

Apéndice 1

La RSC en España, una visión desde el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa

*Cecilia Carballo**

Qué se entiende por responsabilidad social de las empresas en la actualidad

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un concepto que está en auge, pero que carece de una definición y de un alcance universalmente aceptado. La confusión que a menudo existe entre los términos de RSE/RSC y acción social, unido a su uso como mera herramienta de cosmética e imagen corporativa, pueden devaluar el sentido de un término que nace desde la conciencia de que la empresa es un actor básico para promover el desarrollo sostenible de la sociedad de la cual forma parte.

Diferentes argumentos se vierten a favor de la RSC desde distintas ópticas e intereses, morales, económicos o sociales. Entre las razones económicas (empresariales y macroeconómicas) esgrimidas a favor de un comportamiento socialmente responsable de la empresa nos encontramos con la posible correlación positiva y bi-direccional entre rentabilidad financiera y responsabilidad social (Orlitzky y otros, 2003), la reducción de riesgos por conflictos con los grupos de interés, la generación y acumulación de intangibles a través de la reputación y la buena imagen comercial, la protección y fomento de las inversiones específicas, la compensación de los riesgos no diversificables asumidos, el desarro-

* Cecilia Carballo es codirectora de la Fundación IPADE y actualmente ejerce la Presidencia del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa en España.

llo de la innovación y el aprendizaje de la organización, la obligación de interiorizar los efectos externos.

En España, las empresas han comenzado hace poco a interesarse por el desarrollo de la RSC y su implantación como factor estratégico de la organización. El desarrollo de la misma está siendo dispar, no existe una línea homogénea de trabajo al respecto aunque es cierto que se evidencian importantes avances respecto a su grado de implantación. La evolución es lenta pero con importantes logros.

Para el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa (OBRSC) el sector empresarial es un motor clave en la reducción de la pobreza y la consecución de un mundo más justo y equitativo. Defendemos el principio de que no hay buenas o malas empresas, sino buenas o malas prácticas empresariales. No obstante, consideramos que la RSC no es una cuestión de ámbito puramente empresarial, sino que trata del tipo de sociedad que queremos construir y del papel que asumen las partes que la conforman, y que no responde a una actitud altruista por parte de los diferentes actores (no existe la caridad sin justicia), sino a la constatación de un déficit. El debate actual de la RSC surge de un replanteamiento de la función y de la responsabilidad de las empresas en un entorno global, resaltando todo lo relacionado con los impactos que generan en los distintos ámbitos (social, medioambiental y económico) y que afecta a los distintos grupos que conforman la sociedad.

Tal y como la entendemos, «la RSC es el conjunto de obligaciones legales (nacionales e internacionales) y éticas de la empresa, que surgen de la relación con sus grupos de interés y del desarrollo de su actividad, de la que se derivan impactos en el ámbito social, medioambiental, laboral y de derechos humanos en un contexto global».¹

Esta definición se basa en una serie de principios que creemos son ineludibles, y por tanto cualquier otra definición alternativa debería, desde nuestro punto de vista, recoger al menos estos elementos:

- La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas sobre las Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales con respecto a los Derechos Humanos, Directrices para empresas multinacionales de la OCDE, etc.).
- La RSC es de carácter global, es decir, afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus participadas, así como en todas las áreas geográficas donde desarrollen su actividad. Afecta por tanto, a toda

la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.

- La RSC ha de comportar compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.
- La RSC se evidencia en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico.
- La RSC se orienta a la satisfacción de las expectativas y necesidades de los grupos de interés; para lo que es necesario la generación de canales y mecanismos de diálogo adecuados que permitan mantener una comunicación fluida, transparente y eficaz.

Esto significa que la gestión de la RSC «supone el reconocimiento e integración de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos en la propia gestión de la empresa. Para ello se deben generar políticas, estrategias y procedimientos que permitan satisfacer dichas preocupaciones y que configuren sus relaciones, de forma transparente, con sus grupos de interés».²

Este concepto se basa en que la responsabilidad se genera en cada decisión que toma la empresa (tomada en libertad y con opciones a elegir), dando lugar a una acción o grupo de acciones en las que se invierten recursos y se producen resultados y externalidades, que a su vez generan impactos positivos o negativos y afectan a las distintas partes interesadas. Desde el OBRSC defendemos que la responsabilidad de las empresas ante los impactos que se generan sobre bienes públicos y globales (capa de ozono, potabilidad del agua, etc.), bienes privados (valor de la acción, etc.) y en definitiva sobre la propia persona influyendo en su derecho a disfrutar de una vida digna (salud, derechos laborales, seguridad, recursos económicos...) debe ser asumida y gestionada por la empresa a través de medidas de prevención, mitigación y, en su caso, compensación de los daños generados.

