



# CAPACITARTE

*Es ser líder de tu vida*



# Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas<sup>1</sup>

---

06 JULIO 2010



*Ricardo Fernandez Garcia*

En este artículo se comentan las dimensiones interna y externa de la responsabilidad social, sus actores y el papel que pueden adoptar las políticas públicas.

## 1.- Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.

---

La responsabilidad social de la empresa tiene dos dimensiones:

Una dimensión interna, que afecta a sus trabajadores, a su impacto medioambiental, a la gestión de las materias primas, a sus condiciones de trabajo o la peligrosidad de sus productos

- Una dimensión externa frente a la sociedad en su conjunto, proveedores, consumidores, clientes, contratistas..., en otras palabras, los denominados stakeholders o partes interesadas que no son otros que colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que debe generar algún valor si se autodefine como socialmente responsable.

Sea cual sea la dimensión en la que participe, todos los grupos de interés tienen unas necesidades comunes, que son:

- Transparencia informativa: especialmente valorado por quienes desean conocer en todo momento determinados aspectos esenciales e impacto presente y futuro de la organización.

---

<sup>1</sup> Fuente: <http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

- Participación: la comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.
- Beneficio mutuo: las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas esperan obtener contraprestaciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada, con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.

### 1.1.- Responsabilidad social de las empresas. Dimensión interna.

#### *.- Gestión de los recursos humanos.*

Quizás, uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan hoy en día las empresas es atraer a trabajadores cualificados y lograr su permanencia. En este contexto, las medidas podrían incluir la formación continua, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres, la participación en los beneficios o en el accionariado de la empresa y la consideración de la capacidad de inserción profesional y la seguridad en el lugar de trabajo.

Por otro lado, las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Dichas prácticas son fundamentales para conseguir los objetivos de reducción del desempleo, y la lucha contra la exclusión social prevista en la estrategia europea de empleo.

#### *.- Seguridad y salud en el trabajo.*

El aumento en la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa.

La tendencia de las empresas y las organizaciones a incluir criterios de salud y seguridad en el trabajo en su régimen de contratación ha permitido adoptar regímenes generales basados en requisitos uniformes que deben ser respetados por los programas de formación y de gestión de la salud y la seguridad de los contratistas, los cuales permiten a terceros realizar la «certificación» o dar la aprobación inicial del contratista y vigilar la mejora continua del programa.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad.

#### *.- Adaptación al cambio*

La amplia reestructuración industrial que tiene lugar en Europa suscita preocupación entre los trabajadores y otros interesados porque el cierre de una fábrica o los recortes importantes de mano de obra pueden provocar una crisis económica, social o política grave en las comunidades. Son pocas las empresas que no han necesitado una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla. Según estudios, menos del 25 % de las operaciones de reestructuración logran sus objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad o la mejora de la calidad y del servicio al consumidor, ya que a menudo dañan la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable, significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En la práctica, para el éxito de cualquier reestructuración, la forma es tan importante como el fondo. Debe prepararse adecuadamente, identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias así como medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.

Comprometiéndose con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo las empresas pueden atenuar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión.

#### *.- Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales*

En general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes aumenta la competitividad y reduce el impacto sobre el medio ambiente al disminuir sus gastos energéticos, de eliminación de residuos o de descontaminación.

Por otro lado, la política integrada de productos, PIP (análisis de las repercusiones del producto a lo largo de todo su ciclo vital), constituye un buen ejemplo de un planteamiento que posibilita la colaboración de las autoridades públicas y las empresas.

Otro planteamiento que fomenta la responsabilidad social de las empresas es el sistema comunitario de gestión (EMAS o ISO 14001) y de auditoría de calidad y medioambiente, ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora

constante del rendimiento ecológico. Periódicamente se publican informes sobre dicho rendimiento, verificados por organismos acreditados.

#### *.- Trabajadores*

Incluye a todas aquellas personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y a cambio de una retribución dineraria y/o en especie, ya sean directivos o no.

El término trabajador es lo suficientemente genérico como para abarcar tanto a los empleados directos como a aquellos otros cuya relación contractual la tienen con una empresa empleadora intermediaria (subcontratas o empresas de trabajo temporal). Mientras que los trabajadores o profesionales que facturan sus servicios a la empresa se encuadran en el grupo de interés de los proveedores, salvo que la relación contractual implique exclusividad.

