



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa
Centro Internacional de Investigación Inform. sobre la Economía Pública Social y Cooperativa
ciriec@uv.es
ISSN (Versión impresa): 0213-8093
ESPAÑA

2005
Alberto Andreu Pinillos
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UN CONCEPTO POR DEFINIR
CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, noviembre,
número 053
Centro Internacional de Investigación Inform. sobre la Economía Pública Social y
Cooperativa
Valencia, España
pp. 125-135

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal



Universidad Autónoma del Estado de México

<http://redalyc.uaemex.mx>

La Responsabilidad Social Corporativa: un concepto por definir

Alberto Andreu Pinillos

Subdirector General de Reputación, Marca y RSC
Telefónica S.A

1.- La Responsabilidad Social Corporativa: un concepto por definir

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) está de moda. Y estar de moda tiene tanto de bueno como de malo. ¿Qué tiene de bueno?. Pues que muchos, desde muchas posiciones, y desde muchos países piensan que detrás de ella pudiera haber un nuevo modelo de gestión para la empresa del SXXI que pone énfasis en la creación de valor sostenible y equilibrado para todos los *stakeholders* de una compañía (es decir, aquellos que, de alguna forma, tienen un cierto interés legítimo en tal o cual compañía). Pero... ¿qué tiene de malo?. Pues que cuando muchos, desde muchas posiciones, y desde muchos países piensan que quien está fuera de este movimiento está perdiendo la oportunidad de “salir en la foto” y de apuntarse a una bonita foto, se corre el riesgo de trivializar el concepto y de usarlo para poco más que un “*lifting*” interesante a la imagen de su compañía.

Por eso, es bien interesante la posibilidad que ofrece CIREC a varios profesionales del mundo de la RSC de poner en negro sobre blanco algunas ideas sobre la RSC. Además, el hecho de proponernos a todos responder a tres cuestiones concretas (¿Qué entiende Usted o su organización por Responsabilidad Social de las Empresas?; ¿Qué medidas de política pública deberían establecerse al objeto de fomentar la Responsabilidad Social de las Empresas?; y ¿Considera que debe existir una norma legal que regule la Responsabilidad Social de las Empresas, y en caso afirmativo, qué contenido mínimo debería de contemplar?.) centra bien el debate. Intentaremos, pues, responder a estas preguntas con nuestro mejor y leal saber y entender.

2.- ¿Qué entiende Usted o su organización por Responsabilidad Social de las Empresas?

La primera pregunta que nos plantea el Editor es sobre el concepto. A estas alturas del debate, me atrevo a decir que existen tantas definiciones como autores, lo que pone de manifiesto que la pregunta no es fácil y tiene trampa.

Actualmente, están circulando por ahí muchas expresiones que, para muchos, son casi sinónimos: Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Corporativa, Reputación Corporativa, Acción Social, Desarrollo Sostenible, Ética, Gobierno Corporativo, Filantropía empresarial... Sería muy tedioso y pesado definir y establecer las diferencias entre cada uno de estos conceptos por lo que me

parece que nos ayudará simplificar un poco las cosas. Para ello, creo que conviene dar tres pinceladas sobre el concepto