Esta forma de entender las relaciones de la sociedad, hace que los distintos agentes que la conforman no sean ajenos, sino partes muy interesadas en cómo se desarrollan e implantan los conceptos y modelos de la RSC. Los estados, las organizaciones civiles, sindicales, de consumidores y de usuarios, sociales y de otro tipo cada vez reconocen con mayor frecuencia la RSC como una palanca para resolver o mitigar algunos de los problemas de la sociedad y de la economía globalizada. Por otro lado, la RSC contribuye a la mejora integral de la calidad de gestión de la empresa, a la identificación, mitigación y control de riesgos, y a que desempeñe un papel más positivo con todos sus grupos de interés y con la sociedad. En esa medida, la generalización de las prácti-

cas de RSC puede tener una doble utilidad social: potenciar las aportaciones positivas de las empresas a la sociedad y, sobre todo, consolidar un tejido empresarial más consistente, eficiente y competitivo. Por tanto, su generalización puede fortalecer la competitividad de la economía nacional y su capacidad de desarrollo. Parece, por tanto, absolutamente lógico y positivo que las administraciones públicas se planteen el estímulo y la extensión de la RSC por entenderse como algo claramente conveniente para la economía nacional y para la sociedad.

Los poderes públicos pueden y deben establecer políticas públicas como las siguientes:

1. Unas políticas de promoción e incentivos de la RSC, aplicables no sólo a las grandes empresas, sino también a las PYME. No debemos perder la perspectiva de la realidad que nos muestra que más del 98% del tejido empresarial español son PYMES, y que, sin ánimo de resultar catastrofista, se van a ver abocadas a la adopción de este nuevo sistema de gestión. Bien como imperativo de las grandes empresas, de las que son proveedoras o partes contractuales habituales; bien como presión de los intermediarios financieros, que están comenzando a exigir modelos de gestión adecuados más allá del ámbito financiero para acceder al capital; bien como consecuencia de la introducción de cláusulas sociales o medioambientales en los pliegos de licitaciones públicas.
2. Se deben regular y universalizar los aspectos cruciales que dan credibilidad y rigor a la RSC: el reporte de las empresas a las partes interesadas y a la sociedad en general y la verificación de dicho reporte.
3. Una tarea de fomento, es decir, de educación y formación, información y apoyo técnico para el desarrollo de la RSC entre los diversos agentes de la sociedad civil, en toda la sociedad en general, y entre las empresas y sus directivos en particular.
4. Una consolidación de la voz de las partes interesadas, es decir, de los consumidores, los trabajadores, las organizaciones de la sociedad civil interesadas en la empresa, sean medioambientales, de Derechos Humanos, de desarrollo, etc.
5. Una mediación entre éstas y las empresas, mediante la creación de instrumentos de deliberación y concertación.
6. Los poderes públicos tienen también que impulsar dentro del mismo Estado, en todas sus actividades económicas, empresas públicas y organismos públicos las mismas pautas de conducta responsable que intenta promover en la sociedad.

7. Finalmente, los poderes públicos tienen que utilizar los criterios de la Responsabilidad Social como guía para toda la normativa administrativa, con el fin de proteger, entre otros, los derechos de los consumidores, no permitir las agresiones a los derechos humanos, alcanzar la máxima observancia de estándares laborales dignos y no discriminatorios, respetar el medioambiente y erradicar cualquier corrupción así, como cualquier otro aspecto en el que se identifique una desprotección de derechos básicos.

La sociedad civil y la RSC

Por parte de algunos sectores se cuestiona la legitimidad de las ONG para intervenir en el debate de la RSC, sin embargo muchas de estas organizaciones están posibilitando el despertar de la sociedad civil hacia estos temas, convirtiéndose en transmisores y catalizadores de sus inquietudes y en instrumentos válidos de representación.

La mayor parte de estas organizaciones trabajan a favor de la equidad de género, la justicia económica y social, la protección del medioambiente, la inclusión de los derechos humanos; en definitiva, contribuyen a la creación de un mundo más igualitario libre de desigualdades y desequilibrios.

Por otro lado, gracias a la perseverancia y buen hacer de muchas de estas organizaciones se han promovido instrumentos que desde el actual sistema abogan por un mundo más sostenible y una sociedad más justa. Algunos ejemplos para destacar son las inversiones socialmente responsables, el comercio justo y la RSC vista desde la inclusión de los intereses de la ciudadanía.

