



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD Y ECONOMÍA FINANCIERA

Responsabilidad Social Corporativa

Trabajo Fin de Grado presentado por Almudena Perera Carmona, siendo el tutor del mismo el profesor Ignacio Ruiz Albert.

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

D. Ignacio Ruiz Albert

D. Almudena Perera Carmona

Sevilla. 3 Junio de 2020



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2019-2020]**

TÍTULO:

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

AUTOR:

ALMUDENA PERERA CARMONA

TUTOR:

DR. D. IGNACIO RUIZ ALBERT

DEPARTAMENTO:

CONTABILIDAD Y ECONOMÍA FINANCIERA

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

CONTABILIDAD Y ECONOMÍA FINANCIERA

RESUMEN:

En el siguiente trabajo se tratará el tema de la Responsabilidad Social Corporativa realizando un profundo análisis sobre los grupos de interés de una compañía, cómo ser socialmente responsable, así como la forma de informarlo y certificarlo de cara a su publicación. Detallaremos las ventajas que conlleva el practicar la RSC y por último, se realizará un estudio sobre la Responsabilidad Social Corporativa en la industria textil, más concretamente en la empresa MANGO.

PALABRAS CLAVE:

RSC; Stakeholder; Certificaciones; Auditorias; MANGO.

ÍNDICE

1. INTRODUCCION Y DESARROLLO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	3
1.1. DEFINICION DE RSC	3
1.2. STAKEHOLDERS	4
1.3. DESARROLLO HISTORICO DEL CONCEPTO RSC	6
1.4. RELEVANCIA DE LA RSC	7
1.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA RSC	8
1.6. POR QUE INFORMAR DE RSC	9
1.7. AREAS DE RSC	10
1.8. LEGISLACION ESPAÑOLA	11
2. INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	13
2.1. QUIEN INFORMA Y COMO SE INFORMA DE RSC. INFORMES VOLUNTARIOS Y OBLIGATORIOS	13
2.2. ESTANDARES INTERNACIONALES DE INFORMES RSC. LOS INFORMES DE GRI	15
2.2.1. GLOBAL REPORTING INITIATIVE	15
2.2.2. OTROS ESTANDARES INTERNACIONALES	18
2.3. COMO DOTAR DE CREDIBILIDAD UN INFORME VOLUNTARIO	21
2.4. AUDITORIA DE RSC: AENOR Y ETIQUETA JUST	23
3. RSC EN LA INDUSTRIA TEXTIL. CASO MANGO	26
4. BIBLIOGRAFIA	39

1. INTRODUCCION Y DESARROLLO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1.1. DEFINICION DE RSC

La responsabilidad social corporativa (en adelante RSC), también conocida como responsabilidad social de la empresa, RSE. Es una práctica por la cual las empresas se comprometen a realizar su actividad productiva de manera respetuosa y sostenida tanto con el medio ambiente, como con los grupos de interés que se relacionan con ella.

Cierto es, que a pesar de las numerosas definiciones que aparecerán acerca de este concepto en capítulos posteriores, a día de hoy no se ha llegado a un consenso total sobre el mismo. No obstante, si existe un acuerdo general en cuanto a la triple responsabilidad que conlleva la RSC:

- Responsabilidad económica. Se basa en la creación de valor para los grupos de interés o *stakeholder* mediante la satisfacción de sus necesidades. Ejemplo: maximización de los dividendos.
- Responsabilidad social, contribuyendo al bienestar de los grupos de interés y de la sociedad en la que opera. Ejemplo: igualdad de oportunidades en el acceso al empleo.
- Responsabilidad medioambiental. Se trata de evitar o limitar en lo posible cualquier impacto negativo en el medioambiente que pueda provocar la actividad productiva, desde la adquisición de materia prima hasta la venta del producto final.

Estas tres responsabilidades son conocidas como el *Triple Bottom Line*, y deben estar coordinadas y equilibradas para que una empresa sea socialmente responsable.

Autores como Matten y Moon, 2008 en su obra *Implicit and explicit CRS: Conceptual Framework for a comparative understanding of corporate social responsibility*, defienden dos tipos de RSC: explícita e implícita. La implícita va dirigida a la satisfacción de los grupos de interés que participan en la actividad empresarial desde la propia organización (trabajadores, accionistas...) mientras la explícita son compromisos sociales que asume la compañía con terceros afectados por su actividad como las comunidades en las que desarrolla su actividad.

Otra de las características de la RSC es su doble dimensión. Tiene una dimensión interna, referida a aspectos tales como la salud y, la seguridad en el trabajo, la gestión de recursos humanos y la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. Por otro lado, la dimensión externa que engloba a las relaciones con los clientes, los proveedores, el respeto a los derechos humanos, etc.



Figura 1.1. Dimensiones de la RSC

Fuente: Revista de antropología experimental, 2016

La RSC se llevará a cabo de tal forma que la compañía siga siendo económicamente viable, es decir, que siga generando rentabilidad para los inversores y márgenes positivos, siguiendo la legislación tanto nacional como internacional que acontece al ámbito social, laboral y medio ambiental.

Actividades tales como la filantropía o el asistencialismo, ecologismo... no forman parte de la RSE, así como tampoco lo son actividades puntuales que se lleven a cabo, actividades impuestas por el gobierno o actividades de interés bilateral. La RSC debe ser aplicada por las organizaciones de forma sistemática, voluntaria y como parte de una "filosofía" de gestión.

1.2. STAKEHOLDER

Tradicionalmente, la principal preocupación de los empresarios era su riqueza y descuidaban la atención a las personas que rodeaban su actividad, a pesar de argumentos como los de Adam Smith en sus obras *La teoría de los sentimientos morales* (1759) y *La riqueza de las naciones* (1776) sobre el éxito de las sociedades cuando se unen los intereses económicos y éticos.

La evolución hasta nuestros tiempos pasa por el "movimiento obrero" en el que se reclamaba la falta de valoración hacia los derechos de los trabajadores, durante la Revolución Industrial en Inglaterra.

Más tarde, entre 1800 y 1930, la oferta pasó de ser inferior a la demanda, a equipararse con ella, por lo que los empresarios encontraron la necesidad de valorar también a los clientes y satisfacer sus necesidades. Dovers y Handmer (1994).

A partir de 1983 empezaron a ser consideradas las relaciones con los grupos de interés como parte de la clave en el éxito y consolidación de las organizaciones.

Encontramos diversas definiciones de *stakeholder*, entre las que cabe destacar:

- "Grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir". Fue utilizado por primera vez en 1962 por el Stanford Research Institute, Freeman y Reed (1983).
- "Cualquier grupo o individuo que puede afectar o verse afectado por la consecución de los objetivos de la empresa", Freeman (1984).
- "Cualquier actor (persona, grupo, entidad) que tiene una relación o intereses (directos o indirectos) con o sobre la organización", Thompson et. al. (1991); Donaldson & Preston, (1995).

Como grupo de interés podemos distinguir entre los shareholders, propietarios o accionistas de la organización; y *stakeholders* que son todos aquellos que se relacionan con la actividad de la misma.

Otra identificación se realiza en función de si se trata de *stakeholder* interno (trabajadores, directivos, accionistas) o externo (clientes, proveedores, Estado, sociedad, competidores).

La identificación de los grupos de interés resulta una tarea complicada debido a la ambigüedad del concepto, ya que no delimita quién puede ser considerado como un grupo de interés.

Cada empresa tendrá grupos de interés diferentes a otras en función de su actividad. No identificarlos y jerarquizarlos correctamente puede perjudicar a la estrategia de RSE, así como afectar negativamente la imagen de la compañía. Algunos especialistas aconsejan la revisión de estos grupos cada cierto tiempo.

A continuación, se muestra una clasificación de diferentes grupos de enfoque siguiendo la *Guía para la implantación de RC en la PYME*, desarrollada por el Club de excelencia en sostenibilidad en 2018:

- Clientes. Representan el más importante motivo de éxito para una compañía. Resulta necesario mantener satisfecha su demanda con el objetivo de conservarlos en cartera y captar nuevos clientes.
- Empleados. “Los empleados son uno de los ejes prioritarios y esenciales para el desarrollo del negocio de las empresas. Disponer de una plantilla formada por profesionales con buenas capacidades constituye una importante ventaja competitiva” ... “cada vez más, las compañías se preocupan por desarrollar acciones orientadas a sus empleados en las que se fomenta la formación y el desarrollo, la conciliación de la vida personal y profesional, el establecimiento de beneficios extra-salariales, entre otros”.
- Proveedores, suministradores o colaboradores. El ser socialmente responsable es un objetivo que deben compartir la compañía y sus proveedores, llegando incluso a excluir la relación laboral si no se cumple.
- Medio ambiente. Para realizar la actividad productiva, los principales recursos los extraemos de la naturaleza, como es el caso del papel, agua, etc.
- Comunidad o sociedad en general. “Mejorar la percepción que la sociedad tiene de la empresa, siendo un elemento clave para lograr la diferenciación frente a la competencia”.
- Administraciones Públicas, AAPP. Resulta conveniente que tanto las compañías como las administraciones trabajen conjuntamente en la consecución de objetivos como la RSC, ya que ello podría contribuir al desarrollo del lugar en el que actúan.



Figura 1.2. Stakeholders

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las Administraciones Públicas, “una excesiva intervención en los mercados puede generar ineficiencias en los mismos que conduzcan a un mal uso de los recursos, ineficiencias que resulten en pérdida de competitividad de la economía”, Rodríguez-Piñero (2008). Este último autor, en su obra *Responsabilidad social corporativa y relaciones laborales en Andalucía* también hace referencia a los inversores como grupo de interés.

1.3. DESARROLLO HISTÓRICO DEL CONCEPTO RSC

Nada K. Kakabadse en su obra *Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review* defiende que el economista Howard R. Bowen es el “padre” del concepto de RSC y que fue utilizado por primera vez a mediados de los cincuenta, más concretamente, en 1953.

Para Bowen (1953), la RSC “se refiere a las obligaciones de los hombres de negocios de perseguir aquellas políticas, tomar aquellas decisiones o seguir aquellas líneas de acción, las cuales son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”.

Se suceden diversas afirmaciones de diferentes autores:

- Frederick, 1960. Afirma que los recursos que se obtienen deben ser utilizados para la sociedad en general y no para las empresas.
- Sethi, 1975. Defiende la congruencia del comportamiento empresarial con las normas sociales.
- Carroll, 1979. Alcanzar las expectativas tanto económicas, legales y éticas de la sociedad en un periodo de tiempo.

- Drucker, 1984. "Convertir un problema social en una oportunidad económica, en un beneficio económico, en una capacidad de producción, en una competencia humana, en trabajos bien remunerados, en riqueza".

Información extraída del Observatorio de RSC detalla la aparición en 1987 del concepto de desarrollo sostenible, entendiéndolo como "aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro para las generaciones futuras la satisfacción de sus propias necesidades".

En 1991, la autora Dona J. Wood publicó su libro *Corporate Social Performance Revisited* en el que defiende la unión de los negocios con la sociedad. "La idea básica de la responsabilidad social corporativa es que los negocios y la sociedad están entrelazados, en vez de ser entidades distintas".

A mediados de los noventa se impone al sector privado la asunción de un nuevo modelo de convivencia que pudiera actuar conjuntamente con un entorno globalizado y cambiante. En 1999, tras la iniciativa de Kofi Annan surge el Pacto Mundial involucrando a las empresas con la RSC. Las cumbres de Rio de Janeiro y Rio +5 de Nueva York fueron determinantes para que en la Cumbre de Johannesburgo (2002) cobrara especial importancia la creación de un marco regulatorio para RSC, así como políticas de regulación para la misma.

