

EVOLUCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CIUDADANOS EUROPEOS Y SU REFLEJO EN LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR LAS EMPRESAS¹

ANDER IBARLOZA ARRIZABALAGA

Dpto. Economía Financiera I

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU

Plaza de Oñati 1, 20018 Donostia-San Sebastián

ander.ibarloza@ehu.es

EDUARDO MALLES FERNÁNDEZ

Dpto. Economía Financiera I

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU

Plaza de Oñati 1, 20018 Donostia-San Sebastián

eduardo.malles@ehu.es

RESUMEN

Cada vez son más frecuentes los informes relacionados con el ámbito social, medioambiental y de sostenibilidad, el modo en el que están evolucionando, no sólo en cuanto a sus contenidos sino también en cuanto a la forma en la que esos aspectos son recibidos por los ciudadanos/consumidores, por las instituciones europeas y por la propia empresa. El ciudadano europeo y los grupos de interés (*stakeholders*) son cada vez más conscientes de esos

1. Trabajo realizado a partir de la estancia investigadora en el C.D.R.E. (Centre de Documentation et de Recherches Européennes) de la Université de Pau et des Pays de l'Adour.

aspectos cualitativos, y solicitan a las empresas que tengan en cuenta los efectos externos de sus actuaciones empresariales. Esta demanda informativa provoca que las empresas traten de proporcionar una información “transparente” a los *stakeholders*. Así, gracias a esta sucesión de acontecimientos se colocarán las piezas básicas para la creación e implantación de tratados y normas de mínimos que deberán cumplirse por parte de las empresas.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, mercado interior europeo, concienciación, confianza, *stakeholders*, información empresarial.

1. INTRODUCCIÓN

Finalizada la segunda guerra mundial Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos decidieron emprender el camino hacia lo que hoy en día es **la Unión Europea** (UE). Desde aquellos orígenes, en la segunda mitad del siglo XX, hasta la actualidad se ha producido una **evolución** y un desarrollo de la conciencia social europea en relación con **aspectos cualitativos** de carácter básicamente social, medioambiental y de sostenibilidad.

La concienciación de la sociedad europea en relación con la existencia de esta serie de aspectos cualitativos gira en torno a conceptos vinculados, entre otros, a la contaminación medioambiental, al bienestar social, la sostenibilidad económica y financiera, y los derechos individuales y colectivos. Conceptos que, hasta hace muy poco, no se apreciaban como una demanda social que podrían afectar transversalmente a la actividad económica. En la actualidad, y aunque todavía se trate de conceptos que no se encuentran demasiado definidos, el resultado es que las empresas los tienen en consideración cada vez con mayor intensidad, de modo que las nuevas estrategias empresariales incorporan los mencionados aspectos cualitativos, que vienen siendo demandados tanto por la actual sociedad como también por los poderes públicos. Prueba de ello es que:

1. La **UE**, a través de los diferentes tratados, ha comenzado a identificar normativamente parámetros de aplicación y control de estos elementos junto con el fomento de unas prácticas acordes con respecto a los mismos. De hecho, en las modificaciones de los Tratados de la Unión Europea y de la Comunidad Europea (TUE y TCE, respectivamente) realizadas en el Tratado de Lisboa, ya se redactan de forma explícita una serie de parámetros cualitativos que las empresas europeas deben cumplir.
2. A su vez, **la sociedad europea**, paulatinamente, demanda con mayor intensidad la incorporación de estos aspectos cualitativos a los bienes y servicios que consumen, en particular, y a la imagen de las enti-

dades empresariales suministradoras de estos bienes y servicios, en general, hasta el punto de convertirse en un **factor diferencial** respecto a determinados bienes y servicios, sobre todo en aquellos de similares características y precio.

Todo ello incide en el **funcionamiento de las empresas** que actúan en el ámbito de la UE. Así, éstas se ven obligadas al cumplimiento de los requisitos fijados por la normativa de la UE, al tiempo que se muestran interesadas en beneficiarse de las políticas de fomento de la UE; asimismo, las empresas deberán satisfacer las necesidades cada vez más exigentes de la sociedad, atendiendo a la demanda de los aspectos cualitativos proveniente de los consumidores y explicitando la información cualitativa de los productos y de la empresa para los grupos de interés o los *stakeholders*.

Consecuentemente en los siguientes puntos se van a presentar, por un lado, algunos de los aspectos cualitativos a los que hemos hecho referencia, la importancia que van adquiriendo en la Unión Europea y su influencia en la toma de decisiones de los ciudadanos/consumidores, y por otro lado, cómo tratan las empresas de recoger esas nuevas necesidades y externalizar sus iniciativas relacionadas con esas nuevas demandas sociales.