- Primera. La responsabilidad de la que aquí hablamos no es la responsabilidad de la que habla el artículo 1.902 del Código Civil sino la que define la Real Academia. Para el Código Civil, la responsabilidad se traduce en que *“el que por acción y omisión causa daño a otro, interviniendo culpa o negligencia, está obligado a reparar el daño causado”*. Sin embargo, para la Real Academia responsabilidad es *“poner atención en lo que se hace o decide”*. Es decir. Esto va más de hacer bien lo que hay que hacer que hacer por obligación lo que a todo el mundo se le exige hacer.
- Segunda. La sociedad a la que se refiere la RSC no sólo pone énfasis en la vinculación con el tercer sector, con la sociedad civil o con las ONG's, sino que incide en el impacto socio/económico de la empresa y las instituciones en las comunidades en las que operan. En otras palabras: la “sociedad” a la que se refiere la RSC no tiene que ver, sólo, con el apoyo a las clases desfavorecidas, sino la capacidad de generar valor, riqueza y relaciones excelentes con los clientes, con los proveedores, con los empleados, con los medios de comunicación y con las instituciones (públicas y privadas) con la que se relacionan las compañías. ¿O acaso pensamos que un cliente no es sociedad? ¿O un proveedor? ¿o un empleado?. Entendida así la palabra sociedad, se establece una clara diferencia entre la “S” que se esconde tras la RSC y la “S” que se esconde tras la Acción Social.
- Tercera. La Corporación a la que se refiere la RSC no sólo es la gran empresa multinacional, sino las instituciones (en su sentido amplio) que de forma directa o indirecta tienen capacidad de generar impacto socioeconómico en la comunidad en la que están desarrollando su actividad. ¿O es que una Administración Pública no puede aplicar los principios de la RSC? ¿O una PYME? ¿O, incluso, a una ONG? Si no entendemos así la palabra Corporación se daría la paradoja de que mientras que a una empresa cotizada se le penalizase un ejercicio no responsable de su actividad, mientras que un comportamiento semejante no sería relevante en el caso de un Ministerio o un Ayuntamiento.

Por este motivo, entendidas así las ideas fuerza con las que se construye el concepto de RSC, creo que, de una forma u otra, podríamos decir que la Responsabilidad social corporativa tiene mucho que ver con: la *“forma en la que se generan los ingresos”* (ingresos sostenibles a largo plazo en todos los aspectos); con los *“procesos de gestión”* que tiene una institución para relacionarse con sus grupos de interés o stakeholders (gestión excelente de la compañía y de sus recursos); y con *“la capacidad de generar riqueza y bienestar en las comunidades en la que una compañía está desarrollando sus actividades”* (gestión comprometida con el entorno en términos de estabilidad, inversión u, en su caso, apoyo a determinadas causas).

En este concepto amplio de las RSC cabe la Acción Social y Cultural (financiación de determinados proyectos en apoyo de las clases más desfavorecidas) y la Filantropía (apoyo financiero de causas nobles con fines altruistas) y cualquier otra cosa más. Pero la Responsabilidad Social Corporativa es algo más amplio y más difuso a su vez, porque, entendida de ésta forma, sus límites no son nada precisos y tiene más que ver con la forma en la que se gestiona una institución, que con una función concreta más o menos reconocida en el organigrama de una compañía.

Por eso, en Telefónica, hablamos de Responsabilidad Corporativa, más que de RSC. En primer lugar, y en palabras del Presidente recogidas en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2004, “en Telefónica ponemos tanto énfasis en los resultados de negocio como en el cómo conseguimos esos resultados”. Es decir, la responsabilidad está relacionada con la forma en la que se generan los ingresos. En segundo lugar, entendemos que la sociedad en la que operamos está formada por nuestros empleados, clientes, proveedores, accionistas, y por todos nuestros grupos de interés. Es decir, la idea de “lo social” es amplia porque pone énfasis en los procesos de relación con todos los grupos de interés. Y, en tercer lugar, entendemos que la responsabilidad de Telefónica está muy ligada a nuestra capacidad para actuar como motores de desarrollo social, económico y tecnológico de los países en los que operamos.

