

INSTRUMENTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL GRUPO ZELTIA

ENZO PIÑA MAVAREZ
Universidad de Los Andes, Venezuela
epmavarez@ula.ve

EUGENIA SUÁREZ SERRANO
Universidad de Oviedo, España
meugenia@uniovi.es

RESUMEN

Este trabajo analiza las prácticas de responsabilidad social en el grupo farmacéutico español Zeltia. A través de un proceso de recolección de información proveniente de diversas fuentes, se han clasificado las actuaciones de RSC de la empresa. Dicho análisis revela que Zeltia es un claro ejemplo de que actuar como empresa responsable no es incompatible con obtener buenos resultados económicos. A pesar de ser una empresa comprometida en los diferentes instrumentos de RSC, este estudio detecta ciertas carencias y propone algunas líneas de mejora.

PALABRAS CLAVES: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, ÉTICA EMPRESARIAL, INDUSTRIA FARMACÉUTICA, BIOTECNOLOGÍA, ZELTIA

ABSTRACT

This paper analyses the corporate social responsibility practices of the Spanish biopharmaceutical group Zeltia. Through the information obtained from different sources, a classification of the company CSR practices has been done. Such analysis reveals that Zeltia is a clear example of how responsible management is compatible with good economic performance. In spite of the broad compromise of the company with the different CSR instruments, this paper shows some limitations and offers some ways of improvement.

KEYWORDS: CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY, BUSINESS ETHICS, PHARMACEUTICAL INDUSTRY, BIOTECHNOLOGY, ZELTIA.

INTRODUCCIÓN

La razón de ser de la Responsabilidad Social Corporativa –RSC– es que las empresas tengan un compromiso más allá de las responsabilidades financieras y comerciales (Davis, 1973; Hopkins, 1999). La mayoría de las definiciones llevan implícita la ética empresarial y la relevancia de los *stakeholders* más allá de los propietarios (Schmidheiny, Chase y DeSimone 1997; Schwartz y Carroll, 2003). En otras palabras, la RSC está relacionada con los tres pilares del desarrollo sostenible –social, medioambiental y económico–, y se ha convertido en una actividad clave en muchas corporaciones debido a que es considerada como “la forma correcta de actuar” (Gan, 2006). Por otra parte, Schwartz y Carroll (2003) conceptualizan la RSC en un modelo que combina las dimensiones económica, legal y ética de la responsabilidad, analizando las relaciones entre ellas y clasificando las actuaciones de RSC en virtud de esas relaciones.

La RSC, bien entendida, no consiste en cómo se reparten los beneficios sino en cómo se crean. Por lo tanto, debe plantearse desde la gestión responsable de la cadena de valor y estar presente en to-

das las decisiones, desde la definición de la misión hasta en el diseño del modelo de dirección empresarial (Suárez, 2013). En la actualidad, las empresas no sólo entienden la importancia para la sociedad de aplicar criterios responsables en sus decisiones, sino también su utilidad para la continuidad y el desarrollo a largo plazo de sus negocios y actividades. Porter y Kramer (2006) afirman que si las empresas analizasen sus opciones de RSC de la misma manera que eligen sus principales negocios, descubrirían que la RSC puede ser una fuente de ventaja competitiva. Como indican Schwartz y Carroll (2003), muchas actuaciones que son consideradas éticas pueden estar vinculadas indirectamente con beneficios económicos a largo plazo.

La responsabilidad social en la industria farmacéutica cobra especial importancia por el hecho de que la Investigación y Desarrollo (I+D) de nuevos productos resulta sumamente costosa y tardía. Por ejemplo, se estima que desde que se descubre la molécula hasta que llega a ser comercializada como medicamento, transcurre en promedio 10 años y se emplean unos 700 millones de dólares (Brooks, Pérez y Pérez 2009). El elevado coste que este proceso reviste, debido a la elevada inversión en tiempo y dinero, además de los rigurosos controles de los entes sanitarios para la autorización y registro de medicamentos, refleja la aceptación de un significativo riesgo por parte de la industria farmacéutica.