2. EL MERCADO INTERIOR EUROPEO Y LAS LIBERTADES DE CIRCULACIÓN

Desde el Tratado de Roma hasta el más recientemente firmado por los Estados miembros, el Tratado de Lisboa, se ha recorrido un largo camino. La **ampliación** de seis miembros integrantes a veintisiete ha generado efectos en los aspectos económicos de la Unión. En lo referente al **mercado común**, elemento clave en la creación de las Comunidades Europeas y de la construcción europea, en un inicio se fundamentó en la promoción de un “desarrollo armonioso de las actividades económicas en la Comunidad, de un alto nivel de empleo y servicios sociales, de una verdadera igualdad entre hombres y mujeres, de un crecimiento sostenible y no inflacionista, un alto grado de competitividad y de convergencia de los resultados económicos, un alto nivel de protección y de mejora de la calidad del medio ambiente, la elevación del nivel de calidad de vida, la cohesión económica y social y la solidaridad entre los Estados miembros” (artículo 3.1 TCE).

El planteamiento anterior se ha mantenido en las sucesivas reformas de los Tratados hasta llegar a la reforma de Lisboa (diciembre 2007), si bien el inicial término “mercado común” ha **evolucionado** hasta convertirse en “**mercado interior**”. En realidad, en el actual artículo 3 TUE (en su versión tras la reforma de Lisboa) no aparece ninguna mención al “mercado común” sino que se señala que la finalidad principal de la Unión es el establecimiento

de un “mercado interior”, de modo que se puede deducir que este segundo término supera al anterior (“mercado común”) e incorpora su contenido (Martín y Urrea, 2008). Precisamente la existencia del mercado interior va a suponer el establecimiento de un área sin barreras internas en el que se garanticen las **libertades de circulación de trabajadores, servicios y establecimiento, mercancías y capitales** (Pérez de las Heras, 2000).

La libre **circulación de trabajadores** asalariados por cuenta ajena (Art. 45 TFUE: Tratado Fundacional Unión Europea) supone la libertad de éstos de circular dentro de los Estados miembros de la Unión, de forma que puedan responder a ofertas de trabajo desplazándose libremente (aunque todavía no tengan un contrato de trabajo), puedan establecer la residencia en un Estado miembro para ejercer un empleo (no sólo en el acceso al empleo sino también en lo que se refiere al ejercicio del empleo y sus condiciones, permisos, licencias, despidos...) y puedan permanecer en ese Estado después de haber ejercido el empleo. Todo ello en las mismas condiciones y en aplicación del principio de igualdad respecto del nacional del Estado miembro de acogida.

En cuanto a la libre **circulación de empresas y profesionales** se establece una doble modalidad: la libertad de establecimiento² y la libertad de prestación de servicios³. La libertad de establecimiento supone que los nacionales de un Estado miembro podrán acceder a desarrollar actividades económicas no asalariadas en otro Estado miembro, constituyendo y gestionando empresas y sociedades en las mismas condiciones que los nacionales de ese Estado. La excepción la constituyen las actividades vinculadas al ejercicio de poder público. En relación con la libertad de prestación de servicios, esta libertad reconoce la libertad de un nacional de un Estado miembro de prestar servicios de cualquier tipo (industrial, mercantil, artesanal, profesional) a cambio de una remuneración a otra persona establecida en otro Estado miembro distinto al de quien ejerce la actividad.

En relación con la libertad de **circulación de mercancías**⁴, en su base nos encontramos con la unión aduanera para los intercambios de mercancías. Ello supone la prohibición de los derechos de aduana entre los Estados miembros y de cualquier medida o exacción de efecto equivalente a los derechos de aduana. Además, el TFUE impide a los Estados miembros gravar (ya sea directa o indirectamente) las mercancías de otros Estados miembros con impuestos internos, de cualquier tipo, que sean superiores a los productos de las mismas características producidos dentro del mismo Estado miembro⁵.

2. Artículos 49 a 55 TFUE.

3. Artículos 56 a 62 TFUE.

4. Artículo 28 TFUE.

5. Artículos 110 a 113 TFUE.

Asimismo, la unión aduanera supone la existencia de un arancel aduanero común, de carácter exterior, que actúa en las relaciones de los Estados miembros de la Unión con terceros países. De esta forma los Estados miembros de la Unión funcionarán como un único territorio.

Por su parte, la última de las libertades y la que más ha tardado en implantarse es la libertad de **circulación de capitales** y pagos⁶. Establece la prohibición de las restricciones a los movimientos de capitales y pagos entre Estados miembros y entre Estados miembros y terceros países.