Los empleados se encuentran habitualmente representados por los delegados, los comités de empresa y/o los sindicatos de trabajadores. En ocasiones pueden agruparse también en plataformas u asociaciones.

Precisan de una retribución justa, salud y seguridad, respeto y desarrollo profesional en igualdad de condiciones, mantenimiento del empleo, conciliación de la vida familiar, etc.

#### *.- Accionistas o propietarios.*

Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. En el caso de las sociedades de capital, en función de la cuantía de la aportación se puede distinguir entre accionistas dominantes y accionistas minoritarios. Los empleados, por su parte, pueden ser también accionistas.

Según la personalidad jurídica de éstos se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales (entidades de capital riesgo o fondos de inversión y de pensiones).

El accionista con vocación de permanencia en la organización se acerca al concepto de propiedad o empresario, normalmente implicado en la gestión y en la marcha del negocio.

Por contra, el accionista que busca exclusivamente una rentabilidad económica a su aportación se le asocia con la figura del inversor externo, individual o institucional, por lo que puede ser más adecuado incluirlo como grupo de interés externo.

Pretenden la recuperación de su inversión con rentabilidad y la información transparente y periódica. No obstante, no todos los inversores buscan alcanzar exactamente las mismas

contraprestaciones, en igual espacio de tiempo: los accionistas con intención de permanencia en el proyecto empresarial, tienen expectativas muy distintas a aquellos cuya inversión es puramente especulativa o de aquellos otros que además intervienen activamente en la gestión.

## 1.2. Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa

La responsabilidad social también se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de a los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. En un mundo caracterizado por las inversiones multinacionales y las cadenas de producción globalizada, la responsabilidad social de las empresas debe sobrepasar también las fronteras de Europa.

### *.- Comunidades locales*

La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, ya sea a nivel europeo o mundial. Estas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. Así, por ejemplo, dado que la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado local, estarán interesadas en que en su lugar de ubicación haya personas con las competencias que requieran.

Las empresas interactúan con el entorno físico local. Precisan de un entorno adecuado para su producción y su oferta de servicios: unas adecuadas redes de comunicación, un medioambiente limpio. Puede igualmente existir una atracción de trabajadores a la región donde estas están radicadas. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos.

El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local (por ejemplo, la colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, el ofrecimiento de servicios de guardería a sus trabajadores o el patrocinio de actividades deportivas o culturales) y la consiguiente acumulación de “capital social” es especialmente interesante.

### *.- Socios comerciales, proveedores y consumidores*

Las grandes empresas son al mismo tiempo socios comerciales de las empresas más pequeñas, ya sea en calidad de clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Las empresas deben

ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

Los efectos de las medidas de responsabilidad social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En particular, este es el caso de las grandes empresas que han subcontratado una parte de su producción o servicios y que, por lo tanto, pueden haber asumido una responsabilidad social suplementaria por lo que respecta a dichos proveedores y a su personal, teniendo en cuenta que, en ocasiones, el bienestar económico de los proveedores depende mayoritariamente o totalmente de una única gran empresa.

#### *.- Derechos humanos*

Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Esto se reconoce en instrumentos internacionales, como la Declaración tripartita de la OIT (Organización Internacional del Trabajo, ILO en inglés) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo (ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) y las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (OECD Guidelines for Multinational Enterprises).

Los derechos humanos son una cuestión muy compleja que plantea problemas políticos, jurídicos y éticos. Ciertamente las empresas se enfrentan a cuestiones complicadas, por ejemplo el modo de determinar qué responsabilidades caen dentro de su competencia y cuales caen dentro del ámbito gubernamental, cómo asegurarse de que sus socios comerciales están respetando los valores que ellas consideran fundamentales, y cuál es el enfoque que deben adoptar y cómo trabajar en países donde son frecuentes las violaciones de los derechos humanos.

Cada vez hay más empresas multinacionales que manifiestan su compromiso con los derechos humanos en sus códigos de conducta y un número creciente de firmas europeas que exigen la aplicación de normas éticas en la producción de los bienes que importan (por ejemplo, en 1998, Eurocomercio adoptó una recomendación sobre las condiciones sociales de la compra, que abarca el trabajo infantil, el trabajo forzado y el trabajo en las cárceles) y que están convencidas de que la repercusión de las actividades de una empresa en los derechos humanos de sus empleados y de las comunidades locales sobrepasa el ámbito de los derechos laborales.