Desde la publicación de "Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas" en 2011, ha cambiado entre otras cosas, la forma de ver la RSE. Esta deja de considerarse algo voluntario a formar parte de las obligaciones de las empresas en el mismo grado en que su actividad produce impactos en la sociedad.

Como se especificó anteriormente, a día de hoy no encontramos una definición del concepto que sea generalmente aprobada, lo cual es un impedimento a la hora de evaluar si una empresa es socialmente responsable o si no cumple con los programas de acciones.

1.4. RELEVANCIA HOY DE LA RSC

Considerando la RSE como "Herramienta que sirve para aminorar el impacto negativo de las empresas en general y de las multinacionales en particular, sobre los derechos sociales, laborales, el medioambiente y, en definitiva, sobre los Derechos Humanos" según el Observatorio de la RSC, podemos afirmar que tiene una gran relevancia en aspectos que se detallan a continuación:

- El proceso actual de globalización no está beneficiando a todas las personas como en un principio algunos pensaban. En realidad, a algunos colectivos les está deteriorando el nivel de vida y solo las grandes empresas se benefician de ello.
- En cuanto a las políticas públicas o normativas, pueden verse afectadas por las empresas multinacionales (a favor y en contra). No obstante, estas empresas multinacionales "están fuera del alcance de lo que muchos Estados pueden hacer para regularlas con eficacia, favoreciendo la aparición de vacíos legales que deben ser subsanados a través de normas jurídicas internacionales y no por la mera voluntariedad de las propias empresas".
- El sector privado actúa en países con normativas más permisivas para atraer la máxima inversión extranjera y beneficiarse de ello, aunque conlleve el provocar un daño al desarrollo sostenible de ese país.

- La deslocalización de procesos productivos para que la empresa productora ahorre en costes al llevar la producción a países más desfavorables en cuanto a condiciones laborales o medioambientales.
- La privatización de servicios básicos, como pueden ser: el agua, la educación, la salud... que generan un gran efecto en todas las personas.

Todo lo mencionado hace que sea necesaria una regulación en cuanto a las responsabilidades sociales que deben asumir cada empresa, para evitar así el beneficio de unos a costa de perjudicar otros colectivos.

“El protagonismo que ha adquirido la responsabilidad en el tejido empresarial tiene su origen en las demandas sociales, las preferencias de los empleados que quieren trabajar en empresas responsables, en que los consumidores están dispuestos a penalizar a compañías no responsables, en la necesidad de gestionar las expectativas de los distintos grupos de interés y sobre todo, en que siendo responsables y transparentes se crea valor tanto para la compañía como para el entorno en el que opera”, Club de Excelencia en Sostenibilidad.

Una empresa responsable es capaz de crear en los clientes mayor cantidad o frecuencia de compra, en los trabajadores mayor desempeño en sus tareas, en los proveedores más flexibilidad y confianza y en los accionistas más lealtad.

1.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA RSC PARA LAS EMPRESAS QUE LA PONEN EN PRACTICA

Según la información extraída de la revista La Responsabilidad Social de la Empresa en 2018, la RSC debe formar parte de la estrategia empresarial para que además de generar beneficios que deben ser repartidos entre los accionistas, mejore su imagen con respecto al impacto que provoca en la sociedad y países en que opera.

Cada vez las empresas están más comprometidas con el entorno en el que operan, tanto social como medioambientalmente. No solo se dedican a generar empleos y pagar impuestos.

“Obtener beneficios, ser competitivos, respetar el entorno natural y comprometerse con el progreso económico y social de los países en los que se desarrolla su actividad mercantil, son conceptos que deben formar parte del *business plan* de cualquier proyecto empresarial que quiera ser sostenible” Bazan, et. al. (2018).

Podemos afirmar que la RSE adaptada a cada modelo de negocio, genera beneficios (monetarios y no monetarios) a largo, medio y corto plazo, ya que este concepto esta íntegramente relacionado con la visión y misión empresarial. Por ejemplo:

- Medir la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes a corto, medio y largo plazo contribuye a mantenerlos en cartera, así como a la captación y fidelización de otros nuevos.
- La inclusión de los trabajadores en programas de desarrollo mejora la relación de estos con la empresa. Además, contar con trabajadores capaces de resolver la problemática y cumplir con la estrategia a corto plazo, es una fuente de beneficio a medio y largo.
- Los proyectos sociales, como comentamos anteriormente, favorecen la reputación de la empresa.
- Una empresa transparente y socialmente responsable es más creíble y tiene mayor capacidad para acceder a la financiación en mejores condiciones, así como solicitar ayudas específicas.

- Mayor capacidad para atraer inversores en materia de sostenibilidad.
- Reducción de riesgos relacionados con la RSE.

El interés por encontrar soluciones relacionadas con el impacto y la sostenibilidad lleva a la obtención de productos novedosos que disminuyan el efecto negativo futuro de la empresa en su entorno, disminuyendo así su exposición a determinados como los riesgos legales. Es otra de las ventajas que se producen al practicar la RSC, aunque no afecte de manera directa a la empresa.

Lógico es, que no todo lo derivado de practicar RSC se traduce directamente en ingresos. Ser socialmente responsables tiene unos costes que podemos dividir entre aislados o permanentes. Los costes aislados estarían compuestos por donaciones puntuales, costes por inversiones, entre otros. Por su parte, los costes permanentes son los que corresponden a donaciones permanentes, honorarios, coste de personal, costes de material, etc. (Weber, 2009).

Podríamos señalar como aspecto negativo, el impacto negativo en el resultado que conlleva el desarrollar actividades de RSC. Se trataría básicamente de la disminución de los ingresos o aumento de ciertos costes, si los comparamos con los que obtendríamos en caso de no practicarla. Estos aspectos negativos se convierten en positivos cuando, al ser socialmente responsables se capta mayor atención de los clientes y clientes potenciales, pudiendo provocar un aumento en el volumen de compra y representación en el mercado, lo cual se traduce en beneficios para la compañía.

1.6. POR QUÉ INFORMAR SOBRE RSC

La revista Compromiso Empresarial trata en uno de sus artículos publicados en 2016 sobre la importancia que tiene el informar sobre la RSC de la siguiente forma: Informar a los *stakeholders* sobre esta materia es tan importante como hacerlo sobre cualquier otra, siempre y cuando se muestre como real y no como impostada, con transparencia. Se trata de explicar cómo actúa responsablemente la compañía disminuyendo todo lo posible la brecha que se pueda originar entre las percepciones de los grupos de interés y la realidad. Es importante para las empresas que practican la RSC, visibilizar sus esfuerzos en este sentido.

En el caso de los clientes, informarlos acerca de esta práctica puede resultar una “educación” en cuanto a consumo y acerca de los retos a los que se enfrenta la sociedad.

Aquella empresa que no informe acerca de su desempeño en la RSC corre el riesgo de ser tachada de “no responsable”.

El principal canal por el que se informa de RSC suele ser la página web corporativa, donde, además de publican las memorias de sostenibilidad, los códigos de conducta y de buen gobierno, participación en índices de sostenibilidad... entre otras actuaciones.

En el artículo anteriormente mencionado, también se hace referencia a la fiabilidad de dicha información. Establece que siempre será más fiable, cuando la información sea emitida por agentes externos a la organización, ya que se considera que son personas neutras que solo buscan la veracidad de la información, Puentes & Velasco (2016).

Al tratarse de información de carácter voluntario es especialmente importante dotar de credibilidad los informes de RSC. Para ello existen certificaciones de compañías auditoras para los informes, así como estándares informativos internacionalmente reconocidos como los emitidos por la prestigiosa Global Reporting Initiative o GRI.

1.7. DIFERENTES AREAS DE RSC

Según información extraída del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, concluimos que la RSC afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa. Para ello, las actividades desarrolladas dentro de su marco han de estar vinculadas a la actividad básica de la empresa, no tratarse de un hecho puntual e implicar un compromiso de la alta dirección. Recogemos las siguientes:

- **Derechos humanos.** Tienen que ser respetados por todas las empresas, sean o no socialmente responsables. Es por ello, que una compañía que practique la RSC debe investigar en qué forma su actividad puede afectar este derecho básico. Además, el código de conducta debe defender los derechos humanos de los trabajadores y de las personas pertenecientes a la sociedad en la que se opera, así como establecer un mecanismo de control que sea suficiente.
- **Derecho laboral.** La Organización Internacional del Trabajo (OIT), establece los cuatro derechos fundamentales de los trabajadores: libertad de Asociación, prohibición del trabajo forzoso, prohibición del trabajo infantil y no discriminación. Por otro lado, se pueden incluir aspectos tales como la formación del personal, la gestión de quejas de empleados, y la negociación colectiva.
- **Medioambiente.** Nos dirigimos básicamente, al desarrollo sostenible. La actividad empresarial tiene un impacto en la calidad del aire, agua, etc., que debe ser la menor. El Tratado Constitutivo de la Unión Europea y la Declaración de Río en 1992 establecen políticas de prevención, corrección de atentados al medio ambiente y unos límites de contaminación permitidos, que en caso de ser sobrepasados conllevaran una sanción para la empresa infractora.
- **Consumidores.** Una empresa socialmente responsable debe perseverar los intereses de los consumidores tales como la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad, protección de intereses económicos y sociales, indemnización de daños y prejuicios, derecho a la información veraz y educación sobre consumo. Por supuesto, debe respetar el derecho a ser escuchado y reclamar. La Declaración de Río, el Informe Brundtland y la Unión Europea especifican entre otras cuestiones, el derecho de los consumidores a una producción y consumo sostenible.
- **Salud.** Las empresas tienen que respetar el acceso a los bienes de salud, en especial, de los grupos más vulnerables (agua, alimento, refugio...). Deben suministrar información sobre salud y prevención de enfermedades. Están obligadas a garantizar un entorno laboral saludable mediante la prevención de riesgos laborales y enfermedades.
- **Buen gobierno.** "Las empresas deberán tomar las medidas que sean necesarias, dentro del marco de sus leyes y reglamentos relativos a la contabilidad, a la publicación de estados financieros y las normas de auditoría, con el fin de prohibir el establecimiento de cuentas fuera de libros, la realización de transacciones extracontables o insuficientemente identificadas, el registro de gastos inexistentes, la existencia de partidas con una incorrecta identificación de su objeto, así como la utilización de documentos falsos, con el fin de corromper a agentes públicos extranjeros o de ocultar dicha corrupción".

Existen ámbitos que aún se encuentran en fase de discusión, pero cobrarán una gran importancia, tales como el pago de impuestos, respeto de la soberanía en el país que se opera, la transferencia tecnológica, entre otros.

