



EL PACTO
MUNDIAL

«Optemos por el poder de los mercados con la autoridad de los ideales universales. Optemos por conciliar las fuerzas creativas del espíritu de la empresa privada con las necesidades de los desfavorecidos y de las generaciones futuras.»

Kofi Annan

Ex secretario general de las Naciones Unidas

Coordina: Carmen Muñoz Jodar

Inversión Socialmente Responsable (ISR)



La inversión socialmente responsable: un enfoque *MultistakeHolder*

M^a Rosario Balaguer Franch
Doctora en Gestión Empresarial
 Profesora Área de Economía Financiera
 Departamento de Finanzas
 y Contabilidad
 Universitat Jaume I – Castellón

LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE (ISR) se ha erigido en los últimos tiempos como uno de los pilares que goza de mayor vitalidad dentro del amplio universo de la responsabilidad social (RSE). Desde bancos éticos, pasando por microcréditos, hasta fondos de pensiones, el valor social de los instrumentos e instituciones financieras, especialmente en lo que respecta a fondos de inversión, ha experimentado una evolución que ha puesto en primera línea de actualidad la sostenibilidad en los modelos financieros.

En este sentido, se han ido definiendo en el sector financiero diferentes tendencias que inciden en la consolidación de los mecanismos de ISR en los mercados financieros convencionales. Así podemos afirmar que, actualmente, la ISR ha dejado de ser una herramienta propia de un mercado minoritario vinculado a sectores de inversores más convencidos (tendencia nicho), para convertirse en una herramienta de uso cada vez más habitual en los mercados financieros internacionales más avanzados (tendencia *mainstreaming*). La tendencia *mainstreaming* pretende impulsar la paulatina incorporación de criterios sociales, éticos y medioambientales en los fondos convencionales, aunque estos no lleguen a tener la denominación de ISR. Tras este impulso subyace el deseo de influir directamente en el comportamiento de las empresas. En efecto, las líneas más innovadoras coinciden en señalar que la ISR es uno de los elementos que impulsan la RSE desde los mercados financieros, sobre todo por el poder que tienen los

inversores institucionales a través de los fondos de pensiones.

En todo este proceso intervienen diferentes actores, tanto desde el lado de la oferta y la gestión de la inversión, como desde el lado de la demanda, ya se trate de inversores individuales o institucionales. Por esta razón, el desarrollo de la ISR debe abordarse desde una perspectiva *multistakeholder* en la que las distintas partes implicadas actúan de forma conjunta.

En este sentido, algunas instituciones como la Comisión Europea o Eurosif—el Foro Europeo de Inversión Socialmente Responsable— mantienen que el paso de un mercado nicho al gran mercado financiero viene dado por ese avance de la ISR en el ámbito institucional, que amplía así el mercado *retail* o de pequeños inversores. En países como EE.UU. o el Reino Unido, los accionistas, cada vez más, hacen uso de sus derechos con el objetivo de monitorizar e influir en la gestión de las empresas, especialmente en temas sociales, medioambientales y de gobierno corporativo, es lo que se conoce como activismo accionarial.

Los analistas financieros y gestores de inversión, por su parte, constituyen también una pieza clave en el desarrollo de la ISR, porque son los encargados de analizar e integrar el comportamiento financiero, social y medioambiental de las empresas. En estos últimos años, en los mercados financieros internacionales, los análisis de RSE y gobierno corporativo de las empresas se han convertido en indicadores para gestionar el riesgo y buscar inversiones a medio y largo plazo, y se consideran información fundamental para analizar la sostenibilidad financiera de las empresas.

Ante estas perspectivas, las empresas están demostrando su inquietud e interés por el desarrollo de políticas y estrategias de sostenibilidad y RSE, y también,



sobretudo, impulsadas por el objetivo de querer estar en las carteras de los principales índices financieros socialmente responsables. Así lo demuestra, en los últimos años, la creación de diferentes índices financieros que incluyen criterios socialmente responsables y sostenibles como el *Dow Jones Sustainability Index*, el *Domini Social Index*, o más recientemente el *FTSE 4 Good Climate Change*, entre otros.

