Foro Económico Mundial en Davos (Suiza), el 31 de enero de 1999, donde transmitió la idea de crear un Pacto Mundial de las Naciones Unidas (*Global Compact*) en materia de responsabilidad social de las empresas.

Por otro lado, debe señalarse que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) publicó en 1976 un documento denominado *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*, que fue revisado en el 2000, donde se enuncian «principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable con las legislaciones aplicables».

La definición de la UE, refleja, entre otros aspectos, la posición de Francia sobre el concepto de responsabilidad social, y condiciona la postura que debe adoptarse sobre la voluntariedad de la integración de la RS por parte de las empresas en las áreas mencionadas (social y medioambiental), así como en el aspecto interno y externo de su ámbito de aplicación. Asimismo, debe señalarse que refleja un concepto amplio de la responsabilidad social al no añadir el término «empresarial», es decir, limitando a que el sujeto activo de la

responsabilidad social sea solamente una empresa.

En francés, el uso del concepto «responsabilidad social empresarial» puede resultar confuso ya que no existe la distinción legal entre responsabilidad y obligación. El Derecho Romano, que es el derecho común y una de las bases fundamentales del derecho francés y español, incluye dentro del concepto de responsabilidad la necesidad de la existencia de un daño, un agente que lo provoque y un vínculo causal.

Otro aspecto a destacar es la distinción lingüística entre el concepto «social» entre el inglés y el francés. Mientras en los países anglosajones el concepto social nos refiere a sociedad, en los países francófonos nos dirige a las relaciones laborales.

En derecho español, el término «responsabilidad» se define como «la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer o aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente». En este sentido, se entiende que la empresa es consciente y asume las consecuencias del impacto de sus actividades. Tanto el impacto, como las consecuencias, implican aspectos positivos o negativos.

El uso de la terminología «corporativo» (del latín, *corporativus*) en el concepto podría implicar la asunción por parte de quien lo aplica de una visión restringida de la RS desde la empresa, ya que se limitaría a las grandes corporaciones, ya que el término inglés *corporate* se refiere a las grandes empresas. Constituye además un anglicismo, que debiera traducirse como empresarial y no como corporativo. En castellano, el término «corporativo» (Real Academia de la Lengua Española) nos refiere a «miembro de una corporación» y «corporación» a «cuerpo, comunidad, generalmente de derecho público, y a veces reconocido por la autoridad».

OTRAS DEFINICIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

«La responsabilidad social empresarial es el compromiso de la empresa a contribuir al desarrollo económico sostenible —trabajando con empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en su conjunto— para mejorar la calidad de vida, de manera que ambas sean buenas para el negocio y para el desarrollo». Banco Mundial.

«La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida». *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*.

«La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente». *Prince of Wales Business Leaders Forum (PWBLF)*.

«La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa». *Business for Social Responsibility (BSR)*.

La definición adoptada por la FC es la desarrollada por la UE y constituye su punto de referencia en este programa. La FC entiende además la RS como un enfoque integral por parte de la empresa y fruto de una política de largo plazo. Asimismo, y en relación con la terminología utilizada por la FC, debe considerarse como adecuado el uso de «Responsabilidad Social» o «Responsabilidad Social de las Empresas».

1.2. Diferentes perspectivas y enfoques

La RS no ha sido abordada en concreto por la teoría económica, la teoría de la empresa o desde un punto de vista jurídico. No obstante, la RS engloba una serie de aspectos singulares, fruto de la relación entre la empresa y su entorno, que nos permite aportar una visión integral de estos tres enfoques y que se exponen a continuación.

- *Desde la economía: las externalidades y la teoría de la economía del bienestar*

Desde un punto de vista teórico, hay dos aspectos que evidencian la necesidad de la existencia

de la RS. Por un lado, la presencia de externalidades positivas y, por otro, como consecuencia de la Teoría de la Economía del Bienestar.

— LAS EXTERNALIDADES

La actividad de las empresas genera, desde un punto de vista clásico, efectos positivos o negativos que pueden afectar a terceros. Estos efectos son consecuencia de la acción de producción o del consumo por parte de los individuos. Estos efectos se denominan externalidades, positivas o negativas. Asimismo, pueden darse varios tipos de externalidades dependiendo de quién las genera y quién las reciba. El problema surge porque el precio en el mercado no re-

fleja el coste marginal real y/o los beneficios marginales asociados con los bienes y servicios que se intercambian en el mercado.

El valor privado que los compradores asignarían a los bienes reflejaría la demanda, mientras que la oferta refleja los costes de los productores (coste privado). Si el Estado no interviene de ninguna forma, el precio actuaría como un instrumento que equipara las cantidades ofrecidas y demandadas. Se entiende que las fuerzas del mercado que intervienen son eficientes, ya que maximizan los excedentes de los compradores y vendedores. Pero el problema surge especialmente cuando nos encontramos con externalidades negativas (productos que contaminan el aire, los ríos, etc.).

Como ejemplo de las externalidades positivas y negativas en el ámbito de la empresa, puede señalarse como positiva la pavimentación de una carretera por parte de una empresa para que pueda accederse a ella y ser disfrutada por otros usuarios, o el tratamiento de las aguas de un río que rodea las instalaciones de una fábrica y puede ser disfrutado por las poblaciones de sus alrededores. Como externalidades negativas, pueden señalarse aquellas actuaciones que causan un perjuicio a terceros, aunque cumplan con la normativa vigente. Por ejemplo, la instalación de un aeropuerto en las inmediaciones de una población o de una planta de residuos urbanos cerca de un establecimiento turístico.

La integración voluntaria por parte de la empresa de políticas de RS que contribuyan a mejorar la calidad del empleo, la aplicación de criterios medioambientales a la hora de adquirir sus materias primas, genera una serie de impactos positivos y de externalidades en su entorno. Por ejemplo, una empresa que lleva a cabo inversiones en el cuidado del medioambiente en aquellos países donde opera y contribuye a mejorar el entorno, o una empresa que cuida que sus proveedores cumplan con la nor-