En la evolución de las anteriores libertades públicas europeas ha tenido reflejo la implantación de la unión monetaria y la incorporación de la moneda única en 2002. Pero no es menos cierto que las **limitaciones** que han acompañado al desarrollo de estas libertades incorporan aspectos cualitativos que no están relacionados únicamente con la economía⁷.

3. EVOLUCIÓN DE LAS LIBERTADES E INCORPORACIÓN DE LOS ASPECTOS CUALITATIVOS EN LAS POLÍTICAS Y ACCIONES INTERNAS DE LA UNIÓN EUROPEA

Para una mejor comprensión de la evolución de esos factores vamos a delimitar nuestro análisis, a modo de ejemplo, al ámbito de la libertad de circulación de mercancías, y más en concreto en relación con la producción agrícola, y cómo han actuado algunos de esos aspectos cualitativos en el **complejo desarrollo** de las distintas libertades y de las relaciones multidimensionales.

Una vez cubiertas las necesidades más perentorias de la sociedad europea en la etapa de la posguerra, motivo principal de la creación de las Comunidades, el peso del sector primario fue perdiendo transcendencia en la economía europea. Tal fue así que se empezó a hablar de aspectos **cualitativos**, en concreto, en el ámbito de la agricultura. En 1968, el plan Mansholt (Memorándum sobre la reforma de la PAC: Política Agrícola Común), subrayó la necesidad de incentivar la reducción del número de agricultores y de la superficie cultivada. Adoptando como referente este documento,

6. Artículo 63 TFUE.

7. El efecto inicial de la primera fase, la unión aduanera, estuvo acompañada de una etapa de crecimiento económico, que junto al establecimiento de la libre circulación de mercancías, entre 1958 y 1967 tuvo como resultado un crecimiento del comercio intracomunitario que alcanza una tasa del 28,4%. Así, con la supresión de los derechos de aduana de 1 de julio de 1968 entre los Estados miembros, se establece el mercado único más grande del mundo. En cambio la libre circulación de personas y capitales, hasta el año en el que se firmó el Acta Única Europea (1986), estuvo sujeta a muchas restricciones por recelos de Alemania Federal y Francia.

en 1972, surgieron las primeras **directivas socioestructurales**. Es en este momento en el que las políticas agrarias comenzaron a valorar la **agricultura sostenible, compatible con la preservación del paisaje y del medioambiente**, criterios que en la actualidad se mantienen en auge. Pero quizás han tenido un desarrollo o una puesta en práctica demasiado extensa en el tiempo.

Con unos cuantos años de antelación a la aprobación del Informe Mansholt, en 1962, en la Conferencia de Stresa, se adoptaron las primeras disposiciones sectoriales de regulación de los mercados, las denominadas Organizaciones Comunes de Mercado (en adelante, OCM), conformando la primera base estructural de la Política Agrícola Común. Desde que naciera en un entorno económico de escasez de la posguerra, la PAC ha estado sujeta a diferentes intereses de las partes que la componen y a las situaciones económico-sociales específicas. Es por ello que en este primer período se dio una política de fuerte apoyo a la **producción**. Más tarde se planteó una política intervencionista de precios de mercado, lo que afectó a dos aspectos concretos: por un lado, los intereses de los propios **consumidores** europeos se vieron alterados y, por otro, se produjo la acumulación de excedentes agrarios procedentes de una política proteccionista, junto con una reducción del incentivo de **adaptación a la demanda** y a la **modernización** del sector agrícola.

En los años ochenta, el gasto agrícola se disparó. En concreto, los gastos del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (en adelante, FEOGA) alcanzaron los diez millones de ecus⁸ debido a los **subsidios de exportación** (restituciones), que eran necesarios para colocar los excedentes de productos agrícolas en el mercado mundial. Obviamente, este gasto tuvo que ser controlado y la forma para hacerlo se basó en medidas restrictivas de producción (Tsoukalis, 1991).

En los inicios de los noventa, a la crisis financiera de la CEE se le añade otro factor de presión: la Comunidad Europea debía reformar su política de precios y mercados, bajando los precios institucionales así como los subsidios a la explotación, si pretendía llegar a un acuerdo de liberalización del comercio mundial que afectase a los productos agrarios. Así, la Comisión Europea sentó las bases de un **nuevo modelo** que se apoyaba en la **concesión de ayudas directas a los productores en vez de a la producción intensiva**, pretendiendo con ello asegurar la competitividad, controlando la producción y el gasto de la agricultura europea (Reforma MacSharry, 1992). Aunque esta reforma no corrigió el desequilibrio de las políticas de precios, fue considerada como un éxito por sus resultados en el mercado. Es más, con la imposición de requisitos como el barbecho, las **valoraciones cualitativas** de la agricultura comenzaron a tener un **carácter oficial**.