Por su naturaleza, la industria farmacéutica aporta beneficios directos a la sociedad ya que su razón de ser consiste en descubrir, desarrollar y comercializar productos para el diagnóstico, prevención y curación de enfermedades, lo cual representa de por sí, un aporte significativo a la calidad y esperanza de vida de la sociedad.

De ahí que la I+D farmacéutica sea considerada, de antemano, una actividad de responsabilidad social (O'Riordan y Fairbrass, 2008). Sin embargo, para la opinión pública, muchas veces las

grandes empresas farmacéuticas son parte del problema más que una solución; ya que se las critica por anteponer el beneficio a la supervivencia de las personas (Porter y Kramer, 2006). Por esta razón, las empresas farmacéuticas deben ser especialmente sensibles a las demandas de los *stakeholders* y necesitan encontrar vías de acercamiento efectivo con ellos que mejoren su reputación (Leisinger, 2005).

El propósito del presente trabajo es avanzar en la comprensión del comportamiento social de las empresas farmacéuticas, mediante el estudio de un caso emblemático para España: El Grupo Zeltia y sus distintos instrumentos de responsabilidad social corporativa que emplea. Para ello, presentaremos en primer lugar la metodología a seguir y, posteriormente, se analizará la empresa desde el punto de vista de las políticas e instrumentos de RSC aplicados por la misma. Finalmente, en un último apartado se recogerán las principales conclusiones del trabajo.

METODOLOGÍA

Aguinis y Glavas (2012) sostienen que se necesitan más estudios cualitativos para conseguir un mejor entendimiento de los mecanismos de RSC. En este sentido, los estudios de casos ofrecen una herramienta metodológica para generar y *testear* teorías en el campo de la dirección estratégica (Eisengardt y Graebner, 2007; Siggelkow, 2007, Weick, 2007, Gibbert, Ruigrok y Wicki, 2008). En particular, el estudio de casos resulta ideal para crear conocimiento organizativo relevante (Amabile, Patterson, Mueller, Wojcik, Odomirock, Marsh y Kramer, 2001), sobre todo en las fases más tempranas de una nueva teoría, cuando se están explorando todavía las variables clave (Yin, 1994). Una diferencia importante respecto a otros métodos de investigación es que los estudios de casos analizan un fenómeno en su contexto (VanWynsberghe y Khan, 2007), en el que los objetivos, las estrategias, el análisis y

validez de los datos se recogen conjuntamente en el proceso de elaboración del estudio (Maxwell, 1996; Lloyd-Jones, 2003). Como señala Kaler (2000), la RSC debe ser transparente y no un proceso decorativo utilizado como mecanismo para mejorar la reputación.

Por una parte, muchas empresas reflejan algunos elementos de responsabilidad social en declaraciones o propósitos generales de la organización que son de dominio público; como es el caso de la misión, visión, y los valores corporativos (Brooks, Pérez y Pérez, 2009). Por otra parte, cada vez más las grandes empresas entienden la importancia de la estandarización de la RSC. Sin embargo, en la práctica existe una gran diversidad de formas en las que las empresas aplican esos estándares (Kolk y Tulpers, 2010). En este sentido, se han publicado trabajos que plantean una amplia discusión acerca de variables o indicadores que permiten medir la RSC de las empresas dentro de su campo de actuación. En ellos, se manifiesta la idea de que deben ser los propios *stakeholders*, por medio de un diálogo, los que reconozcan y corroboren dichas actividades (O'Riordan y Fairbrass, 2008).

Para efectos de la presente investigación definiremos las variables a utilizar apoyándonos en los criterios expresados por Forética (2005) y Larrán-Jorge, Martínez-Martínez y Muriel de los Reyes (2013), quienes señalan dichos instrumentos como indicadores comunes de RSC y los cuales se clasifican en:

- *Declaraciones corporativas*. Son documentos simples y breves que sirven de orientación general para las políticas de la empresa, y que definen los valores de la misma y su cultura organizativa (Forética, 2005).
- *Códigos de conducta*. Obedecen a la necesidad de regular las conductas de los integrantes de la empresa de acuerdo a principios éticos. Estos códigos pueden ser dise-

ñados a nivel empresarial o sectorial (Forética, 2005).