Pese a que la ISR está considerada como uno de los tipos de inversión más dinámicos e innovadores de la industria de los fondos de inversión, existen grandes diferencias en cuanto a su desarrollo en el mundo. Así, EE.UU., por ejemplo, es el país donde el mercado de la ISR cuenta con más instrumentos y donde, por tanto, está más desarrollado (actualmente, se comercializan 201 fondos). Según datos del Foro para la Inversión Socialmente Responsable (Social Investment Forum, SIF), el universo de capital invertido con algún criterio ISR en EE.UU. se ha incrementado más del 258 % desde 1995 hasta el 2005, mientras que el universo total de capital invertido



por las instituciones de inversión profesionales ha aumentado solo un 249 %. Respecto al volumen del capital invertido, actualmente, casi uno de cada diez dólares invertidos por las instituciones de inversión de fondos en EE.UU. cuenta con algún criterio de preselección de la cartera relacionado con temas ISR (sociales, medioambientales o éticos). Según fuentes del SIF (2006) a finales del 2005, el capital invertido en fondos ISR era de 179.000 millones de dólares (179 billion \$), un 18,6 % más que en el año 2003, cuando ascendía a 151.000 millones de dólares.

En la actualidad, la ISR es un sector marginal, en el mercado financiero español en cuanto al volumen de capital invertido en fondos ISR

Por su parte, Europa, pese a que sigue en la distancia a EE.UU. en cuanto a cifra de activos, cuenta con un mercado ISR cada vez más maduro. Según el informe anual de *Green, Social and Ethical funds in Europe 2005 Review* (Avanzi-SRI Research/SiRi Company, 2005), el número de fondos ecológicos, sociales y éticos en Europa, a 30 de junio del 2005, era de 375, lo que supone un incremento del 6 % en el último año. Respecto al capital gestionado, entre junio del 2004 y junio del 2005 se ha dado un incremento del 27 %. A finales del año 2005 había invertidos en Europa 24.127 millones de euros, un año antes el capital total gestionado ascendía a 19.034 millones de euros.

La ISR en el mercado financiero español

En España, el interés por la ISR y la RSE es relativamente reciente. Se puede afirmar que ese interés se desarrolla de forma paralela al lanzamiento y la comercialización en el mercado, a finales de los noventa, de los primeros fondos ISR. Sin embargo, a lo largo de estos años, la ISR en España no ha alcanzado los niveles de desarrollo de otros países europeos. En la actualidad, la ISR es un sector marginal, en el mercado financiero español en cuanto al volumen de capital invertido en fondos ISR, pues a finales

del año 2005, el patrimonio invertido en fondos ISR en España, representaba el 0,49 % del total del patrimonio de los fondos de inversión mobiliarios.

Desde una perspectiva *multistakeholder* se observa que son varios los factores que han limitado el desarrollo de la ISR en España, desde la menor tradición de invertir en acciones hasta la falta de demanda por parte de los inversores institucionales, pasando por la falta de impulso, apoyo y promoción por parte de las administraciones públicas.

En este sentido, uno de los problemas a los que se enfrenta la ISR en nuestro país es la falta de demanda concreta de estas IIC socialmente responsables. Así se constata, en primer lugar, en la escasa evolución del volumen de partícipes individuales y, en segundo lugar, en el pobre progreso del desarrollo de la ISR entre los inversores institucionales. Evidentemente, no es que el inversor español sea más irresponsable que el inglés o el francés, sino que desconoce que hay un sistema para exigir que sus inversiones tengan un componente social, medioambiental y ético. A este respecto, cabe señalar que en España, el sector social, seguramente, sigue confundiendo los fondos ISR con mecanismos de solidaridad; es decir, continúa sin concebirlos como mecanismos que dotan de coherencia a sus inversiones en los mercados financieros, teniendo en cuenta sus valores fundacionales.

También, las consideraciones existentes acerca de la rentabilidad y riesgo de estos fondos han obstaculizado su desarrollo. En España una gran parte de los inversores no son conscientes de que, a efectos de rentabilidad y riesgo, estos fondos no difieren del resto de los fondos de inversión: compran bonos o acciones con la lógica intención de que se revaloricen y así poder ofrecer una ganancia a sus partícipes. Su elemento diferenciador y fundamental radica en la selección de la cartera de inversión conforme a criterios, no solo de rentabilidad económica, sino también de carácter social y medioambiental. La rentabilidad económica es un motor de su gestión, pero no el único.