Así, el Gobierno británico, en cooperación con el de los Estados Unidos, y varias ONG crearon un grupo de trabajo en el que participaban algunas de las principales empresas de los sectores petrolífero, del gas y minero, Su labor culminó con la aprobación, en diciembre de 2000, de una serie de principios voluntarios sobre la seguridad y los derechos humanos para las empresas de los sectores extractivo y energético.

*.- Problemas ecológicos mundiales*

Debido al efecto transfronterizo de muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo global de recursos, las empresas son también actores en el medio ambiente mundial. Un ejemplo lo tenemos en la emisión de gases de efecto invernadero o la contaminación de los mares, localizada en puntos concretos pero que se dispersa por todo el planeta. Por ello, pueden tratar de obrar con arreglo a su responsabilidad social tanto a nivel europeo como internacional. Por ejemplo, pueden fomentar la reducción del impacto ambiental de sus actividades a lo largo de su cadena de producción en el marco del planteamiento PIP (política integrada de producto) y hacer mayor uso de herramientas europeas e internacionales vinculadas a la gestión y a los productos. La inversión y las actividades sobre el terreno de las empresas en terceros países pueden tener efectos directos sobre el desarrollo económico y social de dichos países.

*.- Grupos de opinión, administraciones públicas, comunidades locales y sociedad y público en general.*

Si recapitamos sobre las necesidades y expectativas de los grupos de interés todos ellos tienen tres necesidades genéricas básicas:

- Transparencia informativa, especialmente valorado por quienes desean conocer en todo momento determinados aspectos esenciales e impacto presente y futuro de la organización.
- Participación. La comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.
- Beneficio mutuo. Las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas esperan obtener contraprestaciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.

## 2.- Actores involucrados en la RSE

---

Esta parte se recoge el papel que juegan, o deberían jugar, diferentes actores implicados en el desarrollo de la RSE. Señalar que para una adecuada introducción de la RSC en la sociedad, se precisa el apoyo de:

- Instituciones

- Administración (central, regional, local)
- Universidad (docencia e investigación)
- Sindicatos.
- Entidades privadas
  - Asociaciones profesionales, empresariales y científicas
  - ONGs
  - Asociaciones de consumidores
- Medios de comunicación
  - Prensa especializada
  - Canales de masas

2.1.- Instituciones.

## **.- Administraciones públicas.**

Veamos como puede colaborar la Administración Pública:

- Contribuyendo a la dinamización del mercado las ISR contemplando criterios Responsabilidad Social Empresarial en la gestión de sus propias inversiones financieras (Fondo de reserva de la seguridad social, fondos de pensiones de las empleados públicos, etc....)
- Jugando un papel regulador, facilitador y promotor en el desarrollo de una normativa que exija transparencia a las entidades gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones, indicando si incorporan o no criterios sociales, de buen gobierno y ambientales en la declaración de las política de inversiones de cada fondo.
- Estimulando la inversión socialmente responsable, estableciendo políticas fiscales favorables, de forma que se incentive la inversión en sectores como, por ejemplo, energías renovables o viviendas sociales de alquiler.

## **.- Sindicatos**

Las organizaciones sindicales han ocupado siempre un lugar explícito en el discurso teórico y político sobre la RSE, al lado de otros grupos de interés o grupos de interés, cuyas perspectivas y preocupaciones ha de asumir la empresa responsable.

Así, el Comité Ejecutivo de la Confederación Europea de Sindicatos (CES) señaló en su Resolución de junio de 2004 que el contexto actual de mundialización exige un comportamiento cada vez más responsable de las empresas europeas, en coherencia con el contenido de la estrategia de Lisboa.

Insiste en que la RSE debe ser complementaria y de ninguna manera sustitutoria de la legislación referente a los derechos sociales y medioambientales y a las normas fijadas por la negociación colectiva, lo que implica que cualquier empresa que no respete los convenios, la legislación o el diálogo social no podrá ser definida como socialmente responsable, subrayando la necesaria promoción de la negociación colectiva donde no exista o sea débil.

