

## **CONCLUSIONES DEL ESTUDIO SOBRE RSC Y EL CUMPLIMIENTO NORMATIVO O COMPLIANCE EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS.**

El Observatorio de Ética en los Negocios, ASSET y la Universidad CEU San Pablo de Madrid han desarrollado una investigación sobre el impacto de las políticas de Compromiso Ético, Responsabilidad Social y Cumplimiento (Compliance) en las empresas excelentes que operan en España.

Estas son las conclusiones a las que ha llegado el estudio, que publicaremos en la próxima revista ASSET Actualidad 75 del próximo mes de octubre.

### **CONCLUSIONES.**

De acuerdo con los datos obtenidos por el estudio exploratorio realizado en la muestra de **100 empresas de la base de datos de socios de ASSET**, y tomando dichos resultados únicamente como referencia o aproximación inicial al objeto de estudio, siguiendo también la misma estructura de contenido del propio documento de recogida de la información, estamos en condiciones de afirmar lo siguiente:

**I. Compromiso Ético y RSC.** El conjunto de empresas analizadas presenta un nivel elevado de compromiso ético y responsabilidad social, a juzgar por los resultados de la muestra (**el 84% declaran llevar a cabo políticas activas sobre ellas**), encaminando sus esfuerzos a la triple dimensión de bienestar social, en materia medioambiental y finalmente en materia económica. Si bien, esta última dimensión sigue destacando nítidamente sobre las otras dos. Es decir, la mayoría de las empresas encuestadas contemplan preferentemente las políticas orientadas a la no discriminación de género, la conciliación y el apoyo a la creación de empleo, como áreas de actuación preferente, frente a las políticas de carácter medioambiental o de igualdad social; lo cual es coherente con la dimensión media de dichas organizaciones y su experiencia en muchos casos.

Igualmente, cabe destacar el resultado de que hasta **un 70% de los encuestados reconoce la existencia de un código ético explícito en su organización**, en el que se recogen también mayoritariamente (72%) disposiciones en contra de la aceptación de liberalidades para empleados y directivos. La idea de que la mala gestión ética afecta no sólo a la imagen de la organización, sino al clima laboral de la firma y su capacidad para atraer talento está igualmente instaurada en el pensamiento de la mayoría de los directivos de la muestra.

**II. Cumplimiento Normativo.** De nuevo los resultados obtenidos en relación con el cumplimiento normativo son destacables e incluso por encima de los anteriores, ya que **el 81,25% declara contar con sistemas o protocolos relacionados con la supervisión de dicho cumplimiento**. También es lógico que la preocupación por el cumplimiento supere en estos momentos a la preocupación por los códigos éticos en estas organizaciones medianas, pero lo que es más sorprendente es que, aproximadamente, **el 50% de dichas organizaciones no han procedido a realizar aún un mapa de riesgos capaz de identificar las actividades potencialmente generadoras de responsabilidad penal, civil o mercantil para sus administradores**.

Destaca también que **un 70% de las empresas encuestadas no ha homologado todavía sus protocolos de cumplimiento por ningún organismo externo de certificación.**

En cuanto a la responsabilidad sobre dichas actuaciones se encuentra aún repartida entre diferentes departamentos funcionales, empezando a ser cada vez más frecuente la existencia de un departamento diferenciado de Cumplimiento (pero aún sólo en el 35% de los casos).

Sobre una escala de de 1 a 5, los encuestados reconocen con un 3,74 de acuerdo la influencia negativa de un cierto recelo o exceso de precaución, que se está implantando en muchas organizaciones, y los resultados económicos de la empresa en este sentido.

**III. Estructura Organiza del Cumplimiento y de la RSC.** Aproximadamente **más de la mitad (58%) de las empresas encuestadas sigue sin disponer de un Departamento o área funcional encargada de la supervisión del Cumplimiento o de la RSC**, y cuando existe, solamente una tercera parte de los encuestados lo contempla como un departamento o área de actividad diferenciada dentro de su estructura, separada de otros departamentos más habituales como Auditoría Interna o Asesoría Jurídica. Esto dista mucho de la situación que se puede considerar como apropiada para dicha unidad, y deja en evidencia la todavía escasa importancia que se le otorga orgánicamente a esta unidad o unidades de gestión del cumplimiento y la responsabilidad social, sobre todo si se pone en relación con las conclusiones de la parte (I): **se acepta la importancia de la ética y el cumplimiento para el resultado de la organización, pero no se le da protagonismo en la toma de decisiones y el funcionamiento de la empresa como un área o Departamento Funcional de actividad al mismo nivel de responsabilidad que los demás** (situación que sólo ocurre en el 18% de los casos).

**IV. Transparencia y Comunicación.** Del estudio se desprende que, tanto la comunicación como la transparencia en materias de ética, cumplimiento y RSC se consideran muy relevantes para las empresas del estudio (con una puntuación media de 4,1 en una escala de 1 a 5). El máximo responsable de esta actividad de comunicación es el propio responsable del área de cumplimiento (26% de los casos) seguido por el responsable de RSC (25% de los casos). A pesar de la importancia que la mayoría de las empresas declaran en relación con el cumplimiento ético y normativo, tan **sólo un 39% de las empresas afirman editar memorias de RSC o sostenibilidad utilizando modelos o índices de carácter internacional**, siendo en la mayoría de los casos las empresas más grandes (con más de 300 empleados). Aun así, los índices de referencia son de carácter muy general, como las Directrices de la OCDE y el Pacto Mundial, empleando metodologías más duras (del tipo GRI) tan solo en el 10% de los casos.

Por último, en relación con los *stakeholders* objetivo de dichas comunicaciones, se siguen destacando como objetivos prioritarios especialmente a los empleados y directivos, aunque empiezan también a considerarse en un segundo nivel, otros menos habituales tales como Clientes, Proveedores y la Sociedad en General y los Medios de Comunicación.

Dr. Luis CARRETERO-DIÁZ. Profesor Titular en CUNEF y en Universidad San Pablo-CEU.

Dr. Ricardo PALOMO-ZURDO. Catedrático Universidad San Pablo-CEU y Vicepresidente de FIFED

