



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Comercio Internacional

Curso 2015 / 2016

PRÁCTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL ÁMBITO
INTERNACIONAL. SU APLICACIÓN EN GRANDES EMPRESAS DEL SECTOR
TEXTIL, VESTIDO Y CALZADO.

(THE PRACTICE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT THE
INTERNATIONAL LEVEL .ITS APPLICATION TO TEXTILE, CLOTHING AND
FOOTWEAR SECTOR'S LARGE COMPANIES.)

Realizado por el alumno Dña. Cristina Castro Escudero

Tutelado por el Profesor D. Jesús García González

León a 29 de Junio de 2016



ÍNDICE

1.	RESUMEN(ABSTRACT)	1
2.	INTRODUCCIÓN	3
3.	OBJETIVOS	5
4.	METODOLOGÍA EMPLEADA	6
5.	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	7
5.1.	Marco teórico.	7
5.2.	Responsabilidad Social Corporativa en la empresa.	8
5.3.	Evolución histórica de la RSC en España	12
6.	MEDIDAS DE RSC	14
6.1.	Principios y directrices de RSC	14
6.1.1.	<i>Declaración Universal de los Derechos Humanos</i>	14
6.1.2.	<i>Pacto Mundial de las Naciones Unidas</i>	15
6.1.3.	<i>La Organización Mundial del Trabajo</i>	18
6.1.4.	<i>Las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE</i>	19
6.1.5.	<i>Global Reporting Initiative</i>	21
6.1.6.	<i>Libro Verde de la RSC</i>	23
6.2.	Estándares y Certificados	24
6.2.1.	<i>La Norma ISO 26000</i>	24
6.2.2.	<i>Norma ISO 14000</i>	26
6.2.3.	<i>Norma SA 8000</i>	28
6.2.4.	<i>Norma AA 1000</i>	29
6.2.5.	<i>Los Indicadores Ethos</i>	30
6.3.	Otras Iniciativas De Responsabilidad Social Corporativa	31
6.3.1.	<i>A nivel Europeo</i>	31
6.3.2.	<i>A nivel Español</i>	33
7.	EL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA	37
7.1.	Evolución histórica	37
7.2.	Importancia e iniciativas de RSC en el sector textil.	39



8. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPIOS, INICIATIVAS Y DIRECTRICES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL, VESTIDO Y CALZADO	41
8.1. Empresas del sector textil que cotizan en bolsa.....	41
8.1.1. <i>INDITEX</i>	41
8.1.2. <i>ADOLFO DOMÍNGUEZ</i>	52
8.1.3. <i>SNIACE S.A</i>	58
8.2. Otras empresas del sector textil	63
8.2.1. <i>MANGO</i>	63
8.2.2. <i>ITURRI</i>	71
8.3. Análisis comparativo.....	74
9. CONCLUSIONES	78
10. REFERENCIAS	81
11. ANEXO.....	85



ÍNDICE DE TABLAS:

	Pág.
Tabla 6.1. Conjunto de normas ISO 14000	26
Tabla 8.1. Composición de la plantilla de Inditex	46
Tabla 8.2. Formación de los proveedores.....	48
Tabla 8.3. Riesgos ambientales	54
Tabla 8.4. Número de empleados de Adolfo Domínguez	56
Tabla 8.5. Sueldos y Salarios de Adolfo Domínguez.....	57
Tabla 8.6. Emisión anual de gases de efecto invernadero.	61
Tabla 8.7. Estructura de la plantilla de Mango.....	68
Tabla 8.8. Normativa internacional que siguen las empresas analizadas.....	75
Tabla 8.9. Estándares voluntarios que aplican las empresas analizadas	76
Tabla 8.10. Evolución del Ranking de empresas más responsables.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS:

	Pág.
Figura 5.1. El conjunto de Stakeholders.....	10
Figura 6.1. Principios para la realización de una memoria.	22
Figura 6.2. Enfoque Holístico. Interacción de las partes.....	25
Figura 8.1. Estándar propio creado por INDITEX	44
Figura 8.2. Ejes de acción de "INDITEX sostenible 2011-2015"	51
Figura 8.3 Pilares de la RSC del grupo Sniace.....	59



ÍNDICE DE GRÁFICOS:

	Pág.
Gráfico 6.1. Evolución del número total de certificados SA 8000.....	29
Gráfico 7.1. Gasto anual de ropa por unidad familiar en España.....	38
Gráfico 8.1. Evolución del consumo de agua.....	50
Gráfico 8.2. Porcentaje de gasto en ayudas sociales.....	51
Gráfico 8.3. Porcentaje de incumplimiento del código de conducta.....	66
Gráfico 8.4. Evolución de las emisiones de CO2 en toneladas.....	71
Gráfico 8.5. Porcentaje de empleo por sexo.....	74

ÍNDICE DE CUADROS:

	Pág.
Cuadro 6.1. Los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.....	16
Cuadro 6.2. Requerimientos de la Norma SA 8000.....	28





1. RESUMEN

El presente trabajo es fruto del análisis del estudio del grado de aplicación de normativas, principios e iniciativas en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Hace ya varias décadas que se viene hablando del concepto RSC en el día a día de las empresas de nuestro país como instrumento clave para la creación de valor. Sin embargo, este concepto carece aún de un significado claro y firme que ayude a que exista una armonización en materia de RSC entre las empresas a nivel mundial.

Una herramienta de gran utilidad para que sea posible la armonización y medición de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa, son las distintas normativas, principios e iniciativas desarrolladas a lo largo de los años por diferentes organismos, tanto nacionales como internacionales. Por ello, hemos analizado el grado de implicación en estas medidas de un total de cinco empresas del sector textil, vestido y calzado español, haciendo una división entre empresas que cotizan en la Bolsa de España frente a otras que no, con el objetivo de dilucidar si estas empresas son proactivas en materia de responsabilidad social.

Este documento se divide en tres bloques diferenciados. En el primer bloque se desarrolla un marco teórico alrededor del concepto de de RSC y sus implicaciones, así como la evolución de la misma en nuestro país. En el segundo bloque se recoge la normativa más importante en materia de RSC. En el tercer bloque se realiza un análisis de la normativa aplicada por empresas del sector textil y su posterior comparación entre empresas cotizantes y no cotizantes en la Bolsa de España. Por último, se extraen unas conclusiones procedentes del análisis.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa (RSC) , principios, normativas e iniciativas internacionales, ética empresarial, sostenibilidad, sector textil.



ABSTRACT

The current project is the result of an analysis based on the implementation of regulations, principles and initiatives in terms of Corporate Social Responsibility (CSR). Since several decades ago, the concept of CSR has been emerging as an instrument to create a comparative advantage which provides an important value for national companies. However, this concept still has a lack of clear meaning which helps to develop an harmonization in matters of CSR in a global scale among international companies.

An example of an useful tool to make possible an hypothetic harmonization in order to measuring CSR policies, are the regulations, principles and initiatives developed throughout years by different organizations, either national or international. Therefore, we have analyzed the degree of implementation of these measures in five different companies which develop their activity on textile field. Besides, we have done a fundamental division between companies which are listed on Spanish Stock Market and the rest, with the objective of elucidating if these companies are proactive in terms of CSR.

This document is divided in three main parts. Firstly, the theoretical framework related with the concept of CSR is defined, as well as its evolution and implementation in our country. Secondly, the most important regulations in matters of CSR are explained. On the last part, is carried out a deep analysis based on the regulation implemented by textile companies and their subsequent comparison among companies quoted and no-quoted in the Spanish Stock Market. we have drawn some conclusions extracted from the analysis.

Key words: Corporate Social Responsibility (CSR), International regulations, principles and initiatives, business ethics, sustainability, textile, clothing and footwear sector.



2. INTRODUCCIÓN

Dado el continuo índice de crecimiento de la población empresarial tanto a nivel nacional como internacional, las empresas tratan de incorporar a sus organizaciones determinados activos intangibles que funcionen como instrumentos diferenciadores que les hagan crear organizaciones únicas. Un instrumento diferenciador que está en auge es la Responsabilidad Social Corporativa.

Desde que en la década de los ochenta se empezase a hablar de “Responsabilidad Social Corporativa (RSC)”, su definición no ha dejado evolucionar, teniendo tantas acepciones como empresas la practican en sus organizaciones. La RSC consiste en incorporar a la actividad empresarial, diferentes práctica y política, si bien, de forma voluntaria, que evidencien el compromiso de esta con su entorno social, ambiental e interno, con el fin de reducir el impacto negativo de su actividad. De esta manera se produce una obtención de beneficios simultáneos en la comunidad donde opera y en su propia empresa. (Volpentesta, 2009)

Aunque exista una definición que pueda ser comprendida como global, a la hora de realizar políticas responsables e incorporarlas a la empresa, existe una gran confusión a la hora de medir su alcance. Cada país dicta una serie de normas o estándares para responder al problema de la medición y tratar de que sea posible una comparación entre diferentes organizaciones aunque estas sean de distintos sectores. Sin embargo, las necesidades de la actualidad son cambiantes, vivimos en un mundo globalizado que necesita que la armonización en cuanto a Responsabilidad Social se refiere sea a nivel internacional. Para dar respuesta a estas necesidades, numerosos organismos internacionales comenzaron hace varias décadas a dictar normativa, principios y promover iniciativas de Responsabilidad Social con el objetivo de que esta se pudiese medir y comparar a lo largo del mundo y la sociedad y otros colectivos pudiesen percibir, en base a una normativa, el grado de implicación social y de comportamiento éticos de las empresas.

A lo largo del documento estudiaremos con detenimiento la normativa, estándares e iniciativas más importantes dictadas a lo largo de las últimas décadas con el objetivo de dilucidar la situación actual de la aplicación de estas normativas en materia de Responsabilidad Social a nivel mundial por parte de las empresas.



Para que nuestro análisis sea más prospero, focalizaremos y centraremos nuestro estudio en la aplicación de las normativas, estándares y principios en grandes empresas del sector textil, vestido y calzado de nuestro país. ¿Por qué grandes empresas? Porque su impacto en la sociedad es mucho mayor que el que puede tener el resto de empresas, debiendo adquirir más compromisos con la misma lo que se traduce en la adopción de un mayor número de políticas de responsabilidad social. ¿Por qué empresas del sector textil, vestido y calzado? Porque se trata de uno de los sectores más internacionalizados de nuestra economía, siendo algunas empresas de este sector lideres tanto dentro de nuestras fronteras como en mercados internacionales. Además su impacto social es enorme. Esta gran expansión de mercados así como su gran alcance social, hace que sea uno de los sectores en los que ser socialmente responsable adquiera una gran importancia. Por lo tanto el intento de armonización de normativas y legislación de responsabilidad social es presumiblemente un tema de vital importancia para este tipo de organizaciones.

Intentaremos con el presente trabajo analizar el grado de implicación y la situación del sector textil, vestido y calzado en materia de Responsabilidad Social Corporativa, a través de la realización de una comparación entre empresas que cotizan en la Bolsa de España frente a otras que no, tratando de dilucidar si existe alguna relación entre este hecho y la adopción de políticas de Responsabilidad Social Corporativa.



3. OBJETIVOS

Como su mismo nombre indica “Práctica de la Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito internacional. Su aplicación en grandes empresas del sector textil, vestido y calzado” la realización de este trabajo busca analizar la situación de la normativa internacional en lo que a Responsabilidad Social Corporativa se refiere, con el objetivo de averiguar el grado de armonización en cuanto normativas en la actualidad. Para que el análisis fuese más prospero se concretó una muestra de cinco empresas englobadas en el sector textil. El por qué de la selección del sector textil para nuestro análisis puede ser justificado con facilidad. El alcance social de las empresas del sector textil es directamente proporcional a su impacto en el entorno, este tipo de empresa generan grandes flujos de trabajo, y sus mensajes recalcan con facilidad en la sociedad. La incorporación de políticas de responsabilidad social corporativa a sus organizaciones es clave y muy importante, ya que su compromiso con el entorno puede determinar su situación empresarial.

A continuación se numerarán los principales objetivos del estudio:

- Explicar el por qué del inicio del término “RSC” y los motivos de su importancia.
- Conocer la normativa más importante a nivel internacional de responsabilidad social.
- Descubrir la situación actual de las empresas del sector textil en materia de armonización e iniciativas de RSC.
- Investigar a través de una comparación de empresas si existe o no una relación entre cotizar en bolsa y realizar más iniciativas de responsabilidad social corporativa.

A través del camino que irán trazando los objetivos marcados, se espera obtener la suficiente información que nos ayude a explicar la situación por la que pasan las políticas de RSC en las grandes empresas del sector textil, así como la importancia de la incorporación de las mismas en su organigrama organizacional.



4. METODOLOGÍA EMPLEADA

En las próximas líneas explicaremos con detalle las diferentes fases de análisis que se han llevado a cabo para realizar de manera correcta el presente trabajo sobre responsabilidad social en el seno del sector textil vestido y calzado.

Partimos de una introducción al termino “Responsabilidad Social Corporativa” haciendo una breve revisión bibliográfica de las publicaciones más trascendentales en la materia. A continuación, se enmarca la responsabilidad social corporativa en el seno de las empresas, resaltando el por qué de la incorporación a su jerarquía, más tarde se realiza un análisis de las políticas de RSC dentro de nuestras fronteras y su evolución. Después se procede al estudio de las normas, principios e iniciativas más relevantes en cuanto a armonización internacional se refiere. Tras explicar las regulaciones e iniciativas más importantes, se hace una revisión de la historia del sector textil español y se redactan alguna de las iniciativas más importantes en relación con este sector. Posteriormente se estudia el caso de empresas del sector textil, vestido y calzado que cotizan en bolsa. Más tarde, se realiza un análisis comparativo entre empresas que cotizan en la Bolsa de España frente a otras que no cotizan. Finalmente se extraen una serie de conclusiones.

Toda la información sustraída para el presente trabajo es fruto de la investigación y del análisis recopilado a través de una serie de artículos periodísticos, libros, revistas científicas, así como de información procedente de plataformas de internet. Además, se han enviado una serie de correos electrónicos a las empresas fruto del estudio con el objetivo de recopilar más información relevante para un análisis más detallado. Toda la información de la que hemos dispuesto a lo largo del trabajo viene recogida en el apartado “referencias” al final del trabajo.



5. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

5.1. Marco Teórico.

El término Responsabilidad Social Corporativa se ha convertido en una cuestión vital para el devenir de las organizaciones. Pero ¿A que nos estamos refiriendo con RSC? Cuando intentamos dar un concepto simplificado de algo que tiene una dimensión tan grande como la responsabilidad social corporativa, cometemos el error de englobarlo y cercar su influencia en una sola rama. A lo largo de los últimos años son muchos, tanto especialistas en la materia como organismos, los que han intentado dar este significado simplificado del que venimos hablando, tratando de no darle un enfoque demasiado limitado, es decir, de no centrarse en RSC como un concepto meramente medioambiental, que es el gran error a la hora de definir este concepto. Tanto es así que en el artículo “How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions” (Alexander Dahlsrud, 2008) se pone de manifiesto lo complicado que es encontrar un definición exacta.

A continuación trataremos de explicar el concepto de RSC de forma clara y sencilla, a través del análisis de diferentes definiciones utilizadas a lo largo de la historia de este término tan difuso pero que ha adquirido una importancia casi vital, para la mayoría de empresas.

La gran contradicción que se presenta a la hora de elaborar el concepto de RSC es su objetivo, es decir, el fin último que se busca a la hora de incorporar la RSC a la empresa.

“El objetivo de la responsabilidad social es maximizar beneficios” (Friedman, 1970). El autor de esta frase, premio nobel de economía, afirmaba que las instituciones como instituciones económicas que son, buscan aumentar el valor del capital, dejando de lado las preocupaciones sociales que pasarían a un segundo plano. Este argumentos ha sido muy importante ya que se ha sido utilizado en muchas ocasiones como justificación a ciertos comportamientos empresariales (Carson, 1993)

Veamos ahora otras definiciones más alejadas del carácter económico.

“Se define la RSC como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos



que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos”. (Marta de la Cuesta González, 2003. p. 7)

La definición anterior reúne los puntos claves de lo que vamos a desarrollar a lo largo de este trabajo, es un conjunto de responsabilidades éticas y legales que alcanza a los grupos de interés a todos los niveles.

Es muy importante fijarse unas primeras nociones del término de RSC para entender su alcance. Sin embargo y dado que la historia mundial evoluciona y es cambiante, con ella también va evolucionando el término de Responsabilidad Social Corporativa y sus alcances. Tanto es así que el propio término utilizado durante décadas atrás, viene dando un giro desde que en el año 1999, el ex secretario general de Naciones Unidas, Koffi Annan, lanzase en el Foro de Davos un Pacto Mundial en materia en materia de RSC. A partir de esa fecha el término RSC se comenzó a desprender de su carácter meramente social y medioambiental. Se empezó a relacionar la RSC con la corrupción o con temas como la gestión ética de sus actividades por parte de las multinacionales en el desarrollo de la globalización. Es por eso que autores como Mark R. Kramer comienzan a hablar de Filantropía empresarial¹, dándole un sentido global a lo que antes solo era una pequeña parte en la búsqueda de beneficios por parte de las empresas. Sin embargo, son muchos autores los que opinan que la Filantropía empresarial es una parte más del entramado de la RSC, del cual las empresas sacan una rentabilidad al converger negocio puro y altruismo. (Michael Porter y Mark Kramer, 2002)

5.2. Responsabilidad Social Corporativa en la empresa.

Como hemos mencionado anteriormente una empresa es socialmente responsable cuando introduce en sus políticas una serie de compromisos y obligaciones, que van más allá de lo que se entiende por responsabilidades jurídicas. Nos estamos refiriendo a compromisos de carácter social, ambiental y económico para alcanzar un equilibrio que la convierta en una organización socialmente responsable. Para ello la empresa tiene

¹ La filantropía, es un concepto acuñado por el emperador romano Flavio Claudio Juliano, etimológicamente filantropía significa: "Amor al hombre o a la humanidad" La filantropía empresarial o corporativa se usa en el contexto humanista no religioso y busca además que el cambio sea duradero a través de programas sociales y/o ambientales llevados a cabo por la empresa.



que saber cómo cumplir estas obligaciones y compromisos, a través de políticas empresariales que gestionen sus activos sin que la empresa pierda valor.

Una de las tareas más difíciles para una empresa es saber gestionar dichos activos, siempre con el objetivo de conseguir su máximo rendimiento y que estos repercutan en la obtención de un beneficio. Podemos diferenciar dos tipos de activos, los tangibles por un lado y los intangibles por otro. Es dentro de estos últimos donde introducimos el término de Responsabilidad Social Corporativa. El constante crecimiento y diferenciación de la economía viene determinada por los activos intangibles, que son los que más rentabilidad dan a la empresa, pasando a un segundo plano los activos materiales y financieros. (Lev, Baruch. *Intangibles: Medición, Gestión e Información*. Deusto, 2003)

Es tarea de las empresas saber cómo sacar partido de este activo intangible, así como analizar adecuadamente su entorno tanto interno como externo, para dar respuesta a las necesidades y oportunidades que se le presentan.

Es momento de analizar cuál es el principal motivo por el cual una empresa lleva a cabo políticas socialmente responsables. La respuesta converge dentro de la propia organización, la encontramos en los grupos de interés o stakeholders.