Por otra parte, no debe representar actos adicionales a las actividades de la empresa, sino que debe estar en su misma naturaleza, en su gobernanza. Señala, entre otras, las condiciones que una empresa debe cumplir para ser socialmente responsable:

- el respeto de las relaciones industriales.
- la promoción de estructuras sólidas de participación a través de la información y consulta, particularmente en el marco de los Comités de Empresa Europeos.
- el desarrollo de competencias profesionales y de formación a lo largo de toda la vida de los trabajadores.
- el respeto de las normas en materia de salud y seguridad en el trabajo y la adopción de políticas de prevención, la promoción de igualdad entre varones y mujeres....
- Por último, asume la voluntariedad, pero encuadrada en unas líneas de orientación fijadas a nivel europeo. Sin ese marco, la decisión voluntaria no es aceptable y, en este sentido, hace referencia a las Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (año 1977 y enmendada en 2000) y las Directrices de la OCDE (años 1976, revisiones en 1998 y 2000).

Por último, el reciente Congreso celebrado en mayo de 2007, dedica en sus Conclusiones un apartado específico para la RSE en el que manifiesta, en síntesis:

- Ratifica su interés en apoyar todas las iniciativas que sirvan para estimular y promover la responsabilidad social efectiva en las actividades empresariales europeas.
- Subraya la importancia de un marco europeo de referencia basado en criterios concretos destinados a conferir transparencia, responsabilidad y participación de los trabajadores, sin los que la RSE no puede funcionar. Las dimensiones externa e interna de las prácticas socialmente responsables deben tener el mismo peso.
- Recuerda que el debate actual en el Foro Multilateral está dominado por las posiciones empresariales y, por ello, la CES situará sus actuaciones en recuperar el significado original de la RSE y deberá también reubicar las relaciones con las instituciones y otros grupos de interés para conseguir una posición más equilibrada.

- Las empresas con filiales, proveedores o subcontratistas fuera de la Unión Europea deberán incluir expresamente los criterios de RSE en toda la cadena de producción, garantizando en ella la participación sindical y con una actuación coordinada de las estructuras sindicales.

## **.- Universidades / Centros de investigación**

A diferencia de lo que ocurre en el resto de países avanzados, las universidades públicas están prácticamente ausente en el debate sobre la responsabilidad social de las empresas. No hay apenas publicaciones, no hay apenas artículos serios o investigaciones que sean algo más que una respuesta apresurada a la circunstancia coyuntural de cada momento.

No están en la medida en que deberían estar presentes en este debate como una organización de intermediación, que están jugando un papel entre gobiernos y empresas creando materiales, fomentando espacios de encuentro, facilitando proyectos comunes... que lubrican un poco esta relación siempre difícil entre gobierno y empresa.

Entre los acuerdos de colaboración entre actores de la RSE y el mundo académico universitario, podemos señalar el acuerdo entre el ministerio de trabajo con la Fundación Biodiversidad y la Fundación de la Universidad de Alcalá de Henares, para promover la creación del observatorio de la sostenibilidad de España, que gozando de autonomía, dé un marco de indicadores y de criterios de valoración que pueda ser una referencia en España.

### 2.2.- Entidades privadas

## **.- PYMES, grandes empresas y agrupaciones empresariales.**

Las pequeñas y medianas empresas son las grandes olvidadas en la discusión y la implementación de la RSE. Que ha tenido como gran protagonista a la empresa multinacional o a la gran corporación.

No es fácil fomentar el tema en las pyme no es fácil porque la primera pregunta que me han hecho los empresarios es ¿más costes?, porque la responsabilidad social, nos guste o no nos guste es un coste para las empresas. Que después se pueda convertir ese coste en una mayor facturación, en una mayor penetración, sí, pero no es fácil su visualización para un pequeño empresario.

Las pymes, muchas veces, están cumpliendo o desarrollando compromisos de responsabilidad con el entorno donde desarrollan su actividad, con las comunidades locales, y se trata también

de poner esto en valor en el mercado, al menos mediante el conocimiento de lo que se está haciendo. No se trataría, pues, de hacer cosas nuevas sino de añadir valor social o medioambiental a prácticas preexistentes. Han mostrado cómo se puede ser responsable con un entorno provocando unos crecimientos en el país y arrastrando a toda la economía en crecimiento.