El papel de las ONG ha adquirido una especial efectividad y relevancia con la globalización y las nuevas problemáticas sociales derivadas de ella. Han desarrollado metodologías e instrumentos para actuar desde dentro del mercado y, en muchas ocasiones, trabajan con empresas, consumidores y administraciones para el logro de cambios positivos. La pérdida de capacidad de los gobiernos para regular en una economía global, la caída en la influencia y poder de los sindicatos, la necesidad de las empresas de mantener su legitimidad de cara a la sociedad, el trepidante desarrollo de las tecnologías de la información y la creciente credibilidad de las ONG como fuente de información veraz y rigurosa, han convertido a estas organizaciones en un agente a tener en cuenta dentro del mercado.

Son muchos los ejemplos de organizaciones que a través del desarrollo de determinadas acciones directas (campañas, boicots, activismo

accionarial) han conseguido de forma consciente una movilización de los consumidores, con efectos directos en las ventas de las compañías e indirectos sobre el capital reputacional de las mismas. Estas acciones provocan sobre la compañía un riesgo financiero mucho mayor que la sanción impuesta directamente desde la administración (Bendell, 2000). Este hecho es fundamental para entender por qué muchas empresas ven a las ONG como interlocutores válidos y legitimadores de su actividad. Mientras los sindicatos conseguían movilizar a los trabajadores, la sociedad civil desarrolla políticas de movilización de consumidores e inversores.

Las ONG están jugando un importante papel en cambiar políticas y prácticas empresariales. Sus campañas se están constituyendo en una nueva y emergente forma de regulación para multinacionales, es lo que se conoce como «regulación civil». Están determinando los estándares para el comportamiento de la empresa, a través del diálogo y la gestión, y las empresas están incrementando sus preferencias a la hora de implementar dichos estándares (Bendell, 2000). Tenemos múltiples ejemplos de cambios de estrategias empresariales consecuencia de las presiones ejercidas desde organizaciones de la sociedad civil ante determinadas actuaciones empresariales: Shell en Nigeria o Nike en Indonesia, por citar algún caso. Incluso en España se observa una adecuada progresión en los entornos de las empresas cotizadas en el IBEX, tal y como refleja el último informe de la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES 2005) y la paulatina implantación de medidas de RSC en pymes.³

El desarrollo de la RSC en España

En España, al igual que en otros países, la gestión de la RSC supone el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores. En los últimos años, han venido fraguándose alianzas entre empresas o asociaciones empresariales a favor de la RSC. Este tipo de iniciativas son bienvenidas, están evolucionando y esperamos que pronto sea posible evaluar su eficacia. Sin embargo, en tanto las empresas desarrollan políticas de RSC para integrar las preocupaciones del resto de los actores involucrados en sus procesos, parece necesario que, como complemento a la iniciativa empresa-

rial, esta integración se haga también desde el resto de los actores implicados que forman parte (al igual que la empresa) de la sociedad.

En los últimos años, las ONG españolas, organizaciones sindicales y de consumidores están trabajando desde diferentes departamentos y áreas de trabajo el nuevo concepto de la RSC (investigación, estudios y campañas, relaciones con empresas, RSC hacia dentro de nuestras organizaciones, comercio justo, derechos humanos y negocios, medioambiente y sostenibilidad empresarial, inversión ética, consumo responsable, etc.). También empiezan a dialogar con empresas y con las organizaciones patronales compartiendo mesa en grupos de trabajo y foros destinados a la RSC. Paralelamente y desde hace tiempo, estas entidades sociales comienzan a establecer convenios o alianzas con empresas para la financiación de proyectos sociales o medioambientales, o para la inserción laboral de determinados colectivos. Sin duda, se trata de una oportunidad única y necesaria para conseguir implicar al sector privado en la sociedad pero también implica cierto riesgo en la reputación para las organizaciones si la alianza se establece con empresas que se comportan contrariamente a los valores y principios defendidos por las organizaciones sociales. De ahí la necesidad creciente de conocer y analizar con el máximo rigor el comportamiento social y medioambiental de las empresas con las que dichas organizaciones establecen algún tipo de relación o alianza. Esta tarea resulta bastante compleja bien por la dificultad de acceso a información no financiera de las empresas, bien por la complejidad y el entramado de relaciones comerciales y financieras de los grandes grupos empresariales, pero es vital para no incurrir en actitudes incoherentes y preservar su reputación.

