



Responsabilidad Social Corporativa

RSC



Índice

¿Cómo surge la RSC? El entorno como influencia	4
Definición de RSC	4
La demanda social de un nuevo tipo de empresa.....	5
La implantación de una estrategia de RSC	6
Pasos para construir y aplicar un sistema de RSC	7
¿Cómo medimos la responsabilidad social corporativa?	8
El papel de los consumidores en la difusión y la aplicación de la RSC	10

Se autoriza la difusión de este informe por cualquier medio (impreso, correo electrónico, descarga desde otros sitios web, etc.), siempre que se reproduzca en su integridad. Si encuentras recomendables los contenidos de nuestro sitio puedes enlazar desde el tuyo a cualquiera de nuestras páginas en www.agorasocial.com.



Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) parte de un cambio en el concepto de empresa. Ya no se espera que ésta sólo genere beneficios, cree puestos de trabajo o pague impuestos para desarrollar su actividad dentro de la legalidad. Además, se demanda que demuestre sus compromisos con ciertos valores sociales y medioambientales. Nace así el concepto de empresa ciudadana como parte de la sociedad y como proyecto humano.

¿Cómo surge la RSC? El entorno como influencia

Algunos fenómenos han impulsado el desarrollo del concepto y gestión de la RSC:

- La globalización de las actividades económicas de las empresas.
- El mayor poder del sector privado y pérdida de influencia del sector público.
- La sociedad civil como elemento de presión frente a las malas prácticas y repetidos escándalos consentidos por gobiernos y empresas.
- Los repetidos casos de violación de los derechos humanos y laborales, así como la degradación del medio ambiente.

Todos estos factores y algunos más han provocado el cambio de concepto de una empresa tradicional que rendía cuentas a los grupos de accionistas (enfoque shareholders) a tener en cuenta la voz y necesidades de **grupos amplios de interlocutores, también llamados grupos de interés o stakeholders**. Son aquellas personas o grupos sociales afectados y preocupados por las operaciones de una empresa o que influyen en dichas operaciones.

TIPOS DE GRUPOS DE INTERÉS	DENOMINACIÓN
Internos	Accionistas
	Empleados
Externos	Clientes
	Proveedores
	Competidores
	Agentes sociales
	Administraciones públicas
	Comunidad local
	Sociedad y público en general
	Medio ambiente

Los objetivos de la RSC han de coincidir con las necesidades de estos grupos. Pero para lograr estos objetivos, la empresa ha de contemplar los siguientes principios:

- **Transparencia.** La empresa facilita a los grupos de interés la información que les resulte relevante y legítima.
- **Información.** La empresa rinde cuentas a los grupos de interés de manera que puedan comprenderla y resultarles relevante y legítima.
- **Implantación.** La empresa pone en marcha todas las acciones necesarias para poder cumplir con todos los compromisos adquiridos en este ámbito de actuación.
- **Mejora continua.** Tomar medidas para mejorar continuamente la gestión de la responsabilidad ética, social y medioambiental.
- **Verificabilidad.** La información y datos que hacen referencia a la gestión de la RSC tendrán que ser verificables.

Definición de RSC

Con la publicación del Libro Verde *Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas* en el año 2001, la Unión Europea tenía como objeto fomentar un amplio debate sobre la RSC de las empresas tanto a escala europea como internacional. Así mismo, pretendía estudiar cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes; fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras; aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación; y recoger opiniones sobre la responsabilidad social de las empresas a escala nacional, europea e internacional.

Resultado de este debate proviene la definición de RSC que aquí damos y que fue elaborada y recogida por cuatro organizaciones sociales (Amnistía Internacional, Economistas Sin Fronteras, Intermón Oxfam y SETEM) durante el año 2002:

Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.