## **.- ONG. La sociedad civil organizada.**

La pérdida de capacidad de los gobiernos para regular en una economía global, la proliferación de las subcontratas y el creciente interés de los ciudadanos por las vulneraciones sociales y medioambientales ha incrementado la importancia de la labor de las organizaciones sin ánimo de lucro.

Los ciudadanos tenemos la obligación de promover, garantizar e incentivar a las empresas a que desarrollen prácticas comerciales responsables. Sin embargo, todavía no nos ponemos de acuerdo sobre la importancia de la opinión pública y de las decisiones de consumo.

Por tanto, se hace necesaria la sensibilización y educación sobre la necesidad de ser más críticos y conscientes en nuestras decisiones y actos diarios. Debemos de ser capaces de hacer ver a las empresas que comprendemos que la RSC no es más que hacer las cosas bien, respetando a clientes y trabajadores.

Respecto al rol de las ONG se podría dibujar una doble visión del mismo, en función del grado de implicación y de la autopercepción que de sí mismas tengan estas organizaciones:

- De un lado estaría el papel clásico, que subrayaría la dimensión de control, de vigilancia y de presión, con una actitud predominante de sospecha y desconfianza. Tratan de ser desvalorizadas con el argumento de "con qué intención lo harán". El ciudadano medio y las ONG miran las intenciones de las empresas y, estas últimas, lo que tratan de plantear en su responsabilidad social empresarial acciones, actividades y hechos. En este caso la línea de cambios es: las ONG presionan a las administraciones públicas para que, a su vez, estas, en sus distintas acepciones, presionen y empujen a las empresas.
- Frente al papel clásico mencionado se apunta la posibilidad de otra línea de actuación no incompatible con la anterior: la discriminación de las empresas a la hora de establecer relaciones de compra o de inversión con ellas. Se trata de una línea de cambio que pasaría a través del mercado; ciudadanos, ONG, administraciones públicas, empresas, considerados como agentes económicos, que todos lo somos, todos compramos, todos invertimos, nos relacionamos con las empresas. Es una oportunidad de cambio tremenda y muy poco explorada en nuestro país y, en general en los países latinos.

Es evidente que al igual que a los sindicatos se debería exigir a las ONG una cierta representatividad ante su enorme proliferación.

## **.- Consumidores / inversores**

Se trata de otros de los grupos de interés clásicos que se pueden encontrar mencionados en cualquier texto político o académico sobre la RSE.

La RSC debe avanzar en sintonía con la sociedad, y para ello debe contar con la colaboración y el apoyo de los principales agentes, desde el Estado a los consumidores, pasando por las empresas, los sindicatos y los creadores de opinión, la prensa, las universidades...

Se espera que contribuyan a través de la selección positiva y negativa que se lleva a cabo con las decisiones de consumo o inversión, a la extensión y maduración de la RSE e influir las administraciones públicas.

Lo que ocurre es que esta teórica capacidad de influencia y determinación que se adjudica a este grupo de interés queda puesta entre paréntesis si se atiende a algunas consideraciones y algunos datos planteados desde el sector privado sobre la formación, información y motivaciones de los consumidores.

Igualmente, deberían de analizar el peso de las decisiones de compra del 10 por ciento de la población, que tiene una discapacidad, aunque este universo no sea en todos los casos homogéneo, porque no lo es, sobre todo sí hay que tener en cuenta que formamos parte de un grupo mayor formado por los discapacitados y sus familias. ¿Están muchas empresas desaprovechando segmentos del mercado por un deficiente conocimiento de las necesidades de las personas con discapacidad?". Hemos de reconocer que estamos ante un grupo social con poder adquisitivo creciente fruto de la progresiva incorporación al mercado laboral o al disfrute de una pensión.

## **.- Sector financiero.**

Veamos cómo puede colaborar el sector financiero, gestoras de fondos de inversión y de pensiones básicamente:

- Estimulando la creación de productos financieros ISR que puedan canalizar la creciente demanda insatisfecha. Está demostrado que los ciudadanos, progresivamente, toman en mayor consideración los aspectos medioambientales, de salud y sociales a la hora de sus decisiones de consumo. Sería deseable que también pudieran hacer uso de esa

misma sensibilidad a través de una gama de productos bancarios y de inversión que adoptasen criterios ISR.