En el lado de la oferta, se ha avanzado muy poco en la promoción y profesionalización de las instituciones de gestión de inversión que comercializan estas

IIC en España. En la actualidad existen carencias y grandes ineficiencias en la transmisión de la información sobre el comportamiento socialmente responsable de las empresas y los criterios bajo los que se conforman los fondos ISR. En última instancia, podemos afirmar que, hasta la fecha, los fondos ISR en nuestro país no han tenido la comercialización que cabía esperar y que tampoco se han desarrollado herramientas para dar a conocer y colocar los productos en el mercado.

Tampoco ha ayudado al desarrollo de la ISR, el hecho de que en España no existe ninguna organización colectiva que haya asumido el papel de promotor e impulsor de la ISR, como sí ha sucedido en otros países a través de los Foros para la Inversión Socialmente Responsable, conocidos por sus siglas en inglés (SIF). En España, aún no se ha creado un SIF y, seguramente, este es uno de los factores que explica la falta de impulso de la que adolece la ISR en nuestro país.

Finalmente, cabe destacar la incipiente implicación del sector público, el Gobierno, el Parlamento y las administraciones públicas en el impulso de la ISR, ya sea mediante la promoción de mecanismos ISR o mediante el desarrollo de una legislación favorable.

Todo ello nos lleva a pensar, en último término, que solo el papel activo de algunas instituciones financieras, bancos o instituciones de gestión de inversiones en España podría catalizar el rol de los inversores, ya sean individuales o institucionales, y potenciar el desarrollo de la ISR para darle el impulso que necesita. En este sentido, es evidente que en España no se ha movilizado aún a los potenciales inversores socialmente responsables, los cuales han protagonizado el impulso de la ISR en los países europeos y americanos. ■

Bibliografía

- Avanzi SRI Research / SiRi Company (2005) *Green, social and ethical funds in Europe. 2005 Review*, Milán, October.
- Social Investment Forum (2006) *2005 Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States*, Washington, January.



Medio Ambiente amplía el concepto de «compra pública verde» a «contratación pública responsable»

EUROPA PRESS. La subdirectora general de Régimen Interior y Patrimonio del Ministerio de Medio Ambiente, Soledad Sanz, ha apostado por ampliar el concepto de «compra pública responsable» al de «contratación pública responsable», porque los bienes y servicios que adquiere la Administración pública —que equivalen al 16 % del PIB de toda la UE— van más allá de la simple compra de productos.

Durante su intervención en la Jornada sobre Compras Responsables organizada por Forética esta mañana en el madrileño Hotel Wellington —en el marco de su IV Ciclo de Encuentros Sectoriales—, Sanz explicó que el gasto de la Administración en compras públicas en el 2005, por ejemplo, fue equivalente a la mitad de PIB de Alemania, y eso «es mucho», de ahí la necesidad de convertirse en motor, impulsor y ejemplo de compra responsable.

El concepto nació «oficialmente» en la Declaración de Lisboa del 2000, donde se estableció la necesidad de que la economía europea fuera, además de dinámica



y competitiva, «también más eficiente y sostenible antes de 2010». Desde el 1 de enero de este año las directivas europeas que comenzaron a surgir para incluir criterios ambientales y sociales en las compras y contratos públicos desde el 2001 son directamente aplicables en cada país, por lo tanto, según Sanz, es hora de ponerse «manos a la obra».

Así, se pueden incorporar criterios ambientales y de eficiencia en el objetivo del contrato, en las prescripciones técnicas, en la selección de proveedores y hasta en la misma adjudicación del servicio y ejecución del contrato —uso de materiales no tóxicos, gestión

de residuos obligatoria, eficiencia energética, uso de energías limpias en la construcción o rehabilitación de edificios públicos, así como en la alimentación y hasta en los productos textiles de los funcionarios—.

De esta forma, explicó Sanz, los trabajos de la Comisión, a nivel europeo, comenzaron con más fuerza en el 2004, en materia de contratación pública ecológica, lo que llevó a que en octubre de ese año se presentaran medidas concretas a los Estados miembros. Entre abril del 2005 y abril del 2006 se realizó además un estudio de la situación de las compras públicas en Europa —con el estudio de los pliegos de contratación de los organismos públicos y con el envío de cuestionarios—.