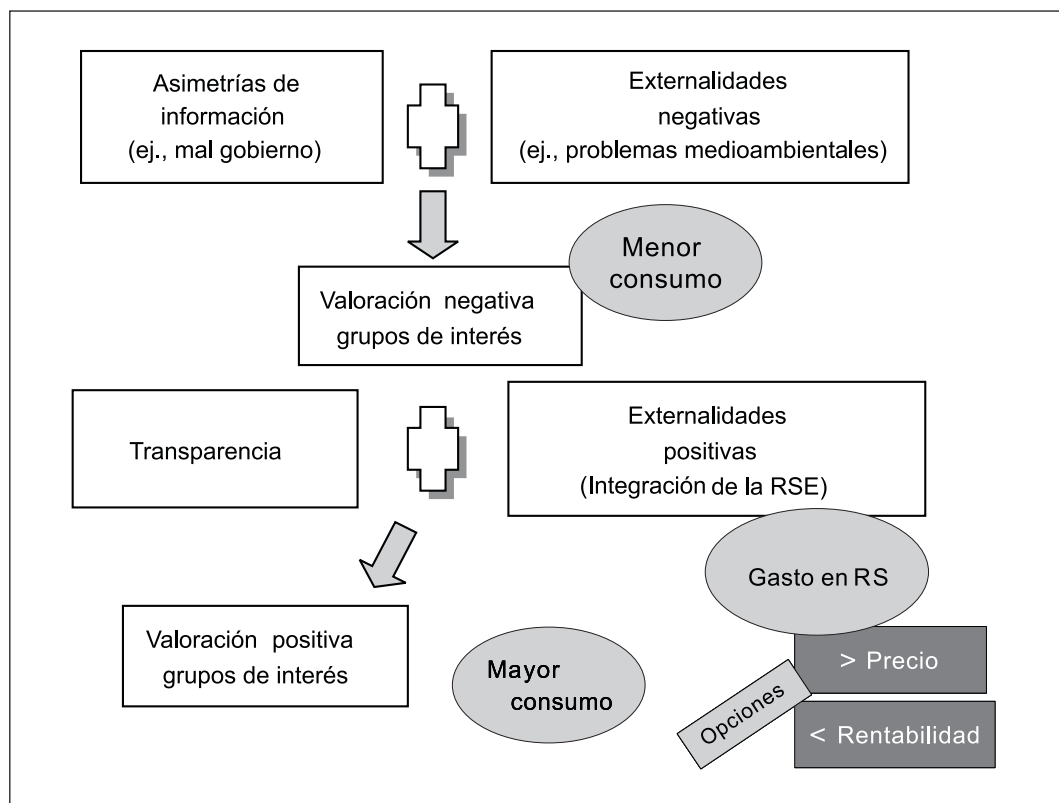
mativa internacional de la OIT, con la legislación de protección de los derechos de la infancia y con las Líneas Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales.

Una de las grandes transformaciones se está produciendo desde el consumidor y la valoración que éste hace de los comportamientos tanto positivos como negativos de las empresas y que pueden actuar como un motor en su decisión de compra.

La actuación de las empresas en materia de RS es especialmente sensible cuando operan en países con un grado menor de desarrollo y estas actuaciones que pueden generar externalidades positivas, se utilizan para aprovechar la diferencia pura de costes por las distintas exigencias legales. Las instituciones débiles, las legislaciones laxas o frágiles y la dificultad de aplicación o *enforcement* de las leyes constituyen uno de los marcos de referencia de numerosos países en los que «la mano invisible de Adam Smith a menudo parece invisible porque no está realmente allí» (Stiglitz, 2004).

La empresa no puede limitarse a la única responsabilidad de «utilizar sus recursos con el objeto de incrementar sus beneficios» (Friedman, 1962: 133) o del «individuo que, buscando solamente su propio beneficio, logra, dejándose llevar por una mano invisible, a promover [...] el interés a público» (Smith, 1776). El impacto de la empresa en su entorno puede generar efectos positivos muy importantes, tanto para ella como para terceros. Por ello, las «empresas deben dar un salto cualitativo, más allá de la legítima y necesaria rentabilidad de corto plazo, tomando en consideración la RSE y asumiendo compromisos en cuestiones como la ejemplaridad de las relaciones laborales o a la atención medioambiental» (Rodríguez Zapatero, 2005).

Según la Encuesta Global de PricewaterhouseCoopers de 2003, el 79% de los más de 1.000 di-



rectivos entrevistados consideraba que la adopción de criterios de RS es fundamental para obtener beneficios a largo plazo.

La existencia de externalidades son una muestra de la existencia de «fallos en el mercado», que no pueden ser reflejados en el precio de los bienes. El mercado, como norma general, no funciona de forma eficiente y las asignaciones de recursos no se realizan en condiciones de competencia e información perfecta, mercados completos, rivalidad y exclusión. Según Stiglitz, Premio Nobel de Economía del año 2001, la «teoría económica moderna ayuda a explicar

por qué, contrariamente a lo que defendiera Adam Smith, la maximización del valor del accionista no nos dirige a la eficiencia económica, ni a alcanzar otros objetivos como la justicia social, la preservación del medioambiente o el respeto a los derechos humanos»¹.

Además del papel que pueda jugar el Estado, la RS contribuye a corregir y a reducir la existencia de fallos en el mercado. En este sentido, puede señalarse que la eficiencia podrá obtenerse cuando los costes marginales de las prácticas de RSE coincidan con los precios de los bienes y servicios.

¹ Véase J. Stiglitz, 2004.

CUATRO PAPELES PRINCIPALES DEL SECTOR PÚBLICO EN REFORZAR LA RSE

OBLIGAR. Leyes, regulaciones, multas e instituciones públicas asociadas relacionadas con el control de algunos aspectos de las inversiones u operaciones empresariales.

FACILITAR. Establecer un marco general claro de referencia y posturas para guiar las inversiones empresariales en RSE, desarrollo de guías no obligatorias y etiquetas y códigos de aplicación en el mercado, leyes y regulaciones que faciliten y proporcionen incentivos para las inversiones empresariales en RSE que estén obligadas a la transparencia y a revelar información sobre determinados aspectos, incentivos fiscales, inversión en mejorar la concienciación y la investigación y facilitando el proceso de diálogo con sus interlocutores.

ASOCIAR. Combinar recursos públicos con los de las empresas y actores para apalancar capacidades adicionales y enfrentar determinados temas clave en la agenda de la RSE, así como participantes, socios o catalizadores.

APROBAR. Mostrar apoyo político público para determinadas prácticas de RSE en el mercado o para empresas individuales, aprobando esquemas concretos de premio o medidas no gubernamentales, indicadores, guías y estándares y tomando la iniciativa, por ejemplo, a través de las compras públicas.

Fuente: World Bank e IFC. (2004): *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: Taking Stock*, Washington, DC. Traducción propia.