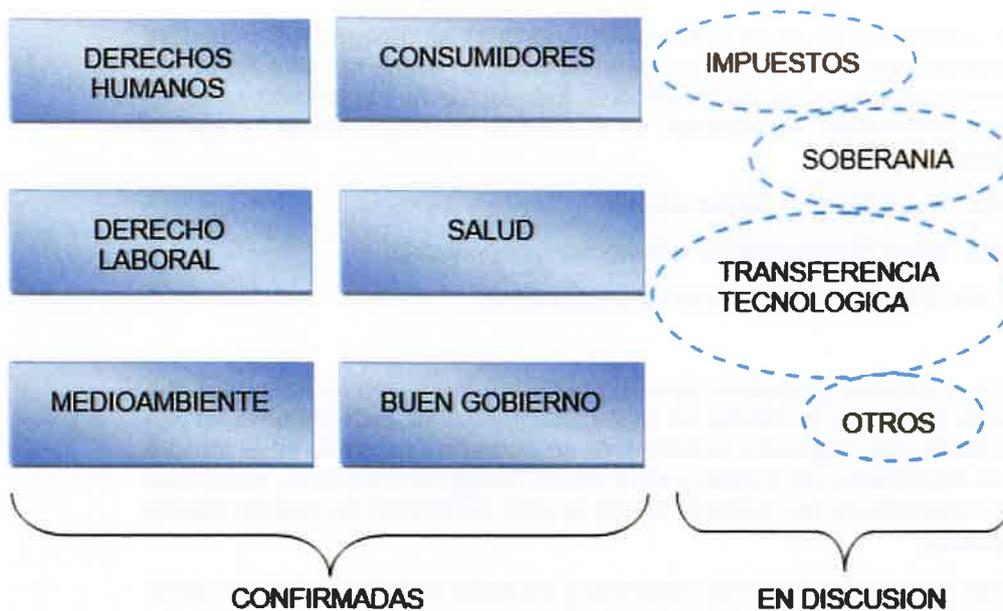


Figura 1.7. Áreas de la RSC
Fuente: Elaboración propia

1.8. LEGISLACION ESPAÑOLA SOBRE RSC

Las empresas españolas se encuentran sometidas con carácter universal a los Pactos de Naciones Unidas y otros estándares normativos internacionales como pueden ser:

- Pacto internacional sobre los Derechos económicos, sociales y culturales (Ratificado por España en 1977).
- Pacto Global en 2000, formado por 10 principios que quedan recogidos en tres vías normativas: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Declaración sobre principios de orden laboral de la OIT y la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y desarrollo sostenible.
- Global Reporting Initiative (GRI), que será detallado en capítulos posteriores.

Con un carácter más regional (Europa y Occidente) se ven delimitadas por la siguiente norma:

- Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE.
- Constitución Europea, que en cuestiones de RSC regula “el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente” (art. II, 97), “la protección del consumidor” (art. II, 98), “la ayuda humanitaria a terceros países” (art. III, 321).
- Libro verde que promueve la calidad, las prácticas en RSC y como la Unión Europea puede fomentarlas.
- Otras iniciativas de estandarización en Europa.

Con respecto a la normativa de ámbito nacional, destacamos:

El Código de Comercio y la Ley de Sociedades Anónimas no recoge preceptos para la presión normativa sobre RSC, por el contrario, si lo hacen desde los años 80 la Ley de Consumidores y usuarios (Ley 26/84, art. 51). Esta ley se ha implantado en todas las comunidades autónomas, en especial, en Andalucía. Su implantación ha sufrido tres fases a lo largo del tiempo:

- A mediados de los 80 con carácter estatal.
- A mediados de los 90 con carácter autonómico generalizado.
- Desde el año 2002 desarrollos extensos particulares.

Por otra parte, el informe de gestión forma parte de la información no financiera que debe presentarse junto con la misma en el registro mercantil. Este informe ha ido evolucionando desde sus orígenes y actualmente se encuentra regulado en el artículo 262 de la Ley de Sociedades de Capital y en el 49 del Código de Comercio, en los que se establece el contenido de los mismos. Según la LSC, el informe de gestión deberá contener lo siguiente:

- Exposición fiel de la evolución de los negocios y situación de la sociedad, así como los riesgos e incertidumbres a los que se enfrenta.
- Informará sobre los acontecimientos para la sociedad posteriores al cierre del ejercicio y la evolución que se prevea para la misma.
- Siempre que resulte relevante para las diferentes partidas de la empresa, se presentaran los objetivos y políticas de gestión de riesgo financiero de la sociedad, riesgo de crédito, de precio, liquidez y flujo de efectivos
- *Elaborar una memoria de sostenibilidad siempre que se trate de una gran empresa.*
- La información que aparece en este informe debe aparecer igualmente en las cuentas anuales siempre que sea preciso.

Cabe mencionar también la Ley 1/2005 de 9 de marzo de “Régimen de Comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero” que se convertirá en la futura Ley de Responsabilidad civil medioambiental basada en el principio “quien contamina paga”.

Por supuesto, todas las empresas españolas quedan sujetas a la jurisprudencia practicada por el Tribunal Supremo y el Tribunal Constitucional.

Además, aquellas compañías que practiquen la RSC quedan regidas por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre. Esta ley, entre otros aspectos trata:

- I. Incrementar la divulgación de información no financiera, como pueden ser los factores sociales y medioambientales, lo cual ayuda a controlar el impacto de las empresas y su rendimiento. Debe incluir información como condiciones de trabajo, no discriminación sexual, uso de energías renovables, lucha contra la corrupción, entre otros.
- II. Afecta a las sociedades anónimas, a las de responsabilidad limitada y a las de interés público que sean consideradas empresas grandes.

2. INFORMES SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Tradicionalmente se han encontrado diversas complicaciones para presentar informes sobre responsabilidad social en el marco de la información financiera, cuyo objetivo era exclusivamente transmitir información económica financiera que facilite la toma de decisiones de los usuarios. La información financiera suministrada quedaba imposibilitada para transmitir otro tipo de contenidos que son esenciales en la gestión socialmente responsable de la sostenibilidad, como sería el caso de:

- Desarrollo económico y gobierno corporativo.
- Protección del medio ambiente fuera de las exigencias legales.
- Información sobre el impacto social de la organización.

Debido a ello, surgen los informes voluntarios de RSC, también conocidos como informes o memoria de sostenibilidad, tras celebrarse La Cumbre de la Tierra de Rio Janeiro de 1992 cuando se impulsaron exigencias legales sobre el impacto ecológico de las empresas. No obstante, cabe mencionar que *"The Corporate Report (ASSC 1975)* fue el primer documento que trato de regular el suministro de información no financiera, el cual indicaba que las empresas deberían informar sobre otros aspectos dirigidos a cualquiera que pudiera tener interés en la actividad de la empresa", Delgado (2012).

"La elaboración de información sobre RSC supone transformar el enfoque tradicional del inversor (shareholder) por el enfoque del participe (stakeholder) de la organización", Moneva (2007).

"A través de indicadores cualitativos y cuantitativos, muestra el resultado e impacto económico, social y medioambiental de la actividad de la organización que lo realiza en un período de tiempo determinado. Debe contener datos cuantificables, contrastables y verificables, y se deben expresar de forma objetiva e imparcial para facilitar de esta manera a las diversas partes interesadas una opinión más fundamentada sobre los contenidos de la información publicada", Informe del foro de expertos en RSE (2007).

En un aspecto informal, podríamos decir que en la memoria se muestra el cómo se hace lo que se hace, sin maquillar los resultados "greenwash", ya que no se trata de un instrumento de marketing. Revista Atlántica de Economía (2011).

Los informes de responsabilidad social son de carácter voluntario y generalmente se presentan en forma de memorias de sostenibilidad. En cambio, hay algunos casos para los que si es exigible cierto grado de información siguiendo unos estándares con el contenido básico a suministrar. Moneva (2005).

2.1. QUIEN INFORMA Y COMO SE INFORMA DE RSC. INFORMES VOLUNTARIOS Y OBLIGATORIOS.

Tras la aprobación de la Ley 11/2018, del 28 de noviembre la voluntariedad de informar sobre RSC deja de existir en su totalidad. En dicha ley se detalla que "algunas empresas deben preparar un estado de información no financiera que contenga información relativa, por lo menos, a cuestiones medioambientales y sociales, así como relativas al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno", además de "divulgar «políticas de diversidad de competencias y puntos de vista» que apliquen a su órgano de administración respecto a cuestiones como la edad, el sexo, la discapacidad, o la formación y

experiencia profesional”, a menos que la compañía no lleve a cabo este tipo de políticas, motivo que deberá ser argumentado.

La ley establece que este es el caso de empresas con más de 500 trabajadores de media durante el ejercicio cuya cifra neta de negocios ascienda a 500 millones de euros, las llamadas grandes empresas. También estarían incluidas aquellas que sean de interés público que tengan cuentas consolidadas.

Deben plasmar los datos en el informe de gestión y presentarlo en el Registro Mercantil o elaborar un informe por separado incluyendo la información exigida. La información que debe aparecer es la siguiente:

- En cuanto a cuestiones medioambientales, se debe incluir información sobre los efectos actuales y previsibles de la actividad en el medioambiente, uso de energías renovables, emisión de gases de efecto invernadero... entre otros.
- En cuestiones relativas al personal debe informar acerca de medidas adoptadas para garantizar la igualdad de género, condiciones de trabajo, respeto de los derechos sindicales, salud y seguridad en el trabajo, etcétera.
- En relación con los derechos humanos se podría informar sobre medidas adoptadas para evitar y sobre todo solucionar los posibles abusos, o sobre la prevención de la violación de derechos humanos.
- Por último, sobre la lucha contra la corrupción y el soborno, podría informar de instrumentos existentes para luchar contra los mismos.

Se debe informar también acerca de los efectos adversos existentes y potenciales derivados de la cadena de suministro.

La información se detalla mediante indicadores cuantitativos y cualitativos que deben mostrar al público el interés por parte de la empresa para mejorar los impactos positivos y minimizar los negativos en cuanto a sostenibilidad. Los indicadores cualitativos hacen referencia a compromisos, políticas, prácticas... mientras los cualitativos se obtienen a partir de fórmulas, tablas o gráficas y nos permiten comparar y evaluar las prácticas. Gutiérrez (2005).

La Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa explica que no todos los indicadores tienen que ser considerados por la empresa como relevantes, pero si alguno de los grupos de interés da importancia a alguno de ellos, sería interesante incluirlo en el informe. Formaría parte de la información voluntaria.

La elaboración de la memoria voluntaria de sostenibilidad, se puede hacer siguiendo algún sistema de los que presentamos a continuación:

- Sistema libre. No tiene un formato preestablecido, simplemente se detalla a qué se dedica la empresa y cuáles son sus actuaciones con los grupos de interés. Este sistema es muy utilizado por las PYMES.
- Sistema estándar. Utiliza formatos definidos y normalizados emitidos y suministrados por diferentes organismos. Existen multitud de iniciativas, aunque la que actualmente más se utiliza es la Global Reporting Initiative (GRI), que será analizada con más detalle en capítulos posteriores.

Actualmente, quedan exentas de la obligación las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y siempre que lo hagan será con carácter voluntario. Aquellas empresas que comunican su actividad sobre RSC de forma voluntaria, no están obligadas a seguir cierta estructura.

En un trascurso de tres años desde la aprobación de la ley, quedarán sujetas a ella también aquellas empresas con más de 250 trabajadores de media en el ejercicio consideradas de interés público, es decir, las medianas empresas. (Pelayo, 2019).

Una vez elaborado el informe, se elige el medio, canal de difusión y comunicación del mismo en función del público objetivo:

- Para empleados y colaboradores se aconseja utilizar canales como el portal del empleado, revistas internas, jornadas específicas, etcétera.
- Para personas ajenas a la compañía, es recomendable utilizar la página web corporativa, jornadas de presentación, entre otras.

2.2. ESTANDARES INTERNACIONALES DE INFORMES RSC. LOS INFORMES DE GRI

Las empresas, en su afán por informar acerca de sus prácticas responsables se encontraban con el problema de *cómo* medirlas y presentarlas de forma que esta información fuese coherente, completa y ordenada. Duque et. al., (2013)

Los informes de las empresas socialmente responsables que tienen una estructura libre deberá ser justificados por la compañía el por qué se ha medido de esa forma. Por el contrario, aquellas que no tienen estructura libre siguen unos estándares. Estos estándares no son más que una especie de guía para identificación de los objetivos de RSC, puesta en práctica y elaboración de la memoria de sostenibilidad. Revista Atlántica de Economía (2011).

Según Virgilio Ramos (2012) los objetivos que debe seguir el informe son:

- Compromiso público con las partes interesadas, mediante la transmisión de la información acerca de la actividad de la organización.
- Atender los requerimientos del mercado en cuanto a transparencia y veracidad de la información.
- “Responder a las exigencias de buenas prácticas del gobierno corporativo y a las normas de transparencia de la legislación nacional e internacional”.
- Suministrar información que sea relevante sobre prácticas de la empresa en RSC.
- Mostrar los avances de la compañía en cuanto a RSC.
- Integración de la RSE en la práctica empresarial.