- *Políticas de RSC*. Mecanismos que la alta dirección pone en marcha para definir fines y prioridades y orientar la empresa hacia una gestión ética y responsable. De alguna manera, es el marco en el que los demás instrumentos se insertan (Forética, 2005).
- *Guías y certificaciones de los sistemas de gestión*. Instrumentos conocidos y aceptados en ámbitos como la calidad, medio ambiente, seguridad laboral, responsabilidad social, etc. Al ser homogéneos en todas las empresas que los aplican facilitan la comparación y la verificación interna y externa (Forética, 2005).
- *Rendición de cuentas e informes*. Documentos que ofrecen información completa sobre resultados sociales y medio ambientales, de modo que permiten la comparación de resultados bajo criterios comunes. Los informes de sostenibilidad, por ejemplo, obligan a las empresas a exponer públicamente sus iniciativas y resultados (Forética, 2005).

Según Retolaza y Ruíz (2006), las organizaciones, partiendo de sus valores corporativos, pueden adaptar sus instrumentos de gestión de la RSC a sus expectativas objetivas en dicha materia, a la vez que estos mecanismos les sirven para homogenizar y nivelar criterios internos a la filosofía de la RSC.

Para analizar el grado de implicación y los instrumentos de RSC en Zeltia, se han revisado los informes anuales del grupo y sus memorias de responsabilidad social publicadas durante los últimos años –estos documentos tienen como propósito plasmar la actuación de la Compañía y sus filiales en el ámbito de la RSC, utilizando un formato estandarizado y previamente auditado externamente, por lo que se consideran infor-

mes lo suficientemente veraces como para ser utilizados como datos validos para una investigación-. Esta información ha sido complementada con una entrevista telefónica realizada a uno de los miembros del equipo de responsabilidad social de la empresa y parte de esta información ha sido contrastada con los datos publicados por algunas instituciones autónomas que promueven el ejercicio de la RSC en España y Europa.

EVOLUCIÓN DEL GRUPO ZELTIA

Zeltia se funda en 1939 con el propósito de explotar primeramente la flora medicinal de la región que sirviera de base a la posterior elaboración de especialidades farmacéuticas. Esto llevó a que Zeltia pronto pudiera obtener sus prime-

ras patentes para la Investigación y Desarrollo y posterior comercialización de algunas insulinas retardadas y sulfamidas; medicamentos de gran impacto para la época. En los años cuarenta, la empresa inicia un nuevo camino en la fabricación de insecticidas y pesticidas. En un primer momento, eran productos destinados al consumo humano a través de lociones y emulsiones, consiguiendo con la marca ZZ la mayor cuota de mercado; y posteriormente, se crea una división dedicada íntegramente a fines agrícolas.

Como se puede observar en la tabla 1, aunque el grupo Zeltia está constituido por empresas que abarcan varios sectores de la química farmacéutica y de la química de gran consumo, es reconocida ampliamente por su vocación innovadora hacia la biotecnología.

TABLA 1
ESTRUCTURA DEL GRUPO ZELTIA EN EL AÑO 2012

Sector de actividad	Empresas	Objetivo
Sector Biotecnológico	PharmaMar	Creada en 1986 es la empresa líder mundial en el descubrimiento y desarrollo de nuevos compuestos procedentes de organismos marinos para el tratamiento contra el cáncer.
	Noscira	Es una empresa especializada en la investigación y desarrollo de fármacos innovadores para el tratamiento y prevención de la enfermedad de Alzheimer, que se crea en 2008. En octubre de 2012 se disuelve tras no alcanzarse los objetivos primarios ni secundarios del único compuesto de la sociedad en desarrollo clínico.
	Genómica	La empresa desarrolla y comercializa kits de diagnóstico molecular in vitro para la detección de virus y bacterias causantes de enfermedades.
	Sylentis	Su actividad se basa en la búsqueda de agentes terapéuticos innovadores utilizando la tecnología del ARN de interferencia.
Sector Química de Gran Consumo	Zelnova	Es una empresa que se crea en 1991 para la producción y comercialización de productos de limpieza e higiene del hogar, hostelería e industrias.
	Xylaxel	Se funda en 1975 y sus actividades se centran fundamentalmente en la fabricación y comercialización de productos protectores de la madera y el hierro.

Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de la página web: <http://www.zeltia.com>.