— **TEORÍA DE LA ECONOMÍA DEL BIENESTAR Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA RSE**

Atendiendo a los planteamientos de Pareto ², «la óptima asignación de recursos se consigue cuando todos los agentes económicos maximizan su función de utilidad y alcanzan un punto en el que ninguno de ellos puede mejorar si no es a costa de que otro empeore». Siguiendo esta línea de pensamiento, podría interpretarse que la adopción por parte de la empresa de políticas medioambientales o sociales en niveles superiores a la legislación vigente podría provocar una asignación ineficiente de recursos. En este sentido, tener en cuenta las demandas de los grupos de interés podría perjudicar a los

accionistas de una empresa destruyendo valor (Waddock y Graves, 1997; Hillman y Keim, 2001).

No obstante, esta afirmación supone una visión parcial del comportamiento de la empresa y del impacto que tiene tanto internamente como en su entorno. Implica la renuncia a la constitución de activos intangibles (Barney, 1991) como la reputación o la marca que son valorados por el consumidor y limitaría la visión de la empresa a la exclusiva generación de beneficios. Excluye además a la empresa en su objetivo de contribuir al bienestar de la sociedad, como compromiso intrínseco de aquélla.

² El «óptimo paretiano» en la economía se define como aquella situación en la que nadie puede conseguir un aumento en su utilidad total sin que ello implique disminución en la utilidad de otro, (Vilfredo Pareto (1906): *Manual de Economía Política*).

La FC entiende que la RS constituye en su conjunto un activo intangible de las empresas que contribuye a la mejora del bienestar de la sociedad.

En relación con el papel de las **políticas públicas** que debe adoptar el Estado, debe señalarse que la existencia de una ley puede resultar positivo, al establecer un marco de referencia que defina la RSE y la adopción voluntaria de códigos éticos, así como los mecanismos de verificación de la responsabilidad social. En este sentido, «los poderes públicos deben impulsar el establecimiento de las buenas prácticas de responsabilidad social de las empresas, y justifica su intervención identificando sus aspectos más relevantes y ofreciendo los estímulos necesarios para que se desarrollen en nuestra estructura económica definiendo un entorno uniforme al desarrollo de prácticas socialmente responsables»³.

En este supuesto, el desarrollo de una política pública activa que **facilite** e incentive la adopción de la integración de la RSE por parte de las empresas y que sepa apoyar y proporcionar recursos para su implantación voluntaria, allí donde éstos son escasos y existen fallos de mercado, como podría ser el caso de su aplicación en las PYMES, puede proporcionar numerosas externalidades positivas para el conjunto de la sociedad, sin que por ello implique una distorsión del mercado. El Estado puede adelantarse a la presión que el mercado está ejerciendo sobre las empresas, no sólo con la difusión de la utilización de códigos de conducta, sino como «Estado facilitador»⁴.

La aplicación de una política pública de RSE implicaría en el medio plazo que el Estado tendría que destinar menos recursos para paliar defi-

ciencias del mercado y, por tanto, necesitaría menos recaudación en impuestos. Este ahorro diferencial sería superior al nivel de incentivos que se proporcionarían a las empresas socialmente responsables.

- *Desde la empresa: la teoría de la empresa, la teoría de los interesados y la teoría de los contratos incompletos*

El concepto de empresa es el punto de partida inicial sobre el que recaen los diferentes enfoques teóricos relativos a la RSE. La empresa se definiría como «la entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios generalmente con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad»⁵. En la definición de empresa hay dos conceptos a destacar desde el punto de vista de la RSE: el fin lucrativo de la propia empresa y el de responsabilidad.

La búsqueda de la rentabilidad por parte de la empresa nos dirige hacia el accionista con el que se establece una relación bilateral y que, según numerosas posturas, es su único objetivo. No obstante, estas posturas se olvidan de la función social inherente a la empresa como motor social y contribuyente al crecimiento económico y al desarrollo sostenible. A pesar de que Milton Friedman defendiera en 1970 que «la única responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios», en la actualidad encontramos investigaciones económicas que afirman que «la RSE en entornos competitivos, puede mejorar las relaciones con sus competidores, proveedores, clientes y comunidad local (Porter y Kramer, 2002). Asimismo, la RSE contribuye a la creación de valor, ya que ayuda a re-

³ Boletín Oficial de las Cortes Generales, Congreso de los Diputados, 2002, Exposición de motivos, Proposición de Ley sobre Responsabilidad Social de las Empresas 122/210 de 10 de mayo.

⁴ World Bank e IFC. 2004.

⁵ Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2000, XXI Edición, Madrid).

ducir los riesgos de la empresa, aumentando la reputación empresarial (Black *et al.*, 2000).

La rentabilidad entendida como un medio, no como un fin en sí mismo, no tiene por qué ser contraria al establecimiento de políticas de RSE.

Por otro lado, los directivos de una empresa adquieren un deber fiduciario con los accionistas (Teoría de los Interesados), así como con otros interlocutores que, de forma voluntaria o involuntaria, contribuyen a la capacidad de la empresa de crear riqueza. Desde este punto de vista, estos «interesados» se convierten en potenciales beneficiarios o perjudicados del comportamiento de la empresa. En numerosas ocasiones, el directivo posee una función de utilidad diferente al accionista (Teoría de la Organización y «el mito del dilema de la visión a corto plazo»), quien, a veces condicionado por los resultados a corto plazo, la cotización de sus acciones, de las cuales puede poseer una parte importante, considera cualquier política de RSE como un gasto, y no como una inversión a largo plazo.

En este contexto, el principal artífice y motor externo de la RSE es el consumidor; el motor interno, los trabajadores.

Puede afirmarse que, en la actualidad, hay en España tres motivos por los cuales la empresa incorpora la RSE:

- Legal y presión de la sociedad.
- Presión de los mercados, productos e *inputs*.
- Generación de activos intangibles y de protección de la marca de la empresa.

Según una encuesta mundial ⁶ realizada en 2005 entre 157 bancos de inversión de todo el mundo, en la que se analizaba cuáles son los temas que más afectan y afectarán a los mercados de capitales en los próximos cinco años, se

muestra que, entre otros aspectos, el gobierno corporativo duplicará su importancia de aquí a 2011. En relación con la influencia que en los próximos cinco años tendrán temas como el medioambiente, gobierno corporativo o los aspectos sociales en el comportamiento de la valoración de activos, la encuesta muestra que en la Unión Europea su importancia se duplicará en las decisiones de inversión.