8. Ecu (European Currency Unit): desde 1979 hasta 1998, fue la unidad de cuenta del Sistema Monetario Europeo (SME).

A esta situación se le fueron añadiendo la crisis de las **vacas locas**, los frecuentes **desequilibrios** en los mercados de **porcino y aves**, y la ampliación europea hacia los Países de Europa Central y Oriental (PECO). Todo ello produjo, hacia mediados de los noventa, la necesidad de activar una nueva reforma o, al menos, profundizar aun más en la reforma de 1992. Así, en 1997, la Comisión Europea presentó el documento “Por una Unión Europea más grande y más fuerte” y sentó las bases de la **agenda 2000**⁹, en la que se apostaba por una política integral dirigida a toda la comunidad rural, **introduciendo de manera explícita las preocupaciones no comerciales de la agricultura, expresada en materia de calidad y seguridad de los alimentos y de protección del medioambiente y del bienestar de los animales**. Fischler, sucesor como Comisario de Agricultura de MacSharry, se encontró en una compleja tesitura. Por un lado, la política regional, los **consumidores** y los **ambientalistas** mostraban su desacuerdo con la política desarrollada hasta entonces y acusaban a la PAC de no responder a las **demandas** de la sociedad europea. Por otro lado, la comunidad rural reclamaba apoyos al sector, ya que a la par que observaban el modo en el que se endurecía la exigencia en **la oferta**, temían por la pérdida de rentas derivadas del cambio de apoyos al sector. De modo que las instituciones europeas se encontraban en la necesidad de tener que adoptar medidas para conciliar la oferta y la demanda, las dos caras de una misma moneda.

Por su parte, las instituciones europeas también han tratado de incidir con su actividad en el reforzamiento de valores cualitativos. Tal es el caso, por ejemplo, de la influencia del Parlamento Europeo, en especial, y el resto de instituciones europeas, en general, en materia de medio ambiente. Es preciso tener en cuenta que hasta finales de los años sesenta no se empieza a tomar consciencia siquiera del impacto que el ser humano ha generado en la naturaleza. Aunque en el originario Tratado de Roma ya se mencionaba la protección del medioambiente, el verdadero refuerzo viene en tres nuevos artículos incorporados por el AUE¹⁰ (artículos 130R, 130S y 130T TCE) que permiten a la Comunidad “*la conservación, la protección y la mejora de la calidad del medio ambiente, la protección de la salud de las personas y la utilización prudente y racional de los recursos naturales*”.

En la actualidad, la UE dispone de una normativa medioambiental muy estricta, implantada tras décadas de estudio de la problemática multidisciplinar planteada al respecto. Precisamente una de las principales prioridades es la lucha contra el cambio climático, el mantenimiento de la biodiversidad,

9. Comisión Europea (1997), “Agenda 2000: Por una Unión más fuerte y más amplia”, COM(97)2000.

10. AUE: Acta Única Europea.

la reducción de los problemas de salud derivados de la contaminación y la utilización de los recursos naturales de manera más responsable. Estos objetivos van encaminados a proteger el medio ambiente, pero, a su vez pueden contribuir al **crecimiento económico racional, impulsando la innovación y la empresa en base a aspectos cualitativos**.

No hay que desdeñar, por tanto, la tarea desarrollada por las propias instituciones europeas a través de sus propias políticas y acciones internas. **La finalidad** de estas políticas será la obtención de un verdadero **mercado interior** que incorpore la eliminación de las barreras que puedan obstaculizar su consecución, una finalidad que ya se había marcado en relación con las libertades públicas europeas. En cuanto a los contenidos concretos de las **“políticas y acciones comunitarias”**, precisamente el TFUE es el que establece en la actualidad las políticas y acciones internas a desarrollar dentro de la Unión. Todo ello tras reconocer que el modelo socio-económico de la Unión Europea es un modelo de economía social de mercado. A medida que las políticas diseñadas por la UE se han implementado en los Estados miembros, se ha llegado incluso a alcanzar algunos ámbitos de actuación **vinculados a la vida cotidiana** de los ciudadanos de la Unión y que generan un alto grado de preocupación entre la ciudadanía. En definitiva, las políticas y acciones de la Unión abarcan cuestiones tan diversas como: la protección del **medio ambiente**¹¹; la **salud pública**¹²; la **política científico-tecnológica**¹³; la **política energética**¹⁴; los **derechos de los consumidores**¹⁵; las **deslocalizaciones** y el **desempleo**¹⁶; el **envejecimiento de la población**, la **sostenibilidad de los sistemas de pensiones**, y la **exclusión social**¹⁷; la libre competencia¹⁸; la **política cultural y educativa**¹⁹; las políticas agrícola y pesquera²⁰; la **polí-**