Richard Edward Freeman (1984), en su obra *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, define el término Stakeholder como “cualquier individuo o grupo que pueda afectar o sea afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. Es a través de esta definición cuando empezamos a vislumbrar los inicios de la RSC.

Antes de entrar en materia de responsabilidad vamos a hacer una dicotomía dentro de los grupos de interés:

- Stakeholders primarios: Son aquellos fundamentales para el devenir de una organización. Se incluyen en este grupo aquellos que participan directamente en la actividad económica de la empresa. Hablamos en este punto de accionistas o propietarios, empleados, clientes y proveedores.
- Stakeholders secundarios: Son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, la sociedad, los medios de comunicación, y las administraciones públicas, entre otros.



Figura 5.1. El conjunto de Stakeholders



Fuente: Elaboración propia a partir de “La evolución del concepto stakeholders en los escritos de Ed Freeman” Business School. Universidad de Navarra.

Dado que son los Stakeholders primarios los que más influencia tienen sobre la propia organización y poder para que esta realice nuevas políticas en nuestro caso de responsabilidad social, nos vamos a centrar en este grupo a la hora de explicar la estrecha relación de los Stakeholders y la existencia de RSC en la empresa. A través de la división anterior dentro de los stakeholders primarios, vamos a ejemplificar algunas situaciones de responsabilidad social desde la organización hacia dichos grupos de interés. (Vega, 2005)

Accionistas

- Correcta retribución del capital en forma de acciones a través del reparto de dividendos.
- Realización de inversiones transparentes guiadas por fórmulas éticas.
- Informar de manera clara y recurrente en cuanto a la situación de la empresa a través de sus resultados sin la utilización de trampas contables para maquillar dichos resultados.



Empleados

- Obtener la motivación suficiente la de la organización con el fin de la auto realización.
- Adquisición de conocimientos continúa con altos niveles de desempeño.
- Sistemas de comunicación prósperos que vayan vas allá de los niveles jerárquicos de la empresa.
- Encontrar un balance adecuado entre trabajo, familia y ocio.
- Diversidad de la fuerza laboral en cuanto a etnias, edad, sexo o discapacidad.

Clientes

- Máxima calidad en los productos y servicios del mercado.
- Existencia de una adecuada relación calidad precio, que no ponga en peligro el buen comercio.
- Utilización de métodos estadísticos que sirvan de comprobante de la existencia de satisfacción en los clientes.

Proveedores

- Selección de los proveedores basada en la ética de los negocios.
- Intentar no abusar de los plazos de pago.
- Mantener unas relaciones comerciales que satisfagan a ambas partes.

A la hora de definir empresa podemos basarnos en la teoría de los recursos según la cual la empresa es un conjunto de recursos heterogéneos y capacidades móviles e imperfectas que crean una cadena de valor (Porter, 1985). Siguiendo esta afirmación, estos recursos a los que se refiere Porter son valiosos e inimitables, fundamentales para que las empresas consigan una ventaja competitiva. Por esta razón los Stakeholders primarios, como recursos empresariales, son una herramienta básica para la creación de esta ventaja competitiva de la que hablamos. La RSC permite satisfacer las necesidades sociales de los stakeholders, favoreciendo así la consecución de una ventaja competitiva y como resultado un beneficio. Apoyándose en la idea de que las empresas deben tener un objetivo social que sea coherente con sus intereses económicos en el largo plazo, para que así la consecución del beneficio sea más sencilla y real. (Mishra y Suar, 2010).



Es común que las empresas comiencen sus prácticas de responsabilidad social corporativa como un método de diferenciación, que busca traer consigo un efecto positivo sobre su notoriedad, sobre su imagen de marca, y su impacto en la confianza social. Una vez satisfechas las necesidades sociales de los grupos de interés, sería posible la mejora de las condiciones de negociación con los mismos, creando un clima empresarial favorable que solo traería consigo beneficios para la organización. (Bénabou y Tirole, 2010).

5.3. Evolución histórica de la RSC en España

La historia de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro país no es amplia, más bien podríamos afirmar que sus comienzos son relativamente cortos. El desarrollo de un mundo globalizado hace ya varias décadas ha hecho que las preocupaciones mundiales se conviertan en preocupaciones de cada país por separado. Secundando las preocupaciones de carácter social del resto del mundo. Los stakeholders de las organizaciones de nuestro país reclaman la implantación de nuevas políticas empresariales de tipo social y ambiental. Tras estos reclamos comienzan, hace 20 años, la creación de nuevas políticas hasta ese momento sin importancia, por parte de las empresas. Demostrando las mismas que cualquier empresa puede producir de manera socialmente responsable sin perder valor, incluso pudiendo aumentarlo. (

Los primeros destellos de prácticas socialmente responsables en nuestro país comienzan a finales del siglo XX, a través de Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO), que comienza a introducir el término de Inversión Responsable, por medio de la ética en los productos financieros para seguir las directrices que se estaban marcando más allá de nuestras fronteras. Se empieza en ese periodo a reclamar transparencia a las empresas, sobretodo del sector privado. Se está fraguando el concepto de RSC. (Escuela de Organización Industrial, 2012).

Pero sin duda el debate de la RSE en España se inicia en la primera década del siglo XXI a partir de la publicación del Libro Verde Europeo sobre RSE publicado en 2001 a raíz de la Cumbre de Primavera de Lisboa en el año 2000. Convirtiéndose éste en referente comunitario para promover la calidad y la coherencia de las prácticas de responsabilidad social. Se acordó también tras negociación que las políticas redactadas en este documento tendrían relación con las implantadas a nivel nacional. (Observatorio de la RSC, 2014)



A principios de los años 2000, tras el incremento en la implantación de políticas comunitarias de carácter social, España responde a este aumento con el desarrollo de diferentes proyectos desde el ámbito público para promover la RSC en las empresas, a nivel estatal pero también a nivel autonómico.

El 27 de diciembre de 2002 surgió en el Congreso de los Diputados una de las primeras iniciativas en responsabilidad social. Se concretó que en materia de trabajo y asuntos sociales debía formarse una Comisión Técnica de Expertos con el objetivo de confeccionar un informe sobre responsabilidad social en la empresa.

Una iniciativa pionera en nuestro país en el marco europeo fue la creación de El Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) en el año 2008. El CERSE se creó como órgano asesor y consultivo en materia de políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSC en nuestro país. (Comisión Europea, 2013)

Siguiendo con la evolución histórica de la RSC en nuestro país, es imprescindible citar el último gran acuerdo firmado en el 2014 sobre Responsabilidad Social. Estamos hablando de la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020. Se trata de un documento que será usado como referente para diferentes organizaciones o bien públicas o bien privadas, en cuanto a la toma de decisiones y actuaciones de RSC.

Una vez enumeradas las iniciativas más importantes en el ámbito nacional público, es importante resaltar que numerosas empresas españolas están a la cabeza en la elaboración de informes en materia de RSC. En el año 2002 fueron 7 las empresas españolas que hicieron uso del marco del Global Reporting Initiative (GRI), que más tarde explicaremos, para la elaboración de dichos informes. Otro hecho más de la buena situación de nuestro país en materia de responsabilidad, es que con el paso de los años nuestro país se ha convertido en uno de los países que más memorias registra, en 2014 fueron más de 200 empresas, haciendo referencia a grandes empresas como INDITEX, empresa fruto de nuestro posterior análisis.

La RSC en España se encuentra plenamente instalada en todos los ámbitos de la sociedad, ya no es un concepto emergente, es un concepto que evidencia que se puede ser socialmente responsable contribuyendo positivamente a la cuenta de resultados. Si



bien tiene grandes retos por delante, los cuales podrán ser superados si se fraguan firmes políticas e iniciativas socialmente responsables. (Informe forética 2015).

6. MEDIDAS DE RSC

A lo largo de la historia de la RSC y a medida que esta va suscitando una mayor atención a las empresas a nivel global, no son pocas las medidas en forma de principios o normas para tratar de armonizar la incorporación de la RSC a las organizaciones. Este intento de armonización ha dado fruto a numerosas medidas en materia de responsabilidad social. La necesidad de las organizaciones de dar respuesta a las peticiones de información sobre responsabilidad social por parte de sus stakeholders, si bien de algo que no es obligatorio para ella como es la RSC, ha hecho que estas se adhieran a los estándares internacionales con el fin de dar respuesta a estas peticiones. A continuación realizaremos una síntesis de las diferentes medidas llevadas a cabo a lo largo de la vida del término, Responsabilidad Social Corporativa. Dado que es algo muy complejo para facilitar nuestro análisis dividiremos las medidas en, por un lado “Principios y Directrices” y por el otro “Estándares y Certificados”.

6.1. Principios y directrices de RSC

Definimos principios y directrices como una serie de iniciativas promovidas a nivel internacional y que están encaminadas a establecer los valores básicos y fundamentales inherentes a todo compromiso responsable de cualquier organización, ya sea pública o privada. Existen multitud de herramientas de gestión de RSC a nivel internacional. (Anexo I) En las próximas líneas analizaremos con detalle aquellas iniciativas que hayan tenido un mayor alcance.

6.1.1. Declaración universal de los derechos humanos

Fue adoptada y proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, en París. Esta declaración representa desde su firma, un modelo colectivo que debe ser adeudado por el conjunto de naciones, con el objetivo de que se forje un respeto global a través de la razón del pueblo obtenida por medio de una adecuada educación, para el logro del respeto de los derechos y libertades adheridas al ser humano.



Sus 30 artículos universales recogen los derechos y libertades fundamentales que tiene todo ser humano por el hecho de serlo, así como las relaciones entre iguales basadas en el respeto mutuo. La declaración universal de los derechos humanos incluye todos aquellos derechos y libertades que guían la base para una sociedad democrática. (Fundación acción pro derechos humanos, 2007)

A pesar de haberse creado hace ya más de 4 décadas, la Declaración mundial de los derechos humanos, sigue sirviendo como directriz que guía la actividad económica de las organizaciones bien dentro de su propia actividad o bien dentro la repercusión de las mismas en el conjunto de la sociedad, en materia de respeto de los derechos y libertades fundamentales recogidas en la misma.

6.1.2. Pacto mundial de las naciones unidas

La consecución de un Pacto Mundial referente a la Responsabilidad Social Corporativa empezó a tomar forma el 31 de enero de 1999, en Davos (Suiza) a través de la figura del secretario general, Kofi Annan. Sin embargo, no fue hasta el siguiente año cuando se convocó a los máximos representantes de las principales empresas internacionales que este pacto comenzó a ser operativo. Su cometido principal era “sincronizar la actividad y las necesidades de las empresas con los principios y objetivos de la acción política e institucional de Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y de la sociedad civil” (Estatuto Pacto Global, ONU, 2000).

Bajo esta afirmación, el Pacto Global se desglosa en diez principios que siguen estando vigentes en la actualidad, estos guían las Declaraciones y Convenciones universales del Pacto. Se divide en 4 ámbitos de aplicación que van desde el medio ambiente hasta cuestiones laborales, a partir de estos 4 ámbitos de aplicación se desglosan los 10 principios que rigen el Pacto Mundial. En este punto es importante mencionar que en su comienzo, el Pacto Mundial contaba únicamente con 9 principios, centrados en su mayoría en los Derechos Humanos estipulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. No fue hasta el 2014 cuando se añadió un décimo principio, se trata de la lucha contra la corrupción fruto de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción y para responder a las necesidades del presente. En el cuadro 6.1 podemos observar el conjunto de principios:



Cuadro 6.1. Los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

DERECHOS HUMANOS

- Principio 1: "Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia"
- Principio 2: "Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos"

ESTÁNDARES SOCIALES

- Principio 3: "Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva"
- Principio 4: "Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción"
- Principio 5: "Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil"
- Principio 6: "Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación"

MEDIO AMBIENTE

- Principio 7: "Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente"
- Principio 8: "Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental"
- Principio 9: "Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente"

ANTICORRUPCIÓN

- Principio 10: "Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno"

Fuente: Elaboración propia a partir de: <http://www.pactomundial.org/>



El alcance del Pacto Mundial en materia de responsabilidad social es tal que ha incrementado la participación de empresas a nivel mundial, favoreciendo así la mayor adopción de políticas socialmente responsables por parte de las organizaciones, que han estrechado vínculos tanto con las administraciones públicas de sus países como con Organizaciones no Gubernamentales con las que han contribuido.

Dado que el Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de carácter voluntaria, el objetivo es lograr la máxima participación por parte de las empresas, estas pueden pertenecer a cualquier grupo de negocio. Para la participación en el Pacto Mundial, las empresas deberán seguir unas pautas que seguirán el siguiente orden.

- El Director General de la empresa deberá enviar una carta al Secretario General en el que venga redactada su disposición de apoyar el pacto y los principios que este recoge.
- Tras enviar la carta, se deberá realizar dentro de la organización los cambios necesarios en su actividad de manera que integren el Pacto Mundial y sus principios dentro de su estrategia. Además la empresa deberá desarrollar sus tareas cotidianas en consonancia con los principios del pacto.
- A través de los diferentes medios de comunicación de los que disponga la empresa, esta deberá expresar públicamente su consonancia con el Pacto Mundial y sus principios, es decir, manifestar que está a favor.
- Se deberá describir detalladamente los modos en los que la empresa apoya el Pacto Mundial y sus principios, que se recogerá en su informe anual. Esta “Comunicación de progreso” es un instrumento importante para poner de manifiesto la adhesión mediante la rendición pública de cuentas.

Este proceso tiene el objetivo de fomentar la implantación de los 10 Principios recogidos el Pacto, siempre considerando cada organización como única con unas necesidades, características y recursos diferentes que responder al carácter de la organización. (García, 2013)

El Pacto Mundial de Naciones Unidas, a pesar de su falta de mecanismos de control como medio de supervisión del cumplimiento correcto de los principios adquiridos por parte de las empresas, es con diferencia la mayor propuesta voluntaria de RSC del mundo. (Kell, 2013).



6.1.3. *La organización mundial del trabajo*

La Organización Mundial del Trabajo (OIT), fue creada en el año 1919 formando parte del Tratado de Versalles que puso fin a la Primera Guerra Mundial. Dentro del contexto de postguerra en el que fue creada esta organización, se quería reflejar que la base fundamental para la consecución de una paz universal y duradera en el tiempo, era la práctica de una justicia social. Se define OIT como una agencia especializada de las Naciones Unidas que promueve el trabajo decente y productivo para mujeres y hombres, en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad humana. (OIT 2014).

La estructura de la OIT se divide en tres grupos de acción; gobierno, trabajadores y empleadores. Esta estructura tripartita viene a representar la importancia de que aquellas personas cuyas vidas se vean afectadas por el desarrollo de diferentes políticas sociales, económicas o de cualquier índole, deben formar parte de una organización cuya finalidad es fomentar la práctica de una justicia social.

Desde su creación la OIT ha intentado siempre, dar respuesta a las necesidades mundiales que se le van presentando. En sus inicios, ya en la primera reunión en la que la realidad de aquel momento estaba rodeada de una creciente industrialización, se aprobaron diferentes convenios y recomendaciones para tratar de resolver conflictos en materia de desempleo, maternidad o explotación infantil. Años más tarde, en 1999 se volvieron a formular nuevamente los objetivos de la OIT, fijándose 4 claros propósitos, que defendían, no la cantidad de los empleos, sino su calidad²:

- Promover y contribuir al cumplimiento de las normas, y los principios y derechos fundamentales en el trabajo.
- Crear mayores oportunidades para las mujeres y los hombres con el objeto de que dispongan de unos ingresos y empleo decorosos.
- Realzar el alcance y la eficacia de la protección social para todos.
- Fortalecer el tripartismo y el diálogo social.

² Conferencia Internacional del Trabajo (1999), los retos inherentes a la noción de trabajo decente: « La OIT milita por un trabajo decente. No se trata solamente de crear puestos de trabajo, sino que éstos han de ser de calidad aceptable. No cabe disociar la cantidad de empleos de su calidad. Todas las sociedades tienen sus propias ideas de lo que es un trabajo decente y la calidad del empleo puede tener diferentes acepciones. Puede referirse a distintas formas de trabajo y también a muy diversas condiciones de trabajo, así como a conceptos de valor y satisfacción. »



A lo largo de su historia y con el objetivo de fomentar una paz dentro del ámbito laboral como base para la prosperidad, se han ido realizando diferentes convenciones siempre con la inestimable ayuda de los trabajadores, empleadores y gobiernos, la estructura tripartita, de 185 estados miembros. Estos colaboran para que las diferentes iniciativas sean puestas en funcionamiento. Dado que la historia de la OIT es prolongada en el tiempo, son numerosas las convenciones que se han realizado.

Si hay que destacar alguna convención como clave en el desarrollo de la organización esa es la Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social, de 1977. Los principios alcanzados brindan a las organizaciones multinacionales, a los gobiernos, a los empleadores y a los trabajadores orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida y relaciones laborales. Dado que el entorno es cambiante esta declaración se ha sufrido varias revisiones, en los años 2006 y 2014. (Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa, 2015)

Al igual que las iniciativas del Pacto Mundial, las normas aprobadas en las diferentes convenciones son adscritas de forma voluntaria por parte de las empresas. Estas fomentan las buenas relaciones entre trabajadores y empleadores, dado que las normas de la OIT velan por la protección de los derechos de los trabajadores, creando puestos de trabajo éticos. A pesar de los números beneficios que estas iniciativas suponen para las empresas que lo lleven a cabo, al suponer un coste económico, son muchas las empresas que son reticentes a incorporar dichas iniciativas a su actividad, pues afirman que es una pérdida de ventaja competitiva.

6.1.4. Las líneas directrices para empresas multinacionales de la OCDE

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) fue creada en 1961. Esta organización es un foro de 34 países industrializados que se encarga del desarrollo y fomenta políticas económicas y sociales. Su misión es “construir economías sólidas en sus países miembros, mejorar la eficiencia, los sistemas de mercado nacionales, ampliar el libre comercio y contribuir al desarrollo tanto en países industrializados como en desarrollo”. (OCDE 2013)

Desde sus inicios, la OCDE ha buscado el desarrollo no solo de políticas económicas, sino que también de otro tipo de políticas de carácter social o medioambiental. A través



de estas políticas los países democráticos que forman parte del foro, han trabajado conjuntamente para enfrentarse a los desafíos que la creciente globalización les ha ido poniendo en el camino.

Podemos resaltar tres grandes desafíos que la OCDE se marcó desde su constitución en 1961 y que aún siguen guiando las políticas actuales:

- Garantizar un buen nivel de vida en los países miembros, a la vez que se mantiene una estabilidad financiera.
- Desarrollar al máximo nivel la economía y el empleo de los países miembros, así como ayudar a los no miembros subdesarrollados.
- Ayudar en el crecimiento del comercio internacional y que este siga las directrices internacionales.

El ser socialmente responsable supone para las empresas la adquisición de un valor añadido en su cadena de valor. Al mismo tiempo, las prácticas responsables llevan un comportamiento sostenible allá donde la multinacional desarrolle su actividad. Por este motivo, en el año 1976 se aprueban las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, se trata de recomendaciones en materia de sostenibilidad dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales. A estas recomendaciones se han suscrito 30 países miembros de la OCDE y solo 8 países que no son miembros. El fin principal de las líneas Directrices es asegurar que las actividades de las empresas multinacionales se desarrollan en consonancia con las políticas nacionales de los países de la OCDE y reforzar las relaciones entre las empresas y los diferentes estados.