El comportamiento de la empresa socialmente responsable considera diferentes ámbitos de acción como son:

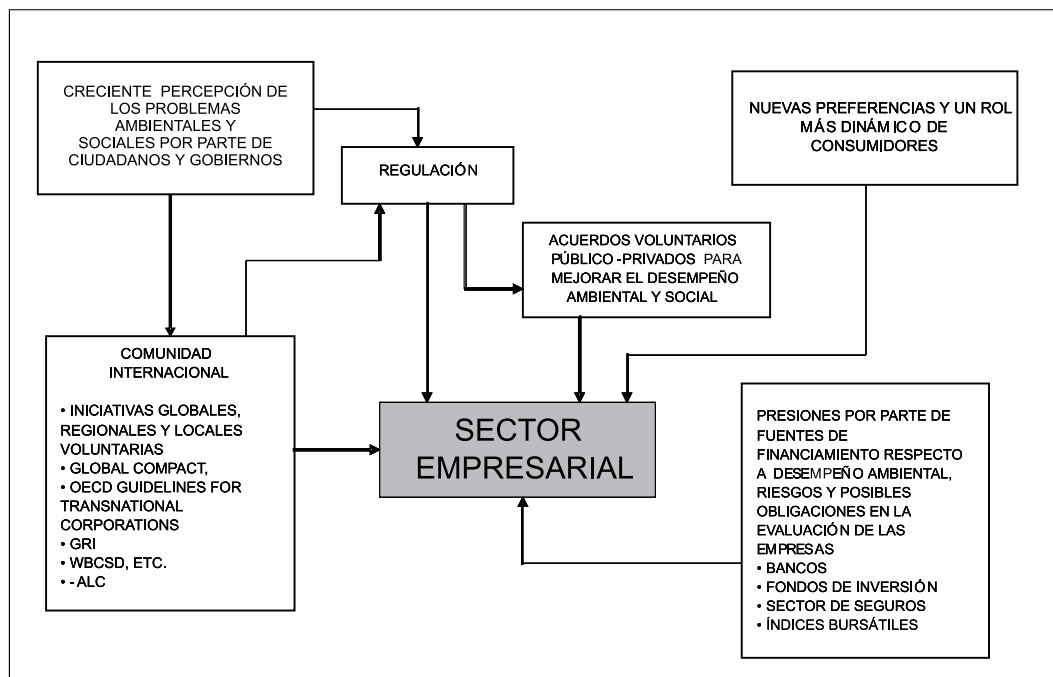
- **Filantropico**, que es habitualmente más relacionado con la RSE. En ocasiones, se consideran medidas aisladas como donaciones monetarias.
- **Ético**, basado en principios y valores compartidos por accionistas, ejecutivos, trabajadores y otros interlocutores vinculados con la empresa.
- **Decisiones de política de empresa** (gobernabilidad corporativa).
- **Rendición de cuentas**, establecimiento de mecanismos de seguimiento y verificación externa.
- **Ciclo del producto** (cadenas de valor), responsabilidad sobre todo el proceso, desde proveedores hasta consumidores finales.
- **Regulatorio**, que se circunscribe a la transparencia de la información relevante de la empresa hacia el conjunto de los actores que interactúan en el mercado.
- **Acuerdos de Libre Comercio**, que fijan estándares para realizar negocios en un marco de buenas prácticas.

• *Desde el Derecho: la RSE desde la óptica jurídica*

Desde un punto de vista jurídico, la RS nos remite en España, tanto a la Ley de Sociedades

⁶ Véase Informe de Mercer Investment Consulting, 2005.

Factores que influyen en el mejor desempeño ambiental y social de las empresas



Fuente: CEPAL.

Anónimas, como a la Ley de Transparencia (julio 2003).

En nuestro marco jurídico, a través de la Ley de Transparencia, se incluye el deber de fidelidad, diligencia y lealtad de los administradores. El deber de fidelidad se refleja en la obligación de los administradores de hacer que prevalezca el interés de la sociedad sobre los intereses individuales. Hay un aspecto que no ha sufrido una evolución y es el salto de la igualdad entre intereses de la sociedad e intereses de los socios, que era el concepto tradicional.

En España, a diferencia de Francia (Código de Comercio, art. 225-102-1 de 2001), el informe

anual que deben presentar los administradores de las sociedades que cotizan en Bolsa no debe incluir una descripción de las consecuencias sociales y medioambientales.

Las posturas más contrarias en nuestro país a la publicación de una Ley sobre RSE definen que es el propio mercado quien mejor decide si un inversor debe o no invertir en un activo. El problema surge por la existencia de información asimétrica (Stiglitz) que distorsiona la capacidad de decisión de los inversores. Si no existe un marco que defina adecuadamente lo que es y lo que no es la RSE, así como los criterios para evaluarla, la RSE quedaría en manos exclusivamente de grandes empresas con la capacidad de presentar un

triple balance económico, social y medioambiental. El inversor no tendría la capacidad para evaluar la realidad de las acciones que lleva a cabo una empresa, así como a comparar unas con otras.

1.3. Dimensión internacional de la RS

• Naciones Unidas y la RSE

En un entorno económico internacional, donde las inversiones de las empresas multinacionales hacia países en desarrollo representan más del 50% de los flujos de capital, es donde se hace necesaria especialmente la presencia de los organismos multilaterales. Basta señalar que empresas como General Electric (EE UU) o Citigroup (EE UU) tienen activos por un volumen que suponen, respectivamente, el 65% y el 130% del PIB de España y equivaldrían al de más de diez países africanos de tamaño medio (Datos extraídos de UNCTAD, 2005). Los organismos multilaterales pueden aportar, por un lado, el punto de equilibrio entre las necesidades de flujos de capital e inversión de los países en vías de desarrollo y, por otro, los objetivos de rentabilidad por parte de las empresas en un entorno de desigualdad y de información asimétrica. Es en estos países especialmente donde el peso y el poder de las empresas multinacionales pueden generar externalidades positivas, cambios y transformaciones en su entorno y donde la integración de la Responsabilidad Social como política dentro y fuera de la empresa puede resultar decisiva.

Los organismos internacionales juegan un papel relevante en el campo de la RS, no sólo por

la importancia de la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD) que proporcionan a través de préstamos, asistencias técnicas y ayudas a fondo perdido, sino por el impacto que tienen las políticas⁷ que llevan a cabo en todos los ámbitos (derechos humanos, empleo, medioambiente, género y otros) y que condicionan los objetivos y la naturaleza de esas políticas. La inclusión generalizada de la RS y sus buenas prácticas dentro de las políticas de los organismos multilaterales es un factor clave para su difusión mundial. Especialmente aquellas que abordan el desarrollo del sector privado en los países o en la regulación y políticas públicas activas del papel del Estado en la economía y su relación con el sector privado.

Desde el año 1972 se han ido incorporando en la agenda internacional de Naciones Unidas temas que relacionan el desarrollo económico y la degradación ambiental. Por primera vez, se incluyeron en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano de Estocolmo y se creó el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), que es el principal organismo en materia de medio ambiente.