Entre los resultados obtenidos, se comprobó que el 67 % de los cuestionarios respondieron con un sí a la hora de preguntarles por si primaba en esos contratos públicos la compra o contratación responsable, pero a la hora de comprobar *in situ* los pliegos —y ver si eran verdad esas respuestas— el porcentaje se redujo hasta el 37 %.

Así, los siete países más «verdes» en esta materia resultaron ser Austria, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Suecia, Países Bajos y Reino Unido (más Noruega, que no forma parte de la UE). Todos ellos tienen un número mayor de pliegos «verdes», mucho más apoyo político que el resto de países europeos, así como directivas nacionales y planes de acción nacional de fomento y ayuda a las compras públicas «verdes».

Sin embargo, y pese al crecimiento en la concienciación de este tipo de compra pública, Sanz se refirió a los obstáculos que aún persisten para su «despegue» definitivo, como la percepción de que los productos y servicios «verdes» son más costosos —una percepción, «que no una realidad», según Sanz—, la falta de conocimiento sobre cómo desarrollar criterios medioambientales, la falta de apoyo en la gestión —dinero y tiempo— y de un enfoque estratégico, así como de políticas institucionales claras que se promuevan a nivel europeo.

Principios para la Inversión Responsable logra la adhesión de 183 inversores en un año

SEGÚN INFORMA la Web de Naciones Unidas, la iniciativa de la ONU *Principios para la Inversión Responsable* (PRI) ha reunido en su primer año de andadura a 183 empresas dedicadas a la inversión de todo el mundo, que gestionan activos que totalizan ocho billones de euros.

Los firmantes de esta iniciativa se han comprometido a aplicar los principios de responsabilidad social y medioambiental a sus procesos de toma de decisión, gestión y sus políticas de inversión.

El programa fue lanzado en Nueva York el pasado 27 de abril del 2006 y 20 entidades se convirtieron en sus

primeros firmantes. Donald MacDonal, presidente de la iniciativa y miembro del consejo de dirección del plan de pensiones de British Telecom, resume la situación señalando que «durante el primer año de funcionamiento, el programa se ha centrado en difundir su filosofía, captar nuevos firmantes y prestarles apoyo para que cumplieran los compromisos adquiridos, así como implantar un sistema para controlar el progreso». De cara al segundo año, el objetivo es que los firmantes se centren en la aplicación práctica de los principios medioambientales, sociales y de responsabilidad social corporativa.



Solo los altos directivos aprovechan la información de las Memorias de RSC, según KPMG

Una encuesta llevada a cabo por la consultora KPMG revela que, aunque las Memorias de Responsabilidad Social Corporativa se dirigen a clientes, empleados e inversores, «solo los altos directivos» aprovechan la información que en ellas se ofrece.

El director de Sostenibilidad de KPMG, José Luis Blasco, hizo alusión a estos datos durante su intervención en el acto de presentación en España de la tercera generación de la Guía 'G3' del Global Reporting Initiative (GRI), en un acto organizado por KPMG, el propio GRI y el Foro de la Reputación Corporativa (fRC).

Así, todos los asistentes al acto participaron en una encuesta llevada a cabo por la consultora cuya principal



conclusión incide en la utilidad de las memorias para los altos directivos, «en detrimento de otros colectivos a los que, en principio, se dirigen los informes de sostenibilidad».

Las pymes, juntas en la aplicación de la responsabilidad social

La Comisión Europea ha hecho un público un informe en el que aboga por que las pequeñas y medianas empresas europeas, clave del tejido empresarial, se vuelquen en la responsabilidad social. Así, la Comisión anima a las pymes para que entiendan la RSC como una oportunidad y no como una barrera u obstáculo a la competitividad a medio y largo plazo. Por ello, la Comisión les recomienda que emprendan intercambios de buenas prácticas (*benchmarking*) y elaboren informes sectoriales en lugar de individuales.

El estudio, titulado *Oportunidad y Responsabilidad*, tiene como objetivo el de trasladar a las pymes una serie de pautas a través de las que integrar la responsabilidad corporativa en el día a día de sus negocios como elemento corporativo fundamental. Algo que sí se da hoy pero de forma «informal e intuitiva».