La última revisión se produjo en el año 2000, sin embargo, en el año 2010 los gobiernos de 42, países miembros y no miembros de la OCDE, empezaron a trabajar en la actualización de las Directrices con el objetivo de que estas respondan a las necesidades cambiantes en el ámbito de la inversión internacional y en las empresas multinacionales que se han tenido lugar desde el año 2000.

Tras la última revisión las Directrices exponen principios y normas de carácter voluntario con el fin de que las empresas multinacionales desarrollen sus actividades atendiendo a una conducta responsable en materia de relaciones laborales, medio ambiente o lucha contra la corrupción.



Las Directrices están amparadas por un singular mecanismo de implementación, conocido como los Puntos Nacionales de Contacto (PNC), son organismos constituidos por los gobiernos de los países adherentes con el objetivo de promover e implementar las Directrices, funcionan como embajadas de la OCDE. Estos ayudan a las empresas a tomar las medidas adecuadas para impulsar la aplicación de las Directrices. También constituyen una plataforma de mediación y conciliación para resolver los problemas de cualquier tipo que puedan presentarse. Dado que las normas y principios de las Líneas Directrices no son obligatorias, los Puntos Nacionales de Contacto (PNC) es la única obligación formal que los gobiernos que suscriban las directrices deben cumplir.

6.1.5. *Global Reporting Initiative*

El Global Reporting Initiative (GRI) fue constituido en 1997 como resultado de una iniciativa impulsada conjuntamente por dos organizaciones no gubernamentales, CEBES (Coalition of Environmentally Responsible Economies) y PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente). Su principal objetivo en el momento de su creación fue aumentar el rigor, la calidad y la implementación de las memorias de las organizaciones de manera sostenible. Actualmente las empresas se rigen por la revisión de esta iniciativa del año 2002, a la revisión de este año además de los habituales aspectos económicos, se le suman los de carácter medioambiental y social.

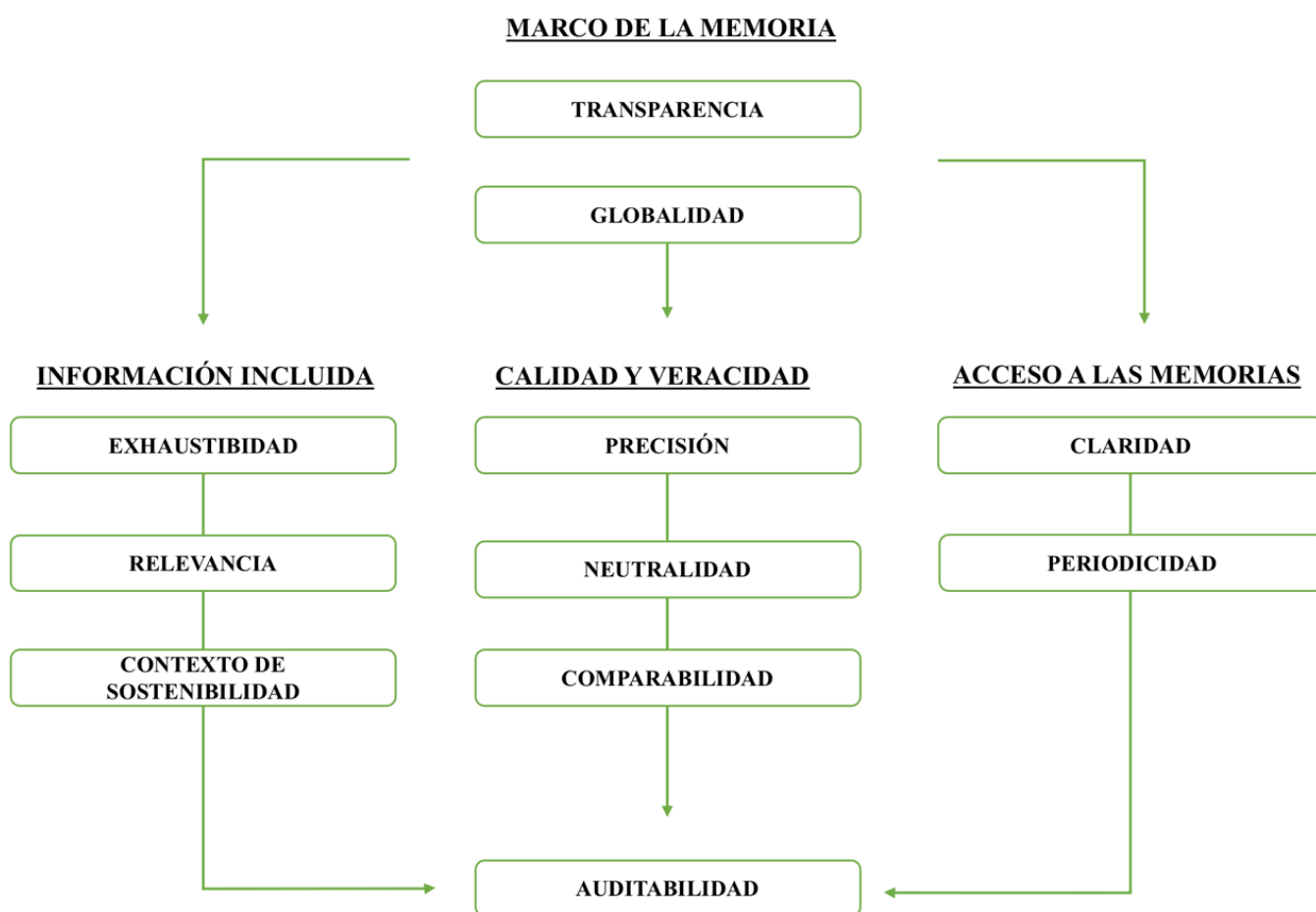
En la actualidad más de 300 empresas de diferentes sectores, ya han realizado memorias de sostenibilidad siguiendo las directrices del GRI. En las memorias las empresas que siguen esta iniciativa, se hace un examen a los aspectos que se consideran fundamentales dentro de cualquier organización, es decir, en ellas se evalúan lo que se conoce como la "triple bottom line", la realidad económica, social y medioambiental,³ siempre teniendo en cuenta a los grupos de interés de la empresa. (José Mariano Moneva Abadía, 2009)

³ El término triple bottom line (o triple resultado), utilizado por primera vez en 1994 por John Elkington, busca redefinir criterios y valores utilizados para medir el éxito y sustentabilidad de una organización incorporando a la visión tradicional eso dos elementos. ALEJANDRO VILLALOBOS AYALA 4 oct 2012.



Para la elaboración del informe de manera correcta, el GRI pone tanto énfasis tanto en la aplicación de unos principios determinados como los elementos indicadores de sostenibilidad, para realizar una memoria de manera razonable. Son once los principios donde la GRI hace hincapié, estos se subdividen en 4 bloques (marco de la memoria, información a incluir en la memoria, calidad y veracidad y acceso de la memoria). En la tabla siguiente podemos observar cómo se interrelacionan estos principios.

Figura 6.1. Principios para la realización de una memoria.



Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.globalreporting.org>

Dado que son muchas las empresas que elaboran su memoria en base a las disposiciones del GRI, esta iniciativa se ha convertido en un estándar en materia de realización de memorias. Esto facilita la comparación entre las políticas de responsabilidad social efectuadas por las empresas, pudiendo apreciar que empresas son las más implicadas en



material social y cual menos. Además otra de las ventajas de esta iniciativa es la relación con otras medidas de carácter de RSC, estamos hablando principalmente de la norma ISO 26000. La norma anteriormente citada no ofrece orientaciones detalladas de como reportar el desempeño de RSC, sin embargo el GRI si lo hace, de esta manera a partir de las orientaciones de los reportes GRI⁴ las empresas pueden seguir con más facilidad la norma. (DMA, Disclosure on Management Approach).

6.1.6. *Libro verde de la RSC*

El libro verde se crea en el contexto de la Unión Europea. La Comisión Europea es la institución de la UE que fue la pionera en tratar de darle un sentido formal a la Responsabilidad Social Corporativa en la Unión Europea. El año 2001 es el año de publicación del “Libro verde”⁵. Este documento se ha convertido en el marco europeo por excelencia, encargado de promover prácticas de responsabilidad social. El propio documento define RSC como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores» (Comisión europea, 2013).

Cada vez más empresas utilizan de manera voluntaria este marco para implementar diferentes políticas que tienen dos dimensiones:

- Dimensión interna: Se refiere al impacto que la actividad de la organización tiene sobre sus propios empleados y sobre el medio ambiente.
- Dimensión externa: Esta dimensión se refiere a los stakeholders, en este caso externos. (administraciones públicas, sociedad, competidores...)

Esta dicotomía tiene como objetivo principal la solución más rápida y fácil de los diferentes problemas que cada una de ellas puede presentar y resolverlas de manera más independiendo facilitando su reconocimiento.

La estrategia de promoción de la RSC redactada en el Libro Verde se basa en una serie de principios, que las empresas deben seguir.

⁴ Páginas 25, 27, 30, 32, 33, 35 Orientaciones GRI G3 Sección RG) Como resultado de esta relacion la GRI publicó en el año 2010 el libro “How to use the GRI Guidelines in conjuntion with ISO 26000”, para dar recomendaciones a la empresa en materia de RSC.

⁵ Libro verde 2001 - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.



- 1) Una naturaleza transparente, voluntaria y creíble de las actividades de RSC.
- 2) Identificar los ámbitos en los que la RSC aporte un verdadero valor añadido.
- 3) La existencia de un equilibrio entre las políticas de carácter económico, social y medioambiental relativa a los intereses de los consumidores.
- 4) Atender a las necesidades específicas para empresas medianas y pequeñas.(PYMES)
- 5) Las principios de RSC fomentadas por el libro verde tienen que respetar y estar en consonancia con las principales iniciativas a nivel mundial como son la Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social (1977/2000); las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (2000); las Normas de Derechos Humanos de la ONU para empresas; o el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

6.2. Estándares y certificados

Los estándares y certificados tienen la finalidad de definir de forma precisa los principios inspiradores de la actuación responsable de las organizaciones, la incorporación efectiva de éstos en su gestión conforme a los compromisos por ellas adquiridos y la comunicación de los resultados conseguidos a las partes interesadas. A continuación analizaremos los estándares más relevantes y utilizados por parte de las organizaciones en materia de RSC, poniendo de manifiesto sus características más importantes.

6.2.1. La norma ISO 26000

La normalización a todos los niveles de procesos en materia de responsabilidad social es uno de los aspectos claves de la globalización. Uno de los organismos internacionales claves en la normalización es ISO (Organización Internacional de Normalización), sus normas son conocidas y aplicadas en un gran número de empresas ya sea en el sector económico, industrial o servicios. (Eduardo Núñez Fernández, 2007). Las normas ISO creadas por la Organización Internacional para la Estandarización y “proporcionan una serie de requisitos, especificaciones, directrices o características que pueden ser utilizadas consistentemente para asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios sean adecuados para su propósito” (Organización Internacional de Normalización, 2014)



La norma ISO 26000 es la norma más actual, se creó en el año 2010 para dar respuesta a las necesidades de las empresas a nivel mundial, entre ellas las empresas españolas ya que son más de 83 las que se guían por esta norma. Su enfoque abarca la Responsabilidad Social pero no es certificable, las empresas las usan de guía para contribuir al desarrollo sostenible de una organización.

Esta norma tiene como objetivo que todas las organizaciones no se queden meramente ancladas en el cumplimiento de sus obligaciones legales, sino que vayan más allá y se conviertan en verdaderas organizaciones sostenibles. Esta norma promueve un entendimiento común en el campo de la RSC, a la vez que se complementa la misma con otros instrumentos e iniciativas, siempre complementar nunca reemplazar.

La norma ISO 26000 se fundamenta en un enfoque holístico lo que quiere decir que el sistema se comporta de un modo distinto que la suma de sus partes. Se compone de 7 materias fundamentales descritas en la siguiente figura:

Figura 6.2. Enfoque Holístico. Interacción de las partes.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Norma ISO 26000, 2013.

Las empresas que utilicen como guía esta norma obtendrán una serie de beneficios, tales como la obtención de una ventaja competitiva, mejora de la reputación e imagen de marca, aumenta su capacidad para atraer y retener trabajadores, así como el compromiso y productividad de sus empleados, todo ello hará que prosperen las relaciones con los stakeholders. (Antonio Argandoña,2011)



El fin último de esta norma es dar credibilidad a los informes de responsabilidad social corporativa que realicen las empresas, ya que al ser una norma adoptada por muchas empresas los stakeholders darán por buena la información que en estos informes se recogen.

6.2.2. Norma ISO 14000

La norma ISO 14000 de Gestión ambiental facilita a las empresas una serie de herramientas prácticas para la empresa en materia de gestión de su compromiso responsable con el medio ambiente, dado su creciente expansión en el ámbito empresarial. Su finalidad básica se fomenta la estandarización de formas de producir y prestar servicios que protejan al medio ambiente, haciendo casi inexistentes los efectos dañinos que pueden causar las actividades organizacionales.

Las normas ISO 14000 se encargan de promover una serie de estándares que facilitan la ejecución correcta de los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA)⁶, de esta manera se hace posible la creación de un lenguaje común en lo que se refiere al medio ambiente.

Las normas ISO 14000, diseñadas para proveer un modelo eficaz de Sistema de Gestión Ambiental (SGA), comprenden un conjunto de estándares o normas aplicadas a la empresa que se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 6.1. Conjunto de normas ISO 14000

NORMA	ALCANCE
14000	No es de carácter obligatorio. Guía a la dirección en los principios ambientales y en las técnicas que utilizan.
14001	Especifica los elementos necesarios para el buen funcionamiento de la SGA. Garantiza la correcta administración de efectos ambientales controlados por la organización.
14004	Es similar a la norma 14001 en lo que a SGA se refiere. Trata de que la norma sea utilizada como una herramienta y no como un procedimiento de

⁶ Un SGA es un sistema de gestión que identifica políticas, procedimientos y recursos para cumplir y mantener un gerenciamiento ambiental efectivo, lo que conlleva evaluaciones rutinarias de impactos ambientales y el compromiso de cumplir con las leyes y regulaciones vigentes en el tema, así como también la oportunidad de continuar mejorando el comportamiento ambiental.



	auditoria
14010- 15	Se trata de herramientas de gestión que evalúan los procesos y administración de bienes y equipos medioambientales.
14020- 24	Normas de etiquetado ambiental. Se refiere a aquellos etiquetados que informan al consumidor del impacto ambiental de los productos consumidos.
14031/32	Serie de guías de consulta para la evaluación del funcionamiento ambiental.
14040-44	Analiza el ciclo de vida del producto. Se trata de analizar en qué medida la empresa contamina el medio ambiente durante la fabricación de un producto.
14050	Normas que se utilizan a modo de glosario fruto de la falta de entendimiento de algunos términos y definiciones de las normas.
14060	Funciona como guía para la inclusión de aspectos ambientales en los estándares de productos.
14064-65	Se ocupan de la medición de emisión de gases de efecto invernadero.

Fuente: Elaboración propia a partir de ISO (2000) y AENOR

Las empresas que sigan estas normas y certificaciones obtendrán una serie de beneficios:

- Ahorro de costes a través de una buena gestión medioambiental.
- Aumento de la reputación de la empresa debido a una mayor implicación con los problemas medioambientales, cambio climático o contaminación.
- Personal más motivado ya que la organización tiene preocupaciones que van más allá de su propio enriquecimiento.
- Mejora continua del funcionamiento ambiental de la empresa, aumentando la competitividad de la misma.

Cabe resaltar que nuestro país se encuentra a la cabeza en certificaciones de Gestión Ambiental, la conocida “ISO Survey” tras un informe realizado en el año 2007 informó



que nuestro país supero los 13000 certificados, colocándose en tercera posición mundial tras China y Japón.

6.2.3. Norma SA 8000

La norma SA 8000 es un estándar de sistema de gestión. Fue publicado en el año 1997 por la Social Accountability International (SAI), en la que participaron Organizaciones no Gubernamentales, sindicatos y empresas multinacionales de todo el mundo. Posteriormente a esa fecha, esta norma se ha revisado en los años 2001, 2004 y 2008. (Social Accountability International, 2015)

La norma SA 8000 se centra en aspectos que tienen relación con las condiciones de trabajo dentro de la propia empresa, hace referencia principalmente a los siguientes aspectos:

Cuadro 6.2. Requerimientos de la Norma SA 8000

<ul style="list-style-type: none"><u>1. Trabajo infantil</u><u>2. Trabajos forzados</u><u>3. Salud y seguridad en el trabajo</u><u>4. Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva</u><u>5. Discriminación</u><u>6. Medidas disciplinarias</u><u>7. Horario de trabajo</u>	<ul style="list-style-type: none"><u>9. Sistema de gestión</u>PolíticaRevisión por la AdministraciónRepresentantes de la CompañíaPlaneamiento y AplicaciónControl de los Proveedores/ subcontratistas y sub-proveedoresIdentificación de Problemas e iniciando Acciones CorrectorasComunicación externaAcceso para VerificaciónRegistros
--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de la adaptación de la norma SA 8000:2008.

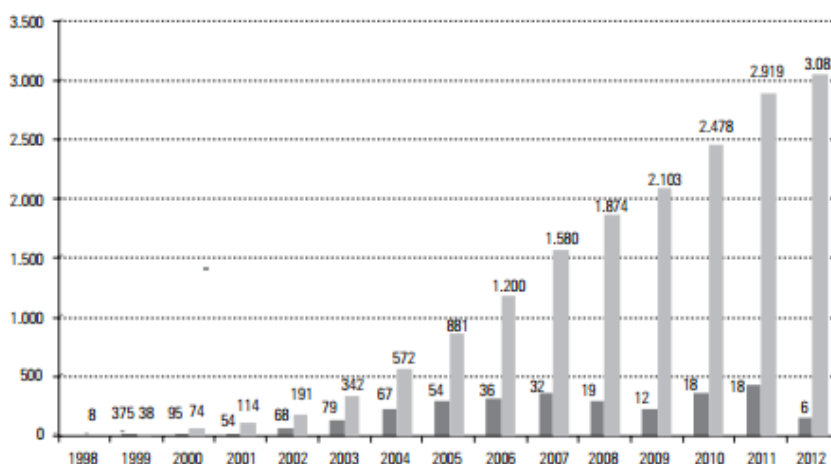
Además de los requerimientos básicos, en el apartado número 9 se recogen las líneas que guían a las empresas en forma de mecanismos para que estas certifiquen correctamente esta norma.



A diferencia de otras normas anteriormente analizadas como la ISO 14000, la SA 8000 hace referencia en algunas ocasiones al cumplimiento de unos ciertos niveles de desempeño dentro de la organización, no como la citada norma 14000 que no requieren resultados específicos.

Las directrices de la norma se basan en los principios establecidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, así como por diversas Convenciones y Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, entre otros. En el siguiente gráfico observamos la evolución ascendente del número certificados incorporados por las empresas a su organización:

Gráfico 6.1. Evolución del número total de certificados SA 8000



Fuente: I. Heras Saizarbitoria y G. Arana Landín, 2013. SA 8000

6.2.4. Norma AA 1000

Esta norma fue desarrollada por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética (ISEA) en el año 1999. Posteriormente se ha sometido a un proceso de revisiones en forma de consultas, la última en el año 2003.