Algunos de estos estándares están dirigidos a empresas grandes y otras son específicas para pequeñas y medianas empresas.

2.2.1. Global Reporting Initiative

GRI (Global Reporting Initiative) es la institución de referencia a nivel internacional para la elaboración de memorias de sostenibilidad según AENOR.

Nace en 1997 con el objetivo de desarrollar y promocionar un marco general para elaborar memorias de sostenibilidad, ir mejorando las memorias, elevar el informe de sostenibilidad a niveles financieros y diseñar, difundir y promocionar prácticas de información estandarizadas siguiendo los niveles más altos de consistencia y rigor. Rodríguez (2008)

Según la Guía para la elaboración de memorias de RSE elaborada por la Universidad de Murcia, Se trata de un marco generalmente aceptado para informar

acerca del desempeño económico, ambiental y social que además puede ser adoptado por empresas de cualquier categoría.

El primer resultado del trabajo de GRI aparece en junio del año 2000, la Guía 2000 o G1, "con el objetivo de proporcionar una guía para que las empresas informaran voluntariamente sobre su impacto y relación con el desarrollo sostenible". Esta información sostenible se basa en la "triple bottom line" que representa los tres ejes del desarrollo sostenible: económico, social y medioambiental. Moneva (2005).

El proyecto inicial presentaba algunas limitaciones por lo que se sometió a revisión, tras la cual, surgió el segundo modelo: la Guía 2002 o G2 coincidiendo con la celebración de la Cumbre Rio+10. En este modelo era fundamental la transparencia, la globalidad y la posibilidad de las memorias de ser auditadas. Se consideraba necesario el dialogo con los *stakeholders* para la elaboración del informe y anunciaba la posibilidad de verificar el contenido de forma externa.

Los apartados de la Guía 2002 serian:

- 1.- Visión y estrategia
- 2.- Perfil
- 3.- Estructura del gobierno y sistemas de gestión
- 4.- Índice de contenido de acuerdo a GRI
- 5.- Indicadores de actuación (parte central de la Guía)

A finales de 2004 comienza la revisión de la Guía 2002 y en 2006 se presenta la G3. Moneva (2005). Esta nueva guía está formada por:

- Principios que establecen el contenido que debe aparecer en la memoria y garantizar la calidad de la misma.
- Indicadores de desempeño (parte del contenido básico), los cuales deben seguir unos protocolos que asesoran en la recopilación de información, redacción de la memoria y garantizan la consistencia de la interpretación de los indicadores.

La Guía 3 está dividida en dos partes. En la primera aparecen los principios de elaboración relativos a materialidad, la participación de *stakeholders*, el contexto de sostenibilidad, la exhaustividad, principios de equilibrio, sostenibilidad, entre otros. En la segunda parte aparecen los contenidos básicos: perfil, enfoque de la dirección, indicadores de desempeño, etcétera. Delgado (2012).

Los apartados de la guía según el modelo G3 de GRI serían:

- 1.- Estrategia y análisis.
- 2.- Datos de la organización.
- 3.- Datos de la memoria.
- 4.- Gobierno corporativo, compromisos y participación de grupos de interés.
- 5.- Indicadores de resultados y de gestión.
 - Indicadores de desempeño económico.
 - Indicadores de desempeño ambiental.
 - Indicadores de desempeño social.
 - Prácticas laborales y trabajo digno.
 - Derechos humanos.
 - Sociedad.
 - Responsabilidad sobre productos.

La G3 sufrió una leve modificación dando lugar a la G3.1 en 2010.

En 2013 aparece la más reciente guía de GRI, la G4. Según un artículo publicado por Compromiso Empresarial en 2013, el enfoque pasa de estar en el cumplimiento a estar sobre la gestión de la sostenibilidad. Los informes se vuelven más concisos y centrados en asuntos realmente relevantes, consiguiendo una mayor transparencia y generación de valor hacia los grupos de interés. Además, contribuye a que las propias memorias sirvan de ayuda para mejorar la gestión de sostenibilidad a cada empresa.

La G4 tiene dos partes al igual que la versión G3. La primera estaría formada por los principios y contenidos estándares, mientras que la segunda sería el manual de implementación.

El artículo anteriormente citado hace referencia también a los dos tipos de informes que aparecen "en conformidad": el principal o básico y el completo.

Otra de las características propias de este modelo es que el informe no se identifica como certificado, sino que debe asegurarse cada uno de sus contenidos.

Los apartados de la guía según el modelo G3 de GRI serían:

1. Contenidos básicos generales

- Estrategia y análisis
- Perfil de la organización
- Aspectos materiales y cobertura
- Participación de los grupos de interés
- Perfil de la memoria
- Gobierno
- Ética e integridad

2. Contenidos básicos específicos.

- Información sobre el enfoque de gestión
- Indicadores
 - ✓ Economía
 - ✓ Medio ambiente
 - ✓ Desempeño social
 - Prácticas laborales y de trabajo digno
 - Derechos humanos
 - Sociedad
 - Responsabilidad sobre productos

GRI propone una guía, pero no exige que se cumplan de forma estricta, sino que se adapte a los requerimientos de cada empresa. Lo único que pide es que las memorias tengan contenido concreto.

Cada vez que una organización utilice la Guía como referencia para la memoria deberán comunicarlo al Global Reporting Initiative tras la publicación de la misma.

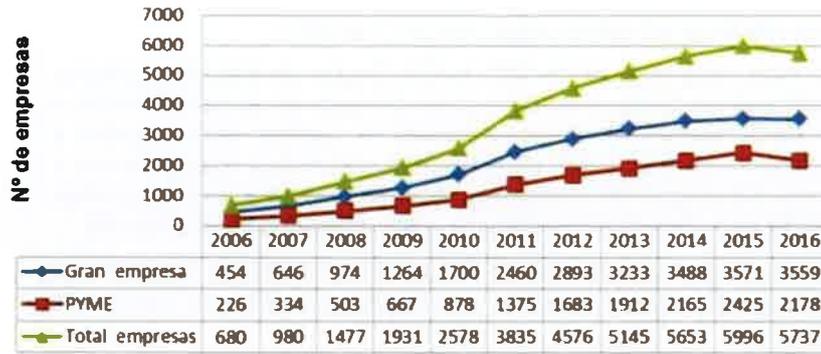


Figura 2.2.1.1. Evolución del número de empresas que informan de su sostenibilidad en GRI en el mundo.

Fuente: Conama (2018)

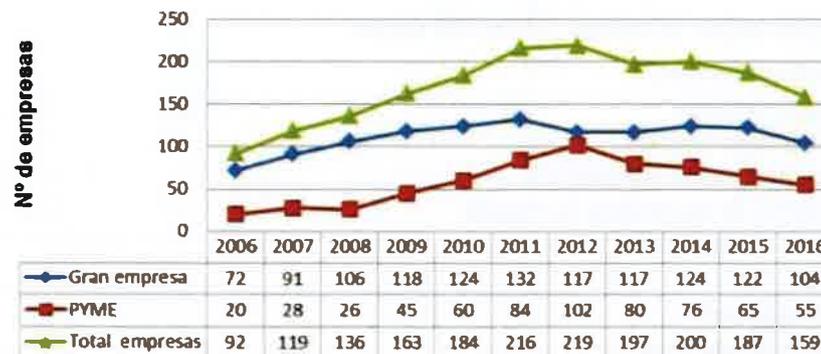


Figura 2.2.1.2. Evolución del número de empresas españolas que informan de su sostenibilidad en GRI.

Fuente: Conama (2018)

2.2.2. Otros estándares internacionales

AA1000AS de accountability.

“Es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias” Accountability, (2003). Fue creada en 1999 por el *Institute of Social and Ethical Accountability* para, entre otras cosas, facilitar la realización de auditorías e informes de RSC. Rodríguez (2008).

El Centro Nacional de Información de la Calidad establece que las características de esta norma son las que se detallan a continuación:

- Presenta todos los datos de la empresa sobre su actividad responsable (sociales, económicos y medioambientales).
- Examina la relación e integración de la compañía hacia los grupos de interés.
- Enfocada en los *stakeholders*, veracidad de la información, políticas organizativas y el cumplimiento de regulaciones obligatorias.
- Fomenta la credibilidad de los informes de sostenibilidad.

- Evalúa la información suministrada con respecto a la capacidad de la organización de dar respuesta a sus inquietudes.

La organización debe identificar, priorizar y responder a los desafíos de la RSC en base a tres principios (Bollas y Seguí; 2014):

- Exclusividad, referido a la participación de los grupos de interés en busca de tareas de RSC.
- Relevancia acerca de los asuntos que afectan a la compañía y los grupos de interés.
- Capacidad de respuesta a los aspectos de los *stakeholders* que afectan la RSC.

“Los principios de esta norma proporcionan un marco para que una organización identifique, priorice y responda a los desafíos de su sostenibilidad, además de proveer una metodología profesional para evaluar la naturaleza y el grado en que una organización se adhiere a los Principios de AccountAbility. Por otro lado, sirve como patrón para ayudar a las organizaciones a reforzar el diseño, la ejecución y la evaluación de la participación de los grupos de interés y la comunicación con ellos”. González (2018).

ISO 26000

Aunque será explicado en adelante que es una norma ISO más en detalle, adelantamos que las normas ISO (International Organization for Standardization) son documentos que especifican requerimientos que pueden ser empleados para garantizar que los productos o servicios alcanzan la calidad deseada.

La norma tiene su origen en 2001 cuando se detectó por primera vez la necesidad de trabajar en ella. En 2004 ISO celebró una conferencia con las partes interesadas en la que se decidió empezar el trabajo en RS, los cuales duraron hasta 2010, año en el que se publica. ISO (2010).

“Proporciona una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con la responsabilidad social, y los métodos para implementar los principios de responsabilidad social en las actividades diarias en una organización, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de *stakeholders*”. ISO 26000 (2006).

Se trata de una norma que sirve de guía para todo tipo de empresas.

Indagando en la propia norma, el contenido de ésta es el siguiente:

- “Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social”
- “Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social”
- “Principios y prácticas relativas a la responsabilidad social”
- “Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social”
- “Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable a través de toda la organización y a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia”
- “Identificación y compromiso con las partes interesadas”
- “Comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionada con la responsabilidad social”.

SA 8000

Información extraída del Centro Nacional de Información de la Calidad indica que esta norma surgió en 1997 en Estados Unidos para mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial. Está basado en los principios y derechos laborales que son recogidos por el OIT (Organización Internacional del Trabajo), La Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño.

El estándar SA 8000 contempla los siguientes requisitos:

- Trabajo infantil
- Trabajo forzoso y obligatorio
- Seguridad y salud
- Derecho de sindicación y de negociación colectiva
- Discriminación
- Medidas disciplinarias
- Horario de trabajo
- Remuneración
- Sistemas de gestión

Una organización que siga este estándar debe cumplir con los requisitos, así como involucrar a los trabajadores con los efectos laborales que influyen sobre ellos.

SGE 21

La revista Responsabilidad Social de la Empresa (2009) detalla que esta norma surge en Barcelona en 1999 como solución a la problemática de como valorar la cultura de una empresa basada en la responsabilidad de sus miembros frente a la sociedad.

Está compuesto por seis capítulos y nueve requisitos certificables:

- Alta dirección. Creación de código de conducta, políticas anticorrupción, etcétera.
- Clientes. Garantizar la calidad del producto, accesibilidad al producto, protección de clientes vulnerables, etcétera.
- Fomento de buenas prácticas con los proveedores.
- Respeto de la igualdad, conciliación... de personas que integran la organización.
- Entorno social mediante el conocimiento del impacto tanto positivo como negativo que se produce.
- Entorno ambiental referido al compromiso de prevención de la contaminación.
- Inversores. Este punto está centrado en el buen gobierno y transparencia financiera de la organización.
- Competencia leal y resolución de conflictos mediante el arbitraje.
- Creación de vías de colaboración entre la organización y Administraciones Públicas.