Hasta finales de los noventa, no se utilizaría el concepto de RS en Naciones Unidas. Fue a partir del año 1999, y tras las aportaciones del Secretario General de la ONU, Kofi Annan, ante el Foro Económico Mundial en Davos (Suiza). En dicho Foro, planteó la idea de un **Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)** en materia de responsabilidad social de las empresas. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas⁸ constituye «un instrumento de libre adscripción por parte de las empresas, organizaciones laborales y civiles».

⁷ Las políticas persiguen establecer el marco operacional para que el personal preste asistencia a los países miembros del organismo multilateral. Estas políticas operativas han sido formuladas según diversos criterios, desde la elaboración de procedimientos detallados, hasta la adopción de amplias declaraciones de principios y propósitos. Fuente: BID y BM.

⁸ Fuente: Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

La FC, miembro de ASEPAM desde el año 2005, considera los diez Principios del Pacto Mundial como uno de los elementos de referencia más importantes del Programa de RSE.

DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	
DERECHOS HUMANOS	1.º Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
	2.º Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
TRABAJO	3.º Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
	4.º Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
	5.º Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
	6.º Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
MEDIO AMBIENTE	7.º Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
	8.º Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
	9.º Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
CORRUPCIÓN	10.º Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Es asimismo una «iniciativa de compromiso ético destinada a que las entidades de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones diez principios de conducta y acción en materia de Dere-

chos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción».

El concepto de RS, promulgado y difundido por el Pacto Mundial, engloba a su vez otros dos:

desarrollo sostenible y empresa. El desarrollo sostenible⁹ es definido como «aquel desarrollo que satisface las necesidades de presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras», y «empresa sostenible», como aquella que lleva a cabo su actividad y obtiene resultados positivos sin «comprometer la capacidad de las generaciones futuras» desde un punto de vista económico, social y medioambiental. Los conceptos de desarrollo sostenible han estado muy presentes en las diferentes cumbres sobre medioambiente que se han realizado desde entonces (Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro de 1992, Johannesburgo 2002 y siguientes).

El Pacto Mundial opera en España desde el pasado 15 de noviembre de 2004, a través de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM).

- *OCDE, Grupo Banco Mundial y BID*

Dentro de los principales organismos multilaterales, destaca especialmente en el campo de la RS la publicación por parte de la **OCDE**, en el año 1976 y revisada en el año 2000, de un documento denominado *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales (MNs)*, donde se establecen recomendaciones desde los gobiernos a las empresas multinacionales. En esta iniciativa, se trata de armonizar los intereses de las políticas públicas de los países con los de las empresas multinacionales, de forma que se contribuya a mejorar el clima de la inversión extranjera, así como potenciar la contribución de las MNs al desarrollo sostenible. Estas Directrices forman parte de otras propuestas de la OCDE como la *Declaración de la OCDE sobre Inversión Internacional y Empresas MN*.

El **Banco Mundial (BM)** a través de la Corporación Financiera Internacional (IFC, en sus si-

glas en inglés), promovió la Iniciativa Ecuatorial o *Equator Principles* (Sánchez, 2005). Esta iniciativa se llevó a cabo junto con diversas instituciones financieras internacionales privadas e incluye el concepto de sostenibilidad en el análisis de crédito de proyectos de inversión. En total, más de 20 bancos han firmado la iniciativa, algunos de ellos con fuerte presencia en Latinoamérica como el BBVA que junto con Caja Navarra, son los únicos bancos españoles que se han adherido. Ésta puede considerarse como una de las iniciativas más relevantes en el sector financiero, promovida desde la banca multilateral de desarrollo, ya que puede actuar como un catalizador de buenas prácticas corporativas en un marco de sostenibilidad. Los bancos que se adhieren se comprometen a financiar sólo proyectos que aseguren un desarrollo socialmente responsable, de acuerdo a buenas prácticas en gestión ambiental del BM. El importe a partir del cual debe considerarse la iniciativa es de 50 millones US\$.

También debemos señalar en este ámbito la iniciativa voluntaria OCDE-IFC sobre la gobernabilidad corporativa que es más conocida como «Libro Blanco» sobre gobernabilidad corporativa. En esta iniciativa se busca armonizar y fortalecer los distintos aspectos que hacen un buen gobierno corporativo. Entre otros aspectos, se busca la transparencia de información proporcionada por las empresas a reguladores, a accionistas mayoritarios y minoritarios, a trabajadores y a otros *stakeholders* acerca de sus negocios.

El **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** puso en marcha la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo y las Conferencias Interamericanas sobre la RS de la empresa. La Iniciativa Interamericana nació con la misión de «ser un factor catalizador que

⁹ Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU (denominada Comisión Bruntland), creada en 1983 y que utilizó el término por primera vez en 1987.

despierte interés para impulsar las temáticas de ética, desarrollo y capital social por parte de gobiernos, partidos políticos, entidades empresariales, sindicatos, universidades, comunidades religiosas, organismos no gubernamentales y todas las organizaciones que trabajen por el bienestar colectivo en las sociedades del continente».

• *La Unión Europea y España*

La UE lidera por el momento en solitario el desarrollo de un marco de referencia para la RSE entre sus países miembros. Desde la Cumbre Europea de Lisboa y la de Niza en el año 2000, la UE viene desarrollando acciones, así como la elaboración de instrumentos normativos entre los que destacan el Libro Verde de la RSE de julio de 2001 y la Comunicación realizada en 2002 sobre «La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible».

Es importante señalar que la RSE ha sido incluida en la Agenda Social Europea en el año 2000, en la que se considera que la RSE puede ayudar a lograr uno de los objetivos estratégicos que es convertir a la UE en la «economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social».

La publicación del Libro Verde constituye un hito importante y un paso previo a lograr un marco normativo claro en la UE sobre la RSE. A pesar de su buena acogida, se ha constatado la existencia de dos posiciones claramente enfrentadas sobre la obligatoriedad o no de estas iniciativas.

En el caso de España, se trató de aprobar en 2002 una proposición de ley sobre la RSE, presentada por el Grupo Parlamentario Socialista

y que propugnaba la voluntariedad de la integración de la RSE y trataba de aunar además la legislación existente sobre los códigos éticos (Informe Aldama y Código Olivenza). Establecía un marco de referencia sobre los aspectos determinantes de la RSE, como el Balance Social, las Certificaciones de empresa socialmente responsable.