La norma AA 1000 fue creada con la finalidad de que las relaciones entre la empresa y los stakeholders se convirtiesen en un proceso en el que las dos partes implicadas expusieran sus necesidades y sus expectativas. De esta manera, se alcanzaría un compromiso por ambas partes. Se trata de la única norma a nivel internacional que



indica los pasos que una organización tiene que seguir para fomentar las relaciones entre grupos de interés y empresa.

La norma establece y evalúa los diferentes procesos que deben llevar a cabo las empresas para responder por sus acciones, y así alcanzar los compromisos sociales, ambientales y éticos. Esta evaluación se basa principalmente en tres principios. (Instituto de Ética y Calidad, 2006):

- **Materialidad:** El informe de sostenibilidad debe proporcionar una cuenta de manera que los stakeholders sean capaces de juzgar el desempeño de la empresa siguiendo los principios de la “Tripple Bottom Line”
- **Entereza:** La información recogida en el informe tiene que ser completa y exacta, tiene que recoger todos los detalles, de manera que se pueda formular una opinión sobre el funcionamiento de la organización en todos los niveles
- **Sensibilidad:** Dado que la norma pretende fomentar las relaciones entre empresa y stakeholders, el informe debe ser coherente y consistente con las necesidades, preocupaciones e intereses de los grupos de interés.

Una vez las empresas han comunicado sus diferentes compromisos atendiendo a los certificados y normas de la AA 1000, estas obtendrán una serie de beneficios. Facilita la gestión de la información sostenible que la empresa comunica, ayuda a la empresa a fijar unos objetivos en concordancia con sus stakeholders. Dada su facilidad para ser incorporada en la actividad de la empresa, son más de 300 empresas las que han incorporado esta norma a su gestión. (Asociación Española para la calidad, 2016)

Es importante destacar que la Global Reporting Initiative (GRI) y la norma analizada se complementan. El GRI refuerza el contenido de los informes de las empresas y la norma el AA 1000 pone hincapié en cómo se comunica la información a los Stakeholders y cuál es el grado de comprensión de los mismos.

6.2.5. *Los indicadores ETHOS*

Los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial Los Indicadores se crearon en Brasil en el año 2000. Se crearon como una herramienta de ayuda hacia las empresas con el objetivo de que las mismas integren en su gestión los compromisos de desarrollo sostenible. (Instituto Ethos de Empresas, 2006)



A través de cuestionarios los indicadores ETHOS funcionan como instrumentos de concienciación en temas de Responsabilidad Social Corporativa. Estos cuestionarios simbolizan una escala de medidores de políticas y acciones que toda organización puede usar como guía para establecer sus propias políticas.

Después de la que empresa complete el cuestionario, esta se lo envía al Instituto Ethos y el propio instituto evalúa las respuestas dadas atendiendo a una serie de criterios basados en distintas puntuaciones y calificaciones. Finalmente el instituto presenta un informe con el diagnóstico. Estos informes únicamente se pondrán en manos de terceros, si así se solicita y siempre que se tenga la autorización de la propia empresa.

El cuestionario de los Indicadores Ethos se compone de 7 temas diferenciados:

- Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo
- Público Interno
- Medio Ambiente
- Proveedores
- Consumidores y Clientes
- Comunidad Gobierno y Sociedad

Cada tema se divide en una serie de indicadores y a su vez estos indicadores se dividen en diferentes tipos de cuestiones. Por un lado cuestiones de profundidad, permite evaluar una etapa determinada de gestión empresarial. Por otro lado cuestiones binarias, cuestiones con respuesta binario (si o no), complementan las cuestiones anteriores. Por último las cuestiones cuantitativas, su finalidad es ayudar a las empresas junto con los otros tipos de cuestiones a establecer objetivos de perfeccionamiento en cada tema de responsabilidad social.

6.3. Otras iniciativas de responsabilidad social corporativa

6.3.1. A nivel europeo

- European Corporate Social Responsibility.

La red de negocios de Europa para la Cohesión Social (más tarde llamada European CSR) se creó como un espacio dentro del cual las empresas europeas pudiesen



compartir sus experiencias y así desarrollar diferentes soluciones en temas de Responsabilidad Social Corporativa basadas en dialogo entre los distintos empresarios.

Dentro de la historia de la European CSR se pueden destacar varios acontecimientos. En el año 2005, 400 empresas de todo el mundo firmaron una hoja de ruta que guía los negocios dentro de un contexto sostenible en nuestro continente. Esta hoja sentó las bases de un modelo de RSC que la Comisión Europea incluyó en su estrategia de RSC. Otro acontecimiento destacable es el proyecto que comenzó en el año 2010, la Estrategia Europa 2020 que va a guiar todas las iniciativas de Responsabilidad Social de la comisión europea hasta ese año.

- Foro Multistakeholders.

Este foro fue creado en el año 2002 como un foro de apoyo a la Comisión Europea. A través de la reunión de Organizaciones no Gubernamentales, sindicatos y empresas, se busca fomentar la aplicación de políticas socialmente responsables, así como políticas que fomenten las prácticas empresariales transparentes.

El foro está presidido por la Comisión Europea, desde su creación solo ha sido emitido un informe en el año 2004. Se han celebrado tres foros en los años 2006, 2009 y 2010, todos ellos enfocados al fomento de una competitividad limpia, un consumo responsable de los recursos naturales, una inversión responsable y la correcta publicación de informes sostenibles. En definitiva, el foro Multistakeholder se creó con el fin de promover las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en todos los ámbitos de la empresa para así mejorar las relaciones de esta con clientes, sociedad, proveedores y otros grupos que se vean afectados por la actividad de la empresa.

- EABIS “European Academy of Business in Society”

The European Academy of Business in Society, es un acuerdo de empresas, escuelas de negocios, así como otro tipo de instituciones implicadas en el impulso de prácticas empresarial de carácter sostenible a través de la cooperación e investigación. EABIS es un referente para diferentes organizaciones de cómo gestionar las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa.



Son cinco las empresas que en 2002 fundaron EABIS: Unilever, Shell, IBM, Microsoft y Johnson & Johnson todas ellas apoyadas por la Comisión Europea y otras instituciones académicas.

- EMAS (Eco-Management and audit Scheme)

Se trata de una herramienta de alta calidad para la gestión del medio ambiente. Las organizaciones registradas en los EMAS adquieren un mayor rendimiento, una mayor credibilidad y una mayor transparencia en materia de responsabilidad social corporativa. En el año 2014, más de 4000 organizaciones se registraron.

Hay que resaltar que EMAS es una herramienta voluntaria disponible para cualquier tipo de organización con el objetivo de:

- Mejorar su desempeño ambiental y financiero.
- Comunicar sus logros ambientales a las partes interesadas y la sociedad en general.

Tras su revisión el EMAS profundiza más en los procesos de inscripción a esta iniciativa, así como una pequeña introducción en relación a los Sistemas de Gestión Ambientales (SGA) de los que hemos hablado anteriormente.

6.3.2. *A nivel español*

- Libro Blanco

El “Libro Blanco de la RSC” es un documento que fue aprobado en el año 2006 por unanimidad, previamente en febrero de 2005, una subcomisión del Congreso de los diputados había recogido una serie de conclusiones tras investigar en materia de RSC. El Libro Blanco recoge la necesidad que existe de llevar a cabo políticas públicas en materia de RSC, supone el primer documento de este tipo reconocido por un parlamento europeo. Plantea 57 recomendaciones que van dirigidas a diferentes empresas, administraciones públicas, así como consumidores e inversores que tienen relación con temas de RSC.



- Consejo Estatal de RSE. (CERSE)

Se creó con vinculación al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Su función principal es servir como guía al Gobierno en prácticas socialmente responsables, proponiendo a su vez la manera de implementar dichas prácticas.

Se compone por cuatro partes, la Administración Pública, los sindicatos, las organizaciones y las instituciones que estén dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa. (Ministerio de empleo y seguridad social, 2015)

Para facilitar el trabajo y la implicación del CERSE en materia de RSC se han compuesto cinco grupos, juntos deben elaborar un documento que sienta las bases de la RSC en nuestro país relacionado con diferentes temas:

- El impacto de la crisis económica en el desarrollo de la RSC
- Fomento de la publicación de informes y memorias de sostenibilidad por parte de las empresas
- Inversión y consumo responsable
- Impacto de la RSC en el sistema educativo
- Gestión de la Diversidad, Cohesión Social y Cooperación al Desarrollo.

- Código del Buen Gobierno Corporativo. (Olivencia, Aldama, Conthe)

En el año 1998 como consecuencia de las preocupaciones crecientes de realizar gestiones responsables en las empresas, se publica el Informe de la Comisión Especial para el Estudio de un Código Ético de los Consejos de Administración de las Sociedades, este deriva Código de Buen Gobierno denominado Código Olivencia, este suponía una norma que se encargaba de evaluar el comportamiento del Consejo de Administración de una empresa, dictando una serie de normas.

En el año 2002, el gobierno creó la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y la Seguridad de los Mercados, presidida por Enrique Aldama. Esta comisión ponía énfasis en que las inversiones dentro de la empresa se realizasen de forma ética y con la mayor transparencia posible con el fin de no perjudicar al pequeño inversor.



Tres años más tarde, en junio del 2005, se crea bajo la presidencia de Conthe, un grupo especial de trabajo para apoyar a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), en la armonización y actualización de los informes anteriormente citados (Olivencia y Aldama). Como resultado se publica en 2006 el "Proyecto de Código Unificado sobre Recomendaciones sobre Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas", este proyecto consta de 58 recomendaciones en la línea de los anteriores informes, poniendo hincapié en las cuestiones de desigualdades de género.

Dado que las necesidades de la actualidad son cambiantes y se desarrollan nuevas legislaciones casi cada día, el "Código Unificado sobre Recomendaciones sobre Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas" sufre una actualización que comienza en el año 2013 con la aprobación de "La actualización parcial del Código Unificado".

En los últimos años en nuestro país se han desarrollado numerosas iniciativas con el fin de fomentar prácticas éticas en las corporaciones, muchas de estas iniciativas han surgido a partir de la crisis, ya que se reclama más transparencia a las empresas.

Uno de los desencadenantes de la última reforma del código unificado fue la aprobación del Plan Nacional de reformas 2013, impulsado por el gobierno que dejaba un poco cojas las recomendaciones del anterior Código Unificado en materia de Responsabilidad Social Corporativa. (Comisión Nacional del Mercado de Valores, 2015)

Para facilitar la nueva actualización del código se creó una Comisión de expertos en materia de gobierno corporativo, exclusivamente para lidiar con las nuevas recomendaciones que la nueva actualización incorporaría.

Tras varios años de trabajo con el objetivo de que el nuevo código se ajustase a las necesidades presentes, el 24 de febrero de 2014, La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), aprobó un nuevo Código de Buen Gobierno de Sociedades Cotizadas. A continuación se redactan las novedades más trascendentales de la actualización:

- Se lleva a cabo una identificación de los principios que dan lugar a las recomendaciones.
- Las recomendaciones que recoge el código unificado del 2006 que se hayan sido incorporadas a normas legales, no se incorporan a este nuevo código.
- Este nuevo código incorpora recomendaciones exclusivamente destinadas a las Responsabilidad Social Corporativa.



- Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21)

Se trata de un estándar certificable en materia de responsabilidad social de España y Latinoamérica promovido por Forética⁷. El SGE 21 está formado por seis capítulos, en el capítulo número seis recoge los requisitos certificables de la norma que se desglosa a su vez en nueve áreas de gestión: alta dirección, clientes, proveedores, personas que trabajan para la organización, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia y administraciones públicas. El estándar establece para cada área una serie de requisitos de obligado cumplimiento si esta quiere que se le considere una organización ética y socialmente responsable. Actualmente, en torno de 80 empresas españolas han obtenido este certificado.

La SGE 21 se adapta a todo tipo de organizaciones, desde micro-pymes hasta grandes multinacionales y participa del enfoque de los sistemas de gestión de la calidad como las normas ISO 9001 e ISO 14001, entre otras, permitiendo auditorías conjuntas con la consecuente reducción de costes.

⁷ <http://www.foretica.org/quienes-somos/acerca-de-foretica/>



7. EL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA

7.1. Evolución histórica

Dada la globalización actual, el sector textil es uno de los sectores que más se ha transformado a lo largo de las últimas décadas. Sin embargo, este ha sabido responder a las necesidades que el mercado le requería colocándose a la cabeza mundial y suponiendo un activo importancia en nuestro país. Veamos cual ha sido su evolución.

El sector textil siempre ha tenido una gran importancia en nuestro país, junto a la siderurgia, fue la primera actividad industrial introducida en nuestro país allá por principios de siglo XX.

Durante la posterior época de autarquía el sector textil español vivió una época de estancamiento, fabricando sobretodo productos de necesidad básica, los cuales atendiesen a la demanda de una población empobrecida.

No es hasta los años 80 cuando el sector textil español experimenta una reconversión ayudada por determinadas políticas del gobierno. Estas políticas llegaban en forma de ayudas para que las empresas realizasen sus inversiones en I+D. En esta década se produce a nivel mundial un gran aumento de la competencia como consecuencia del desarrollo del libre mercado. Junto con este aumento de la competencia, estaba naciendo una nueva tendencia, el cambio en el diseño de las prendas, la publicidad o la fidelidad a la marca. El sector textil se adaptó correctamente a estos cambios, siendo capaz de competir dentro del mercado internacional. Símbolo de ello, fue la introducción de una nueva forma de presentar las colecciones por parte del gigante INDITEX. Amancio Ortega, su presidente introdujo cambios, de las dos colecciones al año, se pasó a una colección por estación, cambio que supuso un gran impacto en el mercado textil mundial.

A principios de los años 90, se vivieron momentos difíciles en el sector. El mercado asiático presionaba a los mercados occidentales ya que fabricaban ropa mucho más barata y la comenzaban a exportar, llegando a los primeros puestos del mercado textil internacional. Tras este contratiempo, el ingreso de España en la UE supuso un aumento en la renta per cápita de los españoles, lo cual aumentó el poder de compra de los mismos, estos podían comprar más ya que sus necesidades primarias estaban satisfechas.



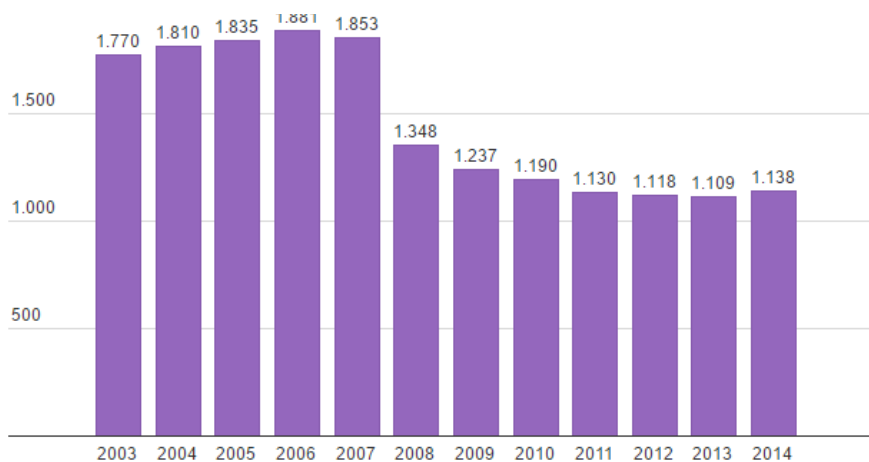
A comienzos del siglo XXI, con empresas españolas a la cabeza del mercado textil mundial, comienza a expandirse la tendencia de la deslocalización, es decir, el traslado de fábricas a países subdesarrollados con más facilidades económicas y legales. Este hecho hace que comience a desarrollarse y valorarse la ética en los negocios y la Responsabilidad Social. (Juan Canals Oliva, 2003)

Es importante citar el gran impacto que ha tenido la crisis de los últimos años en este sector. Como consecuencia de la crisis, la población española comenzó a comprar menos, el poder de compra descendió y solo unas pocas empresas esquivaron el golpe de la crisis. Las empresas a las que nos referimos son las que han adaptado sus políticas, a las innovaciones del nuevo mercado. Un punto clave de innovación, es la innovación en los canales de distribución. Los consumidores cada vez reclaman más la rapidez en la distribución de sus productos. A través del comercio online estos tiempos se reducen, el comercio online dentro del sector textil supone el futuro ya que la distancia entre los agentes se reduce. (EURlex, 2016)

En muchas ocasiones es más fácil explicar la importancia de algún factor a través de cifras o porcentajes. El sector textil español es uno de los sectores tradicionales que más le aporta al PIB en su conjunto, estamos hablando de un 2,7% en el año 2015. Además este sector contribuye a la creación de empleo activo en un 4,2 %. (Raúl Salgado, 2016)

En el siguiente grafico observamos como debidos a la crisis el sector textil se ha visto afectado por una reducción del gasto por parte del consumidor. Sin embargo, esa bajada se ha detenido y la tendencia del gasto vuelve a ser creciente:

Gráfico 7.1. Gasto anual de ropa por unidad familiar en España



Fuente: Elaboración propia a partir de Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos. En: <http://www.acotex.org/>



7.2. Importancia e iniciativas de RSC en el sector textil.

“Aquella empresa que crea y se comprometa con la RSC verá reforzada su marca ante la sociedad. Además es de vital importancia conocer minuciosamente los entresijos de la cadena de suministro” (McAllister, 2015)

Debido a la creciente globalización en las cadenas de producción de empresas textiles, en las últimas dos décadas, la preocupación por la RSC dentro de las organizaciones de este país es cada vez mayor.

Las empresas de moda adaptan sus cadenas de producción para paliar las deficiencias que cada vez afectan más a sus resultados. Añadiendo a su actividad preocupaciones que tiene la sociedad como son, el uso de productos químicos, la mano de obra infantil en sus des localizaciones, la correcta retribución de los trabajadores, entre otras y haciéndolas parte de la razón de ser de la empresa. De esta manera se fomenta y expande la RSC en empresas de este sector, ya que ellas mismas perciben los beneficios que esta le da. (Arniella, 2013)

- Made in Green

Se trata de una certificación de la marca “Made in Green”, la cual garantiza que cualquier producto asociado a esta certificación ha sido producido respetando al medio ambiente y los derechos recogidos en la Declaración Mundial de los Derechos Humanos. La creación de esta certificación la llevo a cabo el Instituto Tecnológico Textil (AITEEX), encargado de certificar procesos en materia de medio ambiente, salud y derechos fundamentales. Además los productos certificados como Made in Green garantizan que están libres de cualquier sustancia nociva para la salud. Esta certificación incluye tanto al producto producido como a la empresa encargada de su producción.

- Clean Clothes Campaign.

Otra iniciativa a nivel mundial es a campaña Clean Clothes Campaign, en español Campaña de Ropa Limpia. Esta campaña consiste en la elaboración de unas líneas directrices que guíen la elaboración de un código de conducta. En esta guía, la campaña



Ropa Limpia ofrece directrices sobre lo que las empresas pueden hacer para mejorar la evaluación, implementación y verificación del cumplimiento de los estándares laborales en sus cadenas de suministro, así como, para eliminar los abusos dónde y cuándo se produzcan.

- Fair Wear Foundation.