Esta norma fue modificada en 2008 y su resultado fue la fusión de algunos requisitos y reformulación el punto de vista de otros.

IQNet SR10

“Establece los requisitos de un sistema de gestión de la responsabilidad social en base a los principios y recomendaciones de responsabilidad social existentes, y en especial, los principios y prescripciones de la norma internacional ISO 26000 sobre responsabilidad social, los cuales están dirigidos a todo tipo de organizaciones, ya sean públicas o privadas, de cualquier sector y tamaño”. Cavala (2006).

Es compatible también con otras certificaciones como SA 8000 o instrumentos de reporte tales como *Global Reporting Initiative* (GRI).

2.3. COMO DOTAR DE CREDIBILIDAD A UN INFORME VOLUNTARIO.

Podríamos decir, que aquellas empresas que sean socialmente responsables y faciliten informes acerca de esta práctica, buscando el propio beneficio, tienen la posibilidad de someter la memoria de sostenibilidad a verificación por parte de una organización externa independiente que valore la calidad de dicha información que garantice su credibilidad y fiabilidad. Aunque aún son pocas, va en aumento el número de empresas que lo realizan, Puerta (2008).

Verificación hace referencia a la comprobación de la información que aparece en la memoria de una empresa. Aportan credibilidad al informe. La verificación puede ir dirigida hacia la validación o el aseguramiento.

- Validación es la confirmación a través de la obtención y evaluación de evidencia objetiva de que los requerimientos para una aplicación han sido completados. (Bollas & Seguí, 2014). Confirma la coordinación entre las exigencias de una norma, normalmente la facilitada por GRI y los indicadores proporcionados.
- Aseguramiento es el enfoque que evidencia la veracidad de la información plasmada en la memoria. Existen dos enfoques para esta práctica: ISSAE 3000 y la norma AA1000AS.

La norma ISAE 3000, es aquella que se sigue por las firmas auditoras para llevar a cabo la verificación más completa en informes no financieros. Se contemplan dos niveles de verificación según el grado de profundidad del proceso de verificación: el grado limitado y el grado razonable. Puerta (2008).

Otras empresas presentan a verificación sus informes siguiendo la norma AA1000AS. La empresa debe presentar la forma en que cumple los tres requisitos que se comentaron anteriormente: exclusividad, relevancia y capacidad de respuesta. Esta norma está diseñada para ser compatible con la guía del GRI. Gutiérrez (2006).

Juan Felipe Puerta en su obra *La Responsabilidad Social Empresarial* (2008), explica que existen diferentes niveles de verificación. Por un lado, están “los más sencillos que permiten verificar que se ha cumplido el estándar GRI y los hay más complejos, que comprueban que la empresa dispone de sistemas fiables de captura de la información, que se obtiene toda la información relevante y que se plasma con fidelidad y transparencia en el informe correspondiente”.

Mercedes Gutiérrez en *La elaboración de un informe de responsabilidad social corporativa. Diez consejos útiles* (2006), establece que el proceso de verificación se realiza entre la edición del último borrador y la presentación definitiva del informe de RSC, ya que el informe de auditoría deberá aparecer incluido en la memoria.

La autora anteriormente comentada también hace referencia a la mejora del informe de RSC de un ejercicio a otro y añade la reflexión “No es importante llegar al 100 % de los requisitos la primera vez, sino demostrar el avance y mejora de un ejercicio a otro. Lo idóneo es ir incorporando y ajustando los indicadores y los contenidos de la

memoria ejercicio a ejercicio". Las posibilidades de análisis y mejora que nos presenta son las siguientes:

- Autoevaluación. Se trata de encontrar aquellas materias en las que se puede mejorar tanto en el proceso como en la información y elaborar un plan de acción de mejora. Es necesario aprender de los indicadores y de la información incluida para integrarlos en la estrategia y seguir mejorando. Algunas posibilidades son aumentar los temas que recoge la memoria o informar del impacto que tienen las filiales o cadena de suministro.
- Evaluación externa por parte de los grupos de interés mediante encuestas específicas del informe o la implicación de los *stakeholders* en la elaboración del mismo. En función del resultado que conlleve esta práctica, la empresa puede mejorar el contenido de cara a próximas ediciones, contestar las posibles dudas o exponer las razones por las cuales no se van a atender las sugerencias recibidas.

A pesar de ser cada vez más las empresas que presentan su información sobre sostenibilidad para ser verificada, es necesario que se desarrollen igualmente estándares y procedimientos para fomentar la evolución y comparabilidad.

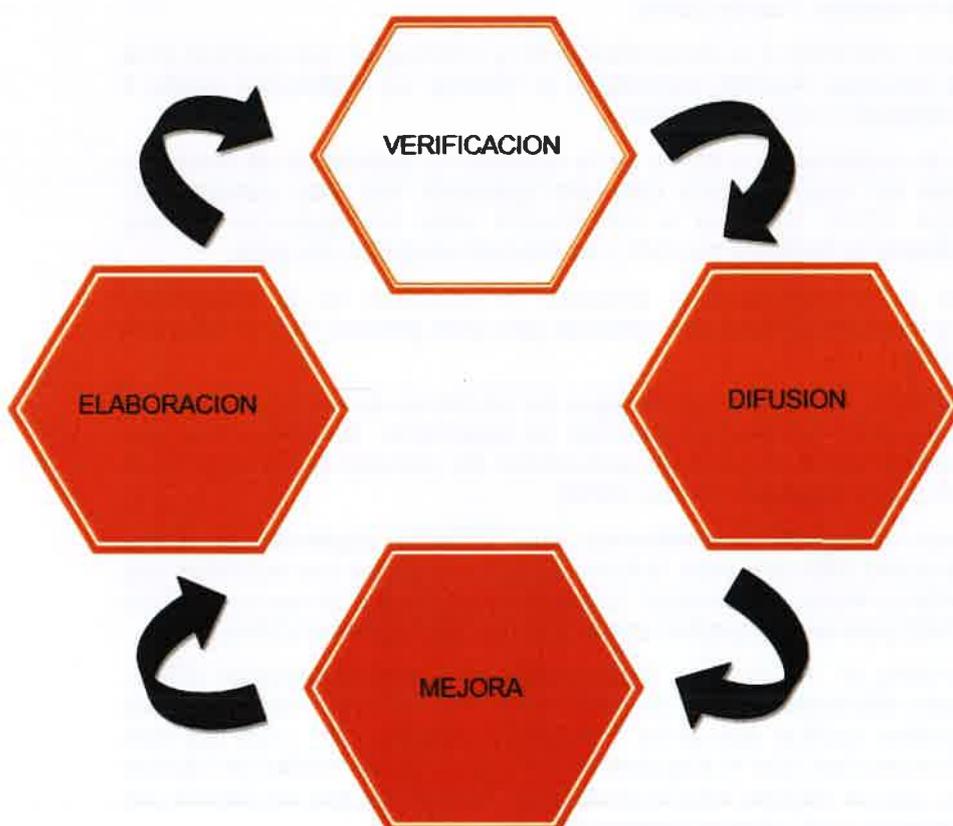


Figura 2.3.1. Ciclo del Informe de RSC

Fuente: *Elaboración propia*

AÑO DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD												
	2005		2006		2007		2008		2009		Total	
VERIFICAN	23	8%	142	38%	233	46%	298	43%	384	46%	1080	40%
NO VERIFICAN	251	92%	229	62%	279	54%	389	57%	457	54%	1605	60%
Total	274	100%	371		512	100%	687		841		2685	100%

Tabla 2.3. Empresas que verifican vs no verifican el informe de sostenibilidad en Europa
Fuente: Revista Globalizacion, Competitividad y Gobernalidad (2012)

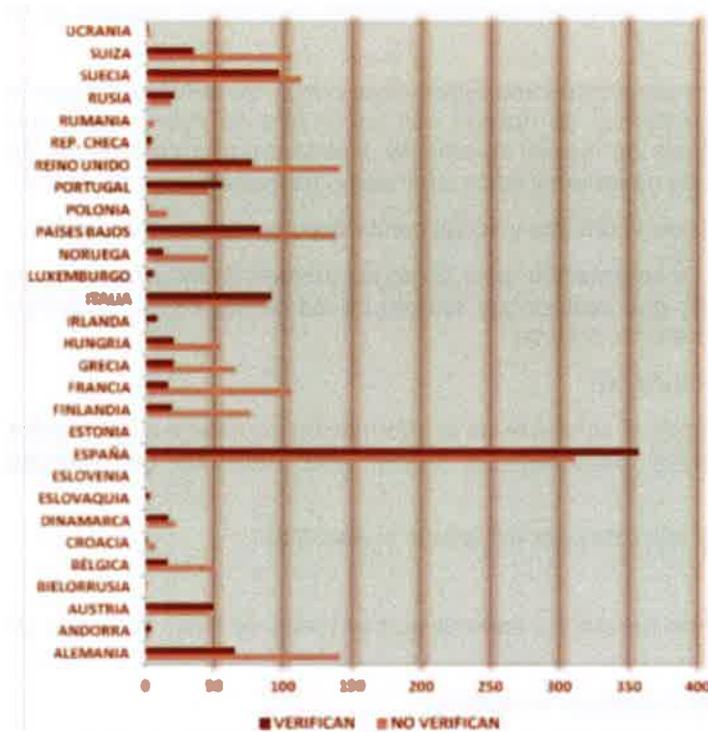


Figura 2.3.2. empresas que verifican vs no verifican la memoria de sostenibilidad por países

Fuente: Revista Globalizacion, Competitividad y Gobernalidad (2012)

2.4. AUDITORIA DE UN INFORME RSC: AENOR Y ETIQUETA JUST.

Entendemos el concepto de auditoría social como el "proceso regular y externo para comprender, medir, informar y mejorar las realizaciones sociales de una organización, básicamente a través del diálogo con los participantes". Carrizo (2012)

El tipo de auditoría sobre RSC más utilizado es el llamado "aseguramiento" que, tal y como se comentó en capítulos anteriores, proporciona el máximo nivel de confianza sobre los datos de RSE. Tras la realización del aseguramiento se obtiene un informe en el que se detalla el objetivo, alcance y criterio de evaluación, así como la opinión del auditor sobre la confiabilidad de dicho informe.

Los procesos de verificación más confiables se hacen con arreglo al contenido de la norma de auditoría ISAE 3000 que establece la forma en que se debe auditar la información, no la estructura o contenidos de los informes.

Por otro lado, el anteriormente comentado sistema AA1000 "incluye métodos, directivas para implementar los métodos y pautas para el desempeño de los profesionales. Una de las directivas más destacadas es la Verificación y garantía de calidad, ya que formula principios generales y una estructura para gestionar una auditoría social y ética" Carrizo (2012).

En cuanto al estándar G3 o G4, las empresas pueden ser evaluadas por el propio GRI en cuanto al grado de ajuste con el sistema, obteniendo uno de los tres niveles (C, B, A) en función del cumplimiento de necesidades informativas de la organización. En el caso de que sean evaluadas por una empresa externa, cada nivel iría acompañado de un "plus" (C+, B+, A+). Obtendrían la categoría "de conformidad"

En una auditoría externa de memorias de sostenibilidad, el proceso seguido es el siguiente:

- Verificación de procesos o procedimientos. Entre otras cosas, se comprueba que la compañía ha mantenido sesiones de dialogo con los grupos de interés para que ellos presentaran propuestas de mejora libremente. Puede tratarse de pruebas de reconstrucción, observación de determinados controles o procedimientos analíticos.
- Verificación de documentación contable y social con la documentación de respaldo.
- Verificación de sistemas de información tales como las fuentes de información y su exactitud. El procedimiento que destaca por encima de los demás es la inspección de la documentación del sistema del ente.
- Entrevistas, encuestas y reuniones.
- Cruce de información dirigido al contraste de la información contenida en el reporte de RSC con otros estados contables que hayan sido auditados por agentes externos.
- Verificación de fórmulas y cálculos para establecer su exactitud.