La realidad es que las organizaciones sociales cuentan (por problemas de dimensión y especialización) con una capacidad relativa en términos de medios humanos y financieros para poder conocer el impacto social y medioambiental de las corporaciones con las que directa o indirectamente se relacionan y para poder entablar un diálogo constructivo con ellas. De ahí la necesidad de unir esfuerzos y aprovechar sinergias. Éste es el espíritu del OBRSC.

Asimismo y por coherencia, las organizaciones sociales debemos aplicar internamente los mismos criterios de RSC que exigimos a las empresas, es cierto que nuestro punto de partida es distinto, que la finalidad de nuestras organizaciones está bien diferenciada de aquéllas, y que los impactos negativos que generamos no son comparables; sin embargo, nuestra naturaleza o finalidad no nos exime en cuanto a las obligaciones respecto de los grupos de interés a los que nos debemos o con quienes tenemos relación. Debemos conocer las implicaciones que la

RSC supone para nuestras organizaciones y los riesgos inherentes a ello, discutir de forma compartida los procedimientos que debemos seguir para poner en práctica dichos principios y sobre todo para comunicarlos a la sociedad en su conjunto y a nuestra base social. El OBRSC se concibe también como red o canal de comunicación interna, sensibilización y formación en temas de RSC entre las propias entidades sociales participantes.

Por último, dado el enorme interés que está despertando la RSC entre las empresas y la necesidad de diálogo con la sociedad que la auténtica aplicación de la RSC conlleva, el OBRSC se configura en el altavoz que traslada a dichas empresas, a la sociedad (beneficiaria de su labor social) y a los poderes públicos una opinión clara en materia de RSC y la incidencia del sector privado en un mundo cada vez más globalizado.

La Asociación Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa en España (OBRSC).⁴ Un año de vida próspera

El OBRSC es una red que fomenta la participación y cooperación entre organizaciones sociales que desde diferentes puntos de vista vienen trabajando en temas relacionados con la RSC.

Se trata de un organismo independiente capaz de servir de complemento y también de contrapeso a la actividad de las empresas: colaborar con el sector privado, pero también vigilar que el concepto de RSC no se desvirtúe, y que su implantación en España sea plena y satisfactoria.

Al mismo tiempo, el OBRSC en España está sirviendo como plataforma de estudios e investigación, centro de pensamiento y generación de opinión, comunicación y sensibilización permitiendo la coordinación de iniciativas por parte de las distintas organizaciones que con carácter independiente trabajamos en este sector reforzando e integrando estos conceptos en cada una de las organizaciones miembros.

Asimismo, las organizaciones adheridas al observatorio somos conscientes de la importancia e influencia del papel que la sociedad civil organizada ha tenido, tiene y tendrá tanto en la definición de estrategias de gestión por parte de las empresas de su RSC, como en las políticas que los estados apliquen para su regulación y promoción; en la credibilidad en los sistemas de aseguramiento, escrutinio, verificación y transparencia de las políticas difundidas de RSC; así como en la percepción de los comportamientos sociales de las empresas y, por

tanto, en la generación de confianza en ellas por parte de la opinión pública.

El OBRSC nace con una clara vocación de generador de opinión, independiente, sin ligazón alguna a intereses empresariales, capaz de presentar ideas innovadoras, informaciones veraces y rigurosas, y propuestas de reflexión positivas para una aplicación de la RSC que genere verdaderos impactos positivos a la sociedad y a todas las partes interesadas que la conforman.

Desde hace pocos años los aspectos relacionados con la RSC han ido haciéndose cada vez más presentes en las agendas económicas, sociales y políticas de nuestro país y en nuestro entorno. Esto ha llevado a que sea motivo de múltiples congresos, ponencias, publicaciones, cursos, artículos periodísticos, así como para la formación de foros y organismos dedicados a su estudio, fomento y desarrollo. Todo ello ha propiciado la creación de departamentos o áreas en algunas empresas donde se intenta la coordinación unificada de la gestión de los distintos aspectos de la RSC. Esto, sin duda, ha dado lugar a la aparición de planes, declaraciones e incluso informes relacionados con la RSC o con algún área relacionada con ella. Se ha hecho patente que la calidad, coherencia y precisión de muchos de los documentos generados es muy variable, y no se ha realizado un estudio completo y comparativo de los mismos. Y, sobre todo, todavía no se ha realizado este análisis con herramientas y metodologías sistematizadas con el fin de obtener resultados objetivos mensurables y, por ende, comparables.

¿Qué piensa el Observatorio de la RSC?