Las prácticas del código laboral de FWF, incorporan las siguientes normas: prohibición del trabajo infantil, prohibición del trabajo forzado, condiciones laborales seguras y salubres, contratos de trabajo legales, pago de un salario que permita vivir, libertad de asociación y derecho de convenio colectivo, no discriminación de los trabajadores y jornadas laborales no excesivas. La fundación Fair Wear Foundation (FWF) tiene como objetivo fomentar unas condiciones laborales justas en el sector textil en todo el mundo y supervisar auditorías a escala internacional. Fair Wear Foundation comprueba que las prácticas del código laboral se cumplan y se respeten en las fábricas.



8. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPIOS, INICIATIVAS Y DIRECTRICES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL, VESTIDO Y CALZADO

8.1. Empresas del sector textil que cotizan en bolsa.

Tras el estudio realizado en los anteriores apartados, es hora de aplicar la información obtenida a un caso particular para poner en práctica lo estudiado. Hemos seleccionado empresas del sector textil, vestido y calzado que cotizan en la Bolsa de España. Hay un total de cinco empresas que cotizan en la Bolsa de España enmarcadas en el sector textil. Sin embargo, por falta de información el análisis va a ser realizado de tres empresas estas son, Inditex, Adolfo Domínguez e Sniace.

8.1.1. INDITEX

Inditex, Industrias de Diseño Textil, S.A, es una empresa española del sector textil. Nació en 1963 como una fábrica de ropa femenina. En el año 2010 se convirtió en el principal distribuidor de moda del mundo, ya que cuenta con más de 7000 tiendas en todo el mundo. En mayo de 2001 comenzó a cotizar en bolsa y meses más tarde ya forma parte del IBEX 35.

El grupo INDITEX focaliza su actividad en la distribución de diferentes artículos de moda, mayoritariamente ropa, calzado, complementos y productos textiles para el hogar. La actividad comercial del grupo se lleva a cabo a través de distintos formatos comerciales, como son Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe.

Para el grupo INDITEX “escuchar atentamente a los clientes para ofrecerles las propuestas de moda que desean” (INDITEX, 2015) , es el objetivo principal de su negocio. Es esta atención a todas las necesidades del cliente, que como parte del grupo de stakeholders secundarios, hace que se adhiera a una serie de prácticas sostenibles, produciendo y distribuyendo sus productos guiados por una serie de políticas de RSC. Dado que se trata de una empresa con magnitud mundial, es decir, es una empresa líder en el sector en el que desarrolla su actividad comercial, INDITEX tiene mucho impacto tanto con el medioambiente y como la sociedad a la que van destinados sus productos. Para reducir este impacto, la compañía además de acatar y cumplir sus obligaciones de carácter legal y algunas de carácter sostenible que le son impuestas por ley, INDITEX



se ha suscrito voluntariamente a diferentes iniciativas y prácticas de Responsabilidad Social Corporativa.

Normativa internacional:

- Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), a través de la Ethical Trading Initiative de la cual es miembro de 2016 y a través del programa Better Work.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos, al comprometerse con el Marco Ruggie
- Convenio Marco sobre Cambio Climático de la ONU-Protocolo de Kyoto (Nombrada en Plan Estratégico Sostenibilidad 2007-2010)
- Normas Internacionales de Información Financiera y sus interpretaciones adoptadas por la Unión Europea.
- Directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

Estándares voluntarios:

- Global Reporting Initiative (GRI)
- 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- ISO 14001.
- ISO 19011.
- ISO 9001.
- ISO 26000
- AA1000.
- SA 18000
- International Integrated Reporting Council (IIRC)
- Carbon Disclosure Project
- Uni Global Union
- LEED
- BREEAM
- Acuerdo marco internacional y protocolo de actuación con la International Textile, Garment and Leather Workers Federation (ITGLWF)
- The CEO Water Mandate
- OHSAS 18001



- Código Unificado de buen gobierno
- Ethical Trading Initiative (ETI)
- Made in Green
- Campaña Ropa Limpia

Índices de inversión socialmente responsable:

INDITEX cotiza en los siguientes índices bursátiles de inversión socialmente responsable:

- FTSE4Good
- Dow Jones Sustainability Index, DJSI

Aspectos más destacables de la Responsabilidad Social Corporativa de INDITEX.

Dado que es una gran empresa y opera en diferentes países, INDITEX tiene una serie de riesgos con los que lidia cada día mientras desarrolla toda su actividad económica. Para tratar de resolverlos y actuar como una empresa socialmente responsable INDITEX ha intentado analizarlos y dividirlos para su más fácil resolución. Los riesgos más destacables que se le presentan a esta multinacional son los siguientes:

- Falta de transparencia, ya que posee empresas en paraísos fiscales.
- Escasez de información en cuanto a salario de sus trabajadores.
- Externalización de su actividad a países donde los Derechos Humanos no están garantizados. Los casos más significativos son. Por un lado el derrumbamiento en una de sus fábricas en Bangladesh y por otro el descubrimiento de un taller clandestino en Brasil.
- Dada su magnitud de la cadena de producción es alta la contaminación y emisiones de CO2.

Para minimizar los riesgos que se le presentan, INDITEX ha construido una serie de iniciativas propias que se dividen en 5 focos de actuación para garantizar que la actividad de la empresa se desarrolla de manera sostenible. Se conoce con el nombre “Right to Wear”, nos podemos referir a él como el “must do” de la empresa. Se trata más concretamente de un conjunto de estrategias y metodologías que regulan las

diferentes actividades del proceso productivo, con el objetivo de conseguir la gestión sostenible del conjunto de actividades.

A través del “Right to Wear” la empresa coloca la sostenibilidad en un lugar muy alto en la cadena de desempeño. A través de este sello de calidad desarrollada en el interior de la empresa, INDITEX crea un nexo de unión entre ser socialmente responsable y garantizar que las políticas de la empresa en cuanto a empleados, clientes, proveedores, medioambiente y comunidad se realicen correctamente. Más que un proceso, se trata de una filosofía, una filantropía empresarial que se divide en diferentes iniciativas que están especializadas y se focalizan en las siguientes áreas:

Figura 8.1. Estándar propio creado por INDITEX



Fuente: “Una gestión sostenible” INDITEX en: www.inditex.com

a) CLEAR AND SAFE TO WEAR:

Se trata de un estándar en materia de salud, seguridad y sostenibilidad de producto, creado internamente por INDITEX con la supervisión de diferentes expertos en la materia procedentes de diferentes universidades, centros tecnológicos, etc. Este grupo de gestión se centra en los clientes y en el producto que se les ofrece, para que este cumpla con todos los reglamentos de salud y seguridad.

El cumplimiento de los estándares no solo se centra en los procesos productivos dentro de INDITEX sino que la empresa lleva esta responsabilidad a sus proveedores trabajando solo con aquellos que cumplan dichos estándares de salud y seguridad. Para saber si la estrategia de actuación de INDITEX se cumple, la organización realiza



auditorias en toda su cadena de suministro, así como diferentes actividades de formación y asesoramiento a proveedores externos. Esta primera iniciativa “Clear and safe to wear” se divide en dos focos de actuación, la salud y la seguridad.

- Clear to wear: Es el estándar de salud creado por INDITEX siguiendo las directrices de las legislaciones mundiales en cuanto a salud del producto. El estándar se aplica al conjunto de productos suministrados y producidos por INDITEX. Regula aquellas sustancias que deben estar presentes en los productos de manera limitada y controlada, de lo contrario podrían ser perjudiciales para la salud humana.
- Safe to wear: El estándar “Safe to Wear” se define como un Estándar de Seguridad de Producto, es de aplicación general y obligatoria a toda su producción. Su elaboración ha sido guiada por la legislación de todos los países en los que está presente la marca, con el fin de garantizar la seguridad de todos los artículos producidos. El estándar regula desde todo tipo de supervisión en prendas destinadas al mercado de prendas infantiles, hasta la evaluación previa a la venta de cualquier prenda que contenga piezas de metal que pudiesen ser potencialmente cortantes o punzantes.

b) TEAMS TO WEAR:

Enfocado a sus empleados, en el año 2012 INDITEX creó un nuevo y reformado "Código de Conducta y Prácticas Responsables" con la finalidad de asentar y empapar a su plantilla de los valores y principios de la marca INDITEX en consonancia con su entorno. El código enumera una serie de criterios de actuación que deben seguir todos los empleados de la organización, para que se realicen actividades éticas y responsables en cualquier parte del mundo. El Código de Conducta y Prácticas Responsables se basa en una serie de principios generales, entre los cuales destaca el trato justo y digno a todas las personas que tengan relación laboral con INDITEX.

INDITEX adquiere una serie de compromisos con sus más de 150.000 empleados con 90 nacionalidades distintas. En 2006 ratificó el proyecto Equal Diversidad Activa, un programa desarrollado por la Comisión Europea para el fomento de la igualdad y la no discriminación.



Tabla 8.1. Composición de la plantilla de Inditex

Año	Número Empleados	Porcentaje Mujeres	Porcentaje Hombres
2014	137.054	77%	23%
2013	128.313	78%	22%

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Anual Inditex 2014 en: www.inditex.com

Como podemos observar, la plantilla de INDITEX está liderada por mujeres. Por este motivo, el Grupo desarrolla planes que favorezcan la conciliación de la vida familiar y laboral con facilidades para las mujeres que se encuentran en estado de gestación, así como programas que fomenten el ajuste de la jornada laboral a la jornada escolar, entre otras medidas, creándose una comisión que facilite todo este proceso.

Además, en 2009 firmó un acuerdo con UNI Global Union en el que se compromete a cumplir y asegurar los derechos laborales de los trabajadores y el crecimiento sostenible de la compañía, acuerdo respaldado por la Organización Mundial del Trabajo.

Otras iniciativas destacables del grupo INDITEX en materia de empleados, son la incorporación a su cadena de producción en 2010 a personas con discapacidades tanto físicas como físicas, a través de un programa llamado “Stylepack”.

Todas las iniciativas anteriormente citadas se desarrollan a partir de una serie de principios adquiridos.

- El trabajo en equipo, la comunicación abierta y la exigencia son aspectos claves en la cultura del Grupo.
- Las personas son el recurso más importante de la organización.
- La política de seguridad y salud de los trabajadores es primordial. Todos ellos deben conocer y respetarla. Basada en la norma OHSAS 18001.

Todas estas iniciativas y el desarrollo de unos principios claros han hecho que INDITEX haya sido elegida 4 años consecutivos como la mejor empresa para trabajar en España. (Merco Personas, 2014)



c) TESTED TO WEAR:

Al igual que con los empleados, INDITEX ha elaborado un Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores. Fue creado en el año 2001 utilizando como guía los principios de la OCDE, el Código Básico de Ethical Trading Initiative, los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y alguno de los convenios de la Organización Internacional del Trabajo. Este código establece diferentes estándares que todos los proveedores que trabajen con el Grupo deben cumplir obligatoriamente en materia laboral, de salud y seguridad del producto así como aspectos medioambientales.

INDITEX cuenta con 1600 repartidos por 5300 en todo el mundo. Dada su magnitud y para que sean más sencillas las relaciones entre proveedores y empresa, esta ha creado un total de once Cluster⁸, en aquellos países en los que su presencia es más grande y su impacto es mayor (España, Portugal, Marruecos, Turquía, India, Bangladés, Sudeste Asiático, China, Camboya, Brasil y Argentina). El diálogo entre empresa y proveedores y fabricantes a través del Cluster asegura entre otras cosas:

- “Living wage” o salario digno en todas las fábricas, que la propia empresa define como “suficiente para cubrir, al menos, las necesidades básicas y aquellas otras que pudieran ser consideradas necesidades adicionales razonables de los trabajadores y sus familias”. (INDITEX, 2015)
- Fomento de la negociación colectiva.
- Mejora en los sistemas de producción.
- Prácticas de compra responsable.
- Colaboración con grupos de interés.

Otra de las iniciativas para que el código anteriormente mencionado se cumpla es la firma del acuerdo entre INDITEX e IndustriALL en el año 2006, esta última es una federación sindical a nivel mundial. El acuerdo tenía como objetivo fomentar que la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva deben estar presentes en todos los países, como así viene recogido en los convenios de la OIT.

⁸ Cluster de proveedores: Espacios de cooperación con el objetivo de promover un entorno productivo sostenible en un área geográfica estratégica para el desarrollo de un modelo de negocio determinado y dentro de un marco basado en el cumplimiento de Derechos Laborales Fundamentales.



Como decíamos anteriormente todos los proveedores y fabricantes deben cumplir el código de conducta que INDITEX marca, para que esto sea así se realizan auditorías sociales con asiduidad por parte de los responsables de RSC de la empresa. Cuando se detecta un incumplimiento en código, se pone en marcha un plan correctivo que se basa en una serie de plazos y objetivos estrictamente marcados. Además, INDITEX realiza programas de formación a proveedores para que estos incumplimientos no se produzcan por desconocimiento de los aspectos sostenibles y de responsabilidad social de la empresa.

En el año 2014 estos fueron el total de proveedores a los que se les dio algún tipo de formación con el objetivo de la optimización y corrección de sus procesos en materia de responsabilidad social:

Tabla 8.2. Formación de los proveedores

ZONA GEOGRÁFICA	PROVEEDORES CON FORMACIÓN
África	24
América	48
Asia	1015
Europa No Comunitaria	77
Unión europea	27
TOTAL	1191

Fuente: Elaboración propia a partir del informe de sostenibilidad INDITEX 2014 en: www.inditex.com

La empresa trabaja mano a mano con organizaciones mundiales como son Ethical Trading Initiative o Global Compact de Naciones Unidas, entre otros. A partir de esta cooperación INDITEX ha desarrollado un plan estratégico sostenible 2014-2014, que fomenta el incremento y adopción de políticas de RSC en la cadena de suministro.



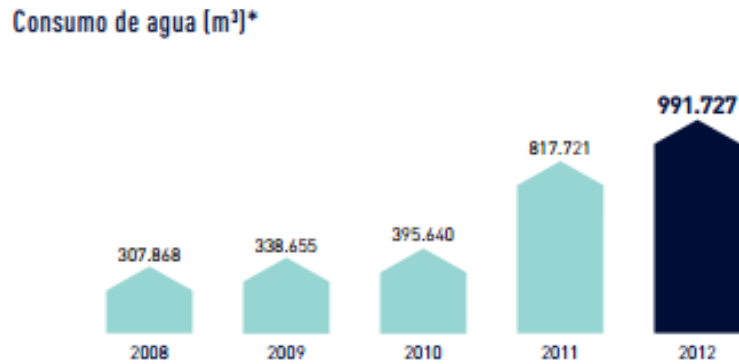
d) GREEN TO WEAR:

A través de una detallada y firme política medioambiental, INDITEX trata de guiar sus políticas hacia la consecución de unos principios sostenibles, esta política se fundamenta en los siguientes aspectos:

- Compromiso de comprometer la planificación y desarrollo de sus actividades y las de todos los integrantes de la organización a los problemas del cambio climático y la correcta gestión del agua
- Cumplimiento total de la legislación medioambiental relacionada con el desarrollo de sus actividades con el fin de la prevención del impacto negativo sobre el medioambiente
- Desarrollo de acciones que ayuden a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, así como la reducción del consumo de recursos naturales u otro tipo de sustancias nocivas.
- Continuo análisis del proceso de producción con el fin de localizar e identificar los peligros que puedan afectar al medioambiente fruto de su actividad, para poder prevenirlos. INDITEX posee un programa de evaluación de riesgos medioambientales para facilitar este proceso.
- Fomento de la sensibilización de sus empleados en materia de conciencia medioambiental, además de ayudar a la interacción fluida con autoridad locales y estatales.

Tras fijar una clara política medioambiental INDITEX divide en diferentes partes sus ejes de acción. Por un lado con una estrategia global de sostenibilidad para proteger el medio ambiente, que a su vez se divide en tres grupos de acción, gestión del agua, energía y gases de efecto invernadero y protección de la diversidad.

- Gestión del agua: junto con otras marcas INDITEX se ha comprometido a alcanzar el “vertido cero” de sustancias químicas no deseadas en 2020. También es participe del programa promovido por la ONU “The CEO Water Mandate”, la empresa se comprometa a fomentar soluciones sostenibles en su gestión del agua en 6 áreas: Operaciones directas, gestión de la cadena de suministro, acción colectiva, política pública, participación de la comunidad y transparencia.

**Gráfico 8.1. Evolución del consumo de agua**

Fuente: Balance de sostenibilidad de INDITEX 2012

- Energía y gases de efecto invernadero: El objetivo de INDITEX es fomentar el uso racional y eficiente de la energía en toda su cadena de valor y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.
Para 2020, Inditex cuenta con un doble objetivo, tomando como base las operaciones de 2012. Por un lado, reducir en un 15% la intensidad energética y por el otro disminuir en un 10% el uso de energía en las tiendas por cada artículo puesto en el mercado.
- Protección de la diversidad: En años recientes, INDITEX ha realizado diferentes iniciativas de acción para proteger la biodiversidad e intentar disminuir el impacto ambiental de su actividad. La empresa cuenta con su propia política de protección de bosques para evitar su extinción. También participa en iniciativas globales como 'La Hora del Planeta', organizada por la ONG WWF. Todos sus proveedores de bolsas de papel, cuentan con una Certificación de Cadena de Custodia conforme PEFC/FSC para garantizar una gestión sostenible de los bosques.

Actualmente INDITEX está implantando un nuevo plan estratégico medioambiental 2011-2015 "INDITEX sostenible 2011-2015". Dividido en 5 ejes de acción.



Figura 8.2. Ejes de acción de "INDITEX sostenible 2011-2015"

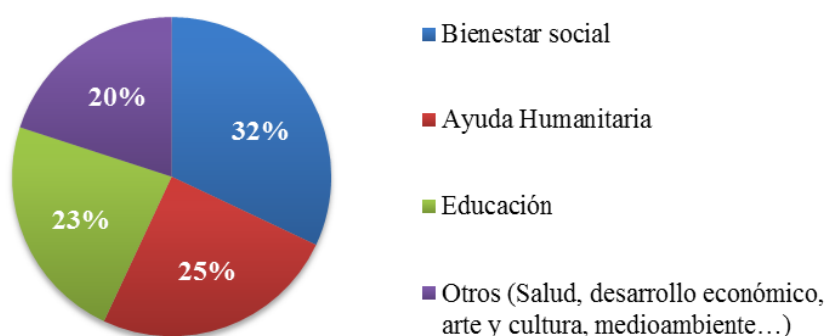


Fuente: Elaboración propia a partir de la "Estrategia de sostenibilidad 2011-2015" de INDITEX

e) SOCIAL TO WEAR:

Además de intentar de minimizar su impacto tanto medioambiental como social a través de diferentes iniciativas, INDITEX desarrolla planes de ayuda internacional para ayudar al bienestar social de las comunidades donde está presente además de aquellas donde existen verdaderas dificultades económicas. Con este objetivo trabaja con diferentes ONG alrededor del mundo destinando ayuda a la educación, ayuda humanitaria, ayuda al bienestar social y otro tipo de ayudas.

Gráfico 8.1. Porcentaje de gasto en ayudas sociales



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Anual Inditex 2014

En 2014, la inversión en ayudas comunitarias fue de 25 millones aumentando en un 10% respecto al año anterior, ayudando así a miles de niños a acceder a una educación y a más de 4000 personas a acceder a un trabajo digno. En 2016 Amancio Ortega, su presidente, realizó una gran inversión a los hospitales españoles para ayudar en



proyectos de investigación. INDITEX ha desarrollado en su historia 460 programas sociales y este último año 44.

