

---

y de cambio de paradigma caracterizado por el "impasse" que supone tener que renunciar a una Europa que, en conjunto y superando las diferencias establecidas por las *tipologías del Estado de Bienestar*, se ha mostrado relativamente orgullosa de sus sistemas de bienestar, a una Europa so-

ciopolíticamente desgastada y en estado de *crisis* permanente; la opinión de unas pocas líneas reflexivas por parte de cada uno los expertos que han compuesto esta obra se me antoja, en este sentido, tremendamente interesante.

[Eider MUNIATEGI AZKONA]

## Empresa

APARICIO TOVAR, J. Y VALDÉS DE LA VEGA, B. (Dir.) (2011) *La Responsabilidad Social de las Empresas en España: concepto, actores e instrumentos*, Albacete, Ed. Bomarzo, 235 pp.

La Responsabilidad Social Corporativa o de la Empresa es una nueva forma de gobierno de la empresas que se ha ido conformando como voluntaria, pero que desde el punto y hora de su aceptación y compromiso hoy, se puede convertir en obligatorio mañana; ello unido a la incertidumbres jurídicas que se generan por la actuación de la empresa en un mundo globalizado ha requerido la atención del conjunto de investigadores que participan en la publicación objeto de esta reseña.

Este libro publica los resultados de las investigaciones realizadas en el ámbito de dos proyectos de investigación financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación y por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

El conjunto de investigaciones que se recogen realizan un análisis de la Responsabi-

lidad Social Empresarial (RSE) focalizado en sus relaciones con el derecho.

Joaquín Aparicio y Berta Valdés ponen de manifiesto la necesidad de la interacción de diferentes actores, sindicatos, gestores de empresas y organismos públicos para el desarrollo adecuado y continuo de la RSE, llamando la atención de la necesidad de intervención de la empresa global, por su poder y su influencia, no solo económica, por encima en muchos casos de los Estados, y dado el gap jurídico que se genera por la actuación internacional y por las nuevas formas de organización que diluyen la responsabilidad.

Actuación necesaria para aclarar la responsabilidad de la empresa, aplicando criterios éticos para ir más allá de la legalidad, atendiendo a la demanda de los grupos de interés y creando valor no solo para el accionista y con una visión de largo plazo.

Antonio Baylos detalla el proceso de juridificación de la RSE que se ha llevado a cabo. Por un lado, derivado de la actuación de la

---

empresa global, a través de la búsqueda de unos fundamentos de mínimos legales por parte de organismos internacionales como la ONU, la OCDE y la OIT. Por otro lado, por el intento de la Unión Europea de enraizar de forma progresiva la RSE en los distintos ordenamientos jurídicos de los estados miembros. Proceso que se ha puesto en tela de juicio o que no ha llegado a completarse por la aparición de la crisis económica del 2008.

Francisco Serra plantea la necesidad de un derecho más flexible ante la dificultad de que el derecho regule el “capitalismo emocional” que es como él denomina al planteamiento realizado desde la responsabilidad social. Es en este marco en el que el autor reconoce el papel asumido por las empresas transnacionales al tratar de dar respuesta a los derechos sociales, pero ocupando en un primer plano el riesgo de que sus intereses particulares se identifiquen con los generales.

Rolando Cendón, sin embargo, plantea la Responsabilidad Social (RS) desde el derecho y cuáles han sido los intentos de regulación tanto en España como en Europa, llamando la atención sobre las posibles vías de convivencia de ésta con el derecho.

Eva Kocher describe, poniendo en entredicho su obligatoriedad, los diferentes instrumentos de regulación laboral considerados en el desarrollo de la RSE por las empresas transnacionales, entre los que destaca la declaración de la OIT como mínimo común denominador de todas ellas. Analiza también el motivo que les ha llevado a su consideración, concluyendo que se cumplen gracias a la presión de los diferentes grupos de interés: sociedad, competencia o mercados financieros, principalmente.

Kocher manifiesta la necesidad de animar a que los compromisos adquiridos por las empresas dependan de la regulación estatal y de conceder autoridad a los afectados por su implementación e imposición.