La RSC como palanca de cambio y transformación social

El acercamiento hecho desde alguno de los ámbitos, y por algunos actores hacia la RSC, ha sido especialmente superficial; aparentemente ha intentado satisfacer ciertas demandas, sin haber realizado un sosegado análisis de las implicaciones reales de la RSC. Por ello, no se ha permitido descubrir las implicaciones de considerar la RSC como un factor importante no sólo en la gestión empresarial, sino como una palanca de cambio y transformación social positiva.

También, aunque se observa un aumento de profesionalización y formación en relación con los últimos dos años, todavía se evidencia un desconocimiento generalizado sobre los aspectos que engloba la RSC, así como sobre las principales herramientas y modelos para gestionarla.

Acercamiento y diálogo con la sociedad

La sociedad civil percibe con preocupación un desenfoco del concepto básico de la RSC, que es la relación y aproximación *multi-stakeholder*, tanto en la gestión como en el diálogo, donde se fomentan más los acercamientos basados en modelos cerrados, defensivos y casi endo-gámicos.

Otra de las debilidades del modelo de la RSC en España, y que la sociedad civil considera inquietante, es la ausencia del diálogo sistematizado entre las empresas y la sociedad civil, que se manifiesta en los procesos y políticas de RSC aplicadas, exceptuando las actividades centradas en colaboraciones de acción y marketing social.

En este sentido, resulta inquietante el bajo perfil del Punto Nacional de Contacto español (PNC). Los PNC son organismos creados en los países miembros de la OCDE con el objetivo de promover las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y actuar en la resolución de conflictos relacionados con las mismas.

El PNC es una instancia gubernamental, dependiente del Ministerio de Comercio e Industria, y está en el grupo de los menos activos tanto en la promoción como resolución de conflictos. Sería deseable que este organismo gubernamental pasase a ser una entidad cuatripartita, que otorgue presencia a organizaciones de la sociedad civil (los llamados *stakeholders*: organizaciones de consumidores, ONGs de desarrollo, etc.) y reforzando la presencia de la propia administración española.

Responsabilidad social no es sólo acción social

También se evidencia con preocupación cómo se ha producido, y en algunos casos fomentado, una confusión generalizada en la opinión pública entre la RSC y actividades de Acción Social o marketing social que pone en riesgo el prestigio y la confianza de los sistemas, estrategias y esfuerzos planteados por distintas organizaciones para gestionar adecuadamente su RSC. Consideramos que esta situación puede llevar a resultados contrarios a los buscados en el campo de la percepción sobre las organizaciones, corporaciones y marcas, por parte de los distintas partes interesadas, así como por la opinión pública y la sociedad en general.

La transversalidad de la RSC

Otra preocupación es la evidencia de que en la mayoría de los casos las empresas no desarrollan estrategias de RSC vinculadas a las actividades y negocios clave, sino que se plantean como un área periférica a la gestión de las mismas, entrando en altos riesgos de incoherencias en la gestión, que tarde o temprano se manifiestan.

Esto es debido fundamentalmente al gran desconocimiento de cómo gestionar y medir aspectos relacionados con la RSC, y en especial con los derechos humanos y sociales, así como al desconocimiento técnico y práctico de cómo gestionar la RSC a través de la cadena y sistema de valor.

Por todo ello, este observatorio nace con la ilusión y decisión de aportar y enriquecer desde la experiencia de la sociedad civil, la teoría y la práctica del desarrollo real de la RSC en nuestro país, trabajando en red con otras organizaciones nacionales e internacionales que busquen los mismos fines. Esta misión con la que nace este observatorio se pretende desarrollar mediante investigaciones, análisis, estudios, proyectos, información y actividades de generación de opinión, sensibilización y difusión.

Referencias Bibliográficas

Libros y artículos

- BENDELL, J. (2000), *Terms for Endearment: Business, NGOs and Sustainable Development*, Greenleaf Publishing.
- (2000), *Talking for Change? Reflections on Effective Stakeholder Dialogue*. New Academy for Business.
- VÁZQUEZ, O (2006), «La Responsabilidad Social Corporativa: el papel de las ONG», *CIRIEC*, artículo pendiente de publicación.
- (2004), «El papel de la sociedad civil y la RSC», artículo de opinión publicado en el diario *Expansión*.

Otras fuentes

- CECU (2004), La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España.
- El Observatorio de RSC (2004), El Observatorio y la RSC. www.obrsc.org.
- (2004), Promoción Pública de la RSC. www.obrsc.org.

Fundación Ecología y Desarrollo (2004), Responsabilidad Social Corporativa y políticas públicas.
— (2004), Las Organizaciones de la Sociedad Civil y la Responsabilidad Social Corporativa.
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005), Documento síntesis de las tres primeras sesiones del Foro de Expertos de RSE.