RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA NUEVA FORMA DE GESTIONAR LA EMPRESA

SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY: A NEW FORM TO MANAGE THE COMPANY

RESUMEN

La RSC es una nueva forma de entender la empresa; una empresa centrada en valores para generar valor y que reconcilia el objetivo económico con los aspectos sociales y medioambientales.

La RSC no es sólo cumplir con las obligaciones legales que la empresa tiene, e incluso ir más allá en su cumplimiento, sino también invertir en recursos humanos y en el entorno medioambiental, desarrollando relaciones con los interlocutores sociales. Todo ello, desde luego, con carácter voluntario.

El *Libro Verde de la* **Unión Europea** sobre RSC evalúa en su párrafo 25 los beneficios que supone la RSC para la empresa y, entre ellos, destaca que la mitad del rendimiento bursátil superior a la media es consecuencia de la política de RSC de la empresa.

La RSC es el nuevo paradigma de la gestión social basado en pilares sólidos e inmutables de la empresa, como es la gestión de sus recursos humanos y el respeto por el medio ambiente. Este mensaje ha empezado a calar profundamente en la Sociedad.

Palabras clave: Obligaciones legales, recursos humanos, Medio ambiente, colectivos sociales.

ABSTRACT

The RSC is a new form to understand the Company; a Company centered in values to generate value and that reconciles the economic objective with the social and environmental aspects. The RSC is not only to fulfill the legal obligations that the Company has, and to even go further on in their fulfillment, but also to invest in human resources and the environmental surroundings, developing relations with the social interlocutors. All it, of course, with voluntary character.

Green Book of the European Union on RSC evaluates in its paragraph the 25 benefits that the RSC for the company supposes and, among them, emphasizes that half of the stock-exchange yield superior to the average is consequence of the RSC policy of the company.

The RSC is the new paradigm of the social management based on solid and immutable pillars of the company, as it is the management of his human resources and the respect by the environment. This message has begun to pierce deeply in the Society.

***Key words**: Legal obligations, human resources, environment, social groups.*

José María Elguero Merino
Doctor en Derecho
Gerente de Riesgos Financieros y Profesionales de Marsh, S. A.

Recibido: 11/01/07
Aceptado: 15/02/07

Responsabilidad social, triple balance, grupos de interés o sostenibilidad, son sólo algunos de los nuevos conceptos que se están acuñando en el mundo de la gestión empresarial. Cuando las empresas acaban de asumir, no sin cierto rechazo, el nuevo marco de Buen Gobierno Corporativo propugnado por la **CNMV** (Comisión Nacional del Mercado de Valores) mediante el denominado *Código Conthe*, se aviva el debate sobre la conveniencia de gestionar la empresa de una manera socialmente responsable.

Cada cierto tiempo, el mundo de la empresa da un giro en su manera de gestionarse y de relacionarse con sus accionistas y con el resto de interlocutores. En enero de 2006, el diario *El País* recogía el siguiente titular: "*Maximizar el valor para los accionistas ha dejado de ser el objetivo prioritario y casi único de las empresas. El nuevo modelo de gestión pone su énfasis en la responsabilidad de las empresas con su entorno*". Lejos parecía quedar la idea propugnada en los años setenta por **Milton Friedman** al respecto: "*La responsabilidad social consiste en aumentar el beneficio para el accionista, porque la empresa es un instrumento del accionista*".

La RSC es una nueva forma de entender la empresa; una empresa centrada en valores para generar valor y que reconcilia el objetivo económico con los aspectos sociales y medioambientales.

El *Libro Verde de la* **Unión Europea** de 2001 lo ha definido como "*la integración voluntaria por parte de*

las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores". La RSC no es sólo cumplir con las obligaciones legales que la empresa tiene, e incluso ir más allá en su cumplimiento, sino también invertir en recursos humanos y en el entorno medioambiental, desarrollando relaciones con los interlocutores sociales. Todo ello, desde luego, con carácter voluntario. Será el mercado el que valore las prácticas de RSC de las empresas ya que es el propio mercado, con su presión, el que hace que las empresas se replanteen su fin y sus medios.

Muchas empresas todavía no han comprendido bien su concepto y muchas otras ni siquiera lo aplican y son bastante reacias. Las grandes sociedades cotizadas llevan, en el mejor de los casos, entre tres y cuatro años de ventaja publicando Memorias específicas de RSC, aunque compartidas con la información relativa a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

En el caso de las empresas que cotizan en el selectivo Ibex 35, casi el 90% tiene políticas declaradas de RSC, mientras que en términos generales, sólo el 30% de las grandes empresas españolas reconoce tener una dirección específica de RSC.