La otra parte de la responsabilidad social: los grupos de interés (*stakeholders*)

Ese ha sido el objeto de estudio de un panel de expertos internacional reunidos en el marco del I Congreso Internacional de Comunicación Corporativa (CICC 07). Un análisis centrado, fundamentalmente, en las universidades. Así, y en palabras de Susan F. Storund-Barnes, de la Cleveland of State University en Estados Unidos, las universidades «también son entidades a las que se les debe pedir responsabilidad social, aunque no sea corporativa, para con sus grupos de interés, que en este caso son sus alumnos, los padres de estos alumnos, las empresas con las que colaboran o las propias administraciones públicas, y en el marco de esta nueva manera de gestionarse que se llama RSC, las universidades «tienen un rol especial».

A su juicio, los grupos de interés tienen tres características básicas, «legitimidad, poder y urgencia», esto es, «tienen mucho poder y legitiman a las empresas y a las organizaciones, además de tener mucha influencia sobre la comunidad local. Asimismo, tienen sus propias metas y actúan en su propio interés», explicó. Pese a su importante papel, «siempre se ha prestado poca atención a su responsabilidad».

El experto de la Escuela de Postgrado en Administración Clermont-Ferrand en Francia, Mike Bryant, por su parte, recordó que «la universidad siempre ha practicado las RSC, desde hace siglos, porque siempre ha servido a la sociedad, formando y educando a los futuros directivos y empresarios». Hoy se hace de forma diferente, porque las

universidades y las instituciones educativas se deben adaptar a un mundo cada vez más globalizado.

La universidad tampoco debe olvidar a sus grupos de interés, porque, como en toda empresa, «un grupo de interés es, por definición, el que tiene su dinero o su interés en una apuesta, en un proyecto, con cierto riesgo». En concreto, los grupos de interés de las universidades son, entre otros, los estudiantes y alumnos, la comunidad local, los profesores, los empleados, los medios de comunicación, las asociaciones educativas, o el Ministerio de Educación, por ejemplo. Se trata, según dijo, de grupos muy diferentes, con intereses muy diferentes «y hay que tratar de servir a todos», concluyó.



Santander y la inversión socialmente responsable

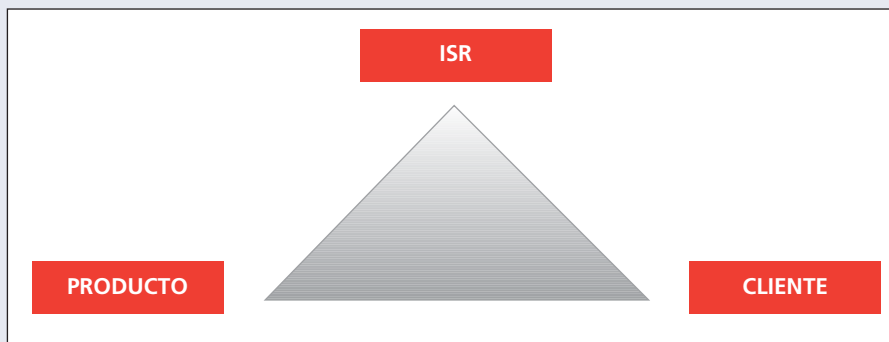
David García Rubio

Investigación y Desarrollo de Producto
Santander Asset Management España

PARA UN BANCO LÍDER COMO SANTANDER es imprescindible conocer sus responsabilidades no solo de cara a la satisfacción de sus clientes, sino también en el ámbito de la inversión socialmente responsable. Por eso Santander, a través de Santander Asset Management, gestora de fondos de inversión y planes de pensiones del Grupo, ofrece desde 1.994 vehículos de inversión que incorporan a los procesos de inversión económico-financieros tradicionales, un análisis social y medioambiental de las compañías en las que puedan invertir.