La estructura de un informe de auditoría externa de memorias de RSC es la que se presenta a continuación:

- Título que permita al lector reconocer el informe
- Introducción, parte en la que se aclara cual es la empresa y el periodo auditado.
- Alcance de la revisión y verificación por parte del auditor.
- Metodologías de verificación según la ISAE 3000, AA100... mediante la selección de muestras
- Consideraciones futuras sobre mejoras en diferentes áreas
- Conclusión donde indican que los procedimientos que han seguido han sido en base a las limitaciones del informe de auditoría.
- Firma del profesional. El auditor confirma los juicios extraídos en su informe, lugar y fecha.
- Anexos. Ayuda a comprender el procedimiento de auditoría realizado.

Algunas de las empresas que se encargan de realizar auditorías, entre otras materias, de RSC son AUREN, Deloitte, Audíaxis, BDO...

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), es la agencia más reconocida a nivel internacional para la otorgación de certificación. Ofrece soluciones avanzadas como la certificación IQNet SR10 (que ha sido explicada en apartados anteriores) o la certificación del modelo de *compliance penal* y soluciones

dirigidas a grupos de interés y aspectos específico como la prevención del soborno (ISO 37001) o la verificación de memorias de responsabilidad social y sostenibilidad.

La verificación llevada a cabo por AENOR manifiesta que una memoria es conforme con los principios y directrices especificados por GRI, así como la veracidad de la información. AENOR lleva a cabo la verificación del informe de sostenibilidad conforme a la ley y conforme a GRI entregando a la organización, una vez finalizado el proceso satisfactoriamente, la Declaración de Verificación conforme a la Ley 11/2018 y el certificado de verificación conforme a GRI.



Figura 2.4.1. Verificación de la memoria por AENOR

Fuente: *economiadehoy.es*

Resulta interesante tratar el tema de etiquetado Just. Se trata de un sistema de etiquetado voluntario que informa al consumidor sobre las prácticas de negocio de la empresa, que especifican en veintidós indicadores distribuidos en seis categorías: equidad, seguridad, beneficios para los trabajadores, beneficios locales y gestión responsable de recursos. Dans (2013)



Figura 2.4.2. Etiqueta Just

Fuente: enriquedans.com

2.5. NORMAS ISO

Las normas ISO (International Organization for Standardization) son documentos que especifican requerimientos que pueden ser empleados para garantizar que los productos o servicios alcanzan la calidad deseada.

Acreditar que se cumplen con los requisitos se trata de una opción voluntaria que produce una mejora en los resultados de la empresa, al demostrar la diferenciación con el resto de competidores (productos seguros, confiables y de buena calidad). Emprendedores (2018).

Según el artículo publicado por ISOTools Excellence *Beneficios de normas ISO* en 2019, las ventajas que conllevan cumplir con estas normas podrían resumirse en las siguientes:

- Reducción de costos al permitir la optimización de operaciones.
- Incrementar la satisfacción al cliente al cumplir con sus exigencias.
- Abre el acceso a nuevos mercados internacionales.
- Incrementa la cuota de comercio por aportar una ventaja competitiva frente a otras empresas que no cuentan con esta certificación.

Las diferentes modalidades de normas ISO son:

- Medioambiente. El Sistema de Gestión Medio Ambiental, SGMA, es un instrumento para desarrollar la actividad empresarial respetando el medioambiente. Estaría también incluido el Sistema de Gestión Energética que tiene como objetivo desarrollar la propia política energética lo cual permite el ahorro energético y económico alcanzado por la empresa.
- Riesgo y seguridad. Los sistemas destinados a ello se desarrollan con la finalidad de minimizar los distintos riesgos por las amenazas de personas, gobiernos, tecnología o el medioambiente.
- Calidad. Un sistema de Gestión de Calidad, SGC, acredita que un producto cumple con los máximos estándares de calidad. Contribuye al mantenimiento o aumento de la satisfacción de los clientes.
- Responsabilidad social. Basada en la identificación, valoración de intereses y dialogo con los *stakeholders*.

Calidad	Medioambiente	Riesgos y seguridad	Responsabilidad social
ISO 9001	ISO 14001	ISO 45001	SA 8000
ISO 9004	ISO 50001	ISO 22000	ISO 26000
ISO IEC 17025		ISO 22301	
ISO TS 16949		ISO 27001	
Sistemas Integrados de Gestión		ISO 28000	
		ISO 31000	
		ISO 39001	
		ISO 19600	

Figura 2.5. Normas ISO

Fuente: isotools.org

3. RSC EN LA INDUSTRIA TEXTIL. CASO MANGO.

“La liberalización del mercado ha llevado a cadenas de producción globalizadas y una deslocalización de la inversión hacia países más competitivos por precio, agilidad, proximidad geográfica, especialización técnica, etc. En concreto, para el sector textil-confección los destinos principales para la deslocalización europea son Europa del Este (en especial desde la ampliación de la Unión Europea), el Magreb (Marruecos y Túnez fundamentalmente) y el Sudeste asiático (China, la India, Vietnam, Indonesia, Sri Lanka o Bangladesh)”. (Ayuso, 2009).

Al igual que en la mayoría de sectores de la economía, la preocupación por RSC ha aumentado en el sector textil. Las principales áreas de preocupación son:

- Asegurar unas adecuadas condiciones laborales, para lo cual buscan que sus proveedores en los países productores respeten los estándares internacionales. Referidos a condiciones de higiene y seguridad, salarios dignos, control de horas extras...

- Controlar y reducir la problemática ambiental, ya que la obtención de materias primas y producción de los tejidos producen un fuerte impacto en el medioambiente (obtención del algodón, producción de fibras sintéticas...).
- Implicaciones éticas. Control de la promoción de prendas fabricadas con especies animales protegidas o el sistema de tallaje utilizado.

Según información extraída del estudio *RSC en la empresa internacional: Mango* escrito por Silvia Ayuso en 2009, los instrumentos de RSC más utilizados por el sector textil son:

- Códigos de conducta.
- Certificaciones y etiquetas. Las certificaciones más utilizadas son ISO 14001, EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), OHSAS 18000 y SA8000. Por su parte, las etiquetas de textiles han sido diseñadas específicamente para estos productos y algunas de ellas también tienen certificaciones que veremos más adelante.
- Reporting.

Cuadro 1: Códigos de conducta del sector textil

- Clean Clothes Campaign (CCC): Code of Labour Practices for the Apparel Industry including Sportswear
- Ethical Trading Initiative (ETI): ETI Base Code
- Fair Labor Association (FLA): Workplace Code of Conduct
- Fair Wear Foundation (FWF): Code of Labour Practices
- Worker Rights Consortium (WRC): Model Code of Conduct
- World Responsible Apparel Production (WRAP): Apparel Certification Program Principles

Figura 3.1. Códigos de conducta del sector textil

Fuente: *RSC en la empresa internacional: Mango (2009)*

Cuadro 2: Algunas etiquetas con criterios de RSC para el sector textil



Figura 3.2. Etiquetas RSC del sector textil

Fuente: *RSC en la empresa internacional: Mango (2009)*

La Eco etiqueta Ecológica Europea (EEE) fue creada por la Unión Europea en 1992 y certifica que los textiles tienen un bajo impacto ambiental con respecto a otros productos de su misma categoría. Varela (2020).

La etiqueta Oeko-Tex Standard 100 certifica que los materiales han sido evaluados y controlados en cuanto a sustancias nocivas para la salud.

La etiqueta made in Green fue creada por AITEX (Asociación de Investigación de la Industria Textil) y certifica que los productos textiles no contienen sustancias nocivas para la salud y que en su producción se ha respetado el medio ambiente y derechos universales de los trabajadores.

Finalmente, para ver una aplicación práctica de todo lo tratado a lo largo de este documento, analizaremos cómo la empresa MANGO es socialmente responsable, sobre qué informa y cómo lo hace.

Se trata de una empresa perteneciente al sector textil de la moda que a pesar del crecimiento que ha sufrido desde su origen, sigue manteniendo el concepto de “empresa familiar”. Están presentes en 115 países y consta de una plantilla de 15.244 personas, de las cuales el 80% son mujeres. (Ayuso, 2009).

MANGO publica cada año su memoria de sostenibilidad. Cabe indicar que, desde este punto, toda la información que se plasma ha sido extraída de su más reciente memoria de sostenibilidad.

La última memoria de sostenibilidad de la que disponemos en la web corporativa es la perteneciente a 2018 y podemos observar en ella que “sigue las directrices de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative GRI Standards, según la opción “De conformidad – Esencial”. Asimismo, da respuesta a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas e indica los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los cuales contribuimos con las acciones descritas”. Este contenido fue revisado por la Red Española del Pacto Mundial para confirmar que cumple los requisitos exigidos en la Política de Communication on Progress (COP) de Global Compact y con los criterios de nivel avanzado, máxima calificación en reporting del Pacto Mundial. Indica que sus principales valores son: humildad, positividad, honestidad y respeto.



Figura 3.3. Memoria GRI de MANGO

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

Esta memoria de 2018 detalla que han “integrado aquellos objetivos más afines y alcanzables por nuestro tipo de actividad, con la voluntad de contribuir a afrontar los grandes retos económicos, sociales y ambientales. Además, para fomentar la implicación del equipo de MANGO, durante 2018 hemos llevado a cabo formación interna sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible”. Disponen de dos códigos relacionados con la materia:

- Código de Corporate Compliance. Refleja las practicas responsables del grupo en todos sus ámbitos de influencia (impactos que produce la actividad, analiza los posibles riesgos en materia de corrupción para evitarlos...).
- Código ético. Aparecen todos los compromisos y valores de la compañía que están integrados en la estrategia empresarial con el fin de velar por la rentabilidad y sostenibilidad del negocio en el tiempo.

A continuación, se hará un análisis de los comportamientos que lleva a cabo MANGO con sus *stakeholders*. Inicialmente lo relacionado con los empleados, seguiremos con los proveedores y finalizaremos con el medio ambiente. No haremos referencia a los franquiciados.

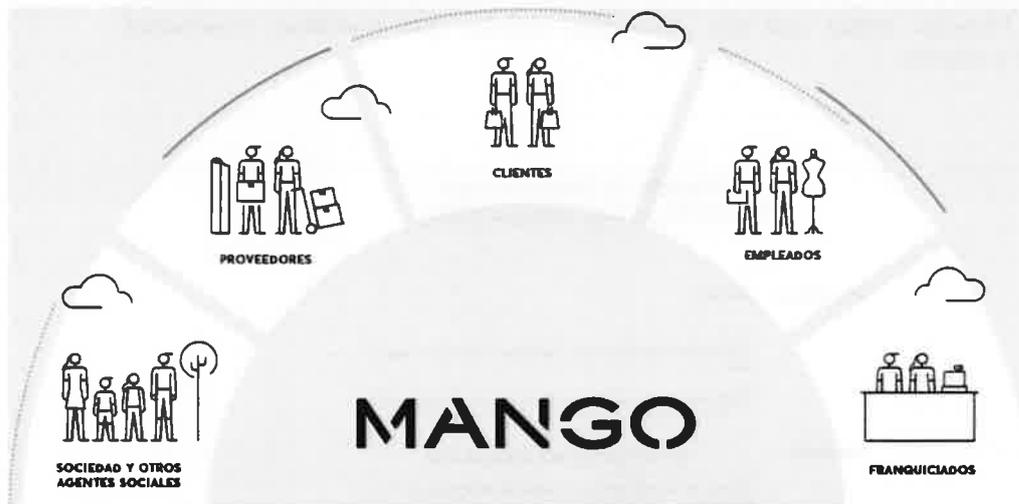


Figura 3.4. Stakeholders MANGO

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

En su memoria, identifica a los empleados como la base de la compañía formada por un equipo de profesionales de primer nivel, motivado, competitivo y capaz de adaptarse a las nuevas situaciones.