8.1.2. ADOLFO DOMÍNGUEZ

La empresa Adolfo Domínguez, que lleva el mismo nombre que su fundador, es una empresa del sector textil fundada en el año 1973, en Orense. Comenzó su actividad en un pequeño taller de sastrería, tres años más tarde abrió su primera tienda, así hasta llegar a los más de 700 puntos de ventas en todo el mundo.

La base de su firma se guía por el eslogan “la arruga es bella”, un enfoque que va a guiar todas sus líneas de producción, con un target más bien adulto. Desde que los productores de *Corrupción en Miami*, solicitaran sus servicios para vestir a los personajes, comenzó una nueva etapa en su historia. A partir de los 80 la firma se empezó a internacionalizar e innovar en su gama de productos.

Ya a finales de los noventa concretamente en el año 1997, la empresa comienza a cotizar en el mercado de valores español, siendo así la primera marca del sector textil español en entrar en el mundo bursátil.

Dado su enfoque en un grupo más bien envejecido y la falta de respuesta a sus competidores en forma de innovaciones, Adolfo Domínguez presenta en los últimos años una cuenta de pérdidas y ganancias con números negativos.

En cuanto a la gama de productos que ofrece la marca, podemos dividirla en:

- Colecciones para hombre y mujer.
- Accesorios de moda, zapatos, bisutería y bolsos para hombre y mujer.
- Joyas hechas a mano.
- Colección para mujeres de la talla 44 a la 58.
- Línea joven para chico y chica.
- Colección para niños y niñas de 3 a 16 años.
- Colección de muebles y artículos de decoración.
- Colección para mascotas.

Dado que la realización de su actividad empresarial supone un impacto para el entorno de la marca Adolfo Domínguez, la empresa a través de su código de conducta y la adhesión a una serie de normativas y estándares internacionales en materia de RSC, así



como el cumplimiento de una serie de compromisos tanto con la sociedad como con el medio ambiente, se compromete a disminuir este impacto lo máximo posible.

Normativa internacional:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos
- Las Convenciones y Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo

Estándares voluntarios:

- EMAS
- Norma ISO 14001
- 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a través de la iniciativa “Global Compact”.
- SA 8000
- ISO 9001
- Switch Asia Project
- Campaña Ropa Limpia
- The Climate Project
- Made in Green
- Ethical Trading Initiative

En cuanto a los compromisos de responsabilidad social que adopta la empresa, en su código de conducta basado en la norma SA 8000 los recoge en siete grandes grupos, todos ellos guiados por la afirmación “Debemos dejar la Tierra en mejores condiciones de cómo la encontramos” que recoge en su informe anual.

a) MEDIO AMBIENTE.

Las actuaciones de responsabilidad social corporativa de Adolfo Domínguez, concentran sus esfuerzos principalmente a evitar lo máximo posible los daños a la naturaleza más próxima que le rodea. Fruto de este enfoque Adolfo Domínguez publicó una “Declaración ambiental” que recoge sus iniciativas y compromisos con el medioambiente a la hora de la realización su actividad comercial, que se basa en el



certificado de la norma ISO 14001. La declaración recoge los riesgos ambientales que trae consigo la fabricación de sus productos:

Tabla 8.3. Riesgos ambientales

ASPECTO	IMPACTO MEDIOAMBIENTAL
Residuos	Generación de residuos peligrosos o no
Consumos energéticos y agua	Agotamiento de recursos no renovables
Emisiones a la Atmósfera	Contaminación atmosférica
Vertidos	Contaminación de aguas
Ruidos	Contaminación Acústica

Fuente: Elaboración propia a partir de la Declaración ambiental de Adolfo Domínguez 2014

Para tratar de disminuir estos riesgos Adolfo Domínguez divide sus ejes de acción en tres líneas de acción:

- Gestión de Residuos:

Todos los residuos que la compañía genera ya sean residuos altamente contaminantes o peligrosos o sean nocivos para la salud, son entregados a empresas con garantía de gestora de residuos la cual se encarga de su posterior reciclado. El grupo está adherido a la entidad Ecoembalajes España, S.L. (Ecoembes), que se encarga de fomentar el reciclado de envases. Como miembro de esta entidad el grupo crea un sistema integrado de gestión de sus residuos con el fin de que estos se reciclen al máximo posible.

Otra de las grandes iniciativas en gestión de residuos es el desarrollo de un Plan Empresarial de Prevención (2015 – 2017) mediante el cual la organización se marca los siguientes objetivos:

- Mejorar la resistencia y calidad de los embalajes de sus productos para así hacerlos más duraderos en el tiempo, con el objetivo de que estos sean reutilizados.
- Reducir significativamente el tamaño de las bolsas para disminuir el uso de residuos.
- Eliminar cualquier elemento de plástico prescindible en las prendas de las distintas colecciones.



- Actuación en Tiendas:

El grupo ha implantado progresivamente una serie de medidas que hacen que sus establecimientos sean más sostenibles y eco eficientes, aumentando su rendimiento y reduciendo el coste ambiental. A continuación se recogen las medidas más significativas de Adolfo Domínguez:

- Plan de ahorro energético: Sustitución de los sistemas tradicionales de iluminación por otros más novedosos, es decir, sistemas de iluminación a través de diodos LED más eficientes.
- Reciclado y reutilización de mobiliario.
- Eficiencia en el consumo de agua.
- Gestión de residuos en tienda.
- Reducción de 3.555,9 toneladas de CO2 en la atmósfera, como consecuencia de la utilización únicamente de energía verde en la mayoría de sus establecimientos.

- Creación de Colecciones Ecológicas:

El grupo se compromete a elaborar una serie de prendas con materiales que no tengan procedencia animal. En 2012 se presentó la colección “Green Me”, que no utiliza piel animal en la confección de bolsos y zapatos.

- Iniciativas y colaboraciones:

- Esta adherido a The Climate Project, una organización que combate el cambio climático y que fue creada por el premio nobel Al Gore.
- Forma parte también de “Seal the Deal” una organización de las Naciones Unidas que tiene como objetivo la creación de un acuerdo a nivel mundial sobre el cambio climático.
- Cuenta con la certificación FSC promovido por WWF y Greenpeace, que viene a garantizar que todas sus etiquetas y el material que usa para embalar sus productos tiene un origen sostenible.



- El grupo esta adherido a “Switch Asia Project”, un proyecto a nivel mundial que tiene como objetivo que todos los proveedores de países asiáticos cumplan la normativa europea en materia medioambiental.

b) TRABAJO DE MENORES

El grupo garantiza la no utilización el trabajo de menores en todas sus fábricas y establecimientos. Realiza actividades que promueven la educación infantil, además de favorecer la educación de aquellos trabajadores jóvenes de su plantilla ayudándoles a que combinen su trabajo con sus estudios. Además, asegura el cumplimiento de las 10 horas como máximo de sus trabajadores jóvenes. Respetando siempre lo redactado 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

c) TRABAJOS FORZADOS, ABUSOS Y MEDIDAS DISCIPLINARIAS

El grupo se muestra totalmente en contra de la realización de trabajos forzados, como así lo recoge en este apartado de su código de conducta, basado en los convenios de la OIT. Todo empleado del grupo puede dejar libremente su puesto de trabajo cuando este lo crea conveniente siempre que se comunique correctamente y bajo las condiciones legales a las que se ha cogido en su contrato de trabajo.

Se veta además cualquier castigo físico o cualquier tipo de abuso psicológico, sexual o verbal.

d) DISCRIMINACIÓN

Tabla 8.4. Número de empleados de Adolfo Domínguez

CATEGORÍA PROFESIONAL	NÚMERO DE EMPLEADOS					
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14
Personal directivo	7	7	4	4	11	11
Mandos intermedios	37	43	113	124	150	167
Técnicos	66	73	124	134	190	207
Administrativos	33	39	112	142	145	181
Operarios	35	36	232	260	267	296
Dependientes comerciales	87	80	651	687	738	767
	265	278	1.236	1.351	1.501	1.629

Fuente: Informe anual de Adolfo Domínguez 2014



Como podemos observar en la tabla anterior, del total de empleados del grupo un amplio porcentaje de sus empleados son mujeres lo cual muestra que no existe discriminación por sexo.

El grupo también se muestra contrario a cualquier otro tipo de discriminación de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política o edad al contratar, remunerar, capacitar, promocionar, despedir o jubilar al personal. Tampoco permiten que en el seno de su organización existan comportamientos como gestos, lenguaje y contacto físico, que sean, de carácter sexual, coercitivo, amenazador, abusivo o explotador.

e) **CONDICIONES DE TRABAJO.**

- **Relación laboral:** Se insta al cumplimiento de las leyes laborales y de seguridad social, evitando y prohibiendo cualquier práctica contraria a la ley como pueden ser las contrataciones irregulares.
- **Horario de trabajo:** El horario de trabajo no será superior a lo marcado por la normativa vigente del sector. La jornada laboral así como las horas trabajadas por semanas serán las establecidas, respetando las horas y periodos de descanso establecidos.
- **Remuneración:** La remuneración a los trabajadores supone un gran gasto para el grupo a pesar de que lo ha reducido. Esta remuneración tiene que cumplir las normativas legales que establezcan las cantidades mínimas. También se indemnizara a cualquier empleado o miembro de la plantilla en el caso de que la legislación laboral así lo recoja.

Tabla 8.5. Sueldos y Salarios de Adolfo Domínguez

	2014	2013
Sueldos y salarios	32.362.694	34.196.772
Cargas sociales	8.660.920	9.163.162
Indemnizaciones	2.312.695	1.176.283

Ecuación 1 Fuente: Elaboración propia a partir del informe anual Adolfo Domínguez 2014



f) SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.

Adolfo Domínguez prioriza la prevención de accidente, a través de la limitación de las causas de las causas de riesgo que se presenten en el entorno laboral, para así establecer un entorno laboral seguro y saludable.

Para facilitar el proceso el grupo nombra a un representante de la Dirección de alto nivel encargado de los temas de salud y seguridad laboral del conjunto de la plantilla, que haga cumplir las directrices y normas marcadas. La plantilla estará constantemente informada de cualquier tipo de instrucción necesaria para que su actividad se realice con total seguridad.

g) LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y DERECHO DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA.

Libertad para que los empleados se agrupen en sindicatos como medio que fomente la negociación colectiva entre empresa y trabajador. El grupo se compromete a facilitar la actividad sindical y a mostrarse activo en las negociaciones bilaterales, garantizando la no discriminación de los representantes de la plantilla.

Adolfo Domínguez lleva la Responsabilidad Social Corporativa a todos los ámbitos de su organización. Aunque esta RSC en su código de conducta se centre en temas de medioambiente, también se compromete con sus trabajadores para que se les respeten sus derechos y su trabajo se realice en un entorno totalmente saludable y seguro. El compromiso social de la empresa se aplica tanto internamente en la organización a través de las oficinas, fábricas, centro de almacenamientos y tiendas. Así como externamente con proveedores de producto terminado, nacionales y extranjeros, subcontratistas nacionales y extranjeros y tiendas en régimen de franquicia.

8.1.3. *SNIACE S.A*

Sniace S.A es una empresa del sector textil español, aunque se le puede encuadrar dentro del sector textil-químico ya que su actividad comercial se centra principalmente en la producción y comercialización de celulosa y viscosa necesarias para la fabricación



de tejidos sintéticos. Además produce biocombustibles y explota terrenos forestales para la obtención de los componentes necesarios.

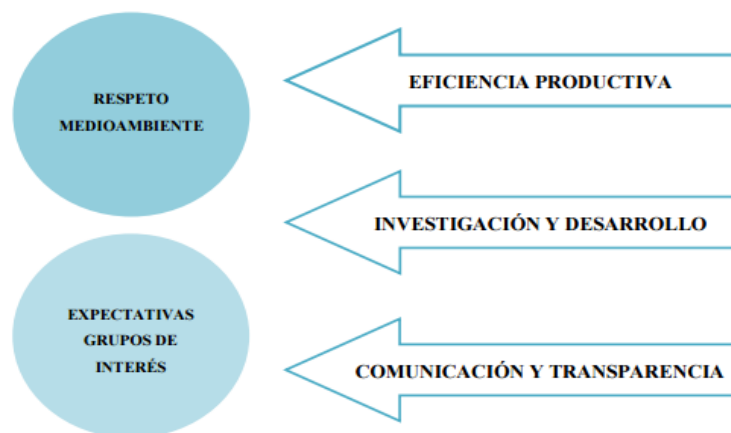
La compañía se fundó en el año 1939, en Torrelavega (Cantabria). Desde el año 1998 es una empresa que cotiza en la Bolsa de Madrid. Sin embargo, en los últimos años debido a una fuerte crisis sufrida por la empresa, se ve obligada a salir de Bolsa como consecuencia del estado de sus cuentas. En la actualidad y tras una ampliación de capital vuelve a cotizar en la Bolsa de Madrid, siendo una de las 5 empresas del sector textil español que forman parte de ella.

La empresa tiene unos valores claros:

- El desarrollo sostenible
- El estricto cuidado del Medio Ambiente y la Seguridad en el Trabajo.
- La Atención al cliente
- El Comportamiento ético
- El Respeto por las personas
- El Trabajo en equipo

Estos valores son los que guían sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa, que le han llevado a que en 2011 publicase su primer Informe de Sostenibilidad en colaboración con la Universidad de Cantabria y siguiendo la versión G3 del Global Reporting Initiative.

Figura.8.3 Pilares de la RSC del grupo Sniace



Fuente: Informe de sostenibilidad de Sniace 2011



Como observamos en la figura anterior el grupo Sniace realiza prácticas de RSC con el objetivo de responder a la demanda de sus grupos de interés a través de la comunicación continua y la transparencia. Al mismo tiempo opta por un continuo desarrollo e investigación para que exista una eficiencia productiva, que ahorre recursos para, de este modo, reducir el impacto medioambiental y respetar el entorno natural.

Estándares voluntarios

- Global Reporting Initiative
- ISO 14001
- ISO 9001

a) MEDIO AMBIENTE:

El grupo Sniace ha desarrollado una política medioambiental guiada por una serie de principios que se pueden resumir en los siguientes enunciados:

- Los intereses económicos del grupo no tienen prioridad frente a la protección del medio ambiente.
- Prevención continuada de la contaminación con una clara evaluación de los riesgos medioambientales.
- Fomentar la conciencia por el medio ambiente en la organización.
- Protección del medio ambiente a través de la utilización sostenible de los recursos.

A partir de estos principios el grupo Sniace toma una serie de medidas para proteger el medio ambiente.

En los últimos años Sniace ha modernizado su planta de lavado, sustituyendo el anterior sistema por uno totalmente libre de cloro. También ha hecho una fuerte inversión para la construcción de un EDARI (Estación depuradora de aguas residuales).

En 2012 obtuvo los estándares PEFC y FSC, a través de la Cadena de Custodia por el uso de materias primas sostenibles para la elaboración de un producto ambientalmente responsable.

En cuanto a las fuentes de obtención de energía, Sniace apuesta por el Gas Natural que es un combustible más ecológico y eficiente que el carbón.



Sniace ha conseguido reducir las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmosfera a lo largo de los años como observamos en la tabla siguiente:

Tabla 8.6 Emisión anual de gases de efecto invernadero.

	2009	2010	2011	Unidad de medida
GEI	404403	347575	328810	Emisiones totales de CO2
	85,6	94,4	97,2	% de emisiones procedentes de GN

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe de Sostenibilidad 2011

Dado que la materia prima de Sniace es la madera, la empresa ha desarrollado un sistema de Gestión Forestal Sostenible con el fin de preservar los bosques que limpian la atmosfera. Siendo una empresa líder en el desarrollo e innovación forestal por encima de los competidores de su entorno más cercano.

Para combatir y luchar contra el cambio climático, Sniace apuesta por los biocombustibles, como el bioetanol, lo que hace que se reduzcan las emisiones de CO2 siendo una fuente de energía renovable. Además Sniace colabora con diferentes organizaciones también nacionales como internacionales que apuestan por el respeto al medio ambiente como pueden ser la International Union of Forest Research Organisation (IUFRO) o el Instituto Europeo de Bosques Cultivados.

b) GRUPO HUMANO

La empresa cuenta con un total de 600 empleados distribuidos por los diferentes países en los que el grupo opera (España, Polonia y China)

Las características de la plantilla son las siguientes:

- El 21% son mujeres y el 79% son hombres.
- La mayoría son trabajadores de la zona donde el grupo opera.
- El 92% de los trabajadores tienen un contrato fijo.
- Existencia de una elevada presencia sindical.

En el grupo Sniace no existe una total igualdad de género, ya que el porcentaje de hombres es muy superior al de mujeres. Sin embargo, el grupo fomenta la creación de



puestos de trabajo en su entorno y le otorga un libertad total de asociación a sus trabajadores dado la alta presencia sindical.

Las relaciones directas entre empresa y trabajadores se da de tres maneras diferentes que a continuación resumiremos:

- Convenio colectivo:

A través de un convenio colectivo la empresa adquiere una serie de compromisos que tiene que cumplir:

- Cumplir valores como la igualdad, la no discriminación o el desarrollo de personas.
- Correcta trasmisión de las medidas de seguridad a sus empleados.
- Medidas de conciliación laboral y familiar.
- Promoción interna y facilidad para el traslado en los puestos de trabajo.

- Comités de actuación:

La creación de una serie de comités dentro de la empresa tiene como objetivo que los empleados participen en las decisiones empresariales junto con los directivos:

- Comité de medioambiente para transmitir un mensaje claro.
- Comité de Seguridad y Salud.
- Comité para el cumplimiento del convenio colectivo por ambas partes.

- Beneficios sociales para empleados

Sniace ofrece una serie de beneficios sociales a sus trabajadores para estrechar la barrera entre empresa y trabajador. Algunos de ellos son los siguientes:

- Ayuda a discapacitados.
- Ayuda escolar.
- Compensación económica por incapacidad



c) CLIENTES

A través de la gestión de la política de calidad basada en la norma ISO 9001, Sniace busca satisfacer las necesidades de sus clientes. El grupo cuenta con una serie de medidas para satisfacer estas necesidades, salvaguardando siempre la calidad y seguridad en la totalidad de sus productos:

- Evaluación de todas las etapas del ciclo de producción para evitar problemas de seguridad y acabado de los productos.
- Todas sus ventas van acompañadas de un Hoja de Seguridad basada en las directivas europeas 91/115 CEE y 93/112/CE con el fin de cumplir la legalidad y evitar accidentes posteriores a su uso.
- Realización de informes de nivel de satisfacción de clientes, a través del envío de test periódicos de satisfacción a sus clientes. Para posteriormente realizar medidas que hagan que los clientes obtengan un servicio de venta óptimo.

8.2. Otras empresas del sector textil

Para que sea posible un análisis comparativo de dos grupos de empresas, hemos optado por hacer una dicotomía entre empresas del sector textil, vestido y calzado que cotizan en la bolsa de valores de Madrid fruto de análisis en los anteriores apartados, frente a empresas englobadas en actividades relacionadas con el mismo sector pero que en el caso de las siguientes empresas a analizar, no cotizan en bolsa. A continuación analizaremos las iniciativas y políticas de Responsabilidad Social Corporativa de tres grandes empresas españolas que a pesar de sus dimensiones y facturación no cotizan en bolsa y posteriormente realizaremos un análisis comparativo de ambos grupos de empresas. En este apartado vamos a analizar dos empresas, Mango e Iturri.