11. Artículos 191 a 193 TFUE.

12. Artículo 168 TFUE.

13. Artículos 179 a 194 TFUE.

14. Artículo 194 TFUE.

15. Artículo 109 TFUE recoge la protección de los consumidores en el ámbito de la Unión Europea, que también se reconoce en la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

16. Los artículos 145 a 150 TFUE establecen la política de empleo.

17. Los artículos 151 a 164 TFUE establecen la política social.

18. Artículo 101 y siguientes TFUE incorporan la mención a la defensa de la competencia y los carteles; los artículos 107 y 109 TFUE se refieren a las ayudas estatales.

19. Artículos 165 a 167 TFUE.

20. Artículos 38 a 44 TFUE.

tica de transportes²¹. Pero también es cierto, teniendo en cuenta que hoy en día el liderazgo que ejerce la UE sobre los distintos países que la componen es todavía bastante escaso, que el incumplimiento de estas medidas no suele estar acompañada habitualmente por sanciones o medidas restrictivas directas. Es por ello que en la mayoría de los casos se opta por **políticas de fomento no coercitivas**, cuyo valor en absoluto debemos despreciar, ya que serán estas políticas las que encauzarán la concienciación del ciudadano y la actuación de la Unión Europea en estas materias.

Todas estas políticas de la UE, junto con la consolidación de las cuatro libertades fundamentales, son los instrumentos que han llevado a la consecución del actual mercado interior. Pero lo cierto es que al tratarse de un **objetivo dinámico**, al que se van añadiendo nuevos elementos, siempre nos encontraremos a un paso de su consecución. En la actualidad, será la **conjunción de la actuación** de los distintos **operadores económicos** (instituciones, Estados miembros, empresas y ciudadanos) lo que permita avanzar en ese **mercado interior**, cuyo carácter dinámico ha incorporado, en las últimas décadas, elementos cualitativos que paulatinamente van cuajando entre los citados operadores económicos.

La relación entre los avances en las libertades de circulación y los compromisos cada vez mayores de la Unión Europea por recoger esas demandas sociales en su normativa ha llevado a que la propia UE considere cada vez más relevante el papel que las empresas deben realizar en este ámbito así como su comunicación hacia el exterior. Ese interés por la transparencia y su evolución en los diferentes informes de transmisión externa se suele recoger a través de una serie de informes que en su conjunto se pueden denominar como informes de RSC (Responsabilidad Social Corporativa), siendo la RSC definida por la UE 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” (Comisión Europea, 2001) y más recientemente como “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad” (Comisión Europea, 2011). Asimismo, el Informe sobre Desarrollo Sostenible de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (*World Commission on Environment and Development, WCED*, 1987), conocido como Informe Brundtland, definía el “desarrollo sostenible” como: “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. Para terminar la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), define responsabilidad social corporativa de la siguiente manera: “La RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del

21. Artículos 90 a 100 TFUE.

medioambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quien se interactúa” (AECA, 2004).

Tal y como venimos señalando, debemos tener en cuenta que, además del consumidor directo, existe en el escenario económico otro conjunto de *stakeholders* importante que demanda aspectos no necesariamente relacionados directamente con el bien o servicio, se trata de los **consumidores de la información**, que consultan y analizan los informes: son empresas, inversores, analistas, clientes, proveedores, competidores, supervisores, auditores, administraciones públicas, agentes sociales, investigadores, medios de comunicación, consumidores y ciudadanos en general. Son, en definitiva, los grupos de interés.

Con el objetivo de responder a estas demandas de los *stakeholders*, en la actualidad, comienza a extenderse en las grandes compañías la práctica voluntaria de elaborar y publicar periódicamente información corporativa acerca de su comportamiento y resultados en una triple dimensión: económica, social y ambiental. Se trata de informes elaborados por las empresas para consumo de los *stakeholders*. Pero, a pesar de ello, da la impresión de que vamos retrocediendo en lugar de avanzar. La confianza global de la ciudadanía en las empresas aumentó tímidamente poco antes de la presentación del barómetro anual *Edelman Trust Barometer* en el Foro Mundial Económico de 2010. En el trienio 2007-2010 la confianza en las entidades bancarias, y con ello en las entidades empresariales con carácter general, sufrió un importante descenso²². La confianza de la ciudadanía y de los *stakeholders* en la actividad empresarial queda reflejada en parámetros que anteriormente no tenían tanta importancia para los encuestados, de tal forma que aspectos como **la reputación** corporativa, **la confianza** y **la transparencia** tienen igual o mayor transcendencia que la calidad del producto o servicio. Se observa, por tanto, un cambio sustancial en la composición de los factores que integran la reputación empresarial. Tal es así que la confianza, y también la transparencia, son en la actualidad elementos centrales de los negocios (Elkington y otros, 2011). Precisamente lo que se precisa es la construcción de “economías de confianza en las que la empresa abandone la mentalidad ‘nosotros-ellos’ y comience a tratar cada vez más a los consumidores y a otros grupos de interés como agentes con información privilegiada” (Zuboff, 2009).