En esta misma línea, Manuel Correa plantea los instrumentos de regulación vinculados a la RSE (códigos de conducta, códigos de buenas prácticas y acuerdos transnacionales, entre otros) como unos nuevos mecanismos con capacidad para establecer limitaciones que contrarresten (a pesar de sus debilidades) la insuficiencia de los instrumentos tradicionales de regulación centrados en el ámbito de Estado-nación.

Por su parte, M. Mar Mairay y Guacimara Gil, centran su discurso en cómo las empresas han desarrollado sus compromisos de RS en el código de conducta y en los principios de los que informan en sus memorias de RS. Pero la falta de verificación ha llevado a que las organizaciones sindicales hayan reclamado un control y la verificación externa de su cumplimiento ante el riesgo de una desregulación de los derechos laborales. Así mismo resalta el papel de organizaciones sociales y la necesidad de que se aúnen esfuerzos en aras de una negociación colectiva internacional y la creación de un organismo transnacional regulador y sancionador.

Fernando Rocha presenta la evolución del papel de los sindicatos ante la RSE. El autor insiste en la necesidad de su regulación, sobre todo en este contexto de crisis y como consecuencia de ella. Esta regulación debería partir de un consenso en el concepto y en sus principios básicos, en su ámbito de aplicación, en la participación de las partes, en la necesidad de promover una homologación de los instrumentos de aplicación

---

y seguimiento, así como acompañarlos de instrumentos de verificación e incluso de medición sencillos con lo que se reforzaría la transparencia y mejoraría la credibilidad de las empresas en cuanto al cumplimiento de sus compromisos. Con ello reta a la RS a asumir un papel complementario para la extensión de los derechos laborales, sociales y medioambientales.

Entre los aspectos que predominan en el desarrollo de la RS está el principio de Igualdad. Amparo Merino nos plantea una crítica en este sentido reclamando la necesidad de que si se quiere verdaderamente animar a las empresas a la consideración de los principios de la RS de forma realista y legítima se debe hacer un análisis pormenorizado de las empresas distinguiendo entre unos aspectos y otros. Para poder concluir si una empresa es socialmente responsable hay que indicar en qué ámbitos; es necesario reconocer la

dificultad de que la empresa pueda atender de forma responsable todos los aspectos recogidos bajo este concepto.

A. Merino realiza una revisión crítica de la propuesta de CERSE y de la Ley de Economía Sostenible, de las políticas de Igualdad, de la LOI, e incluso de los distintivos de Igualdad concedidos a las empresas, resaltando la necesidad de que se les exija que se hagan responsables también del cumplimiento de sus filiales, de sus proveedores, contratistas, etc., así como de la necesidad de verificar la información proporcionada por éstas.

En definitiva, es un libro que recoge la opinión crítica pero constructiva de distintos autores ante el desarrollo de la RSE y la actitud de las empresas transnacionales y su interrelación con el desarrollo legislativo del Derecho del Trabajo.

[Mercedes RUIZ LOZANO]

ARAQUE, R. y MONTERO M. J. (2012) *Marketing y Responsabilidad Social*, Editorial Académica Española, 156 pp.

El libro que nos presentan los doctores Rafael Araque y María José Montero es un reflejo de sus varios años de investigación en el campo de la Responsabilidad Social de la Empresa, y en el que sintetizan de una forma clara y rigurosa la relaciones entre la RSE y el marketing, desde dos perspectivas complementarias: la conceptual y filosófica, y la aplicada a la gestión.

En la década de los 80, autores de referencia en marketing como Kotler o Andreasen comenzaron a desarrollar la concepción de lo social en el ámbito del marketing en sus distintas vertientes. De forma paralela, se ha ido asumiendo tanto en el mundo de la empresa, como a nivel académico la necesidad de crear modelos de comportamiento empresarial que permitan asumir y gestionar las repercusiones sociales de la actividad de la empresa, que es el germen de la denominada Responsabilidad Social de la Empresa (RSE).