Tomando como referencia esta definición podemos reflejar algunas observaciones adicionales, fruto de la aportación de las organizaciones mencionadas, que apoyan la construcción del marco conceptual de la RSC:

- La RSC debe regularse de un modo efectivo, vincularse a principios comúnmente aceptados, basarse en la legislación internacional relevante y responder en su alcance, contenidos y procedimientos de implantación a las demandas de la sociedad.
- La RSC debe basarse en que el desarrollo de una actividad empresarial como negocio es inseparable de la seguridad, la salud y el desarrollo de los empleados, así como de la protección del medio ambiente y el desarrollo de las comunidades en que las compañías operan.
- La preocupación empresarial sobre la RSC surgió de las influencias y presiones de la sociedad sobre las organizaciones empresariales. Por ello, su consideración como algo meramente voluntario es insuficiente y se hace necesario establecer una regulación mínima que marque las conductas esenciales a respetar por la comunidad empresarial.
- La RSC debe ser aplicable a todas las organizaciones empresariales, independientemente de su propiedad o naturaleza societaria.
- Las obligaciones y responsabilidades de las empresas deben incluir expresamente los derechos laborales básicos (derecho a la no-discriminación, prohibición del trabajo forzoso, libertad de asociación, derecho a un salario digno, derecho a descansos y vacaciones y no-contratación de mano de obra infantil); el derecho a la libertad y a la vida; la prohibición de la tortura y los malos tratos; el derecho de los empleados a la privacidad y a la propiedad; la libertad religiosa y de opinión; y la prohibición de sobornos.
- La RSC debe incluir el respeto a la soberanía de los países en que las empresas operan, a sus leyes, sus valores, sus objetivos y políticas de desarrollo económico, social y cultural; asimismo la obligación de respetar las comunidades locales, proteger el medio ambiente y cumplir con los acuerdos internacionales relevantes de modo que las empresas contribuyan de manera positiva a un desarrollo sostenible.
- La RSC debe ser extendida desde las empresas a sus subcontratistas, proveedores, clientes y socios de cualquier tipo.

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir de manera plena las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

La demanda social de un nuevo tipo de empresa

Durante los últimos años, ha aumentado la demanda de evaluación a las empresas no sólo en función de sus resultados económicos sino también por su responsabilidad social o sociocultural y medioambiental. Es lo que se ha denominado *Triple Bottom Line*, *Triple Balance* o Tres Áreas Principales de Responsabilidad Social Empresarial. No se trata de iniciativas particulares, existen índices y otras herramientas internacionales de medición que ya incorporan estas tres áreas sin las que no se puede entender el desarrollo de la empresa o más aún, el desarrollo de la empresa como proyecto ciudadano.



A) Responsabilidad económica

Tradicionalmente se ha entendido la responsabilidad económica de la empresa como la búsqueda del máximo beneficio y el máximo valor para el accionista. Sin embargo, el concepto de empresa ciudadana que venimos desarrollando contempla otros objetivos (concepciones morales y no una óptica exclusivamente utilitarista).

El comportamiento responsable de la empresa en esta área y desde el punto de vista económico de crear valor, vendría dado por el cumplimiento de las siguientes características:

- Para el accionista o propietario, garantizando un uso adecuado de su capital y el cumplimiento de sus intereses de todo tipo.
- Para el cliente, atendiendo a sus demandas ofreciendo precios competitivos y bienes y servicios de calidad.
- Para los proveedores, pagando precios justos por sus productos o servicios y sin abusar del poder del mercado.
- Para los empleados, preservando y creando empleo, pagando salarios justos, proporcionando beneficios sociales, formación, estabilidad y motivación.



Conforme a estos objetivos, la empresa tendrá que establecer sus prioridades dentro de los anteriores aspectos asumiendo así que el sistema político y sociocultural de su entorno tendrá un impacto significativo en ese *ranking*.

B) Responsabilidad Social

A veces se confunde la RSC con las actuaciones filantrópicas o con los donativos que la empresa realiza. Pero en realidad esta área viene desarrollada a partir del concepto de empresa ciudadana y sostenible, es decir, la empresa como miembro integrante de la sociedad con el deber de promover su desarrollo y la preservación vital en donde realiza su actividad.

En este sentido, podemos distinguir tres grados de desarrollo en la responsabilidad social de la empresa. El primero sería el cumplimiento de las leyes o normativa; el segundo, el respeto a las costumbres; y el tercero, la participación en la sociedad y la rendición de cuentas a la misma.

C) Responsabilidad Medioambiental

Durante todo el ciclo de vida del producto manufacturado por una empresa existe una intervención y alteración medioambiental. Dependiendo del tipo de producción que se utilice por parte de la empresa, una producción más limpia y sostenible o una producción de impacto sobre el medio con explotación de los recursos naturales, gasto energético, vertidos, contaminación, etc., la empresa contribuirá al desarrollo sostenible en el primer caso o a degradar paulatinamente el medio ambiente en el segundo caso.