22. La mayoría de los países occidentales sufrió una gran bajada: más de 39 puntos (entre 68% y 29%) en EEUU y 20 puntos (entre 41% y 21%) en el Reino Unido. Edelman Trust Barometer, 2010.

4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La definición de la RSC ha sido objeto de constantes modificaciones. Ahora bien, una de las primeras definiciones fue la elaborada por Carroll (1979) y a día de hoy aún no ha perdido vigencia: “*la responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales, éticas, y discretionales de la sociedad, en un momento determinado de tiempo*”. Ahondando en este concepto, y conectándolo con los planteamientos de Elkington (1997), se incide en la **triple perspectiva económica, social y medioambiental** de la RSC. La ISO 26000 (2010)²³ desde su publicación en noviembre de 2010, ha despertado mucho interés, expectativas y también escepticismos por el hecho de ser una guía voluntaria no certificable, como son las demás normas ISO, aunque cabe destacar que es la única norma internacional a la que se ha llegado a un consenso sobre lo que es la Responsabilidad Social. En lo que a la Unión Europea respecta, y teniendo en cuenta por una parte la crisis económica en la que se encuentra inmersa y la caída de la confianza anteriormente citada, propone una estrategia renovada sobre la responsabilidad social (Comisión Europea, 2011).

En conexión con lo anterior, nos fijaremos en el plano conceptual de la RSC ofrecido por Lizcano (2011), donde se reconoce que el fin de la empresa, como grupo social en torno al cual las personas persiguen determinados objetivos de una manera organizada, es conseguir satisfacer las necesidades de las partes implicadas (*stakeholders*) y con ello alcanzar la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Por tanto, las empresas serán los agentes económicos encargados de satisfacer las demandas de los *stakeholders*. Como hemos adelantado, son cada vez más las empresas que hacen públicos datos de carácter no financiero. Se trata, en particular, de grandes corporaciones, que han incrementado notablemente la publicación de información sobre aspectos sociales y medioambientales, y sus informes de RSC son cada vez más amplios y complejos. Estas prácticas de divulgación son utilizadas para eliminar las asimetrías de información entre los *stakeholders* y, de este modo, poder legitimar sus actuaciones ante la sociedad²⁴. Son conscientes de que la ciudadanía europea

23. ISO (International Standards Organization) 26000, de 1 de noviembre de 2010, denominada “Guía de Responsabilidad Social”.

24. En cuanto a los motivos que pueden llevar a una empresa a informar a los *stakeholders*, se pueden englobar en (Lamprinidi y Kubo, 2008): 1) la necesidad de demostrar esfuerzos sobre el cambio climático y otras cuestiones de sostenibilidad; 2) un creciente interés y demanda en transparencia y rendición de cuentas; 3) la explicación de la gestión realizada a los *stakeholders*; 4) mostrar liderazgo en el sector; 5) existencia de “campeones” de informes de sostenibilidad que quieren promover la presentación de informes de sostenibilidad y compartir los beneficios que han experimentado; 6) el informe de sostenibilidad puede ser construido a partir de requisitos de la información existentes.

cada vez es más exigente, que prioriza más estos aspectos, que son cada vez mejor vistos socialmente, que crean opinión y que se están convirtiendo en pequeños hábitos que pueden convertirse en aspectos diferenciadores que potencien la demanda del bien o servicio. No hay que olvidar, además, que estas prácticas ayudan a la captación de ayudas públicas, a la reducción de sanciones, a la captación de recursos financieros, a la atracción y retención de talentos y a su capacidad para innovar.

Sin embargo, existe mucho escepticismo en cuanto a la finalidad última que persiguen las empresas que desarrollan este tipo de informes. Ciertamente, son numerosas las voces que inciden en que las empresas persiguen únicamente un lavado de imagen.

5. ¿COMPROMISO O LAVADO DE IMAGEN?