- Favoreciendo la mejora en la gestión ética de los productos ISR, exigiendo estándares de calidad y transparencia en su gestión.
- Incrementando el esfuerzo de comunicación para aumentar la notoriedad acerca de este tipo de productos.
- En los últimos años existe un claro marketing social por parte de muchas entidades que transmite mensajes como el lado humano del dinero, la banca con corazón, las entidades financieras con vocación social.
- Con ser muy positivo, también subraya la carencia de un enfoque publicitario que olvida ofrecer a sus clientes productos ISR como elemento diferenciador. Como señala EUROSIF (el foro europeo de la ISR) el mercado podría además crecer con el lanzamiento de fondos inmobiliarios, centrados únicamente en criterios sociales, ahora que el gobierno ha definido este producto como una prioridad.
- Discriminando positiva o negativamente la cartera de inversiones, en función del análisis de riesgos reputacionales que pudieran derivar la adopción de buenas prácticas en materias conexas a la RSE.
- Destacando la rentabilidad de estos Fondos de Inversión Responsables.

## **2.3.- Medios de comunicación**

Respecto al papel de los medios de comunicación en relación a la RSE, cabría enfocar la cuestión desde dos puntos de vista.

De un lado, se tendría la propia responsabilidad social de las empresas de comunicación en tanto que empresas. Respecto a ello, lo primero que salta a la vista es que de las empresas del IBEX 35, a fecha 2008, sólo cinco no presentan informes de responsabilidad corporativa, y de esas cinco, tres son las principales empresas de comunicación del país.

La segunda perspectiva sería la de su contribución al desarrollo de una responsabilidad corporativa, propiamente la de su rol dentro del desarrollo de una responsabilidad corporativa.

Si, como parece, uno de los motores del desarrollo de la RSE es la opinión pública, las implicaciones para el sector son más grandes, y más delicadas, que para el resto de las empresas: tienen ante sí la posibilidad y la capacidad de movilizar la opinión de los ciudadanos en torno a estas cuestiones.

La RSC debe avanzar en sintonía con la sociedad, y para ello debe contar con la colaboración y el apoyo de los principales agentes, desde el Estado a los consumidores, pasando por las empresas, los sindicatos y los creadores de opinión, la prensa, las universidades...

Las posibles razones por las que los medios pueden verse limitados en el ejercicio de su capacidad crítica, y forzados a transmitir un determinado tipo de mensajes a la opinión pública es por su falta de independencia económica, con lo cual, en ocasiones, hay ciertas limitaciones a la hora de decir determinadas cosas.

Sólo podrán tener un papel clave cuando tengan independencia y coherencia.

## 3.- Políticas públicas y RSE

---

La RSE es un proceso que incluye necesariamente la gestión de la actividad empresarial en su relación con los grupos de interés tanto internos como externos. Un proceso de gestión que también comporta un nuevo modelo de gestión de las externalidades empresariales en lo económico, social y medioambiental.

El establecimiento de los límites o fronteras dentro de los cuales estos costes y beneficios han de gestionarse es cuestión de política y estrategia empresariales, pero también afecta cada vez más a cuestiones de gobernanza.

Por otra parte, en la medida en que la RSE supone la aparición de nuevos retos y oportunidades que afectan al espacio público, se les plantea a los gobiernos la necesidad de definir una propuesta política en relación con estas cuestiones.

Veamos algunos roles que los poderes públicos pueden desempeñar a la hora de diseñar un entorno facilitador de la RSE.

### 3.1.- La contraposición voluntariedad - legislación

En la consideración de la relación entre políticas públicas y RSE hay un posible punto de partida que contempla la RSE como vinculada, esencialmente, con la voluntariedad, siempre "más allá de lo exigido por la legalidad".

Si se sostiene una visión y una definición de la RSE como un modelo de gestión que afecta de manera integral y transversal a toda la actividad empresarial no sería posible hablar de "regular" un modelo de gestión, sino que se circunscribirá la acción reguladora a aquellos aspectos de la RSE que, en un momento dado y en función de las políticas diseñadas, puedan necesitarlo.

Pero la discusión sobre la RSE, antes o después, acaba ligándose a las percepciones sobre los riesgos y las oportunidades de la globalización económica. Las definiciones de la RSE centradas en actividades y responsabilidades "más allá de lo legislado" a veces corren el riesgo de ignorar este contexto.