La política de remuneraciones de MANGO informa que:

- Los salarios pagados de media están por encima del resto de salarios del sector.
- El salario tiene al menos, dos revisiones al año según el desempeño y desarrollo profesional de cada trabajador de estructura.
- Garantizan un mismo salario para hombres y mujeres que realicen una misma actividad.

Existen ventajas y beneficios para los empleados que contribuyen a mejorar su bienestar complementando su salario: transporte colectivo gratuito con diferentes rutas y horarios, subvención de comedores, descuentos, movilidad geográfica...

Disponen de canales para fomentar la cohesión del equipo y mantener a los empleados constantemente informados a través del Portal del Empleado para hacerlos partícipes de los proyectos.

Apoyan el empleo juvenil mediante concesión de prácticas a estudiantes que incluso son incorporados a la empresa finalmente en los diferentes puestos que encajen. Además, integran personas con discapacidad psíquica y física que presentan grupos vulnerables que se encargan de preparar el envío de pedidos realizados por internet.

En MANGO apuestan por la promoción interna tanto en central como en los diferentes puntos de venta y ofrecen oportunidades de formación y desarrollo profesional que añadan valor al empleado y repercutan en sus cualidades con la intención de fomentar la consecución de los objetivos estratégicos de la compañía.

Las políticas que acontecen a la seguridad en el entorno laboral son las que se detallan a continuación:

- Evaluaciones de riesgos. Identificación y evaluación de los riesgos asociados a los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora continua tanto en almacenes, como oficinas y tiendas. También se vigila que los servicios realizados por personas ajenas a la compañía se lleven a cabo en condiciones de seguridad.
- Comunicados de riesgos. Disponen de un documento interno para comunicar al departamento de Prevención de Riesgos cualquier incidencia en este sentido, y así proceder a aplicar medidas para eliminarlo o minimizarlo.
- Vigilancia de la salud. Se realizan reconocimientos médicos, campañas de vacunas, asesoramiento en hábitos saludables, curso de primeros auxilios... por parte del servicio médico de la empresa del departamento de Prevención de Riesgos Laborales.



Figura 3.5. Plantilla MANGO

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

La figura anterior nos muestra que a pesar de ser en su inmensa mayoría una plantilla femenina, el órgano de gobierno está formado por hombres generalmente. En un análisis personal, me llevaría a cuestionar si realmente esta compañía proporciona las mismas oportunidades laborales a ambos sexos, ya que vemos que las fuerzas de venta son principalmente mujeres, pero, sin embargo, los mayores cargos pertenecen a hombres.

En lo relativo a los proveedores, MANGO dispone de dos sistemas de producción diferentes que serán escogidos en función de factores geográficos y técnicos. No obstante, la relación con los proveedores es a largo plazo, el diálogo es permanente y realiza un análisis y planificación conjunta de todos los aspectos de la producción, así como del control de calidad. Ninguno de sus proveedores trabaja en exclusiva para ellos.

El principal mercado proveedor es Asia: China, Bangladés y Vietnam. En cuarto lugar, se encuentra Marruecos.

Diferentes departamentos se encargan de analizar y verificar previamente los centros de producción para asegurar que se cumplen los requisitos de la compañía antes del inicio de la producción. "Priorizamos consolidar relaciones de confianza con proveedores cuyos modelos de conducta sean coherentes con nuestros compromisos de responsabilidad social corporativa, con el propósito de promover y garantizar buenas prácticas desde el punto de vista laboral, social y ambiental en la cadena de suministro".

En MANGO reconocen el riesgo que puede darse dentro de la cadena de suministro y por ello buscan asegurar los derechos humanos de las personas involucradas en el mismo. El cumplimiento de este código es verificado por auditores externos. Cláusulas del código de conducta al que deben acogerse:

- No utilizar trabajo infantil de acuerdo con los criterios establecidos en los convenios de la OIT y el convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.
- No utilizar ningún tipo de trabajo forzoso ni obligatorio.
- Los fabricantes garantizarán a los empleados un lugar de trabajo seguro y saludable, cumpliendo con lo exigido en la legislación que sea de aplicación en esa materia.
- Libertad de asociación sin sufrir por ello algún tipo de sanción.
- No se llevará a cabo ningún tipo de discriminación (raza, religión, sexo, nacionalidad...).
- Las horas extraordinarias serán voluntarias y adecuadamente retribuidas.
- Los fabricantes garantizarán que los salarios cumplan rigurosamente con todas las leyes.
- Los fabricantes y talleres solo pueden producir en instalaciones autorizadas y verificadas por MANGO.
- La actividad de fabricantes se realizará de manera respetuosa con el medio ambiente y acatando las restricciones sobre productos químicos de MANGO.
- Cualquier situación que suponga el no cumplimiento del código por parte de los fabricantes debe ser corregida en un plazo máximo de 6 meses. En caso de no realizarse, MANGO cancelará cualquier tipo de relación con este fabricante

En cuanto a los clientes, actualmente están mucho más informados que antes y por ello, son mucho más exigentes. El objetivo de MANGO es conseguir que la experiencia del cliente sea memorable y para lograrlo, es fundamental tener un mejor conocimiento del mismo y entender cómo y cuándo interactúa con la marca.

Para favorecer la fidelización de los mismos ha creado los siguientes programas:

- Voz de cliente. Se envía una encuesta por email a los clientes de España que hayan hecho una compra para conocer el nivel de satisfacción. Gracias a ellos, detectan áreas de mejora.
- Mango likes you. Se trata de un club de fidelización en el que, tras cada compra, se reciben una serie de puntos que pueden ser canjeados en otra compra posterior, transferirlos a diferentes ONG o utilizarlos para entradas de cine o suscripciones en Spotify o HBO.
- Ticket digital. Los clientes pueden solicitar que el ticket se le envíe a su correo electrónico además de aparecer en la sección Mis compras, si el cliente tiene cuenta en la web.
- Click&Collect. Siempre que la tienda tenga stock, los clientes pueden recoger en el mismo día el pedido que han realizado por internet en la tienda seleccionada.
- Shio from store (solo en Londres). Pueden recibir el pedido online en el mismo día siempre que la tienda de Oxford Street tenga stock.
- Escaneo de código QR de las etiquetas para obtener más información sobre el producto, recomendaciones o consultar el total look.
- Fashion assistant. Búsqueda de productos mediante el reconocimiento de imagen o búsqueda por voz. El cliente, también puede enviar una prenda que le gusta y mango se encarga de sugerirle algo similar
- Probador digital. Ofrece al cliente la posibilidad de solicitar un talla o color diferente a la que tenga en el probador, proponer al cliente prendas que combinan con la prenda escaneada para completar el look o solicitar la atención del personal sin salir del probador.

Establecen que la atención al cliente es fundamental para que ellos disfruten de una buena experiencia. Además de los puntos de venta, disponen de canales de comunicación a través de los cuales pueden contactar. Es considerado por MANGO como una obligación moral y una condición necesaria para el éxito.

Con el objetivo de proporcionarles un mejor producto, todas las prendas y complementos son sometidas al menos, a dos controles de calidad en el proceso de producción.



Figura 3.6. Inspecciones de producto

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

Por otra parte, su lema relacionado con el medio ambiente es *HACIA UNA MODA MAS SOSTENIBLE*. “Trabajamos prenda a prenda, hacia un futuro de la moda más responsable y sostenible fomentando en nuestra colección el uso de fibras y procesos productivos más respetuosos con el entorno y promoviendo un modelo de economía circular. Esta transición la tomamos como una oportunidad para poder aportar positivamente al desarrollo sostenible y demostrar nuestro compromiso con el medio ambiente”.

MANGO es miembro del BCI (Better Cotton Initiative) y por ello promueve el consumo de algodón sostenible para reducir el impacto que genera el cultivo de esta fibra. En su producción utiliza los siguientes tipos:

- Algodón orgánico cultivado de forma más sostenible y sin uso de sustancias químicas ni semillas modificadas genéticamente.
- Algodón reciclado de tejidos pre y post consumo que se procesa para convertirlo en materia prima de nuevo, promoviendo así la economía circular.
- Algodón BCI. Su cultivo controla el uso de fertilizantes y pesticidas, uso del agua y controlando la calidad de la tierra.



Figura 3.7. Uso del algodón en producción

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

En su compromiso con el medio ambiente, lanzó por primera vez en 2017 la colección Committed que se produce en España, Marruecos, Portugal y Turquía con materiales sostenibles tales como el algodón orgánico y reciclado, el Tencel y el modal que se combinan con tintes de bajo impacto medioambiental, entre otros. El objetivo de la empresa es ir aumentando la proporción de todo tipo de fibras sostenibles en sus colecciones. Todas estas fibras cuentan con certificaciones según estándares internacionales para acreditar su origen y características sostenibles.



Figura 3.8. Certidicaciones de textiles

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

En MANGO son muy cuidadosos con el uso de sustancias nocivas a lo largo del proceso de producción, ya que pueden provocar un fuerte impacto en el medio ambiente y en la salud de las personas. Por ello, previamente al inicio de cada nueva temporada, todos los proveedores reciben el estándar de calidad actualizado para que lo tengan presente a la hora de adquirir las materias primas para la producción final y de esta forma asegurar el producto desde el origen.

A finales de 2012 firmaron un acuerdo con Greenpeace y su iniciativa DETOX, en la que se comprometieron a eliminar las sustancias peligrosas a lo largo de la cadena de suministro del producto antes del 1 de enero de 2020. Por ello, actualmente su producción se encuentra libre de sustancias peligrosas.

Otras políticas:

- Los tejidos están libres de PVC, aunque un porcentaje mínimo de complementos se realicen con este material.
- No utilizan la técnica Standblasting, que consiste en darle efecto desgastado a las prendas vaqueras, por el riesgo que conlleva para la salud de las personas que la practican.
- Todas las pieles, plumas y pelos que utilizan provienen de animales destinados a la cadena de alimentación humana, a excepción de la piel de conejo que no se utiliza.
- En la etiqueta se presenta información al cliente acerca del lugar de fabricación, composición, recomendaciones de lavado... además, son de cartón certificado FSC o PEFC (proveniente de bosques de gestión sostenible).

Con el crecimiento del e-commerce, MANGO decidió en 2018 dejar de comprar bolsas de plástico para la entrega de los pedidos online y comenzó a utilizar para ello embalajes de papel o cartón (reciclado y PEFC).

El 82% de las bolsas son de papel con certificado PEFC. Solo se utilizan bolsas de plástico hasta fin de existencia en algunas tiendas outlet y en países puntuales para rebajas. Todas las cajas utilizadas para el traspaso de producto entre puntos de venta o almacenes son cajas reutilizadas.

En países como España, Francia, Alemania, Irlanda... utilizan ticket electrónico para reducir el consumo del papel.

Utilizan iluminación LED en todas sus tiendas y realizan un control de iluminación fuera del horario de apertura al público.

Disponen de equipos de climatización de alto rendimiento para obtener mayor potencia y menor consumo. En ocasiones instalan cortinas de aire en la entrada de las tiendas para conservar mejor la temperatura de climatización.