Por ello, para Telefónica, Responsabilidad Corporativa y gestión están directamente vinculadas. Una compañía de estas dimensiones mantiene a diario miles de contactos con todos sus stakeholders; gestionar esa relación de manera responsable, cumpliendo con su actividad y con los compromisos adquiridos, es la base de la responsabilidad social. Esto indica que, por tanto, cuando hablamos de responsabilidad social, estamos hablando de procesos, de sistemas de gestión, de un componente genético de la empresa. Por ello, nuestro proyecto se basa en dos grandes objetivos: la identificación de todos esos procesos en los que la reputación y la responsabilidad están en juego, y la implantación de planes de acción corporativos aplicados a todos ellos para convertirlos, precisamente, en oportunidades de generar confianza. Hemos analizado más de 2.000 procesos, y tenemos cerca de 40 planes de acción identificados; entre ellos destacan, por ejemplo, procedimientos concretos para gestionar aspectos “sensibles” como son los relacionados con la comercialización de contenidos para adultos, con el control del spam o con la accesibilidad de los productos y servicios del Grupo para personas con discapacidad, entre otros.

Pero, además de ésta concepción de la RC, que afecta a todas las empresas del Grupo, Telefónica también tiene una apuesta decidida por la Acción Social y Cultural a través de las actividades de la Fundación Telefónica, que hace un especial énfasis en la educación a través de las posibilidades que proporcionan las nuevas tecnologías como forma de integración de niños y personas desfavorecidas.

3.- ¿Qué medidas de política pública deberían establecerse al objeto de fomentar la Responsabilidad Social de las Empresas?

La segunda cuestión que nos plantea CIREC tiene intenta unir un binomio (políticas públicas y RSC) que no siempre se ha presentado de la mano. Quizá analizando el origen de cada concepto, podamos entender hasta qué punto pueden, o no, relacionarse.

Por una parte, dice la teoría de las políticas públicas que su objetivo es generar igualdad de oportunidades para los ciudadanos en el acceso a elementos de bienestar que, por su especiales características, no suelen ser cubiertos por la iniciativa privada.

Y, por otra, dice la teoría de la Responsabilidad Social Corporativa que la voluntariedad es un eje fundamental del concepto y que la RSC entra a actuar cuando termina el imperio de la ley. En otras palabras, que la RSC va más allá del cumplimiento estricto de la ley y que, en consecuencia, ha de ser voluntaria. En este sentido, numerosas iniciativas internacionales (Global Compact de Naciones Unidas, modelo de reporte de GRI, recomendaciones de la Comisión Europea, directrices de la OCDE...) confluyen en la voluntariedad como idea asociada intrínsecamente a la RSC.

En consecuencia.... ¿qué cabida tienen las políticas públicas en un concepto que, por definición, es voluntario?.

Para empezar, una posible respuesta a este dilema lo encontramos en el primer texto que ha salido del Foro de Expertos de RSC del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. En su punto tercero, se dice que *“La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”*.

En esta definición caben tanto el cumplimiento estricto de la ley como la integración voluntaria de criterios de RSC en el gobierno corporativo, en la gestión, en la estrategia y en los procedimientos. Por eso, las políticas públicas que en Europa parecen haber dado mejor resultado son aquellas que motivan a las empresas, las que premian y reconocen el esfuerzo y la excelencia, sin ahogar la voluntariedad. Se trataría más de establecer un marco promocional, un sistema de reconocimiento, que permita seguir avanzando a las empresas, sean multinacionales o Pymes, al ritmo adecuado y que, de alguna manera, pudiera tocar algunos aspectos como los siguientes:

- Contribuir a la clarificación de conceptos. No tanto establecer un marco definitorio, sino el perímetro descriptivo, dentro del cual se debería desarrollar la RSC.
- Dotar a las empresas que quieran efectivamente implantar la RSC de una herramienta o guía práctica y eficaz de referencia.
- Facilitar su adaptación a la específica actividad de la empresa, su tamaño y al contexto geográfico en el que opera
- Permitir un avance progresivo teniendo en cuenta las diferentes situaciones de partida y el nivel de desarrollo que la empresa desee alcanzar en este ámbito.
- Facilitar la comparación, estableciendo un sistema de medición que sea de utilidad para los diferentes grupos de interés internos y externos.
- Coadyuvar a las empresas en la “exportación” de buenas prácticas en materia de RSC a otros países con legislaciones sociales, laborales o medioambientales más laxas que la española o comunitaria
- Integrar modelos, iniciativas y estándares, extrayendo los mínimos comunes.
- Aportar credibilidad a las actuaciones que las empresas emprendan en este ámbito.