8.2.1. MANGO

Mango es una de las empresas del sector textil líderes en nuestro país que se encarga del diseño, la fabricación y la comercialización de prendas de vestir y complementos para mujer, hombre y niños.

Comenzó a desarrollar su actividad en 1984 en Barcelona, un año más tarde la empresa ya contaba con 5 puntos de venta en la ciudad Condal. Sus innovaciones en logística como es el caso del “just-in-time” y la apuesta por una clara imagen de marca son las



bases que marcaron su firme posicionamiento en el sector textil español. Sin embargo, la empresa que ya tenía gran número de puntos de venta en España, comienza a mediados de los 90 su expansión internacional empujado por la gran competencia en nuestro país. Años más tarde la facturación internacional superaría la nacional con una fuerte descentralización en su producción hacia países del sudeste asiático.

Para responder a las peticiones de sus stakeholders, Mango crea y desarrollada en el 2002, un activo y firme departamento dentro de su organización exclusivamente para tratar temas de Responsabilidad Social Corporativa, que trabaja continuamente con el objetivo de paliar las posibles agresiones al entorno medioambiental, así como a la sociedad o dentro de su propia empresa, ya que estos peligros son globales.

Normativa internacional:

- Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Declaración Universal de los Derechos Humanos, guiado por el Marco Ruggie.

Estándares voluntarios:

- Global Reporting Initiative (GRI).
- Pacto Mundial promovido por Naciones Unidas, a través de Global Compact.
- ISO 14001
- AA1000
- SA 8000
- Made in Green
- ISO 9001

Aspectos más destacables de la Responsabilidad Social Corporativa de Mango

Con el objetivo de desarrollar unas medidas de RSC acordes con las necesidades de la empresa, Mango se marca una serie de riesgos potenciales que guíen sus políticas para que todas sus actuaciones reduzcan su impacto tanto en sus grupos de interés como en el medio ambiente. Estos son los riesgos que Mango adquiere al desarrollar su actividad comercial:



- **Ámbito económico:** Se trata de los riesgos inherentes al sector donde opera mango, la variación en los beneficios obtenidos o la fuerte competencia.
- **Ámbito laboral:** Existen números riesgos en la propia cadena de producción, por eso Mango desarrolla un código de conducta con su plantilla y proveedores de obligado cumplimiento.
- **Ámbito ambiental:** La emisión de gases de efecto invernadero, la utilización de productos químicos altamente contaminantes o los residuos de la producción suponen un riesgo para el medioambiente. La compañía desarrolla sistemas de control para reducir el impacto de los mismos.
- **Ámbito de social:** El impacto de Mango en la sociedad se produce tanto en los países en los que produce como en los países donde comercializa sus productos. Cuando hablamos de impactos nos referimos a la generación de empleo de la compañía, las condiciones laborales o las condiciones de vida. El no cumplir correctamente con esos factores supone un riesgo.
- **Ámbito de calidad y seguridad:** El uso de materiales químicos que necesitan de regulación y el no excederse en su uso supone un alto riesgo para la seguridad de sus trabajadores y la calidad de sus productos comercializados.
- **Corrupción:** La aparición de noticias que falseen los valores de la compañía son constantes, es deber de Mango controlar todos sus departamentos con el fin de que ningún tipo de información relacionada con la corrupción afecte a la actividad del grupo.

Mango elabora una memoria de sostenibilidad basada en la versión G4 de Global Reporting Initiative (GRI) y basada en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, donde se recogen todas las políticas que elabora Mango en materia de RSC. Que se dividen en varias áreas que analizaremos a continuación:

- **PROVEEDORES**

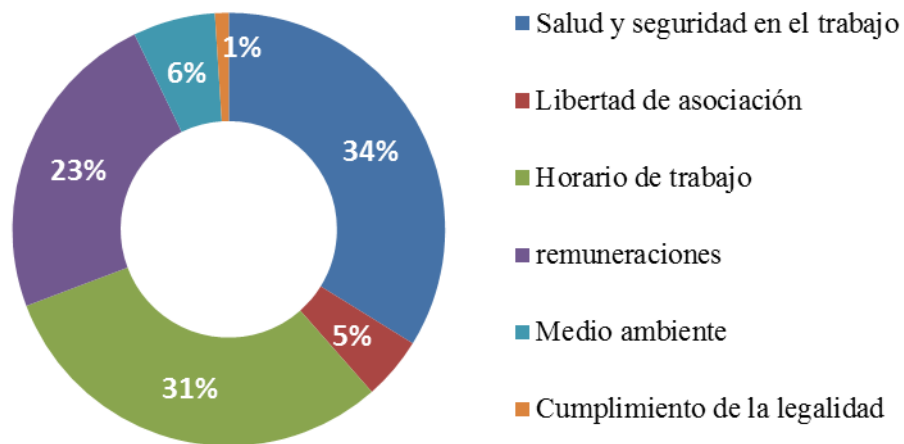
Con el objetivo de que los fabricantes que trabajan para la compañía tengan una guía de actuación, Mango ha elaborado un código de conducta destinado a proveedores de obligado cumplimiento, basado en los principios y filosofía del Pacto Mundial de



Naciones Unidas, así como en los principios estipulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del y todos los convenios y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo. (OIT) El Convenio recoge 11 ámbitos en los que los proveedores deben hacer hincapié en el cumplimiento son los siguientes.

1. Trabajo infantil.
2. Trabajos forzados y obligatorios.
3. Salud y seguridad en el trabajo.
4. Libertad de asociación.
5. No discriminación.
6. Medidas disciplinarias, ante los acosos y abusos.
7. Horario de trabajo.
8. Remuneraciones.
9. Subcontratación.
10. Medio ambiente.
11. Cumplimiento de la legalidad vigente.

Gráfico 8.3 Porcentaje de incumplimiento del código de conducta



Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria de RSC de Mango 2014

A través de auditorías que Mango realiza, en el caso del último año más de 350, con el fin de controlar al máximo posible las actuaciones de sus proveedores, se ha descubierto



que existen proveedores que no cumplen totalmente el código de conducta marcado, con lo cual tras la realización de estas auditorías Mango localiza el proveedor que incumple cualquiera de las 11 reglas del código de conducta y se prepara para la realización de una serie de sanciones pudiendo incluso a llegar a la ruptura contractual

- ACCIÓN SOCIAL

Dado su impacto en la sociedad, desde sus inicios Mango ha colaborado con numerosas fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro, en forma de ayuda financiera, pero también mediante colaboraciones en forma de voluntariado o ayuda no económica. En el último año han sido numerosas las colaboraciones pero las más destacables son en materia de la educación, de la salud y de la integración. Alguna de las organizaciones con las que trabaja son Médicos Sin Fronteras, Fundación Vicente Ferrer, Active África, Mensajeros de la Paz...

Además, Mango tiene varios acuerdos con distintas universidades para la búsqueda de talento y recientemente ha creado una cátedra de RSC conjuntamente con la Universidad de Barcelona para educar sobre sostenibilidad y para la búsqueda de talento joven, dando oportunidades de crecimiento y desarrollo en la sociedad en la que trabaja.

- EMPLEADOS

Con el objetivo de que no se produzcan conflictos dentro de la plantilla Mango mantiene un dialogo constante con sus empleados, en 2008 elaboró un Servicio de Resolución de Conflictos con el fin de disminuir los mismos.

El sistema de remuneraciones de Mango hacia sus empleados cumple todos los sistemas legales, y se encuentran por encima de la media del sector en el que opera.

Para facilitar la conciliación laboral de toda su plantilla Mango respeta la maternidad, abonando todas las pagas extra a las mujeres embarazadas. También existe una flexibilidad laboral para los trabajadores por motivos personales.

En el año 2014 el 84 % de los trabajadores de la empresa tenían un puesto fijo.

En cuanto a la estructura empresarial la empresa tiene unos altos niveles de igualdad tanto en los altos cargos con el 59% de cargos copados por mujeres como en el resto de



los puestos como podemos observar en la tabla. Además se trata de una plantilla multicultural dada la internacionalización, solo en España existen trabajadores con más de 55 nacionalidades.

Tabla 8.7. Estructura de la plantilla de Mango

	PERSONAL DE ESTRUCTURA		PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA		TOTAL	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
HOMBRES	1.148	37,81	2.078	16,29	3.226	20,43
MUJERES	1.888	62,19	10.679	83,71	12.567	79,57

Fuente: Memoria de sostenibilidad de Mango 2014

- CALIDAD Y SEGURIDAD

La producción de prendas de vestir, requiere el uso de sustancias nocivas para la salud. Con el estándar creado por Mango sobre salud y seguridad en el producto, con ayuda de AITEX empresa dedicada a este ámbito, el cual es fruto de revisiones periódicas. La empresa se asegura que todas las sustancias se usen correctamente por los proveedores e informen correctamente la composición de cada producto al final de la cadena de producción. Por eso está certificado con norma ISO 9001.

Tan importante es la calidad y seguridad del producto como el ambiente en el que este se produce por eso la compañía a través de una serie de iniciativas como la adhesión a “The Accord”, un acuerdo del que forman parte más de 190 empresas a nivel mundial que trata de que las condiciones laborales en Bangladesh se den correctamente para que no se produzcan accidentes de ningún tipo. Cada año se les comunican a los trabajadores los riesgos de la actividad para que lleven a cabo las medidas de prevención pertinentes.



- MEDIO AMBIENTE

“Desde sus inicios Mango es consciente de la importancia de llevar a cabo sus actividades de negocio siguiendo unos criterios de respeto hacia el medio ambiente y de desarrollo sostenible en todas sus áreas de influencia. Mango establece una serie de principios fundamentales que constituyen su política medioambiental y el marco de actuación para la gestión de todos los aspectos ambientales de la organización” (MANGO, 2014)

A partir de esta afirmación, Mango diferencia dos ámbitos de aplicación de sus políticas con el objetivo de marcar unas políticas claras y diferenciadas que puedan ser perfectamente redactadas y comprendidas en su memoria de sostenibilidad publicada cada año. Estos dos ámbitos de los que hablamos son el ámbito interno y el ámbito externo de la compañía y la diferencia de las actuaciones medioambientales en estos dos ámbitos.

Ámbito Interno:

- Logística: Mango tiene un sistema de logística que opera a partir de un software que optimiza el uso de embalajes para que se ahorren los máximos recursos posibles. Además los centros logísticos de nueva apertura son eco eficientes, están dotados de sistemas LED que ayudan a reducir la contaminación y el consumo energéticos.
- Puntos de Venta: Dado que muchas veces la imagen del punto de venta es un reflejo de la compañía en su totalidad, el compromiso de Mango con el medio ambiente empieza desde sus puntos de venta.

En cuanto a la iluminación y como hemos mencionado anteriormente, todos los puntos de venta de nueva apertura de Mango están dotados con sistemas LEDs.

Los materiales utilizados son de gran durabilidad para generar menos recursos. Además todos los productos provenientes de la madera están certificados por el Programme for the Endorsement of Forest Certification Eschemes (PEFC) garantía de producto sostenible. Esta certificación también lo tiene para sus bolsas de papel. En el caso de las de plástico, siguiendo las indicaciones de la



directiva Europea 94/63/EC. Se cambian las bolsas de plástico convencional por bolsas de plástico oxo-biodegradable menos agresivas para el medioambiente.

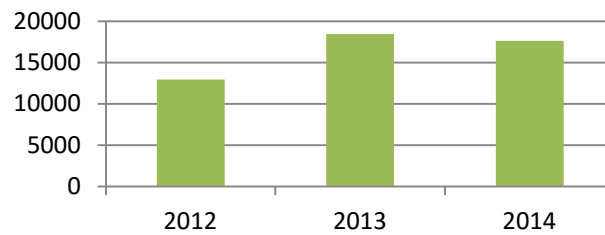
Ámbito Externo:

- Sustancias nocivas: Mango en 2012 se comprometió con Greenpeace y su iniciativa DETOX. A través de esta iniciativa se compromete a que sus prendas queden libres de sustancias nocivas, así como el control de los vertidos y las sustancias químicas que puedan dañar al entorno en proceso industrial.
- Emisiones de gases de efecto invernadero: Mango ha diseñado un herramienta propia de cálculo de emisiones de gas de efecto invernadero, en el que incluye las tres categorías de gases: alcance 1 (emisiones directas), alcance 2 (emisiones indirectas asociadas a la electricidad) y alcance 3 (otras emisiones indirectas como los desplazamientos de personal). Mango ha obtenido la etiqueta Cero CO₂ de producción y logística que otorga La Fundación Ecología y Desarrollo (Ecodes).
- Proyecto para reducir las emisiones de CO₂:
Wind Power Project en Turquía. Se ha procedido a la instalación de 10 aerogeneradores en Turquía, para sustituir las energías procedentes de combustibles fósiles por otras energías renovables para reducir las emisiones de CO₂.
Mini-centrales hidroeléctricas en zonas rurales de Vietnam. Se instalan dos centrales hidroeléctricas que proporcionan a la región electricidad limpia, sostenible y de forma estable, sustituyendo el uso de generadores diesel y la quema de leña para iluminación y calefacción, reduciendo también las emisiones de CO₂.

Tras la realización de estas medidas medioambientales cumpliendo con la reglamentación en el siguiente gráfico podemos observar una reducción en las emisiones de CO₂ respecto al año anterior:



Gráfico 8.4. Evolución de las emisiones de CO2 en toneladas



Fuente: Elaboración propia a partir de la memoria de sostenibilidad de Mango 2014

8.2.2. ITURRI

El grupo Iturri es una empresa del sector textil fundada en Sevilla en 1947 por Juan Iturri Landajo. En sus comienzos su actividad comercial se centraba en el suministro de materiales a empresas navales. Sin embargo, tras una evolución y reconversión industrial comenzaría a producir equipamiento textil destinado a la protección personal, colectiva, contra incendios, medioambiental e industrial. El éxito de esta empresa se basa en su pronta internacionalización (Alemania, Argentina, Brasil, Chile, España, Francia, Marruecos, Polonia, Portugal y Reino Unido), así como en la realización de una serie de innovaciones ya que el grupo Iturri fue pionero en la homologación de artículos de seguridad.

El grupo ITURRI está formado por varias empresas: Eurosoft, Protec-Fire, Total Care todas ellas dedicadas a prendas y otros productos destinados a la seguridad en el trabajo.

La nueva visión del grupo “Visión 2025” hace que esta redirija sus objetivos acomodándolos a las necesidades de la actualidad. Para ellos se marca cinco líneas de actuación que guiarán sus políticas con el fin de cumplir su compromiso de sostenibilidad y permanencia:

- Valor añadido. Uso de la RSC como valor añadido.
- Eficiencia. Menos procedimientos pero más eficientes.
- Equipo. Consolidación del equipo humano y generación futura en marcha.
- Diversificación. Diversificación de las cuotas de venta en cada país.



- Homogeneidad. Una misma cultura y mensaje en todo el mundo.

Normativa internacional

- Convenios de la organización mundial del trabajo.

Estándares voluntarios

- ISO 14001
- SA 8000
- ISO 9001
- OHSAS 18001
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Aspectos más destacables de la Responsabilidad Social Corporativa de Iturri.

El grupo ha desarrollado una gestión medioambiental que cuenta con certificaciones aprobadas por organizaciones como la norma ISO 14001. Además de esta gestión medioambiental el grupo Iturri también desarrolla un sistema de gestión de riesgos laborales que analizaremos posteriormente

a) Desarrollo medioambiental

El grupo Iturri investiga para desarrollar nuevas aplicaciones de materiales usados en su producción, para la mayor eficiencia de los vehículos especiales y en la construcción de nuevas instalaciones que protejan al medio ambiente.

b) Desarrollo y control del producto

Todos los productos desarrollados por el grupo Iturri cumplen con las normas UNE, EN, ISO, UNI, DIN, NF, UK que aseguran que se les han realizado tests previos a su comercialización.

Todos los procesos están dirigidos por un sistema de control de calidad que cuentan con la certificación ISO 9001, del que se obtienen primeramente unas muestras fruto de ensayos para que no haya ninguna anomalía en ningún tipo de producto.

El Grupo ITURRI es miembro de la AEC (Asociación Española para la Calidad), una de las asociaciones más importantes y prestigiosas de calidad en España. Además colabora con los laboratorios AITEX, SATRA e INESCOP.



Tras todos estos procesos el grupo se asegura que el producto que llega al cliente no sea nocivo para su salud y que realice la misión por la que fue fabricado.

c) Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo

El grupo Iturri marca como clave para su ejercicio de sostenibilidad la existencia de unas directrices claras de seguridad y salud en el trabajo. Los trabajadores están continuamente informados de los peligros potenciales de las actividades que realizan y los métodos de protección que requieren.

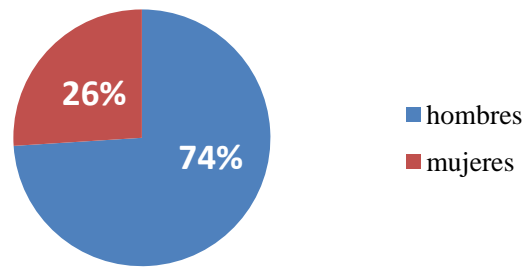
El grupo Iturri guía sus políticas de seguridad y salud por los convenios de la OIT y de la ONU:

- Trabajo infantil.
- Trabajos forzosos y obligatorios.
- Salud y seguridad.
- Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva.
- Discriminación.
- Horas laborales.
- Remuneración.

Su buen desempeño de estas directrices hace que posea la norma SA 8000, ya que la empresa ha sabido comunicar correctamente el mensaje y que se cumplan correctamente las normas sociales, ya que junto con el cumplimiento de estas normas se están respetando los derechos humanos básicos de los trabajadores.

d) Empleados.

Como podemos observar en el gráfico el porcentaje de hombres triplica al de mujeres, lo que hace que esta empresa no cumpla con los parámetros de igualdad que se requieren en la actualidad. Si bien en los altos cargos de la empresa esta desigualdad no es tan marcada. La empresa Iturri pone mucho hincapié en que se cree un buen ambiente empresarial, la gran internacionalización hace que se trate de una empresa diversificada sin discriminar por raza o religión practicada, un 33% de la plantilla es extranjera.

**Gráfico 8.5. Porcentaje de empleo por sexo**

Fuente: Elaboración propia a partir de www.Iturri.com

e) Compromiso social.

El grupo Iturri es patrono de ANDANATURA (Fundación de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía), entidad privada sin ánimo de lucro constituida en 1994 con la misión de conservar, divulgar y promocionar la RENPA (Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía).

Además el grupo Iturri dona anualmente equipamiento sanitario a organizaciones como la Cruz Roja que trabajan internacionalmente en lugares de bajo desarrollo social.

8.3. Análisis comparativo.

A continuación y tras analizar las medidas y la implicación de las empresas textil en materia de RSC, realizaremos un análisis comparativo entre empresas que cotizan en la Bolsa de Madrid frente a otras empresas españolas que no realizan dicha cotización. Es decir, Inditex, Adolfo Domínguez y Sniace, frente a Mango e Iturri.