La implantación de una estrategia de RSC

En la implantación de la estrategia de la RSC hay que tener en cuenta tres variables: la **dimensión interna** y la **externa** y el **enfoque global**.

Dimensión interna

Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y accionistas. Es en relación con los trabajadores cuando se hace referencia a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad y la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver con

la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción.

Dimensión externa

La RSC se extiende hasta las comunidades locales e incluye junto a los trabajadores y accionistas a un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, ONG defensoras de los intereses de los derechos humanos y laborales, de los intereses de los consumidores, de las comunidades locales, del medio ambiente... En un mundo globalizado en cuanto a inversiones multinacionales y cadenas de producción, la RSC de las empresas debe aplicarse a todos los países donde las transnacionales elaboren sus productos contratando o subcontratando.

Enfoque global de la responsabilidad social de las empresas

El *Libro Verde* de la UE pretende que las empresas que tienen comportamientos socialmente responsables los difundan y los comuniquen al resto de la sociedad. De la misma manera los interlocutores de las empresas deben exigir cada vez más a las empresas que tengan un comportamiento responsable.

La gestión o comportamiento socialmente responsable tiene la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas manifestadas por los grupos de interés, a través de la implantación de las estrategias económicas, sociales y medioambientales de sistemas de gestión específicos.

Pasos para construir y aplicar un sistema de RSC

Política de gestión

Establecimiento de una política de gestión de la RSC de la que partan los objetivos económicos, sociales y medioambientales que quedarán recogidos en su código de conducta.

Código de conducta

Establecimiento y mantenimiento de un código de conducta que, al menos, recoja lo siguiente:

- El alcance de la gestión de la RSC.
- Las necesidades expuestas por los grupos de interés y los compromisos de la empresa con los mismos.

- Cumplimiento de la legislación y de las herramientas básicas internacionales referentes a derechos humanos, laborales y medioambientales.
- Los procedimientos establecidos para el sistema de gestión de la RSC.

Planificación

- Identificación de necesidades y requisitos. Identificar los aspectos y problemas con necesidad de control o mejora con el fin de satisfacer las necesidades expuestas por los grupos de interés.
- Selección y priorización de los aspectos a trabajar según los problemas y necesidades identificadas.
- Establecimiento de objetivos con unos indicadores claros para realizar el seguimiento y evolución de los mismos.
- Identificación de los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para implantar y mantener el sistema de gestión de la RSC.
- Identificación y distinción de funciones y responsabilidades para asegurar el buen mantenimiento del sistema.

Implantación y operatividad

- Establecimiento de las mediciones de control operativo necesarias para conseguir los objetivos propuestos.
- Gestión de los recursos humanos: gestión de los empleados, contratistas y personal temporal, en relación con sus cualificaciones, capacitación y formación.
- Formación: la empresa ha de asegurar que los requerimientos del código de conducta sean conocidos y entendidos por todo su personal. También por los proveedores y contratistas.
- Comunicación: establecimiento de los canales necesarios de comunicación, tanto interna como externa, con los grupos de interés. La empresa ha de establecer y asegurar los procedimientos adecuados para consulta de información por parte del personal contratado y subcontratado, los accionistas, los inversores, clientes, proveedores y sociedad en general.

Verificación sistemática

Comunicación de los resultados obtenidos a los grupos de interés internos y externos.

Medición

Comprobación de los resultados y avances en las necesidades y requisitos identificados. La empresa ha de determinar las verificaciones y mediciones a realizar en relación con la RSC, además de su sistemática, alcance, herramientas y recursos para realizarlas. Para determinar cómo se realiza la recogida de datos se ha de tener en cuenta los compromisos adquiridos con cada grupo de interés.

Mejora

- Acciones correctivas: la empresa ha de poner en marcha acciones correctoras, asignando los recursos necesarios y apropiados de acuerdo con la naturaleza del problema.
- Acciones preventivas: la empresa ha de determinar acciones concretas para eliminar las causas de la problemática potencial y para prevenir su repetición.
- Mejora continua: la empresa ha de orientar su sistema de gestión de la RSC hacia la mejora continua de sus aspectos éticos y sociales.