4.- ¿Considera que debe existir una norma legal que regule la Responsabilidad Social de las Empresas?, y en caso afirmativo, ¿qué contenido mínimo debería de contemplar?

Para responder a esta pregunta, conviene hacer algunas consideraciones de partida. En primer lugar, la legislación española y europea ya regula de manera nítida los aspectos más nucleares de la Responsabilidad Corporativa. Así, la CNMV establece obligaciones claras para las empresas cotizadas en materia de transparencia y gobierno corporativo; la legislación laboral es muy precisa en materia de derechos humanos laborales, en materia de integración laboral de personas con discapacidad o, por ejemplo, en los aspectos relacionados con contratas o subcontratas; la legislación en materia de competencia también es amplia en materia de prácticas colusorias de la competencia, en materia de consumo, o en el comportamiento de sectores regulados; la legislación medioambiental es también muy exigente en temas de consumo o, por ejemplo de residuos.

En segundo lugar, no parece que tenga lógica que exista una legislación que obligue a las compañías a realizar de manera obligatoria financiación a programas sociales, como los que tradicionalmente se vinculan a la acción social y cultural. Es decir: no se puede obligar por ley a una empresa a realizar financiaciones filantrópicas de obras sociales, como tampoco se la puede obligar a que imponga entre sus empleados, por ejemplo, un programa de voluntariado corporativo.

Y, en tercer lugar, conviene preguntarse también por la posibilidad de la extraterritorialidad de la legislación española en contenidos nucleares de la Responsabilidad. ¿Hasta qué punto se le puede pedir a una compañía multinacional española que, por ejemplo, “exporte” de forma obligatoria las prácticas de previsión social o de gestión medioambiental a sus operaciones internacionales en aquellos países cuya legislación laboral o medioambiental es más laxa que la legislación comunitaria?.

Creo que estas tres consideraciones son necesarias a la hora de preguntarse dónde puede haber una legislación. Y es que, por un lado, legislar la excelencia, es decir, la gestión excelente de los procesos de relación de una empresa con sus stakeholders no parece ser posible. Por otro, legislar la forma y el fondo de la filantropía empresarial, pues tampoco tiene mucha lógica. Además, como hemos visto, ya hay muchos aspectos nucleares de la Responsabilidad que son objeto de legislación, española o comunitaria.

Por tanto... ¿qué hueco le quedaría a una legislación cuyo objetivo fundamental fuese promover e impulsar la gestión Responsable (excelente) de las instituciones (en su sentido amplio) que de forma directa o indirecta tienen capacidad de generar impacto socioeconómico en la comunidad en la que están desarrollando su actividad?. El derecho comparado de nuestro entorno europeo han incluido en su sistema legislativo dos piezas concretas.

- La primera de ellas es el reporte de sostenibilidad en un sentido amplio, en el que se establece la obligatoriedad a las empresas cotizadas a realizar informes sobre esta materia. Por ejemplo, en Francia desde enero de 2002, una ley de regulación económica (LOI 116) obliga a las empresas francesas cotizadas a publicar informes de sostenibilidad. La ley francesa divide la comunicación RSC en cuatro ámbitos: comunidad, recursos humanos, estándares laborales, y gestión del medioambiente.
- La segunda de ellas es la palanca de la llamada inversión socialmente responsable. Así, por ejemplo, en Inglaterra se ha propiciado que los fondos de inversión y pensiones apliquen criterios de responsabilidad y sostenibilidad en sus inversiones y que, además, realicen inversiones en fondos éticos. Este fenómeno está impulsando en el Reino Unido el volumen de la inversión socialmente responsable y se estima que en el 2008 pueda llegar a un 15% del total de la inversión de aquel país.