Santander tiene la firme determinación de ser un «actor principal» en el ámbito de la inversión socialmente responsable, y lo hace por varias razones:

- Como una manifestación más de su fuerte compromiso con la sociedad, dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa.
- Como una alternativa más en su gama de productos de inversión, puesto que se trata de un tipo de producto que genera valor añadido para los inversores en el largo plazo. ¿Y por qué? Porque incorpora a los análisis financieros tradicionales un nuevo enfoque: el social y medioambiental, que nos proporcionará una evaluación de todos los valores intangibles, no perceptibles por el análisis financiero, de las compañías analizadas, para finalmente tener una visión global y completa de la empresa, sabiendo que las mejor posicionadas en la valoración de ambos enfoques, serán las que presenten mayores ventajas competitivas sostenibles para obtener mejores resultados a largo plazo.
- Para satisfacer las necesidades de inversión de sus clientes, que manifiestan una creciente sensibilidad respecto a las inversiones socialmente responsables.



Para ser considerado un referente dentro de la inversión socialmente responsable, Santander entiende que es esencial tener una sólida base en la que asentar su estrategia de producto ISR. Y esa base está formada por tres pilares fundamentales, que son:

- **PRODUCTO.** Santander se caracteriza por la innovación y calidad de sus productos, y esa es la principal norma aplicada a su gama de inversión socialmente responsable ofertada en la actualidad. Los productos deben generar valor añadido para el cliente y sus objetivos de inversión deben estar perfectamente especificados, con el fin de que satisfagan las necesidades del inversor final. Esta gama cuenta con dos fondos de inversión, destinados cada uno de ellos a un perfil de riesgo distinto y con unas políticas de inversión con resultados ya contrastados. El primero de ellos, denominado *Santander Responsabilidad*, es un fondo dirigido a clientes con un perfil inversor de marcado carácter conservador, que pretendan dos objetivos, por un lado conservar el valor de su inversión y por otro que ésta se revalorice por encima de la inflación europea en el medio y largo plazo. El segundo fondo de la gama, denominado *Santander Dividendo Solidario*, es un fondo de mayor riesgo que invierte en renta variable de compañías europeas con alta rentabilidad por dividendo para el accionista y que por lo tanto está destinado a

aquellos inversores que busquen altas rentabilidades en el largo plazo. Entre los dos fondos se gestionan más de 145 millones de euros.

Pero la gama de producto ISR de Santander no se cierra con los fondos de inversión, destinados a la inversión colectiva, ya que en 2.006 se lanzó un servicio de asesoramiento y gestión de inversiones único e innovador en España, el *Servicio Global de ISR para Carteras de Inversión*, un servicio dirigido tanto a la inversión individual como a la colectiva y enfocado a dar soluciones personalizadas para aquellos inversores que pretendan aplicar en su cartera de inversión los criterios sociales y medioambientales que más les preocupan. Actualmente este servicio es aplicado en 16 carteras de inversión con más de 36 millones de euros bajo gestión.

- **INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE.** Se trata del elemento básico y su estructuración es fundamental para tener éxito, ya que la calidad en este punto es determinante y diferenciadora, y debe aportar solidez a los aspectos socialmente responsables del producto. Nuestra experiencia nos ha demostrado que este pilar debe estar asentado en los siguientes elementos: *Ideario ético, Comité de expertos independiente y análisis ISR.*

– *Ideario ético.* Es la declaración de principios y valores (que concretan las distintas áreas de análisis: social, medioambiental, derechos humanos



y laborales, responsabilidad corporativa, relación con la sociedad, etc), sobre la que se realizará la selección de las inversiones desde la óptica de la ISR. Es esencial que el ideario sea una referencia viva, sujeta a evolución y mejora continua.

- **Comité de expertos independiente.** Integrado por expertos de prestigio en la materia y por representantes sociales, y del inversor, su misión es la de velar por la correcta aplicación de los principios y valores éticos que conforman el Ideario, por el mantenimiento y actualización del mismo, y aprobar o rechazar los resultados de los análisis éticos.
- **Análisis ISR.** Tener un buen Ideario ético y un Comité compuesto por grandes expertos no nos serviría de nada sin una buena “información” con la que poder analizar las empresas. Es muy importante contar con una herramienta especializada en este tipo de análisis que aporte información fiable y actualizada sobre el comportamiento de las empresas en sus diferentes ámbitos de interacción con la sociedad. Los informes aportados facilitarán la labor del Comité a la hora de aplicar el espíritu del Ideario para analizar las distintas compañías.