Los primeros informes de RSC se realizaron hace menos de dos décadas. Se trata de informes que mantienen un carácter voluntario y que tienen un diseño, una narrativa y un conjunto de atributos que se alejan bastante de una estandarización. Pero la verdad es que la cumplimentación puede entenderse como algo más que un lavado de cara. Supone un compromiso por parte de la empresa, ya que el mero hecho de hacer públicos los avatares de las relaciones con los empleados y el entorno que le rodea, hoy más que nunca, puede llegar a acarrear graves problemas. Obviamente, las empresas tratarán de utilizarlo en beneficio propio, para la mejora de su imagen. Pero, a la par, los informes comprometen a la empresa e intensifican su responsabilidad respecto de los *stakeholders*.

Actualmente como también se indica en el documento AECA (2010) “Normalización de la información sobre RSC”, la información sobre la Responsabilidad Social no está exenta de problemas, o dicho de otro modo, se puede mejorar. Uno de sus mayores problemas es la cantidad de información, lo cual provoca un incremento del coste de su tratamiento, consulta y análisis. Además de la cantidad, observamos que la calidad de la información suele estar, en cierta manera, desequilibrada: la información dada por las empresas en estos informes inciden en demasía en aspectos positivos, tratando de maquillar aquellos con un carácter más negativo. Asimismo, debido a su tratamiento narrativo y con la intencionalidad de hacerla más agradable y gratificante, se incluye información irrelevante, innecesaria para la comprensión y estudio de la empresa. Incluso se podría añadir que el estilo utilizado es frecuentemente poco conciso.

El resultado de todo ello es que los Informes de RSC se convierten en la mayoría de las ocasiones en informes que no se pueden comparar. Y precisamente la comparabilidad debería ser una de las características que debería

cumplir un informe o un report. Pero el hecho de no disponer de una homogeneidad en la estructura ni en el uso de los indicadores, ofrece un resultado muy heterogéneo.

Es por ello que al igual que ocurriera en las pasadas décadas con la información financiera, ha llegado el momento de llevar a cabo un proceso de normalización profesional de la información sobre RSC, que permita disponer a todos los usuarios de datos fiables, comparables y automatizados, máxime con un mercado de la información corporativa bastante desarrollado como el actual, en el que ya se han detectado problemas en el tratamiento y comparación de la gran cantidad de información generada (cuantitativa y cualitativa).

6. CONCLUSIONES

Cada vez más la sociedad europea está demandando de las empresas un comportamiento acorde con los aspectos de Responsabilidad Social Corporativa. Ya no se conforma con la presentación de datos económico-financieros se buscan también valores cualitativos que refuercen la confianza en esa empresa y por extensión lo que la UE quiere ser en el futuro. Los *stakeholders* buscan que las compañías recojan en sus informes no sólo su comportamiento económico sino también social y ambiental (triple dimensión).

La dificultad de llegar a un consenso para determinar lo que es la RSC y cómo debería ser su medición, ha provocado que las distintas referencias surgidas tengan un carácter voluntario y no obligatorio, impidiéndose de esa forma que el receptor de esa información pueda discernir la objetividad y fiabilidad de ésta y menos aún su posible comparabilidad.

Debería establecerse unos mínimos de obligatoriedad a la hora de presentación de la información y al mismo tiempo se debería armonizar (consensuar) las demandas de los *stakeholders*, de esa forma la influencia de estos en el comportamiento de las empresas sería mayor.

Aunque cabe señalar que el desarrollo de la RSC de las últimas décadas ha sido ostensible se debe ir buscando una armonización/normalización de los aspectos de RSC que puedan reflejarse en los informes que se presenten. Los distintos intentos habidos en todos los ámbitos territoriales nos marcan el camino a seguir pero al mismo tiempo, dada su extensión y heterogeneidad, dificulta ese carácter de consenso que cualquier norma pretende recoger.

7. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN CONSULTADA

- AECA (2004): *Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Documento N° 1. Serie Responsabilidad Social Corporativa. Madrid.
- AECA (2010): *Normalización de la información sobre RSC*. Documento N° 7. Serie Responsabilidad Social Corporativa. Madrid.
- ALONSO, R. (2008): *Tratado de Lisboa y versiones consolidadas del Tratado de la Unión Europea y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea*, Thomson-Civitas, Cizur.
- ARGANDOÑA, A. (2011): *Creando valor para stakeholders*, Iese Business School-Universidad de Navarra, Barcelona.
- ARRIETA, B. y de la CRUZ, C. (2005): *La dimensión ética de la responsabilidad social*, Universidad de Deusto, Bilbao.
- CALVO, J. A.; GARAYAR, A. y ÁLVAREZ, I. (2007): “Informes de Sostenibilidad: estado del arte”, *Cuadernos Aragoneses de Economía*. Vol. 17 n° 1, 63-97.
- CAMPBELL, T. (2007): “The Normative Grounding of Corporate Social Responsibility: A Human Rights Approach”, McBarnet, D.J., Voiculescu, A. y Campbell, T. (Eds.), *The New Corporate Accountability: Corporate Social Responsibility and the Law*. Cambridge University Press, Cambridge.
- CARROLL, A. B. (1979): “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4, pp. 497-505.
- CASADESÚS, M.; HERAS, I. y MERINO, J. (2005): *Calidad práctica*, Pearson Education, Madrid.
- CASTRO, M. (2005): “La responsabilidad social de las empresas, o un nuevo concepto de empresa”, *CIRIEC-España. Revista de economía pública, social y cooperativa*, n° 53.
- CASTRO, M. (2006): “Las empresas de economía social y la responsabilidad social corporativa”, en *Papeles de economía española*, n° 108.
- COMISIÓN EUROPEA (1997): “Agenda 2000: Por una Unión más fuerte y más amplia”, de 16-7-1997, Bruselas, COM (1997) 2000.
- COMISIÓN EUROPEA (2001): “Libro Verde de la Comisión Europea. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, de 18-7-2001, Bruselas, COM (2001) 366 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2002): “Comunicación de la Comisión Responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”, de 2-7-2002”, Bruselas, COM (2002) 347 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2009): “Social protection and social inclusion 2008. EU indicators: Commission staff working document”. Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo.

- COMISIÓN EUROPEA (2011): “Comunicación de la Comisión Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas”, de 25-10-2011, Bruselas, COM (2011) 681 final.
- ELKINGTON, J. (1997): *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford.
- ELKINGTON, J.; ARBEX, N. y otros (2011): *La Economía transparente. Seis tendencias para la recuperación global*, Fundación Entorno-Global Reporting Initiative, Amsterdam.
- EMERSON, M. (1992): *One Market, one money*, Oxford University Press, Oxford.
- GARMENDIA, J. (2001): *El Euro, Europa y los europeos*, Erein, Donostia-San Sebastián.
- HOCKERTS, K (1999): “The Sustainability Radar - A Tool for the Innovation of Sustainable Products and Services”, *Greener Management International*, n° 25, pp. 29-49.
- LAMPINIDI, S. y KUBO, N. (2008): “Debate: The Global Reporting Initiative and Public Agencies”, *Public Money & Management*, n° 28(6), pp. 326-329.
- MANGAS, A. y LIÑÁN, D. J. (2010): *Instituciones y Derecho de la Unión Europea*, Tecnos, Madrid.
- MARTÍN, J. y URREA, M. (2008): *Tratado de Lisboa*, Marcial Pons-Real Instituto Elcano, Madrid.
- MOCHÓN, F. (2009): *Economía, Teoría y Política*, 6ª edición, McGrawHill, Madrid.
- MUÑOZ, C. I.; CAMPO, M.; URQUIA, E. y CANO, E. (2006): *Comparing the Key Indicators of Local Entities in the European Union: A Proposal for a Public Accounting Framework Based on the Experience of London and Madrid*. University College of Dublin: 29th Annual Congress European Accounting Association, Dublin.
- PALAZZO, G. S. y SCHERER, A. G. (2007): “Towards a Political Conception of Corporate Responsibility: Business and Society Seen from a Habermasian Perspective”, *Academy of Management Review*, n° 32(4), pp. 1 096-1120.
- PÉREZ, B. (2000): *Las libertades económicas comunitarias*, Universidad de Deusto, Bilbao.
- SALINAS, S. (1999): *El Consejo de Europa: su protagonismo en la construcción de la “Gran Europa” y sus aportaciones al progreso del derecho internacional público*, Ministerio Asuntos Exteriores, Madrid.
- SAN MIGUEL, E.; PÉREZ-BUSTAMANTE, R. y GONZÁLEZ, R. (1998): *Precursores de Europa*, Dykinson, Madrid.
- TAGESSON, T. ; BLANK, V. ; BROBERG, P. y COLLIN, S. (2009). “What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A Study of Social and Environmental Reporting in Swedish Listed

Corporations”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, nº 16, pp. 352-364.

TSOUKALIS, L. (1991): *The new European Economy*, Oxford University Press, Oxford.

VEGA, I. (Coord.) (1996): *La integración económica europea*, Editorial Lex nova, Madrid.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (1987): *Our Common Future (The Brundtland Report)*, Oxford University Press, Oxford-New York.

ZUBOFF, S. (2009): “The old solutions have become the new problems”, *Business Week Viewpoint*, disponible en: http://www.businessweek.com/managing/content/jul2009/ca2009072_489734.htm.