Revisión del sistema

Para determinar su implantación, asegurar su sostenibilidad, adecuación y eficacia e identificar las mejoras a realizar.

Compromiso de la alta dirección

La alta dirección ha de comprometerse con el desarrollo e implantación del sistema de Responsabilidad Social Corporativa y también con la mejora continua del mismo.

¿Cómo medimos la responsabilidad social corporativa?

Las empresas han recurrido tradicionalmente a la evaluación económica para medir su comportamiento. Pero la empresa en la actualidad se concibe contando con tres áreas fundamentales: económica, social y medioambiental. ¿Cómo se pueden hacer medibles estos aspectos o, en definitiva, la RSC?

Sin duda, su evaluación requiere que todos los principios de los que hemos hablado anteriormente puedan convertirse en variables medibles, mediante estándares e indicadores.

Sin embargo, no existe acuerdo ni tampoco obligatoriedad en el uso de unos u otros instrumentos de medición de la RSC; queda a juicio y elección de la empresa si se va a adoptar alguno y cuál se va a adoptar. El contenido y formato de presentación de la información sobre RSC puede variar sustancial-

PRINCIPALES NORMAS RELACIONADAS CON RSC

PRINCIPALES NORMAS RELACIONADAS CON RSC	
SECTORIALES	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Amnesty International Human Rights Principles for Companies</i> (respeto a los derechos humanos) ● <i>Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices</i> (relaciones laborales en el sector textil) ● <i>FLA Charter Management</i> (relaciones laborales) ● <i>IFCTU Basic Code of Labour Practice</i> (relaciones laborales) ● ISO 14000 (medio ambiente) ● <i>Investors in People</i> (relaciones laborales). ● SA 8000 (relaciones laborales)
GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Accountability 1000</i> ● <i>Caux Roundtable Principles</i> ● <i>CERES Principles</i> ● <i>Ethical Trading Initiative Base Code</i> ● <i>Fortune's Corporate Reputation Index</i> ● <i>Global Reporting Initiative</i> ● <i>Global Sullivan Principles</i> ● <i>OECD Principles for Multinational Enterprises</i> ● <i>United Nations Global Compacts</i>

Aquel consumidor crítico que lo sea únicamente por una motivación personal, verá su inquietud satisfecha si consigue gastar su dinero de acuerdo con sus principios. Aquel que tenga, además, una motivación social, pretenderá que el consumo crítico se traduzca en una incidencia real sobre el modelo social.

Montse Peirón

Centro de Investigación e Información sobre Consumo, CRIC

mente de una empresa a otra. De ahí los problemas actuales de comparación.

En el debate que siguió a la publicación del *Libro Verde* ya se insistía en la necesidad de unificar y reducir el número de propuestas, sintetizándolas en una norma universal. Aunque esta propuesta no se ha llevado hasta el momento, existen algunas iniciativas puestas en marcha y que intentan superar los inconvenientes que supone el uso heterogéneo de instrumentos y, con ello, la presentación diversa de información.

La auditoría social

El proceso que mide o determina la RSC de una empresa se denomina auditoría social. Se define como el "proceso regular y externo para comprender, medir, informar y mejorar las realizaciones sociales de una empresa, básicamente a través del diálogo con los partícipes" (Gonella et al. , 1998).

El punto clave de la auditoría social son los grupos de interés o *stakeholders*. Así, se pone en práctica el concepto de empresa ciudadana en el que la empresa no sólo ha de rendir cuentas frente a los accionistas, sino ante los grupos de interés.

La medición de las variables en la auditoría social vendrá dada por el **Cuadro de Mando**, definido como el conjunto de indicadores cuyo seguimiento periódico permitirá contar con un mayor conocimiento de la situación de la empresa. Estos indicadores son instrumentos que representan la medición de los factores claves de la gestión y pueden ser de distinta naturaleza: cuantitativos, cualitativos, financieros, de resulta-

do (miden lo que ha pasado) y de proceso (miden lo que está sucediendo).

El diseño de un sistema eficaz de indicadores debe recoger las variables necesarias para describir el comportamiento socialmente responsable y la realidad de cada organización, teniendo en cuenta sus dimensiones interna y externa.

En cuanto al proceso de la auditoría de tipo social podemos reconocer, al menos, dos partes diferenciadas: la normalización y la certificación.