Y todo esto, ¿por qué? Porque Santander considera que el análisis financiero y la gestión del fondo de inversión debe ser realizado por un experto, en este caso Santander Asset Management, y que el análisis social y medioambiental también debe ser realizado por expertos en la materia. Para ello cuenta en cada fondo, por un lado con un Comité de expertos, independientes de la gestión financiera, que realizará su labor de creación del Ideario ético y de análisis de las compañías aplicando los principios de ese Ideario, y por otro lado con una herramienta de prestigio internacional, llamada EIRIS, que será la principal fuente de información sobre el comportamiento de las empresas en las distintas áreas de análisis ético.

- **CLIENTE.** Es el cliente quien demanda este tipo de inversiones, porque se siente parte activa en la búsqueda de unas mejores prácticas empresariales

respecto a temas tan importantes como la responsabilidad corporativa y de producto, compromiso con el medio ambiente, los derechos humanos y laborales, relación con grupos de interés, etc.

Esto lleva a Santander a ofrecer productos de inversión que se ajusten a sus necesidades. Y la satisfacción plena en este tipo de productos debe ofrecer algo más al inversor; debe informar periódicamente y con total transparencia de la evolución del fondo desde la perspectiva de la ISR.

Para ello, se envía al cliente un informe anual elaborado por el Comité de expertos independientes de los fondos, en el que se le explica todo lo acontecido en el fondo en el último año respecto al análisis ético, informando del número de empresas analizadas, de las decisiones tomadas respecto a ellas, de los posibles cambios o modificaciones del Ideario ético del fondo, etc. Con ello el cliente percibe con mayor nitidez la verdadera aplicación del Ideario ético.

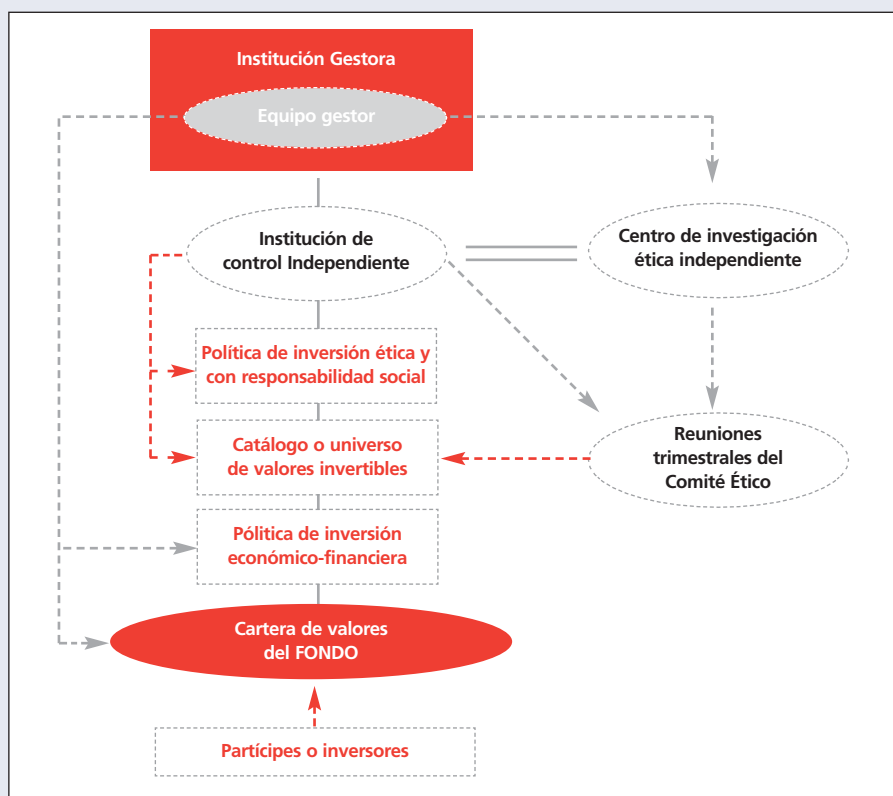
Además, en el informe financiero trimestral se comunican los hechos más significativos acontecidos en el fondo respecto al análisis ético.