La labor de I+D del grupo Zeltia es verdaderamente intensa, hasta el punto de ser considerados líderes en investigación en biotecnología marina. Para el año 2012 la inversión en I+D de todo el grupo ascendió a 40,4 millones de euros (2,8% menos que en 2011) de los cuales, aproximadamente una tercera parte pertenecen a PharmaMar y el 99% al sector biofarmacéutico. Pese a la caída en la inversión en I+D, en el ranking 2012 de empresas que más invierten en I+D en la Unión Europea, elaborada por el *Joint Research Centre* de la Comisión Europea, Zeltia es la empresa española más volcada en I+D con relación a sus ingresos (ver tabla 2).

Por otra parte, el Grupo Zeltia ha consolidado, a través de los años, una rigurosa política de patentes que trata de proteger las nuevas invenciones a las que se llega mediante las actividades de I+D.

Además de la protección que se puede obtener para los nuevos principios activos descubiertos, también intentan obtener de forma activa protección para nuevas formulaciones, procesos de producción, usos médicos e incluso para nuevos métodos de administración del fármaco. La tabla 3 refleja el número de patentes, concedidas y en trámite, por área de actividad, especialmente en el campo terapéutico de la oncología y del Sistema Nervioso Central (SNC).

TABLA 2
INVERSIÓN EN I+D GRUPO ZELTIA EN MILLONES DE EUROS

Años	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Inversión I+D	51,7	57,5	53,3	55,7	56,7	40,4

Fuente: Informes Anuales Zeltia, 2011 y 2012.

TABLA 3
PATENTES GRUPO ZELTIA EN EL AÑO 2011

	Oncología	SNC	Diagnóstico	Otros	Total
Nº de expedientes	1488	249	27	108	1872
Patentes concedidas	1082	143	10	47	1282
Solicitudes de patentes	406	106	17	61	590

Fuente: Informe Anual Zeltia (2011).

TABLA 4
VENTAS POR SEGMENTOS EN MILLONES DE EUROS

Segmento	2008	2009	2010	2011	2012
Biofarmacia	33,4	51,1	79,4	80,6	72,4
Qca gran consumo	70,7	71,2	73,2	71,2	64,8

Fuente: Informes anuales Zeltia, 2011 y 2012.

TABLA 5
EBITDA GRUPO ZELTIA EN MILLONES DE EUROS

Años	2007	2008	2009	2010	2011	2012
EBITDA	(39,6)	(31,3)	(15,4)	13,2	29,6	20,4

Fuente: Informes Anuales Zeltia, 2011 y 2012.

Con respecto a la evolución económica alcanzada por el grupo recientemente, se puede identificar un comportamiento de crecimiento sostenido de las ventas hasta el periodo 2010 en la química de gran consumo y hasta 2011 en biofarmacia.

Estas cifras resultan bastante alentadoras si tenemos en cuenta que, a pesar de la profunda crisis económica que vive España y demás países de la Unión Europea, el grupo mantiene buenos resultados, especialmente en el campo de la biofarmacia, el cual hasta hace pocos años debía ser financiado por el área de química de gran consumo¹.

Como se señala en el último Informe Anual, pese al difícil entorno, el resultado neto atribuible del grupo Zeltia correspondiente a 2012 ha sido de 6,6 millones de Euros, lo que supone un incremento del 39% en comparación al año anterior.

Además, el resultado bruto de explotación deja de estar en números rojos a partir de 2010 (Tabla 5).

1. Ya que la biofarmacia requiere enormes inversiones en I+D para mantener, incrementar y proteger una cartera de compuestos sólida y lo más avanzada posible dentro de las etapas de desarrollo clínico y cuyos resultados se materializarían a futuro, una vez que los productos patentados puedan acceder al mercado (Piña y Suárez, 2006).