Tras la realización del análisis nos encontramos con que este no ha podido abarcar el grueso de empresas que cotizan en bolsa encuadradas en el sector textil, ya que no todas publican información referente a sus medidas de Responsabilidad Social Corporativa, bien por criterios internos de la empresa relacionados con la confidencialidad o bien porque no siguen ningún tipo de normativa responsable, lo que hace que esa información se convierte en inaccesible para un potencial análisis. Lo mismo sucede con el resto de grandes empresas textiles españolas, de todo el conjunto de empresas españolas no cotizantes solo Mango, analizada anteriormente, publica informes de



Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa, así como otra serie de iniciativas que lleva a cabo.

Observamos también que todas las empresas fruto del análisis, realizan en mayor o menor medida políticas de responsabilidad social corporativa abarcando esta por norma general, varias aéreas muy marcadas:

- Medioambiente.
- Producto.
- Trabajadores.
- Clientes.
- Compromiso con el entorno.

Una vez concluido el estudio de la normativa internacional a la que se adhieren las empresas, podemos apreciar que las empresas que cotizan en bolsa tienden a seguir más normativa internacional como es el caso de Inditex y Adolfo Domínguez. Sin embargo, en el caso de la empresa Sniace vemos que no sigue ninguna, debido a que su impacto social o su alcance no son tan grandes como el del resto de las empresas que cotizan en bolsa. Vemos que en el caso de Mango aunque no cotice en bolsa, se adhiere a dos normativas internacionales que puede explicarse con que el número de trabajadores de la empresa y su impacto social son más grandes en su caso particular y necesita comprometerse en mayor medida tanto con su entorno interno como con la sociedad.

Como normativa internacional a destacar, nos encontramos con que las convenciones de la OIT son las más adoptadas por las empresas para redactar sus políticas de responsabilidad social corporativa, frente a las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales cuyas recomendaciones solo sigue Inditex.

Tabla 8.8. Normativa internacional que siguen las empresas analizadas

Normativa Internacional	Cotizan en bolsa			No cotizan	
	ITX	AD	SNC	MNG	ITR
Convenciones de la OIT.	X	X		X	X
Protocolo de Kyoto	X				
Declaración Universal de los Derechos Humanos	X	X		X	
Líneas directrices de la OCDE para E. M.	X				

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8.9. Estándares voluntarios que aplican las empresas analizadas**

Estándares voluntarios	Cotizan en bolsa			No cotizan	
	ITX	AD	SNC	MNG	ITR
ISO 14001	X	X	X	X	X
ISO 9001	X	X	X	X	X
OHSAS 18001	X				X
ISO 26000	X				
Pacto Mundial de las Naciones Unidas	X	X		X	X
Global Reporting Initiative	X	X	X	X	
AA 1000	X			X	
Made in Green	X	X		X	
EMAS		X			
Ethical Trading Initiative	X	X			
The Climate Project		X			
Campaña Ropa Limpia	X	X			
ISO 19001	X				
LEED	X				
Carbon Disclosure Project	X				
Código Unificado de Buen Gobierno	X				
SA 8000	X	X		X	X

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los estándares voluntarios, podemos apreciar que las empresas que cotizan en bolsa siguen más este tipo de estándares, como norma general pero que nuevamente, Mango también sigue numerosos estándares de manera voluntaria.

Como estándar más seguido podemos destacar las normas ISO 14001 y 9001 referentes a la gestión ambiental y control de calidad respectivamente, que son adheridos por todas las organizaciones. Además, podemos observar también que todas las empresas que realizan memorias de sostenibilidad siguen las líneas marcadas por la Global Reporting Initiative.

Se aprecia con claridad que hay una empresa que destaca sobre las demás en cuanto a la adhesión a normativa internacional y a adopción de estándares. Nos estamos refiriendo a Inditex. Esta situación viene a tener relación con que Inditex además de ser una empresa española del sector textil que cotiza en bolsa, forma parte del IBEX 35. El grupo Inditex se encuentra año tras año en el top de los rankings del mercado Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR), que mide que empresas de las



operan en nuestro país con independencia del sector en el que trabajen, son las más rentables. Como podemos observar en la tabla, aunque en el último año ha descendido dos puestos en el ranking, Inditex siempre se ha encontrado en el top de empresas con más Responsabilidad Social Corporativa de nuestro país, en el último año con una puntuación de 9236.

Tabla 8.10. Evolución del Ranking de empresas más responsables

AÑO	2013	2014	2015
Puesto n. 1	Inditex	Inditex	ONCE y su fundación
Puesto n. 2	Mercadona	Mercadona	Mercadona
Puesto n. 3	Iberdrola	Iberdrola	Inditex

Ecuación 2 Fuente: Elaboración propia a partir de "Empresas más responsables" : www.merco.info/es

Para concluir con el análisis, podemos afirmar que, por norma general, no hay una relación directa entre cotizar en bolsa y tener más políticas de Responsabilidad Social Corporativa ya que en el caso de las empresas de nuestro análisis, en determinadas ocasiones las empresas que no cotizan en bolsa tienen más implicación responsable.



9. CONCLUSIONES

Tras la realización del análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas del sector textil, vestido y calzado tanto de las compañías que cotizan en bolsa como de las que no lo hacen, es el momento de extraer una serie de conclusiones.

En el presente apartado se recogen las conclusiones a las que se ha llegado tras la realización de trabajo, dichas conclusiones son las siguientes:

- ❖ Una de las primeras conclusiones a las que llegamos es que la Responsabilidad Social Corporativa no se trata de un concepto que este de “moda”, es decir, no es un concepto del cual nos olvidaremos en unos años. La RSC es un concepto que ha llegado para quedarse.

Cada vez es más grande su alcance, los grupos de interés ya no consideran las prácticas responsables como algo accesorio a la organización, cada vez demandan más implicaciones por parte de las empresas en esta materia. Es competencia de cada organización saber gestionar sus activos para que además de que las medidas de RSC sean favorables para su entorno, se conviertan en un valor añadido para la organización. Siempre y cuando se trate de una innovación y le permita diferenciarse del resto.

- ❖ Cada vez son más las iniciativas y normativa creada por asociaciones y organismos internacionales, sirviendo estas como baremo que nos indicada el grado de implicación de las empresas en materia responsable. Varias son las normas específicamente creadas para medir el desempeño de las empresas en Responsabilidad Social Corporativa. Destacan el Pacto Mundial que sienta las bases para un desarrollo sostenible y responsable por parte de las empresas, así como el Global Reporting Initiative, una guía para la elaboración de memorias y directrices de Responsabilidad Social.

Dado que esas medidas son creadas por organismos internacionales en países más desarrollados y adelantados en materia social. Nuestro país, aunque cada



vez se desarrolle mas y avance rápidamente, esta unos pasos atrás en relación a otros países ya que el término apareció en nuestra realidad empresarial hace apenas un década. Sin embargo, cada año que pasa son nuevas las iniciativas tanto que provienen de empresas como a través del gobierno para ajustarse al marco internacional de desarrollo en responsabilidad social.

- ❖ En cuanto el sector concreto analizado, se partía de una muestra de cinco empresas, tres de ellas cotizaban en bolsa y las dos restantes no.

Tras el análisis, en primer lugar concluimos que todas las empresas analizadas realizan algún tipo de política responsable en mayor o menor medida. Sin embargo, no encontramos ningún indicio de que exista una relación directa entre cotizar en bolsa e incorporar mas medidas de RSC a la empresa. Más bien encontramos, que está más relacionado con el tamaño e impacto social de la empresa en cuestión, esta afirmación puede ser fruto de investigación en el futuro.

En segundo lugar observamos que aunque si existen políticas de RSC en las empresas del sector textil, redactadas debido a su impacto negativo en la sociedad y los riesgos de la realización de su actividad como pueden ser:

- Contaminación medio ambiental.
- Uso de productos nocivos para la salud.
- Malas condiciones de empleo en las fabricas de países desarrollados.
- Corrupción.
- Alta generación de recursos.
- Calidad del producto y atención al cliente.

No son muchas las empresas que redactan memorias de sostenibilidad a pesar de los riesgos que entraña su actividad. Sin embargo, a pesar de la un escasa redacción de memorias, la mayoría de las empresas analizadas tienen proyectos a largo plazo para seguir comprometiéndose con el medio ambiente y la sociedad en general.

- ❖ Observamos también que el grueso de las empresas dirigen sus políticas de RSC hacía aquellas aéreas con las que las empresas creen deben adquirir un mayor compromiso. Por tanto, podemos concluir que por lo general y tras lo estudiado



existen cinco áreas de acción en las que hay que incidir y realizar reformas para que una empresa sea considerada socialmente responsable. Son las siguientes:

- Medio Ambiente: Toda empresa sea del sector que sea debe respetar el entorno natural, así como sus recursos. Evitando lo máximo posible el impacto negativo de su actividad, fomentando iniciativas sostenibles para favorecer el desarrollo del medio ambiente.
- Clientes: La base de una empresa es el cliente. Es deber de la organización, realizar su actividad en consonancia con las necesidades del cliente, haciendo que el producto final sea fruto de haber pasado los controles más estrictos de seguridad y calidad para que el cliente no sufra ningún daño colateral. De esta forma se fomentara la buena imagen de la empresa.
- Proveedores: Una parte muy importante de la empresa son los proveedores, esta debe comercializar con aquellos que cumplan la normativa legal a la hora de obtener los recursos que después destinen a dicha comercialización, evitando aquellos que incumplan cualquier legislación vigente o tengan comportamientos poco éticos.
- Trabajadores: Las organizaciones deben respetar la legislación internacional y respetar los Derechos de sus trabajadores, siguiendo los Convenios de la Organización Internacional de Trabajadores (OIT) para que estos gocen de las libertades que poseen.
- Sociedad: Mostrar interés por lo que sucede alrededor de las propias empresas, hace que una empresa ponga en práctica la base de la Responsabilidad Social Corporativa. A través de diferentes organizaciones sin ánimo de lucro, las empresas pueden convertirse en potenciadores sociales que ayuden al desarrollo social o personal en aquellas localizaciones donde este es necesario.



10. REFERENCIAS

- ACOTEX (2016) “Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos. Recuperado el 20 de abril de 2016, de: <http://www.acotex.org/>
- Adolfo Domínguez (2015) Declaración ambiental 2012. Recuperado el 1 de junio de 2016, de www.adolfodominguez.com
- Adolfo Domínguez (2015) “Un futuro verde”. Recuperado el 1 de junio de 2016, de www.adolfodominguez.com
- Adolfo Domínguez (2015) Política de Bienestar Animal de Adolfo Domínguez. Recuperado el 1 de junio de 2016, de www.adolfodominguez.com
- AENOR (2010). Certificación de Sistemas de gestión de calidad ISO 9001. Recuperado de [Aenor.es](http://www.aenor.es):
http://www.aenor.es/aenor/certificacion/calidad/calidad_9001.asp#.V3JpzLiLTIU
- AENOR (2010). Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo OHSAS 18001. Recuperado el 12 de abril de 2016, de:
http://www.aenor.es/aenor/certificacion/seguridad/seguridad_ohsas.asp#.VWmCn8_tmko
- Alvarado, A. (2008): “Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial Percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el Modelo de Carrol”, *Estudios Gerenciales*, 24, 108. Universidad ICESI, México.
- Andreu Pinillos, A., & Fernández Fernández, J. L. (2011). “De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor”. *Harvard Deusto Business Review* (Vol. 207).
- Bolsa de Valores de Madrid (2014). Sniace S.A. Madrid. Recuperado el 18 de junio de 2016, de <http://www.bolsamadrid.es>
- Bolsa de Valores de Madrid (2014). Inditex. Madrid. Recuperado el 16 de junio de 2016, de <http://www.bolsamadrid.es>
- Brochain P. (2003). “Towards a sustainable corporate social responsibility” Luxemburgo. European Foundation for the improvement of living and working conditions.



- Clements, R (1996) “Complete Guide to ISO 14.000”. Englewood Cliffs. N.Y. Prentice Hall, Inc.
- Comisión Europea (4 de Marzo de 2013). EMAS Users Guide. Bruselas
- Comisión Europea. (2002) “Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de la empresa: una contribución al desarrollo sostenible”, 2 de julio, Bruselas.
- Comisión Europea. (2011). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Recuperado 5 de junio de 2016, de <http://observatoriorsc.org/libro-verde-fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (2006). Código Unificado de Buen Gobierno. Recuperado el 11 de abril de 2016, de: http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (2015). Código Unificado de Buen Gobierno. Recuperado de: http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf
- Cortés M, (2012). Normas y certificaciones.
- De la Cuesta González, M., & Valor Martínez, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa: Concepto, medición y desarrollo en España. Boletín Económico de ICE, 2755, 7–20.
- Fernández Gago, R. (2005). Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: Thomson
- Forética (2015) Informe forética 2015. Recuperado el 10 de mayo de 2016, de www.foretica.org
- Freeman, E. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. California Management Review.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. New York Times Magazine, 32-33, 122, 124, 126
- García de la Rosa, P. (2009). La responsabilidad social corporativa de las empresas. Una oportunidad frente a la crisis. Revista de Responsabilidad Social de la Empresa.



- García, J. (2013). “La Responsabilidad de las Organizaciones desde la perspectiva de la demanda”. Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de León, León, España.
- Global Reporting Initiative (2013). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Recuperado el 20 de abril de 2016, de: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>
- Inditex (2014). “Una gestión sostenible”. Recuperado el 23 de mayo de 2016, de www.inditex.com
- Inditex (2014). Estrategia de sostenibilidad 2011-2015. Recuperado el 23 de mayo de 2016, de www.inditex.com
- Inditex (2014). Estrategia de sostenibilidad 2011-2015. Recuperado el 23 de mayo de 2016, de www.inditex.com
- Inditex (2014). Memoria de Sostenibilidad 2014. Recuperado el 23 de mayo de 2016, de www.inditex.com
- Inditex (2014).”Tienda ecoeficiente”. Recuperado el 23 de mayo de 2016, de www.inditex.com
- Iturri (2011) Grupo Iturri “Calidad”. Recuperado el de 11 de junio de 2016, de : www.Iturri.com
- Jiménez, L (2014). “Estudio para analizar el grado de Responsabilidad Social Corporativa llevadas a cabo por las empresas textiles” Universidad de Jaén, Andalucía, España.
- Mango (2016). “Proyectos y programas”. Recuperado el 15 de junio de 2016, de: www.mango.com
- Mango (2016). “Responsabilidad Social Corporativa”. Recuperado el 15 de junio de 2016, de: www.mango.com
- Mango (2016). Memoria de sostenibilidad 2013. Recuperado el 15 de junio de 2016, de www.mango.com
- Mango (2016). Memoria de sostenibilidad 2014. Recuperado el 15 de junio de 2016, de: www.mango.com
- Martínez, A. (2012): “Responsabilidad Social Corporativa y resultado financiero: evidencia sobre la doble dirección de la causalidad en el sector de las cajas de ahorro”. Departamento de Dirección y Economía de la Empresas, Universidad de León.



- Naciones Unidas (2007, diciembre). “United Nations Global Compact”. Recuperado el 20 de junio de 2016 de <http://www.unglobalcompact.org>.
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, (2012). “La Responsabilidad Corporativa en las Memorias anuales de las empresas”.
- OCDE (2011). Líneas Directrices de la OCDE para empresas Multinacionales. Recuperado el 11 de abril de 2016, de:
<http://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>
- Oficina Internacional del Trabajo, (2002). “Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social” (pp. 1-20). Ginebra
- Organización de las Naciones Unidas (4 de Junio de 1992). Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Recuperado de <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>
- Organización Internacional de Estandarización (2010). “Descubriendo ISO 26000” Recuperado el 6 de junio de 2016, de : www.iso.org
- Organización Internacional del Trabajo (1996-2014). Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo. Recuperado el 10 de junio de 2014, de <http://www.ilo.org>
- Ricardo Fernández García (2009, septiembre) “La Responsabilidad social corporativa” (pp. 256-270). Barcelona
- Sniace (2011). “Medio ambiente y seguridad en el trabajo”. Recuperado el 14 de junio de 2016, de: www.sniace.com
- Sniace (2011). “Principios directores”. Recuperado el 14 de junio de 2016, www.sniace.com
- Sniace (2011). Informe de Sostenibilidad 2015. Recuperado el 14 de junio de 2016, de : www.sniace.com
- Vaca Acosta, R. M., Moreno Domínguez, M. J., & Riquel Ligeró, F. (2007). Análisis de la responsabilidad social coporativa desde tres enfoques: Stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. Conocimiento Innovación Y Emprendedores Camino Al Futuro.
- Vogel, D. (2005). The Market for Virtue. The potential and limits of Corporate Social Responsibility. Washington D.C.: Brookings Institution Press.



11. ANEXO

Anexo I. Principios De Responsabilidad Social Corporativa.

PRINCIPIOS GENERALES DE RSC	
<ul style="list-style-type: none"> ● Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact) [www.globalcompact.org]- ● Directrices para empresas multinacionales (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) [www.oecd.org]- ● Libro Verde para la RSC de la Comisión Europea (Green Paper Promoting a European Framework for CSR) [www.europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm]- ● Global Sullivan Principles of Corporate Social Responsibility [www.globalsullivanprinciples.org] 	
PRINCIPIOS ESPECÍFICOS DE RSC	
<p>Derechos humanos-</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Declaración universal de los derechos humanos [www.un.org]- ● Voluntary principles on security and human rights [www.state.gov/www/global/human_rights/001220_fsd_rl_principles.html]- ● Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights [www1.umn.edu/humanrts/links/commentary-Aug2003.htm] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Rio Declaration on Environment and Development [www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm]- ● CERES Principles [www.ceres.org]- ● The Natural Step Principles []
<p>Derechos laborales-</p> <ul style="list-style-type: none"> ● International Labour Organisation: Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy [www.ilo.org]- ● Fair Labor Association: Workplace Code of Conduct [www.fairlabor.org]- ● Ethical Trading Initiative: Base Code [www.ethicaltrade.org]- ● Clean Clothes Campaign: Model Code [www.cleanclothes.org] 	<p>Corrupción-</p> <ul style="list-style-type: none"> ● OECD Convention for Combating Bribery of Foreign Officials in International Business Transactions [www.oecd.org]- ● Business Principles for Countering Bribery [www.ce-paa.org] [www.transparency.org]
<p>Medioambiente-</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ICC Business Charter for Sustainable Development [www.iccwbo.org]- 	<p>Códigos sectoriales-</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Químico: Responsible Care® [www.icca-chem.org/section02a.html]- ● Pesquera: Marine Stewardship Council's Principles and Criteria for Sustainable Fishing [www.msc.org/assets/docs/fishery%20certification?MSCprinciples&criteria.doc]- ● Financiero: Los "Principios de Ecuador" del Banco Mundial (The Equator Principles: An industry approach for financial institutions in determining, assessing and managing environmental & social risk in project financing) [www.equator-principles.com]
NORMAS DE APLICACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ● GRI Global Reporting Initiative [www.globalreporting.org]- ● AA1000 Assurance Standard [www.accountability.org.uk]- ● ISO 14001 Environmental Management Systems [www.iso.ch/visofen/prods-services/otherpubs/iso14000/index.html]- ● EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) [www.europa.eu.int/comm/environment/emas/index_en.htm]- ● SA 8000 Social Accountability [www.sa-intl.org]- ● SIGMA Project Sustainability Integrated Guidelines for Management [www.projectsigma.com] ● Clean Clothes Campaign: Model Code [www.cleanclothes.org] 	

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa 2015