Para finalizar, y como resumen, podemos remarcar los principios por los

que se rigen los productos de Inversión Socialmente Responsable en Santander, y que son:

- **CALIDAD.** Tanto en la gestión financiera como en el análisis ISR. La exigencia es máxima para ofrecer buenos productos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.
- **PROFESIONALIDAD.** La estructura ética de todos los productos y servicios debe contar con los mejores colaboradores, auténticos expertos en la materia que aporten valor al producto.
- **INNOVACIÓN.** Ofrecer al cliente una gama de productos y servicios única en el mercado, que sea realmente diferenciadora y que genere valor añadido a sus inversiones.
- **SERVICIO.** La comunicación a los inversores de las actividades desarrolladas en el producto es pieza básica para el éxito, de ahí que se establezca una comunicación permanente y periódica de todos los hechos acontecidos en fondo.

Esquema de funcionamiento de un fondo de inversión socialmente responsable en Santander:





Los diez principios del Pacto Mundial

El objetivo del Pacto Mundial es facilitar la alineación de las políticas y prácticas corporativas junto a valores y objetivos éticos universalmente consensuados e internacionalmente aplicables. Estos valores éticos básicos han sido formulados en diez principios clave en las áreas de derechos humanos, derechos laborales y protección del medio ambiente.

Derechos humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Derechos laborales

3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Medio ambiente

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Corrupción

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Cómo participar en ASEPAM

El Pacto Mundial no es un club exclusivo; es un foro accesible cuyo objetivo es contar con una amplia participación de un grupo diverso de empresas y otras organizaciones.

Las empresas que deseen participar en el Pacto Mundial deben enviar una carta a la firmada por su presidente, director general o cargo equivalente, en la que expresen su apoyo al Pacto Mundial y su compromiso a adoptar las siguientes medidas:

- Hacer una declaración clara de apoyo al Pacto Mundial y sus diez principios, y proclamar públicamente el Pacto Mundial. Esta labor puede consistir, por ejemplo, en:
 - Informar a los empleados, los accionistas, los clientes y los proveedores.
 - Integrar el Pacto Mundial y sus nueve principios en el programa de desarrollo y formación de la empresa.
 - Incorporar los principios del Pacto Mundial en la declaración sobre la misión de la empresa.
 - Reflejar la adhesión al Pacto Mundial en el informe anual de la empresa y otros documentos públicos.
 - Hacer comunicados de prensa para dar a conocer el compromiso.
 - Presentar una vez al año un ejemplo concreto de los avances logrados o de la experiencia adquirida en la ejecución de los principios.

Esta carta debe ir dirigida al siguiente destinatario:

Joaquín Garralda

Secretario General de la Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (ASEPAM) Plaza de la Lealtad, n.º 3, 4.ª planta, 28014 Madrid

Además de la incorporación de los principios del Pacto Mundial como parte integral de sus prácticas empresariales, ASEPAM anima a las empresas a apoyar activamente los principios y los objetivos amplios de las Naciones Unidas, como, por ejemplo, la erradicación de la pobreza, participando en proyectos de ayuda a las personas más necesitadas, especialmente en los países en vía de desarrollo. Esta colaboración se puede lograr con cualesquiera de las entidades nacionales o internacionales, públicas o privadas, que prestan ayuda humanitaria y de cooperación al desarrollo.

Objetivos del Pacto Mundial

El éxito del Pacto Mundial se medirá por su eficacia para producir cambios y estimular la adopción de medidas. Las empresas deben empezar a actuar de forma diferente y lograr resultados tangibles. Para ello, el Pacto Mundial intenta conseguir los siguientes objetivos:

- Incorporar los diez principios en la visión estratégica y las prácticas de funcionamiento de las empresas en todo el mundo.
- Ofrecer un servicio de aprendizaje interactivo y orientado a la adopción de medidas, sobre la base de la experiencia de las empresas participantes, para dar a conocer qué medidas funcionan y cuáles no.
- Celebrar al menos un diálogo importante al año para abordar un problema decisivo sobre el que las empresas, en colaboración con las ONGs y otros interesados pertinentes, formulen recomendaciones destinadas a lograr un cambio significativo.
- Hacer que las empresas, los organismos de Naciones Unidas, el mundo laboral, las ONGs, los gobiernos y los grupos comunitarios colaboren para crear y ejecutar proyectos que fomenten los principios y beneficien especialmente a los más necesitados.