

# ÍNDICE

<b>0. PRÓLOGO</b>	<b>6</b>
<b>1. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: BASES Y FUNDAMENTOS</b>	<b>8</b>
1.1 DEFINICIÓN DE RSC	8
1.2 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO	11
1.3 ÉTICA EMPRESARIAL	16
1.4 PERSPECTIVAS DE LA RSC	21
<b>2. GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS</b>	<b>25</b>
2.1 DEFINICIÓN	25
2.2 TIPOS DE STAKEHOLDERS	27
2.3 TRIPLE USO DEL ENFOQUE STAKEHOLDER	29
2.4 MODELO INTEGRAL DE LOS STAKEHOLDERS PARA LA GESTIÓN DE LA RSC	35
<b>3. COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA</b>	<b>38</b>
3.1 CÓDIGOS ÉTICOS	40
3.1.1 CÓDIGO EMPRESARIAL	40
3.2 COMITÉS ÉTICOS Y DE RSC	42
3.3 INFORMES DE RSC	44
3.3.1 MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD SEGÚN EL GRI	45
3.3.2 NORMA SGE-21 DE FORÉTICA	47
3.3.3 INFORME DE LA FUNDACIÓN LEALTAD	49
3.4 AUDITORÍAS ÉTICAS Y DE RSC	52
3.5 TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS	54
3.6 APLICACIÓN: DISEÑO DE UN PROGRAMA DE ACTUACIÓN DE RSC	56
<b>4. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN</b>	<b>60</b>
4.1 DERECHOS HUMANOS (DDHH)	61

4.1.1 PACTO MUNDIAL	64
4.2 DERECHOS LABORALES	69
4.2.1 CONVENIOS DE LA OIT	69
4.2.2 LA RSC INTERNA: LA GESTIÓN DE RRHH	71
4.2.3 LA RSC INTERNA Y OTROS <i>STAKEHOLDERS</i>	74
4.2.4 LA RSC LABORAL: NORMATIVA INTERNACIONAL	76
4.2.4.1 NORMA SA 8000	76
4.2.4.2 CÓDIGO BÁSICO DE LA ETHICAL TRADING INITIATIVE (ETI)	77
4.2.4.3 OSHAS 18001	78
4.3 DERECHOS MEDIOAMBIENTALES	78
4.3.1 ISO 14001	79
4.3.2 ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA (EEE) – ECOLABEL	80
4.3.3 CERTIFICACIÓN FORESTAL – FSC	81
4.3.4 LOS PRINCIPIOS CERES	82
4.4 OTROS CONVENIOS, NORMAS E INICIATIVAS INTERNACIONALES DE RSC	83
4.4.1 LÍNEAS Y DIRECTRICES PARA EMPRESAS MULTINACIONALES (OCDE)	83
4.4.2 DECLARACIÓN TRIPARTITA DE PRINCIPIOS SOBRE EMPRESAS MULTINACIONALES Y POLÍTICA SOCIAL DE LA OIT	84
4.4.3 DECLARACIÓN RELATIVA A LOS PRINCIPIOS Y DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO DE LA OIT	84
4.4.4 PRINCIPIOS DE DERECHOS HUMANOS PARA EMPRESAS DE AMINISTIA INTERNACIONAL	85
4.4.5 ISO CR MSS Y ISO 26000	85
4.4.6 AA 1000	86
4.4.7 COMERCIO JUSTO Y COMERCIO ÉTICO	87
4.4.8 LOS PRINCIPIOS CAUX	89

<b>5. COMPONENTES DE LA GESTIÓN DE LA RSC</b>	<b>90</b>
<b>5.1 ÁREAS DE GESTIÓN</b>	<b>90</b>
5.1.1 ALTA DIRECCIÓN Y RELACIÓN CON LOS ACCIONISTAS	90
5.1.1.1 GOBIERNO CORPORATIVO	90
5.1.2 EMPLEADOS Y TRABAJADORES	96
5.1.3 PROVEEDORES, CONTRATISTAS Y SUBCONTRATISTAS	97
5.1.4 CLIENTES Y CONSUMIDORES	97
5.1.5 COMPETENCIA Y MERCADO	98
5.1.6 RELACIÓN CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO	98
5.1.7 ENTORNO SOCIAL CERCANO	98
5.1.8 ENTORNO MEDIOAMBIENTAL	99
5.1.9 ENTORNO SOCIAL AMPLIO Y ONGs	100
5.1.10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	100
<b>5.2 NIVELES ESTRATÉGICOS EN LA GESTIÓN DE LA RSC</b>	<b>101</b>
5.2.1 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	102
5.2.2 DIMENSIONES	102
5.2.3 METODOLOGÍA: CUADRO DE MANDO DE LA RSC	105
<b>5.3 VERIFICACIÓN: MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD</b>	<b>105</b>
<b>6. MEDICIÓN DE LA RSC</b>	<b>110</b>
<b>6.1 AUDITORÍA SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES</b>	<b>110</b>
6.1.1 BALANCE SOCIAL	110
6.1.2 RENDICIÓN DE CUENTAS	113
6.1.3 AUDITORÍA FINANCIERA	115
6.1.4 AUDITORÍA SOCIAL	116
<b>6.2 NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN</b>	<b>118</b>

<b>6.3 INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE</b>	<b>119</b>
<b>6.3.1 ÍNDICES ÉTICOS SOSTENIBLES</b>	<b>120</b>
<b>6.4 COMUNICACIÓN Y RECONOCIMIENTO EXTERNO</b>	<b>121</b>
<b>6.4.1 GESTIÓN COMUNICATIVA DE LA RSC</b>	<b>122</b>
<b>6.4.2 PRINCIPIOS Y FINALIDAD DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<b>123</b>
<b>6.4.3 MECENAZGO Y PATROCINIO</b>	<b>126</b>
<b>7. ANEXOS</b>	<b>128</b>
<b>7.1 ESTUDIO DEL CASO</b>	<b>128</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>183</b>
<b>8.1 LIBROS</b>	<b>183</b>
<b>8.2 WEBS</b>	<b>184</b>