Desde la FC, se defiende la promulgación de una ley sobre la RSE que, mediante el diálogo social con los diferentes agentes e interlocutores, facilite la integración voluntaria de políticas de RSE en las empresas. De hecho, la FC participa en el Foro de Expertos en RSE creado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, con el objetivo de consensuar posturas sobre el tema y tratar de elaborar una ley que englobe las diferentes posiciones.

II. LA FUNDACIÓN CAROLINA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

II.1. *Justificación y principios de actuación*

La Responsabilidad Social constituye un objetivo estratégico de la FC y está enmarcada dentro de las estrategias sectoriales y las prioridades horizontales del Plan Director de Cooperación 2005-2008, en concreto, en lo referente al «Aumento de las capacidades económicas» y la sostenibilidad medioambiental. La RS representa, además, un criterio de selección de acceso a los incentivos y facilidades de las empresas dentro del Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD).

La actuación de la FC en RS estará condicionada y se regirá por ocho principios de actuación que son complementarios con el código de conducta de la FC. Estos principios, que se corresponden además con las siglas de CAROLINA, son los siguientes:

8 PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN DE LA FC EN RESPONSABILIDAD SOCIAL	
C	COOPERACIÓN
A	ACTIVA
R	RESPETO
O	OBJETIVA
L	LEY
I	IBEROAMÉRICA
N	NECESIDAD
A	ABIERTA

• *Cooperación: como marco de referencia*

Atendiendo a la naturaleza de la FC, la actividad del Programa de RS tratará de concentrar sus recursos en aquellos proyectos y actuaciones englobados principalmente dentro del marco del Plan Director de Cooperación 2005-2008. En especial, tratará de actuar como enlace entre los diferentes actores de la RS, como son las empresas, las administraciones y los actores descentralizados (ONG, universidades, sindicatos, organizaciones de consumidores y otras instituciones de la sociedad civil).

• *La RS como una política activa*

La FC entiende la RS como una política ACTIVA de las empresas en relación con sus actuaciones y con una proyección de largo plazo de éstas. Supone además la realización de un conjunto de acciones de la empresa, entendida además como empresa sostenible.

• *Respeto al Pacto Mundial de las Naciones Unidas*

El Programa de RS mantendrá un máximo RESPETO en sus actuaciones a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción. Asimismo, tratará de difundir los aspectos positivos para las empresas de adherirse a él.

• *Objetiva*

La RS debe ser OBJETIVA y, en la medida de lo posible, deben poder medirse sus resultados. Para que pueda valorarse la eficacia y eficiencia de los proyectos en los que participa el Programa de RS, deberán tratar de incluirse indicadores que permitan evaluar sus resultados de la forma más objetiva posible. Se apoyará la incorporación de iniciativas como *The Global Reporting Initiative* (GRI) como guías de referencia en los informes y memorias de sostenibilidad de las empresas en la elaboración de informes y memorias sobre aspectos económicos, medioambientales y sociales de estas. GRI es, desde el año 2002, un centro de colaboración oficial del Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente (UNEP) y trabaja en colaboración con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

• *Ley sobre RSE*

La FC tratará en sus actuaciones de facilitar el diálogo entre las empresas y sus diferentes interlocutores, para que pueda desarrollarse y aprobarse una LEY con el mayor consenso posible. Esta ley debería establecer el marco jurídico mínimo que regule la RSE, siempre y cuando aquélla sea de aplicación voluntaria.

Desde la FC se entiende que la publicación de una ley puede contribuir al establecimiento de

critérios claros en materia de RS, indicadores y un marco de referencia para aquellas empresas que voluntariamente decidan incorporarla. En estos casos, se considera positivo el establecimiento de incentivos para aquellas empresas que decidan ir más allá de la legislación vigente en sus políticas de empresa.

Asimismo, y conscientes de la dificultad que para las PYMES puede suponer la aplicación de algunos principios de la RS, se considera necesario la asignación de recursos y medios para que cualquier empresa, sin distinción, pueda, si lo considera oportuno, incorporar la RS.

- *Un enfoque geográfico hacia Iberoamérica*

La Comunidad Iberoamericana de Naciones constituye una referencia estratégica tanto de la FC como de la política exterior española. Por ello, y apoyados en los Estatutos de la FC (artículos 1, 6 y 7) el Programa de RS tratará de realizar acciones que contribuyan a fortalecer la incorporación de la Responsabilidad Social de las empresas españolas en sus inversiones en IBEROAMÉRICA. España ha invertido en Latinoamérica más de 100.000 millones de euros en los últimos diez años, habiendo representado esta región para la inversión directa española más de un 60% del total en algunos años, en la década de los noventa. La FC es consciente del impacto que tiene el comportamiento de las empresas españolas en la región y cómo ese impacto puede tener un «efecto halo» para las empresas locales. Esto se demuestra en el Barómetro anual sobre América Latina y la Cooperación Internacional¹⁰, realizado por la Fundación Carolina, con la colaboración del Centro de Investigaciones Sociológicas en noviembre de 2005. En este barómetro de opinión, se pone

de manifiesto que un 53% de los españoles piensan que el comportamiento de las empresas favorece la imagen de España y un 56% que dicho comportamiento puede afectar a las relaciones internacionales entre América Latina y España. Asimismo, en el Latinobarómetro 2005¹¹, realizado en Latinoamérica, se muestra que el 43% de los encuestados tenía una opinión positiva de las inversiones españolas. España es, por delante de Japón, otros países de la UE y EE UU, el país mejor valorado en Latinoamérica.

Asimismo, se tratará de llevar a cabo acciones que faciliten el intercambio de experiencias y buenas prácticas con los países miembros de la Comunidad Iberoamericana de Naciones.

- *Cubrir una necesidad entre los actores*

El papel de la FC es «único en el sistema español de cooperación al desarrollo» y es «una buena muestra de las asociaciones público-privadas». El Programa cubre la NECESIDAD existente en materia de RS de una institución que permita y favorezca un diálogo fluido entre los diferentes actores, al contar dentro de su Patronato con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, así como con 26 empresas del sector privado, con gran peso tanto en España como en Iberoamérica.

- *Abiertos a la sociedad*

El Programa de RS llevará a cabo sus proyectos de forma «transparente, plural e independiente» y estará ABIERTO a la colaboración con todas las instituciones y actores públicos y privados, así como con otros actores en dicho ámbito.

¹⁰ Para más detalles, véase informe completo del Barómetro 2005 Fundación Carolina-CIS en la página web de la Fundación www.fundacioncarolina.es.

¹¹ Véase Latinobarómetro 2005.

II.2. *Objetivos*

La FC definió una serie de objetivos, que fueron incluidos en su Plan de Actuación 2005 y que sirven de guía en las actuaciones del Programa de RSE.