Por otro lado si se estableciese una obligatoriedad podría ocurrir que las empresas se ciñeran estrictamente a la ley y en lugar de avanzar, se produjera un estancamiento, un acomodamiento a la legislación como ocurre con los temas de gobierno corporativo.

Se piensa que se debe de regular lo mínimo, lo de control, lo imprescindible, lo necesario, lo que son valores generalmente aceptados, dejando al desarrollo de la voluntariedad de la empresa el que consiga sobre esos mismos elementos diferenciarse de sus competidores por lo que hace y por lo que gestiona mejor. Eso sí con un apoyo complementario por parte de políticas públicas.

### 3.2.- Roles y medidas concretas. Regulador, facilitador, aliado, promotor

De acuerdo con la tipología de los roles del sector público en el fortalecimiento de la RSC que ofrecen Fox, Ward y Howard en un estudio elaborado para el Banco Mundial serían cuatro las categorías básicas de roles con las que se podrían clasificar las iniciativas en el ámbito de la acción pública en RSE.

Los poderes públicos pueden:

- obligar o regular (mandating).
- facilitar o fomentar (facilitating).
- colaborar o aliarse (partnering)
- respaldar o promover (endorsing).

#### 3.2.1.- El papel del poder público como regulador.

En su papel regulador, las diferentes instancias gubernamentales deben definir los estándares mínimos de la actuación empresarial dentro del marco legal. Veamos algunas propuestas:

- Establecimiento de estándares mínimos y control de su cumplimiento y supervisión especialmente en el cuidado de la realización de las obligaciones legales para equilibrar el funcionamiento de los mercados, en especial los que tienen que ver con el ahorro de las personas y de las familias: mercado financiero, mercado inmobiliario, seguridad alimentaria y en general los integrados en el consumo familiar.

- Transparencia y memorias. Estudiar aquellos casos y condiciones en las que podría preverse que las empresas adquieran el compromiso de publicación de una memoria de responsabilidad social de la empresa. Exigir esa publicación con carácter muy general podría alterar la naturaleza voluntaria de los compromisos y a la vez corre el riesgo de vaciarlos de contenido.
- Inversión responsable. En este ámbito se plantea la conveniencia de obligar la explicitación de los criterios de definición de un producto de inversión como "ético" así como medidas antioligopolio para el mercado financiero o medidas para la lucha contra los paraísos fiscales así como un marco normativo que dote de protección a los instrumentos de la banca ética.
- Ámbito laboral. No hablamos de cuestión laboral en sí misma sino a aspectos que han cobrado especial relevancia al hilo del desarrollo de la RSE como la baja por paternidad obligatoria o la mejora del marco legislativo que regula el empleo y el acceso a bienes y servicios de las personas con discapacidad o regular por ley las empresas de inserción.

### 3.2.2.- El papel del poder público como facilitador.

Al facilitar o fomentar, las agencias o actores del sector público quiere desarrollar un papel catalizador, secundario o de apoyo. Un ejemplo de este planteamiento es la enmienda que, en el Reino Unido, se introdujo en la "Pensions Act" y que obligaba a los fondos de pensión a desvelar si tomaban en consideración criterios sociales, éticos o medioambientales (sin llegar a forzar la adopción de ninguna medida en cuestión por parte de los gestores de dichos fondos).

De esta forma estimularían la implicación de actores clave en la agenda de la RSE, a través de la aportación de fondos para la investigación, de la puesta en marcha de campañas de concienciación, de la recopilación y diseminación de información o de la formación.

Los agentes del sector público pueden también desarrollar o apoyar herramientas y mecanismos adecuados para la gestión de la RSE, que incluirían fórmulas voluntarias de etiquetado de productos, bancos de buenas prácticas, y guías para los sistemas de gestión o de "reporting" de las empresas. Y pueden estimular mercados pro-RSE a través del establecimiento de incentivos fiscales.