Fuera de estos dos “huecos”, la legislación en RSC se hace extremadamente compleja, porque, de hecho, la propia concepción del Estado como social, democrático y de derecho irá impulsando progresivamente más políticas sociales.

Lo que sí cabe, es, como comentaba en la pregunta segunda, una política pública de promoción de la Responsabilidad Corporativa especialmente a aquellas empresas transnacionales que, de algún modo, contribuyen a “exportar” prácticas responsables a países con legislaciones más laxas que las españolas y comunitarias. Aquí se abre un campo de actuación muy interesante y merece destacar el caso de Suecia, donde la RSC se gestiona desde su Ministerio de Asuntos Exteriores, ya que se ha entendido que las empresas suecas son embajadoras de los valores de la sociedad sueca.

5.- Algunas conclusiones

El debate no es pequeño. Estamos ante un momento en el que, como trasfondo de la RSC nos encontramos un mundo que se mueve en una economía global, donde las deslocalizaciones se han convertido en un factor clave de competencia y en el que la presencia del estado es cada vez más reducida en materia de políticas sociales.

En este contexto parece existir como trasfondo la idea de que sean las empresas las que ocupen el territorio que, progresivamente, han ido abandonando los poderes públicos. Muchos, de hecho, justifican esa idea bajo la premisa de que las empresas deben devolver a la sociedad una parte de sus beneficios para legitimarse y justificarse. Sin embargo este debate, entendido de esta manera, no puede llevarnos más que a gravar con más "impuestos indirectos" a las empresas.

Por ello, lo más importante es entender de qué concepto estamos hablando. No pueden utilizarse como sinónimos las expresiones acción social, responsabilidad social corporativa o responsabilidad corporativa. Confundir estos conceptos es confundir el objeto del debate y pudiera llevar a algunos a pensar que, a partir de ahora, las empresas están obligadas por ley a "patrocinar" o financiar parte de las políticas sociales que no pueden hacer los estados. A esa conclusión podría llegarse si no se deslindan los conceptos.

Espero haber contribuido con un pequeño grano de arena a clarificar el debate.

ANEXO: Políticas públicas de RSC comparadas

DINAMARCA

Primer país en legislar sobre la información medioambiental de las compañías en 1995, requiriendo informes públicos a más de 3000 empresas; el número de empresas que se suman al mandato crece cada año. La calidad de los informes es evaluada desde agencias gubernamentales. El Ministerio de Comercio e Industria de Dinamarca se encarga de promover la incorporación de medidas para promocionar la elaboración de informes empresariales RSC.

NORUEGA

Una serie de medidas incluidas en la nueva Ley sobre Contabilidad (Regnskapsloven), obliga a las compañías a incluir información medioambiental en los informes financieros anuales

SUECIA

Es preciso incluir información medioambiental en los informes financieros anuales, medida que afecta a 20000 empresas; desde 1997 todas las agencias gubernamentales implantaron sistemas de gestión medioambiental y debían informar anualmente sobre sus progresos. Los requerimientos legales han venido acompañados de una serie de consejos para facilitar la implantación de las medidas, en este caso elaborados por la organización de Analistas Financieros Suecos

FRANCIA

Desde enero de 2002, una ley de regulación económica (LOI 116) obliga a las empresas francesas cotizadas a publicar informes de sostenibilidad. La ley francesa divide la comunicación RSC en cuatro ámbitos: comunidad, recursos humanos, estándares laborales, y gestión del medioambiente.