Estos objetivos son los siguientes:

- Educar para convencer a los distintos grupos de interés acerca de la importancia de la filosofía de la Responsabilidad Social de las Empresas y su potencial de cambio social.
- Fomentar la transparencia informativa en asuntos de RSE por parte de las empresas en sus actividades en Latinoamérica.
- Colaborar con aquellas empresas que alcanzan niveles de excelencia en su compromiso de RSE.
- Propiciar la adopción de criterios de RSE por parte de los consumidores a través del establecimiento de códigos de buenas prácticas y mecanismos de escrutinio para mejorar las condiciones de trabajo en el país de origen y en terceros países.
- Avanzar en la investigación sobre Responsabilidad Social y patrocinar la realización de estudios sobre experiencias comparadas.
- Contribuir a la formación de expertos en RSE.
- Favorecer el intercambio de experiencias en el terreno de la Responsabilidad Social entre América Latina y España.
- Divulgar las mejores prácticas en el ámbito de la RSE.

II.3. *¿Cómo lograr esos objetivos?*

El Programa de RSE de la Fundación Carolina lleva a cabo numerosas acciones y proyectos, aprobados por su Patronato en enero de 2006. Dichas acciones se incluyeron en el Plan de Actuación 2006 y reflejan el papel que la FC quiere jugar en el ámbito de la RSE. La FC quiere ser impulsora de la incorporación de la RSE en las empresas españolas y latinoamericanas, pero

sin tener un papel protagonista, y propiciar el establecimiento de redes de diálogo entre los diferentes actores y puntos de encuentro que faciliten el intercambio de buenas prácticas.

Asimismo, considera importante el fomento de la formación de profesionales en el conocimiento de la RSE, un déficit existente, de forma que las empresas puedan llevar a cabo políticas de RSE con personal cualificado.

Para contribuir al cumplimiento de los objetivos, se fomentará la realización de acciones y proyectos de forma conjunta con los diferentes organismos internacionales y bancos de desarrollo.

II.4. *Criterios para la selección de proyectos*

El Programa de RSE participará en proyectos y llevará a cabo acciones que se ajusten a sus Estatutos, a su código de conducta, a los 8 principios de actuación en materia de RSE e incluyan entre los objetivos del proyecto al menos dos principios incluidos en el Pacto Global de Naciones Unidas. Se dará prioridad a aquellos en los que participen empresas que son miembros del Patronato.

Asimismo, se elaborarán una serie de indicadores objetivos que permitan evaluar, en la medida de lo posible, el cumplimiento de los objetivos marcados con cada proyecto y acción.

II.5. *El Patronato de la FC y la RSE*

La FC cuenta entre los miembros de su Patronato con 26 empresas españolas, que tienen además una fuerte presencia en Latinoamérica, así como con la Agencia Española de Cooperación y el Ministerio de Asuntos Exteriores.

La estructura público-privada del Patronato constituye una magnífica oportunidad para po-

der avanzar en los mecanismos de diálogo entre los diferentes actores, así como en la realización de acciones que faciliten la inclusión de políticas de RSE entre las empresas que forman parte del máximo órgano rector.

La elaboración de este documento nació, entre otros objetivos, con la idea de iniciar y establecer un diálogo abierto con las empresas del Patronato que facilitara el intercambio de posturas y buenas prácticas en materia de RS. Entre las diferentes acciones que se llevarán a cabo a través del Programa de RS en 2006, se encuentra la organización de un Taller en Cartagena de Indias, donde las empresas del Patronato y otros interlocutores tendrán la oportunidad de intercambiar experiencias y realizar propuestas. En este sentido, el fomento de la transparencia a través del intercambio de buenas prácticas entre las empresas que cuenten en la actualidad con departamentos de RSE puede ser muy enriquecedor y ayudar a contribuir a que la RSE y las empresas del Patronato de la FC sean un punto de referencia en España.

Este documento es una primera aproximación de la FC a la formulación de un programa de actuaciones en materia de RSE. Un programa que sólo tiene sentido en la medida en que se vea acompañado por la actuación de las empresas miembros del Patronato. Por eso el documento concluye con tres preguntas:

1. ¿Consideran conveniente las empresas del Patronato de la FC establecer un calendario de acciones a realizar en común en el inmediato futuro?
2. ¿Se podría redactar conjuntamente una carta de intenciones que recogiese los compromisos comunes para el establecimiento de la RSE en todas ellas?
3. ¿Es posible abordar la adhesión conjunta de todas las empresas del Patronato al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en un plazo de tiempo prudencial?

El debate está planteado y la dirección de la FC se encuentra abierta a cualquier sugerencia para poner en marcha, de común acuerdo, las actividades de RSE de la Fundación.

LISTADO DE EMPRESAS MIEMBROS DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓN CAROLINA

1. Abengoa
2. Abertis
3. Actividades de Construcción y Servicios (ACS)
4. Aguas de Barcelona (AGBAR)
5. Alianza por la Excelencia Turística (EXCELTUR)
6. ALTADIS
7. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)
8. Banco Santander Central Hispano (SCH)
9. Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA)
10. El Corte Inglés
11. Endesa
12. Fomento de Construcciones y Contratas (FCC)
13. Gas Natural
14. Grupo Planeta
15. Grupo PRISA
16. Iberdrola
17. Iberia
18. INDITEX
19. Instituto de Crédito Oficial (ICO)
20. MAPFRE
21. Media Planning Group
22. PROSEGUR/Fundación Herberito Gut
23. Repsol YPF
24. SACYR-Vallehermoso
25. Telefónica
26. Unión Fenosa

BIBLIOGRAFÍA

BAKER, G.; GIBBONS, R. y MURPHY, K. (2001): *Relational Contracts and the Theory of the Firm*. Borrador disponible on line MIT y Harvard.

BANCO MUNDIAL (2003): *Strengthening Implementation of Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains*.

—(2004): *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility*, Washington, Taking Stock.

—(2005): *Private Sector Development Strategy - Directions for the World Bank Group*, Washington.

BARNEY, J. (1991): «Firm Resources and Sustained Competitive Advantage», *Journal of Management (JofM)*, núm. 17(1), pp. 99-120.

BLACK *et al.* (2000): «An Analysis of Success Factors and Benefits of Partnering in Construction», *International Journal of Project Management*, 18, pp. 423-434.

BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES, CONGRESO DE LOS DIPUTADOS (2002): *Proposición de Ley: Responsabilidad social de las empresas, presentada por el Grupo Parlamentario Socialista* (2002):1222/210.