INSTRUMENTOS DE RSC DE ZELTIA

Declaraciones corporativas

La misión de la empresa refleja claramente su apuesta por la relación entre investigación y RSC: *"Nuestra actividad investigadora es nuestra mayor contribución a la sociedad presente y futura"* (Memoria de RSC Grupo Zeltia, 2011). Por otra parte, parece clara la implantación de una "gestión por valores" en la empresa, que se hace visible mediante una serie de documentos muy sencillos pero de gran significación para todos sus empleados, en donde se expresan sus principios y objetivos básicos que sirven de orientación general para las políticas de la empresa. En ellos se expresan, además, algunos valores "heredados" o inspirados en sus fundadores, así como otros que han sido consensuados, lo cual es un poderoso instrumento para la implantación de cualquier identidad corporativa.

Adicionalmente, cada empresa integrante del grupo cuenta con su página web y en ella se expresa de manera clara una declaración de valores propia y adaptada a cada campo de actuación de la compañía.

Códigos de conducta

El Reglamento Interno de Conducta del grupo Zeltia es un documento detallado cuyo propósito está dirigido a regular los procedimientos y acciones de los miembros de la empresa, de manera que ejerce una función de control. Dicho reglamento fue registrado oficialmente ante la Comisión Nacional del Mercado de Va-

TABLA 6
NÚMERO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PROVEEDORES DE ZELTIA DURANTE EL 2012

Empresa	PharmaMar	Noscira*	Genómica	Sylentis	Xylazel	Zelnova
Nº Proveedores	394	353	131	326	115	123
De ellos:						
Nacionales	332	273	114	261	92	94
Resto Europa	44	60	17	43	23	25
Países en desarrollo	1	-	-	-	-	1
Resto mundo	17	20	-	22	-	3

* Los datos referentes a Noscira son de 2011 porque la sociedad se disuelve en octubre de 2012.
 Fuente: Memoria de Responsabilidad Social Corporativa del grupo Zeltia (2012).

lores (CNMV) en julio de 2004. Además, la compañía cuenta con un Reglamento de la Junta General de Accionistas aprobado en junio de 2004, un Reglamento del Consejo de Administración e Informes de Gobierno Corporativo anuales que pueden ser descargados gratuitamente desde su página web (Memoria de RSC Grupo Zeltia, 2011).

Otro aspecto importante, en este sentido, es que todos los ensayos clínicos que lleva a cabo el grupo se ejecutan de acuerdo con los principios Éticos de la Declaración de Helsinki y los Códigos de Bioética españoles e internacionales, tales como la Declaración de Oviedo, y en conformidad con las normas de Buena Práctica Clínica GCP, *-GoodClinicalPractice²-* (Memoria de RSC Grupo Zeltia, 2012).

2. Los principios de las Buenas Prácticas Clínicas exigen que el bienestar del paciente sea el principio primordial al concebir un ensayo. Las Buenas Prácticas Clínicas han sido objeto de una armonización internacional en forma de directrices aprobadas en el marco de la Conferencia Internacional de Armonización, que agrupa a representantes de la Unión Europea.

Desde 2011, se publican, bajo la denominación de “Política de buen gobierno y gestión ética”, los procedimientos éticos utilizados en los ensayos clínicos y preclínicos con animales de experimentación e individuos enfermos y sanos, un tema de especial interés general en los últimos años.

Políticas de Responsabilidad Social Corporativa

Cabe destacar que la práctica totalidad de los proveedores del grupo son nacionales o europeos, por lo que se asume cumplen las condiciones de legislación laboral vigente y el respeto a los Derechos Humanos (Tabla 6). Asimismo, existe una exigencia a dichos proveedores para que sigan los principios de seguridad en el trabajo y de gestión medioambiental. Se aplican, además, los procedimientos de compras de acuerdo a las normas ISO para las que cada una de ellas está certificada. En algunos casos los candidatos han de enviar documentación acreditativa de sus aptitudes, además de relle-

nar un cuestionario donde figuran, entre otras cuestiones, las posibles certificaciones de calidad, medioambiental, responsabilidad social y seguridad y prevención, así como la existencia o no de procedimientos internos de formación, procesos de fabricación y organización interna.

En relación al medio ambiente, es una exigencia que las empresas del grupo procuren ser lo más respetuosas posible con la naturaleza, no sólo en el desempeño de su actividad, sino también en el desarrollo de productos que cumplan con las Normativas Medioambientales de la Unión Europea y con la filosofía del Protocolo de Kyoto sobre el cambio climático. Pese a que la empresa manifiesta que año tras año aumenta los recursos destinados a minimizar el impacto ambiental, desde que Zeltia hace público el gasto en medio ambiente, el año 2010, con una inversión del doble que el ejercicio anterior, supone una fuerte apuesta por el medio ambiente que no volverá a producirse en los siguientes años. Como se puede ver en la Tabla 7, a partir de 2010, la inversión sigue una clara tendencia decreciente.