Entre otras, podemos señalar:

- Impulsar los instrumentos y prácticas sobre los que sustentan el desarrollo de la RSE, por ejemplo promoviendo la transparencia en el contexto de los fondos de inversión y de pensiones.
- Instaurando un marco fiscal y de financiación favorable a la RSE. Se trata otorgar a los productos financieros éticos, como mínimo, las mismas ventajas fiscales que tienen otros productos financieros similares. Si el Estado prima a través de la sección de

impuestos a aquellas empresas que actuando debidamente, esto implicaría un menor coste para el Estado.

- Favoreciendo políticas públicas de promoción de la RSE mediante medidas, que van desde el fomento, difusión e intercambio de buenas prácticas o la formación interna, financiada o subvencionada, en RSE, hasta el desarrollo de las capacidades de gestión.
- Fomento de la convergencia y transparencia de prácticas e instrumentos de RSE mediante una mayor claridad y normalización de los mecanismos de gestión y comunicación, o la regulación de las entidades de verificación.
- Desarrollo del conocimiento para implementar la RSE en las empresas e información a los diferentes actores sociales sobre la RSE, y educación en dicha materia. Una primera batería de actuaciones tiene que ver, directamente, con la clarificación conceptual sobre la RSE que sirva para clarificar y perfilar bien los mensajes que hay que transmitir, y para ordenar lo que hoy parece un mapa de la situación bastante confuso Y un segundo conjunto de aportaciones referidas a la creación y difusión de conocimiento sobre la RSE se centra en las medidas relacionadas con la investigación, la educación, la formación o la difusión de conocimientos sobre RSE
- Promoción y fomento del consumo socialmente responsable. Es imprescindible el fomento de la educación ambiental y el fomento de la participación. Si los ciudadanos no toman conciencia activa de lo que estamos hablando en estos foros, por otra parte, fundamentales y que esperamos que impulsen muy decididamente el marco de la responsabilidad social en España, difícilmente vamos a conseguir concienciar a consumidores y usuarios de lo que son los productos ambientalmente más sostenibles.
- Acción social. Es necesario su fomento por los gobiernos. Veamos algunas propuestas:
  - Promover la creación de un centro de recursos sobre empresa y discapacidad, que integre la información existente y la enfoque hacia la práctica empresarial.
  - Acometer un plan de comunicación que permita informar activamente a las empresas sobre los contenidos relacionados con la discapacidad que más les afectan.
  - Potenciar el debate estratégico sobre empresa y discapacidad, destacando mediante casos empresariales la oportunidad que representa para su desarrollo como empresas.
  - Impulsar el diálogo con empresas y su participación directa en los principales grupos de trabajo y órganos de participación institucional sobre discapacidad.
  - Simplificar y flexibilizar las normas, los trámites y los procedimientos administrativos existentes sobre empresa y discapacidad.
  - Incidir sobre los principales factores que afectan a la empleabilidad de las personas con discapacidad.
  - Impulsar la introducción de materias sobre discapacidad en los planes de estudios de las principales disciplinas educativas relacionadas."

### 3.2.3.- El papel del poder público como colaborador /aliado.

La noción de "partenariado" (política de acuerdos voluntarios) es central en la RSC. La aplicabilidad del acuerdo o partenariado es bien diversa:

- obtención de compromisos medioambientales.
- establecimiento de foros de discusión, debate y difusión de conocimiento.
- mejorar la efectividad de las políticas de cooperación al desarrollo.
- plataformas de diálogo multigrupo de interés entre empresas, gobierno, sociedad civil, sindicatos...

Un completo listado resultaría extenso y heterogéneo, pero revelador del muy amplio abanico de posibilidades.

### 3.2.4.- El papel del poder público como promotor / respaldador.

El respaldo político y la promoción por parte del sector público del concepto y la práctica de la RSC y, en particular, de las iniciativas que la ponen en práctica, configuran el cuarto rol de esta tipología.

Esta promoción puede desarrollarse con diferentes fórmulas que incluirían los documentos oficiales de difusión pública; el reconocimiento directo de los esfuerzos de organizaciones individuales, o consorcios, a través de premios o menciones; o el mismo efecto ejemplarizante que tienen los concursos y adjudicaciones públicas o las prácticas de gestión del sector público.

Autor: Dr. Ricardo Fernández García

Avenida Escrivá de Balaguer, 6 A, 5ºB.

22300 Barbastro (Huesca)

E-mail: [ricardo.fernandezgarcia@hexion.com](mailto:ricardo.fernandezgarcia@hexion.com).