

INDICE

Prólogo	XI
1. Implicaciones Estratégicas de la RSC y Análisis de los Stakeholders	1
1.1. Introducción	1
1.2. Responsabilidad social corporativa (RSC)	1
1.3. Respuesta empresarial e impacto social	5
1.4. Relación entre acción social y resultados empresariales	6
1.5. La matriz de la virtud	9
1.6. Visión estratégica de la RSC	12
1.6.1. RSC y estrategia corporativa	14
1.6.2. RSC y estrategia competitiva	19
1.7. Empresa y Stakeholders	23
1.7.1. Visión de la empresa en función de sus Stakeholders	23
1.7.2. Atributos de los Stakeholders y tipología resultante	30
1.7.3. Stakeholders como receptores de acción social	33
2. Iniciativas Institucionales sobre RSC	37
2.1. Introducción	37
2.2. Pacto mundial de las Naciones Unidas	38
2.2.1. Principios del Pacto Mundial	39
2.2.2. Aplicación del Pacto Mundial	43
2.3. Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales	46
2.3.1. Contenido de las Líneas Directrices	48
2.3.2. Aplicación de las Líneas Directrices	51
2.4. Unión Europea y RSC	53
2.4.1. El libro Verde	54
2.4.2. Comunicación Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas	58
2.4.3. El Foro Europeo Multistakeholder	61
2.5. Global Reporting Initiative	63
2.5.1. Principios genenrales	64
2.5.2. Contenido del informe	66
2.6. Otras Iniciativas de Estandarización en la RSC	71
2.6.1. Global Sullivan Principles	72
2.6.2. Caux Round Table	72
2.6.3. Bench Marks	72
2.6.4. WBCSD, CSR Europe y BSR	73
2.6.5. SA8000	74
2.6.6. AA1000	74
3. Gobierno Corporativo e Inversión Socialmente Responsable	75
3.1. Introducción	75
3.2. Problema de agencia entre propiedad y control	77
3.2.1. Mecanismos de control externo	78
3.2.2. El buen gobierno de la empresa	79
3.2.3. La retribución como solución al conflicto	90
3.3. Inversión socialmente responsable (ISR)	95
3.3.1. Índice Socialmente responsables o índices de Sostenibilidad	97
3.3.2. Otras formas de ISP: el activismo accionarioal y la inversión en la	104

comunidad	
4. Calidad de Vida Laboral	109
4.1. Introducción	109
4.2. Seguridad e higiene en el trabajo	111
4.3. Diseño de puestos de trabajo	113
4.3.1. Características del puesto	114
4.3.2. Teletrabajo	115
4.4. Retribución	117
4.5. Seguridad en el empleo, ruptura de la relación laboral y promoción profesional	118
4.6. Integración y participación	120
4.7. Derechos fundamentales	122
4.7.1. Trabajo forzoso	122
4.7.2. Trabajo infantil	124
4.7.3. Discriminación en el trabajo	127
4.8. Equilibrio entre trabajo y vida personal	139
4.9. Relevancia social de la actividad laboral	141
5. Responsabilidad Medioambiental de la Empresa	143
5.1. Introducción	143
5.2. El medio ambiente bajo el prisma de la teoría de los Stakeholders	146
5.3. Estrategia medioambiental de la empresa	148
5.3.1. Opciones estratégicas medioambientales	149
5.3.2. Opciones estratégicas medioambientales y respuesta social corporativa	155
5.4. Sistema de Gestión Medioambiental	156
5.4.1. Puesta en práctica de un SGM	156
5.4.2. Normas ISO y Reglamento Europeo EMAS	160
5.5. Auditoría Medioambiental	164
5.6. Evaluación de impacto ambiental	166
5.7. Análisis del ciclo de vida	169
5.8. Productos ecológicos	170
6. Gestión de la RSC Frente a Otros Stakeholders	177
6.1. Introducción	177
6.2. Reparto de la RSC en la cadena de valor añadido de una industria	178
6.2.1. Contenido de la RSC en relación con las funciones de compra y venta	181
6.3. Valoración de la RSC en los mercados de productos	188
6.3.1. Mercado de productos ecológicos y comercio justo	190
6.3.2. Marketing con causa	195
6.4. Los medios de comunicación como creadores de opinión	198
6.4.1. RSC y relaciones públicas	202
6.5. El papel de las ONGs	204
6.6. El ámbito académico y de investigación en la RSC	207
6.7. Competencia responsable y colaboración social	209
Bibliografía	211
Índice Analítico	221