TABLA 7
INVERSIÓN EN MEDIOAMBIENTE EN MILES DE EUROS

Años	2009	2010	2011	2012
Inversión medioambiente	438	904	464	383

Fuente: Informes anuales Zeltia, 2009-2012.

En cuanto a los empleados, el Grupo tiene planes de incentivos a empleados basados en acciones que pueden ser adquiridas y pagadas mediante acuerdos, en donde se consideran los ingresos devengados por el trabajador y su

capacidad de pago. La intención es dar facilidades para su adquisición y que los trabajadores sientan que son dueños de la empresa, lo cual les permite devengar unos dividendos y alcanzar un mayor estatus. Por otro lado, el grupo experimentó un aumento considerable del número de empleados en su plantilla entre los años 2006 y 2010, en más de 50 puestos de trabajo. Sin embargo, en 2012 la plantilla vuelve a los niveles de 2007, con una cifra de 640 personas. Es importante resaltar además, que la mitad de la plantilla son mujeres, lo que refleja la igualdad a la hora de contratar a sus empleados, la mayoría de ellos profesionales universitarios egresados de las universidades españolas y que se dedican a la labor científica dentro del grupo (Memoria de RSC Grupo Zeltia, 2012).

Otra de las áreas en donde se percibe la actuación responsable del grupo Zeltia ha sido en la organización y patrocinio de eventos de carácter científico, en donde grupos de investigadores de todo el mundo comparten y discuten sus más recientes investigaciones en pro de difundir y perfeccionar dicho conocimiento, lo cual se traduce en la búsqueda de soluciones y aplicabilidad para dichos proyectos. La responsabilidad del grupo con la sociedad también está orientada a la divulgación y educación científica, que se canaliza a través del "Observatorio Zeltia" cuyas actividades tienen el principal objetivo de fomentar la innovación, la divulgación y el análisis de la información biotecnológica aplicada a la salud. En su conjunto, todas estas actividades que Zeltia engloba bajo Acción Social, tienen un fuerte apoyo por parte de la empresa, puesto que las aportaciones en 2012 duplicaron el compromiso de 2010, con una dotación de 1,4 millones de euros (Memoria de RSC Grupo Zeltia, 2012).

Sistemas de gestión

La ventaja de los sistemas armonizados reside en el hecho de ser homogéneos en todas las empresas, y estar altamente formalizados y documentados, lo que facilita la verificación. Así, las organizaciones pueden conseguir dos objetivos: por un lado monitorizar desde la dirección los progresos (y los errores) en la gestión; y por otro, ofrecer a terceros una garantía mediante la verificación por parte de una entidad independiente (Forética, 2005).

En este sentido, las empresas del grupo cuentan con certificaciones que avalan el compromiso del grupo con una gestión medioambiental eficaz, como son las normas ISO 14001 y OHSAS 18001, y con una gestión de calidad, como la ISO 9001 y la ISO 13485. Adicionalmente, el grupo Zeltia es reconocido como uno de los socios principales de Forética, organización impulsora del SGE 21, que es considerado el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social. No obstante, cabe destacar, que Zeltia no se encuentra en el listado de empresas certificadas por SGE21, tampoco sigue la norma ISO 26000, específica de responsabilidad social, ni está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas³, al que algunas empresas biofarmacéuticas españolas están adscritas.

3. El Pacto Mundial de Naciones Unidas, con más 10.000 entidades firmantes en más de 130 países, es la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial en el mundo.

Rendición de cuentas e informes

Por octavo año consecutivo el grupo Zeltia ha publicado su "Memoria de Responsabilidad Social", la cual se viene ofreciendo anual e ininterrumpidamente a todos los interesados desde el año 2005. El objetivo de esta Memoria es ofrecer una visión integrada sobre el comportamiento de la Compañía y sus filiales hacia los diversos grupos con los que interactúa (pacientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidades).