COASE, R. (1960): «The Problem of Social Cost», *Journal of Law and Economics*, vol. 3, pp. 1-44.

COMISIÓN EUROPEA (2001): *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Comisión (2001): 366.

—(2002): *Comunicado de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. COM 2002 347.2.7.2002.

—(2003): *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*.

—(2004): *European Multistakeholder Forum on CRS. Final Results and Recommendations*.

—(2005): *La Agenda Social 2005-2010: Una Europa social en la economía global: Empleo y oportunidades para todos*. Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales, Bruselas.

COMITÉ DE LAS REGIONES (2002): *Dictamen del Comité de la Regiones sobre el «Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas»*. DOCE: 2002/C192/01.

CONTRERAS, M. (2004). *Corporate Social Responsibility in the Promotion of Social Development. Experiences from Asia and Latin America*, Washington, BID.

DELOITTE (2004): *Análisis sobre la situación actual de las empresas en relación con el buen gobierno*.

ECONOMISTAS (2005): *Empresa Responsable*, núm. 106 (año XXIII), Madrid.

EMBID IRUJO, J. (2004): «La responsabilidad social corporativa ante el Derecho mercantil»; *Cuadernos de Derecho y Comercio*, diciembre.

FRIEDMAN, M. (1962): *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago Illinois.

—(1970): «The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits», *New York Times Magazine*, pp. 32-33.

FUNDACIÓN CAROLINA (2000): *Estatutos FC*, Madrid.

—(2004): *Una nueva etapa*, Madrid.

—*Memoria de Actividades 2004*. Madrid.

—/CeALCI (2005): *América Latina y la cooperación al desarrollo en la opinión pública española*. Barómetro de la Fundación Carolina. Informe de resultados.

— *Plan de Actuación 2004, 2005, 2006*, Madrid.

FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO (2004): *Las organizaciones de la Sociedad Civil y la Responsabilidad Social Corporativa. Algunos casos destacables*. Colección «La empresa de mañana».

GARROUSTE, P. y SAUSSIER, S. (2005): «Looking for a Theory of the Firm: Future Challenges», *Journal of Economic Behaviour and Organization*, vol. 58, pp. 178-199.

HILLMAN, A. y KEIN, G. (2001): «Shareholders Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line?», *Strategic Management Journal*, núm. 22, pp. 125-139.

IFC (2002): «Developing Value: the Business Case for Sustainability in Emerging Markets», Washington DC, IFC.

JENSEN, M. (1976): «Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure», *Journal of Financial Economics*, octubre, vol. 3, núm. 4, pp. 305-360.

KPMG (2005): *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005*, Rotterdam, KPMG.

MARTIN, R. (2002): «The Virtue Matrix: Calculating the Return on CR», *Harvard Business Review*, marzo, R0203E.

MERCER INVESTMENT CONSULTING (2005): *2006 Fearless Forecast: Global Survey of Investment Managers*.

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN (2004): *Plan Director de Cooperación 2005-2008*, Madrid.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2005): *Estadísticas de comercio exterior y de inversión de España*, Madrid.

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2005): *Documento reflexión de la I, II y III Sesión de Trabajo del Foro de Expertos en RSE*, Madrid, Secretaría General de la Dirección General de Economía Social, MTAS.

OCDE (1976 y 2000, rev.): *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*, París.

OIT (2005): *El concepto de responsabilidad social de las empresas: desafíos y oportunidades para los sindicatos*, Ginebra.

ORSC (2004): *La opinión y valoración de los ciudadanos sobre la responsabilidad social de la empresa en la empresa*, Observatorio de RSC.

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS (2006): Información disponible en www.globalcompact.org.

PORTER, M. y KRAMER, M. (2002): «The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy», *Harvard Business Review*, núm. 80, pp. 56-58.

POST, J.; PRESTON, L. y SACHS, S. (2002): *Redefining the Corporation Stakeholder Management and Organizational Wealth*, Stanford University Press.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2000): *Diccionario de la Lengua Española*, Madrid, XXI Edición.

REAL INSTITUTO ELCAÑO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y ESTRATÉGICOS (2005): *La imagen de España en Latinoamérica: Resultados del Latinobarómetro 2005*, Madrid.

- RODRÍGUEZ ZAPATERO, J. L. (2005): *Discurso en la reunión del Patronato de la Fundación de Estudios Financieros*, 26 de diciembre de 2005.
- SACCONI, L. (2004): «Corporate Social Responsibility (CSR) as a Model of “Extended” Corporate Governance. An Explanation Based on the Economic Theories of Social Contract, Reputation and Reciprocal Conformism», *Liuc Papers*, núm. 142, Serie Etica, Diritto ed Economia 10.
- SÁNCHEZ, R. (2005): «La Banca Multilateral y los Códigos Éticos», en *La responsabilidad social corporativa de la empresa española en Latinoamérica. Sector Financiero*, Madrid, Observatorio de RSC, UCM y Fundación Carolina.
- SMITH, A. (1776/1958): *The Wealth of Nations: La investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, México, Fondo de Cultura Económica.
- STIGLITZ, J. (2004): «Responsabilidad Social y Desarrollo», Conferencia dada en *Business for Social Responsibility and Development*, Universidad de Columbia, 9-12 de noviembre de 2004, Nueva York.
- THAMOTHERAM, R. (2001): *Emerging Market Investment: Is Corporate Governance and CSR the Problem or the Solution?* Ponencia realizada en OECD Global Forum on «International Investment New Horizons and Policy Challenges for Foreign Direct Investment in the 21st Century», México, 26-27 de noviembre de 2001.
- TIROLE, J. (2001): «Corporate Governance», *Econometrica*, núm. 69, enero.
- UNCTAD (2005): *World Investment Report 2005*, Ginebra.
- UTTING, P. (2003): «Promoting Development through Corporate Social Responsibility: Prospects and Limitations», *Global Future*, pp. 11-13, World Vision.
- VIVES, A.; CORRAL, A. e ISUSI, I. (2004): *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*, Washington, BID e IKEI.
- VOGEL, D. (2005): *The Market for Virtue. The Potential and Limits of CSR*, Washington, Brooking Institutions Press.
- WADDOCK, S. y GRAVES, S. (1997): «The Corporate Social-financial Performance Link», *Strategic Management Journal*, núm. 18, pp. 303-319.
- WEF (2005): *Voice of the People Progress and Priorities for 2005*, Davos, Gallup International, World Economic Forum.
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (2002): «El caso empresarial para el desarrollo sostenible», en *Lograr la diferencia en la Cumbre Mundial de Johannesburgo de 2002*.