REINO UNIDO

En el ámbito de la promoción de la transparencia informativa en materia de RSC conviene destacar la iniciativa promovida por la Cámara de los Comunes Británica en junio de 2002, la CSR Act. En el mes de marzo del año 2000, el Primer Ministro británico, Tony Blair, nombró a Kim Howells como Minister for Corporate Social Responsibility (CSR). Su función es trabajar con la empresa para promover prácticas de RSC. Al mismo tiempo, ha elaborado un programa interministerial para coordinar la acción gubernamental en el campo de la RSC. El programa pasa por el uso de las políticas públicas como orientación e incentivo para las mejores prácticas empresariales; por la promoción del consenso, en el Reino Unido e internacionalmente, sobre códigos de actuación; y por la promoción de un marco adecuado para la comunicación y el escrutinio RSC.

ALEMANIA

El gobierno promueve y guía la información medioambiental, sin que ésta sea requerida por ley. Desde el gobierno alemán se ha dado prioridad al sistema de gestión medioambiental EMAS 59, Eco-Management and Audit Scheme, también como herramienta para la comunicación corporativa en asuntos medioambientales. Por otro lado, una serie de directrices del gobierno para la información voluntaria, en línea con GRI pero menos ambiciosas, fueron publicadas en febrero de 2002. Desde julio de 2002, se exige a las empresas que declaren cuándo estas directrices son tenidas o no en cuenta.

EEUU

- La Agencia de Protección Medioambiental (EPA) tiene establecido un directorio de sustancias tóxicas, el denominado Toxic Release Inventory (TRI). Todas las compañías, incluidas PYMES, están obligadas a facilitar los datos relativos a las emisiones de las sustancias contenidas en este directorio. La EPA mantiene la base de datos de TRI abierta al público.
- La Securities and Exchange Commission (SEC) exige a las compañías cotizadas, a través de un formulario predeterminado, información acerca de posibles procedimientos judiciales abiertos por motivos medioambientales.
- El Congreso aprobó en junio de 2001 la Sudan Peace Act, que exige a las compañías que deseen captar capital en el mercado norteamericano una serie de requerimientos informativos, como dar cuenta de la relación de las actividades de estas compañías con posibles violaciones de los derechos humanos en Sudán.

JAPON

En el año 2000, el Ministerio de Medio Ambiente de Japón hizo públicas unas Directrices sobre Información Medioambiental, acompañadas de una serie de Indicadores de Actuación Medioambiental, que básicamente siguen el modelo propuesto por Global Reporting Initiative; esta iniciativa ha tenido alguna influencia en el hecho de que en Japón un 72% de las cien mayores compañías hayan publicado información medioambiental en 2001 (frente al 56% de 1999).

NUEVA ZELANDA.

En Nueva Zelanda no hay ningún requerimiento legal que exija la comunicación RSC, pero el gobierno ha comenzado un proceso de información RSC que afecta a todas las administraciones públicas, a modo de demostración para el sector privado. En otros casos son los reguladores quienes introducen medidas que incrementan la transparencia RSC.

CANADÁ

En Canadá, la Securities Commission pide a las empresas que faciliten información acerca de posibles incidencias futuras, operativas y financieras, vinculadas a las prácticas medioambientales de las compañías.

AUSTRALIA

En Australia existe un directorio, el National Pollutant Inventory. Durante el año 2000 entró en vigor la reforma Corporations Law, que exige a las compañías información pública detallada acerca de cómo se aplica, en el seno de cada empresa, la legislación medioambiental.

SUDÁFRICA

En marzo de 2002 se presentó el nuevo Informe King sobre Gobierno Corporativo para Sudáfrica, también conocido mediante la abreviatura King 2. Se trata de un código de buen gobierno que tiene la peculiaridad de referirse a la necesidad de publicar informes de sostenibilidad, con una información social y medioambiental fiable, clara, relevante, comparable y verificable, de acuerdo al modelo propuesto por Global Reporting Initiative. En junio de 2002, la Bolsa de Johannesburgo (JSE) ha exigido a todas las empresas cotizadas el cumplimiento de lo contemplado en el informe King 2, incluyendo el capítulo quinto, que se refiere a la transparencia RSC.