La empresa no manifiesta estar adherida a ningún estándar de publicación como la norma AA1000 o el GRI⁴ ni presenta indicadores de sostenibilidad. Sin embargo, teniendo en cuenta las dimensiones que Larra-Jorge, Martínez-Martínez y Muriel de los Reyes (2013) plantean que debe recoger un informe de sostenibilidad (gobernanza, económica, social y medioambiental), podemos afirmar que el informe muestra detalladamente cada una de las acciones emprendidas por las empresas del grupo en cada área de actividad de la RSC y los resultados que se han obtenido durante el año y los que se encuentran en proceso, dado que existen proyectos que abarcan varios periodos de tiempo, sobre los cuales se ofrecen avances a la fecha

4. La norma AA1000 es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos. Pero la iniciativa internacional más importante en materia de comunicación de la RSC es la Global Reporting Initiative (GRI), cuyo objetivo es que las empresas informen con criterios comunes sobre sus resultados sociales y medioambientales.

CONCLUSIONES

Además de la labor investigadora y de desarrollo de nuevos tratamientos para enfermedades de sumo interés social –integrada en la misión de Zeltia–, el grupo ha emprendido una serie de actividades de responsabilidad social que complementan su principal propósito. La adhesión a códigos éticos internos y sectoriales, el apoyo a la difusión de la innovación tecnológica, el patrocinio de innumerables eventos de carácter científico, las fuertes exigencias que impone a sus proveedores, su apuesta por la generación de empleos de calidad y con equilibrio de género, y sus prácticas éticas de gestión medioambiental y social consolidan su reputación desde la perspectiva de la responsabilidad social.

Ahora bien, esta labor de responsabilidad social, que está desarrollando el grupo Zeltia en las diferentes dimensiones e instrumentos de RSC, ha sido posible gracias al crecimiento económico experimentado por la empresa en los últimos años, ya que sin resultados económicos resulta inviable esa aportación empresarial a la sociedad. Además su apuesta decidida por proveedores y empleados españoles y europeos, y la concentración de sus actividades en España, hace que la empresa sea muy equilibrada en las dimensiones económica, legal y ética, de acuerdo con la definición de Schwartz y Carroll (2003).

Finalmente, las expectativas con respecto a lo que pueda aportar a futuro esta organización a todos los agentes que conforman su entorno son prometedoras, si consideramos la cantidad de patentes que están bajo su dominio y que se espera se conviertan en verdaderas alternativas terapéuticas que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de la sociedad y garanticen el retorno de la inversión al

grupo. En este sentido, Zeltia puede ser un claro ejemplo de que actuar como empresa responsable no es incompatible con obtener buenos resultados económicos, al contrario, como diversos autores han manifestado, muchas actuaciones que son consideradas éticas pueden estar vinculadas indirectamente con beneficios económicos a largo plazo.

En definitiva, resulta evidente el gran interés de la compañía no sólo en plasmar sus políticas de RSC, sino en difundir e inspirar a los miembros de su plantilla, accionistas, proveedores, directivos y a la sociedad en general a crear conciencia y a actuar de manera socialmente responsable. Para ello, debería seguir progresando en el diálogo con los *stakeholders* en tres aspectos: profundizar en el conocimiento de sus grupos de interés, elaborando mapas de *stakeholder*; desarrollar acciones más avanzadas de diálogo como las alianzas y el *benchmarking*; y adherirse a guías y estándares que mejoren la credibilidad y calidad de sus actuaciones y comunicaciones en materia de responsabilidad social.

REFERENCIAS

- Aguinis, H. y Glavas, A. (2012). What can we know and don't know about corporate social responsibility: review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), pp. 932-968.
- Amabile, T.M.; Patterson, C.; Mueller, J., Wojcik, T; Odomirok, P.W.; Marsh, M. y Kramer, S.J. (2001). Academy-practitioner collaboration in management research: a case of cross-profession collaboration. *Academy of Management Journal*, 44(2), pp. 418-431.
- Brooks, N.; Pérez, A. y Pérez, I. (2009). Responsabilidad social empresarial en las franquicias farmacéuticas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), pp. 419-433.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management*, 16(2), pp. 312-322.