Normalización

Consiste en la elaboración, difusión y aplicación de unas normas por las que se establecen unos principios que son utilizados como reglas, directrices o definiciones y que aseguran la RSC.

La normalización se lleva a cabo en organismos reconocidos que, a través de procedimientos preestablecidos en los que participan todos los interesados en la materia tratada, elaboran y aprueban las normas, que son publicadas más tarde.

Certificación o *social rating*

Es el proceso llevado a cabo por una entidad reconocida como independiente, mediante la que se garantiza que la empresa está sujeta a la norma o estándar. Es un instrumento eficaz para la mejora continua de la gestión.

Las certificaciones en materia de RSC tienen un doble objetivo; por un lado pretenden, en el ámbito interno, consolidar los sistemas de gestión socialmente responsables con los que cuenta la empresa; por otro, intentan servir de garante frente a terceros

del cumplimiento de determinados comportamientos corporativos. Por tanto, su finalidad es formalizar y garantizar las prácticas en materia de RSC ante los grupos de interés. Para mantener su valor, han de ser emitidas y supervisadas por un tercero independiente a la empresa.

Algunas normas internacionales sí han completado un proceso de certificación con el fin de asegurar el cumplimiento de la RSC. Se trata de la ISO 14000 (medio ambiente) y de la SAI 8000 (relaciones laborales).

El papel de los consumidores en la difusión y la aplicación de la RSC

Por último, queremos recordar que los ciudadanos o, de manera más concreta, los consumidores, son también quienes han impulsado en mayor medida el proceso de la responsabilidad social de las empresas. Y esto ha ocurrido por medio de las decisiones

que han tomado ejerciendo un consumo ético y crítico. Aunque queda mucho por hacer, son numerosas las acciones que podemos emprender para que exista una difusión y aplicación real de la RSC:

- Ejercer como ciudadano, de manera individual o colectiva, el derecho a una información clara y veraz.
- Ejercer un consumo ético y crítico. Antes de comprar algo, podemos preguntarnos si lo necesitamos realmente y, sobre todo, preguntarnos en qué condiciones sociales y medioambientales se ha elaborado.
- Colaborar con las diferentes organizaciones de la sociedad civil en las campañas u otras herramientas de sensibilización y acción relacionadas con la RSC.
- Apoyar el ahorro socialmente responsable como otra forma de ahorrar e invertir que combina los beneficios sociales con los beneficios económicos.
- Apoyar el comercio justo y solidario que reduce la cadena de intermediarios y libera a los pequeños productores de los especuladores locales, garantizando un precio justo a los campesinos y artesanos. ■

Este informe es un extracto de la documentación de nuestro curso online **Responsabilidad Social Corporativa. ¿Cómo conseguir la colaboración de todos los agentes implicados en el desarrollo?**, que impartiremos a partir del próximo 29 de mayo. Visita www.agorasocial.com para conocer toda la información sobre este curso.

www.agorasocial.com

Ágora Social tiene como misión contribuir a una mayor profesionalización del tercer sector. Ofrece productos y servicios orientados a la mejora de la gestión y la formación de las entidades no lucrativas. Promueve la democratización de las asociaciones y fundaciones. Consideramos que los socios, los voluntarios, el personal contratado no deben ser objeto de una gestión puramente instrumental, orientada a extraer la mayor utilidad de ellos. Deben ser sujetos activos que desempeñen un papel importante en la toma de decisiones.

Nuestra función social se desarrolla en una doble vertiente: difundir el saber existente y aportar ideas originales sobre la gestión de las organizaciones no lucrativas; y proporcionar a nuestros colaboradores y colaboradoras una remuneración adecuada y una vía de desarrollo personal y profesional.

www.agorasocial.com

SERVICIOS DE COMUNICACION

- Elaboración de estrategias y planes de comunicación
- Manuales de identidad visual
- Servicios de gabinete de prensa
- Desarrollo, mantenimiento y promoción de sitios web
- Programas de comunicación interna
- Producción audiovisual
- Elaboración de e-boletines, revistas digitales, animaciones, presentaciones, etc.

SERVICIOS DE FORMACIÓN

- Consultoría
- Diagnóstico de necesidades
- Planificación
- Ejecución
- Evaluación