Realizan cada año el estudio y cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero. Llevando a cabo una diferenciación en las categorías según protocolos internacionales:

- Alcance 1. Emisiones emitidas directamente por la empresa, como la flota de vehículos.
- Alcance 2. Emisiones indirectas asociadas a la generación de electricidad adquirida y consumida por la empresa.
- Alcance 3. Otras emisiones indirectas sobre las que la empresa no tiene control, como las emisiones asociadas a la cadena de producción o desplazamiento de personal.

ALCANCE	TN CO ₂ EQ	%
Alcance 1	13.263,13	3,58%
Alcance 2	103.167,61	27,88%
Alcance 3	253.577,68	68,53%
TOTAL	370.008,42	100,00%

DETALLE	TN CO ₂ EQ	%	ALCANCE
Gas natural, oficinas y almacenes nacionales	633,88	0,17%	2
Transporte materias primas	4.784,24	1,29%	3
Electricidad oficinas/almacenes	1.964,47	2,15%	2
Transporte personal	13.263,13	3,58%	1
Electricidad producción	27.388,20	7,40%	3
Producción materias primas	48.203,64	13,03%	3
Electricidad puntos de venta	94.569,31	25,56%	2
Transporte mercancías	173.201,60	46,81%	3
TOTAL	370.008,42	100%	

Figura 3.9. Emisión de CO₂

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

Desde 2009 compensan las emisiones generadas en las oficinas y derivadas del transporte de personal mediante dos proyectos de compensación cercanos a las áreas de producción para estimular el desarrollo sostenible en las zonas de influencia:

- Central hidroeléctrica Kepezkaya (Turquía). construcción de una central hidroeléctrica sobre el río Göksu. Se estima que esta central producirá un promedio de 107.587 MWh anuales de electricidad durante los primeros diez años reduciendo las emisiones de GEI gracias a la sustitución de la generación de electricidad basada en combustibles fósiles por energía hidroeléctrica.
- Micro centrales hidroeléctricas (China). Consiste en un centenar de pequeñas y micro centrales hidroeléctricas, con una capacidad instalada de 0,5 a 15 MW cada una. Las centrales utilizan saltos naturales de agua sin necesidad de un dique de contención para generar energía sostenible. Estas mini centrales permiten disminuir el uso de leña para la luz y calefacción resultando en una menor deforestación, erosión del suelo y mitigación de la contaminación atmosférica.

En la memoria se detalla también que ellos mismos se encargan de "realizar la recogida selectiva de los residuos generados en todas las instalaciones y puntos de venta para que estos puedan ser valorizados y reciclados". Los residuos especiales (residuos asociados a la tecnología y mantenimiento de oficinas: tóner, fluorescentes, pilas, aerosoles, disolventes, etc.), que representan menos del 1% de los residuos generados, son debidamente gestionados según sus características.

Por otra parte, para apoyar la economía circular y reducir los residuos textiles, creó el proyecto SECOND CHANCES en 2015 que consistía en la instalación de unos contenedores, inicialmente en Barcelona y después en el resto de España, para el reciclaje de ropa. Estos contenedores ofrecen la posibilidad de dar una segunda

oportunidad a la ropa y calzado usado. Los clientes pueden depositar textiles y calzado de cualquier marca en los contenedores MANGO SECOND CHANCES y de esta forma ayudar a cerrar el círculo del residuo textil. Actualmente, hay 160 contenedores de reciclaje textil en España. Además de la correcta gestión y reciclaje del residuo textil, contribuye a la creación de puestos de trabajo haciendo realidad una economía sostenible y solidaria.



Figura 3.10. Reciclaje de textiles y complementos.

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

MANGO considera tener un compromiso con la comunidad en la que actúan y por ello, contribuye a generar un impacto positivo en la sociedad a través de la acción social: apoyo financiero, voluntariado y donaciones de producto, con el fin de conseguir una sociedad más justa y solidaria.

Colabora con diferentes fundaciones para promover prácticas de acción social como las que a continuación se detallan:

- Educación y formación.
- Contribución a la investigación.
- Salud y bienestar.
- Reducción de las desigualdades, el hambre y la pobreza.

- Ayuda de emergencia.
- Voluntariado de empleados.

Por otra parte, realiza otras colaboraciones tales como mercadillos solidarios, donaciones voluntarias de 1€ al mes (TEAMING), campañas de donaciones de sangre, recogidas de alimentos, recogidas de juguetes en navidad...

INDICE DE OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (Ods)	
1	 Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
2	 Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
3	 Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades
4	 Garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
5	 Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
7	 Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
8	 Promover el crecimiento económico sostenido e inclusivo, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
12	 Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
13	 Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
17	 Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Figura 3.11. Indicadores de desarrollo sostenible

Fuente: Memoria de Sostenibilidad MANGO (2018)

Como conclusión, podríamos decir que aparentemente, se trata de una empresa socialmente responsable, pero faltaría ver si bajo esta información tan beneficiosa para la compañía por la reputación que le otorga no hay prácticas que no se correspondan con lo aquí plasmado.

Bibliografía

Abadía, J. M. M. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: Situación y tendencias. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, (34), 43-67.

<https://www.aitex.es/certificado-oeko-tex-standard-100/>

Ayuso, S. (2009). RSC en la empresa internacional: Mango. *Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa. Escola Superior de Comerç Internacional. Universitat Pompeu Fabra: Barcelona*.

<https://auditoria-audidores.com/directorio/list?provincia=&categoria=responsabilidad-social-empresarial&q=>

Benau, M. A. G., García, L. S., & Grima, A. Z. (2012). La verificación de la memoria de sostenibilidad en un contexto europeo. *GCG: revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 6(2), 66-80.

Bollas-Araya, H. M., & Seguí-Mas, E. (2014). La divulgación y verificación de memorias de RSC en las cooperativas de crédito españolas: un análisis exploratorio. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (81), 163-190.

Boza Chirino, J. (2011). La Responsabilidad Social de las Empresas y la Cultura de la Certificación. *Atlantic Review of Economics*, 1, 1-20.

Campillo, D. R., Bernal, F. B., & Martínez-Baños, P. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: ESTUDIO DEL USO DE INDICADORES AMBIENTALES.

Centro nacional de información de la calidad AEC. *Estandares sobre Responsabilidad Social Empresarial*.

https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=aea7ae71-6b3b-48f6-b6cc-9eed4d8b6bea&groupId=10128

Cavala: IQNet SR10

<https://www.cavala.es/responsabilidad-social/certificado-iqnet-sr10/>

Carrizo, G. (2012). Auditoría de informes de responsabilidad social empresarial. *Contabilidad y Auditoría*, (31), 26-págs.

Cea, C. B., de la Morena Olías, J., & Soria, H. C. (2018). evolución y nuevas tendencias de responsabilidad social en las prácticas empresariales. *Responsabilidad Social de la Empresa*, 17.

Club de excelencia en sostenibilidad. (2007): *Guía para la implantación de la RC en la PYME*, Madrid.

Dans, E. (2013): La etiqueta Just, la transparencia y la responsabilidad social corporative, *enriquedans.com*, 12 de noviembre

<https://www.enriquedans.com/2013/11/la-etiqueta-just-la-transparencia-y-la-responsabilidad-social-corporativa.html>

de Expertos, F. (2007). Informe del foro de expertos en Responsabilidad Social de las Empresas.

Delgado, V. (2012). Estudio del grado de desarrollo de la responsabilidad social corporativa través de las memorias de sostenibilidad y de las audiencias en televisión. *Universidad La Rioja Logroño-España*.

Economía de hoy (2019). AENOR certifica por octavo año consecutivo la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de umivale, *economiadehoy.es*, 18 de noviembre

<https://www.economiadehoy.es/aenor-certifica-por-octavo-ano-consecutivo-la-memoria-de-responsabilidad-social-corporativa-de-umivale>

Empresarial, R. S. Teorías, índices, estándares y certificaciones/Marleny Cardona Acevedo, Yenni V. Duque Orozco y Jaime A. Rendón Acevedo.

Escuela de Negocios (2014): "responsabilidad social corporativa y etiquetas just: creando valor compartido", *br.escueladenegociosydireccion.com*, 13 de enero,

<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-digital/responsabilidad-social-corporativa-y-etiquetas-just-creando-valor-compartido/>

González Romo, Z. F., & Taltavull Cerrudo, M. (2017). La RSC como herramienta de gestión y comunicación de la reputación corporativa.

Ganzo, E. F. (2006). La responsabilidad social corporativa: su dimensión normativa: implicaciones para empresas españolas. *Pecunia: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León*, (3), 1-20.

GRI, (2013): G4 GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD. PRINCIPIOS Y CONTENIDOS BASICOS.

Gutiérrez, J. F. P. (2008). La responsabilidad social empresarial (RSE). *Manual formativo de ACTA*, (48), 21-32.

Gutiérrez, M. (2005). La elaboración de un informe de responsabilidad social corporativa. Diez consejos útiles.

Hernandez, A. H. (2009). La gestión de la responsabilidad social. El sistema de gestión ética y socialmente responsable propuesto por la SGE 21. *Consejo Editorial*.

Jimenez, T. (2017): "Las 10 ventajas de la Responsabilidad Social Corporativa", *diarioinformacion.com*, 1 de noviembre.

<https://www.diarioinformacion.com/empresas-en-alicante/2017/10/01/10-ventajas-responsabilidad-social-corporativa/1941178.html>

Longinos et. al.: *Guía para la elaboración de memorias de RSE*. Universidad de Murcia.

MANGO S.A. (2018): *Memoria de Sostenibilidad 2018*. Barcelona.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014): *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*.

Poyatos, R. P., & Gámez, M. D. M. V. (2016). Nociones básicas sobre responsabilidad social corporativa. Caso de estudio: la Universidad de Jaén. *Revista de antropología experimental*, (16), 5-24.

Poyatos, R. P., Solís, J. M. A., & Gámez, M. D. M. V. (2008). La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. In *Estableciendo puentes en una economía global* (p. 48). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.

Santos, J. J. G., & Gómez, S. M. M. (2016). La evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa: Revisión literaria. *Conciencia Tecnológica*, (51), 38-46.

Scade, J. (2013): "La nueva Guía G4 del GRI presenta grandes novedades para las memorias de sostenibilidad", *compromisoempresarial.com*, 31 de mayo,

<https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2013/05/la-nueva-guia-g4-del-gri-se-presenta-con-grandes-novedades-para-las-memorias-de-sostenibilidad/>

Real Decreto Legislativo 11/2018, de 28 de diciembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital (B.O.E. núm. 314, de 29 de diciembre).

Revilla, G. G., & Fernández, R. T. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía industrial*, 381, 71-76.

Rivera Rodríguez, H. A., & Malaver Rojas, M. N. (2011). *La organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. Editorial Universidad del Rosario.

Rodríguez-Piñero, M. (2008). Responsabilidad Social Corporativa y Relaciones Laborales en Andalucía. *Junta de Andalucía-CC. OO. Sevilla*, 56.

RRHH Digital (2018): "7 Beneficios de la RSC o RSE". *rrhhdigital.com*, 30 de marzo.

<http://www.rrhhdigital.com/secciones/129978/7-beneficios-de-la-rsc-o-rse>

Varela, M. (2020): ¿Qué son las etiquetas ecológicas? *hablandoenvidrio.com*, 10 de febrero.

<https://hablandoenvidrio.com/que-son-las-etiquetas-ecologicas/>

Vilariño, A. (2016). "El rol fundamental de la comunicación en la RSC". *compromisoempresarial.com*, 30 de marzo.

<https://www.compromisoempresarial.com/opinion/2016/03/el-rol-fundamental-de-la-comunicacion-en-la-rsc/>

Weber, M. (2009). Revelar el potencial empresarial de la RSC: Cómo pueden las empresas evaluar los beneficios específicos de la RSC para la empresa. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, (1).

Anexos