- Eisengardt, K.M. y Graebner, M.E. (2007) Theory building from cases: opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1), pp. 25-32.
- Forética (2005). *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable*. Documento de divulgación, pp. 31-35. Recuperado de: <http://www.foretica.es>.
- Gan, A. (2006). The impact of public scrutiny on corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 69(3), pp. 217-336.
- Gibbert, M., Ruigrok, W. y Wicki, B. (2008). What passes as a rigorous case study?, *Strategic Management Journal*, 29, pp. 1465-1474.
- Grupo Zeltia (2009). Informe Anual Grupo Zeltia. Recuperado de: <http://www.zeltia.es>.
- Grupo Zeltia (2010). Informe Anual Grupo Zeltia. Recuperado de: <http://www.zeltia.es>.
- Grupo Zeltia (2011). Informe Anual Grupo Zeltia. Recuperado de: <http://www.zeltia.es>.
- Grupo Zeltia (2011). Memoria de RSC Grupo Zeltia. Recuperado de: <http://www.zeltia.es>.
- Grupo Zeltia (2012). Informe Anual Grupo Zeltia. Recuperado de: <http://www.zeltia.es>.
- Grupo Zeltia (2012). Memoria de RSC Grupo Zeltia. Recuperado de: <http://www.zeltia.es>.
- Hopkins, M. (1999). *The planetary bargain: Corporate Social Responsibility comes of age*. London: Macmillan Press.
- Kaler, J. (2000). Reasons To Be Ethical: Self-Interest and Ethical Business. *Journal of Business Ethics*, 27(3), pp. 161-173.
- Kolk, A. y Tuldars, R. (2010). International business, corporate social responsibility and sustainable development. *International Business Review*, 19(2), pp. 119-125.
- Larran-Jorge, M., Martínez-Martínez, D. y Muriel de los Reyes, M.J. (2013). ¿Qué habría de incluir una memoria de sostenibilidad? *Universia Business Review*, tercer trimestre, pp. 66-102.
- Leisinger, K. (2005). The corporate responsibility of the pharmaceutical industry: idealism without illusion and illusion without resignation. *Business Ethics Quarterly*, 15(4), pp. 577-594.
- Lloyd-Jones, G. (2003). Design and control issues in qualitative case study research. *International Journal of Qualitative Methods*, 2(2), pp.33-42.
- Maxwell, J.A. (1996). *Qualitative research design: an interactive approach*. Thousand Oaks: Sage.
- O'Riordan, L. y Fairbrass, J. (2008). Corporate Social Responsibility (CSR): Models and Theories in Stakeholder Dialogue. *Journal of Business Ethics*, 83(4), pp. 745-758.
- Philip, R. (2003). Corporate social reporting. *Human Resource Planning*, 26(3), pp.10-13.
- Piña, E. y Suárez, E. (2006). La estrategia de innovación en el grupo Zeltia. *Revista de Economía y Empresa*, 24(56), p. 171-180.
- Porter, M. E. y Kramer, M.R. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), pp.78-89.
- Retolaza, J. y Ruíz, M. (2006). The Utopia of the Enterprise Social Responsibility: The Solidarity-Based Enterprise. *Los Límites de la Responsabilidad Social de la Empresa, Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. España: AEDem Ediciones, pp. 411-433.
- Schmidheiny, S., Chase, R. y DeSimone, L. (1997). *Signals of change: business progress towards sustainable development*. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.
- Schwartz, M. y Carroll, A. (2003). Corporate social responsibility: a three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), pp. 503-530.
- Siggelkow, N. (2007). Persuasion with case studies. *Academy of Management Journal*, 50(1), pp. 20-24.
- Suárez, E. (2013). La Responsabilidad Social Corporativa: un nuevo paradigma para las empresas. *Encuentros multidisciplinares*, 15(45), pp.22-31.

VanWynsberghe, R. y Khan, S, (2007). Redefining case study. *International Journal of Qualitative Methods*, 6(2), pp. 80-94.

Weick, K. (2007). The generative properties of richness. *Academy of Management Journal*, 50(1), pp.14-19.

Recibido: 02 de junio de 2014

Aceptado: 22 de julio de 2014