Por otro lado, el impacto de la RSC en la imagen de las compañías es tan importante, que cada vez es más frecuente encontrar referencias a iniciativas responsables en las páginas web de las empresas, como una parte más de su carta de presentación. Son muchos los teóricos que apuntan que la RSC no debe ser entendida como un mecanismo de *marketing*. Sin embargo, cuando una organización ha asumido correctamente los valores sociales y medioambientales que propugna, y los ha desarrollado óptimamente mediante políticas adecuadas de RSC, sabe que la buena gestión de las mismas acrecienta su cartera de intangibles, esa que no se palpa pero que puede hacer que a la hora de elegir, los grupos de interés de una organización se decanten por ella y no por otra empresa de la competencia. Muchos directivos son escépticos ante la RSC porque consideran que es una mera moda pasajera, fruto de intereses de grandes sociedades o de desarrollos de sistemas de gerencia de escaso valor para el accionista y para la gestión eficaz de la propia empresa. Sin embargo, todos los analistas, y todos los estudios y trabajos realizados por especialistas en RSC coinciden en señalar que no es una moda, aunque sea el tema de moda, y que por tanto no es algo pasajero sino una práctica que ha de perdurar e implementarse en la empresa.

El *Libro Verde de la* **Unión Europea** sobre RSC evalúa en su párrafo 25 los beneficios que supone la RSC para la empresa, y entre ellos destaca que la mitad del rendimiento bursátil superior a la media es consecuencia de la política de RSC de la empresa. Por tanto, la aplicación de políticas responsables parece que mejora la cotización en Bolsa de las Compañías.

La RSC es el nuevo paradigma de la gestión social basado en pilares sólidos e inmutables de la empresa, como es la gestión de sus recursos humanos y el respeto por el medio ambiente. Ya estamos asistiendo –y en los próximos años será decisivo como factor de elección– a una selección negativa de empresas por parte de clientes, proveedores, accionistas e inversores que a la hora de tomar una decisión se plantean en algún momento la conveniencia de invertir en empresas sin políticas de RSC, aunque éste no sea hoy el elemento clave de la decisión.

Además, la prensa se ocupa ahora de manera especial de este tema. Los periódicos publican estudios y *rankings* por sectores, mostrando a sus lectores qué empresas están a la cabeza y cuáles ni siquiera están en las listas de RSC.

Es evidente que este hecho conlleva una publicidad positiva o negativa de las organizaciones, según el caso, que afecta al posicionamiento, pero también lo es que los medios de comunicación están desarrollando una labor de concienciación entre el público sobre este asunto y que el mensaje ha empezado a calar profundamente en la sociedad.

Uno de los principios en los que se sustenta la RSC es el de que la empresa debería devolver a la sociedad parte de la riqueza que ésta le da; pero, ¿qué entiende el ciudadano por devolución de la riqueza? Según uno de los últimos estudios publicados, en primer lugar, el ciudadano valora que las empresas respeten y se preocupen por las personas directamente relacionadas con su actividad (es decir, clientes y empleados); en segundo lugar, que sean transparentes, dialogantes y respetuosas con el Medio Ambiente, y en tercer lugar, que se preocupen por los colectivos sociales menos favorecidos.

Por otro lado, no hay que olvidar que la reforma de la legislación societaria (Artículo 127 bis de la *Ley de Sociedades Anónima*s) considera que los administradores y directivos deben cumplir sus deberes con fidelidad al interés social, entendido como interés de la sociedad, y bien pudiera pensarse que dentro de los intereses de la sociedad está la relación activa con sus *stakeholders* (grupos de interés) y la gestión basada en una política definida de RSC. Sin duda alguna, una nueva responsabilidad para Consejeros y Directivos.

De hecho, la gestión de los recursos humanos y del entorno medioambiental son causas de reclamaciones frecuentes contra directivos y administradores sociales y, en ocasiones, son los propios *stakeholders* quienes inician y animan estas reclamaciones.

Hay que tener en cuenta que los *stakeholders* son cada vez más amplios, numerosos y conscientes: Administraciones, ONGs, entidades financieras, asociaciones y colectivos, clientes y público general, empleados, consumidores, proveedores, inversores y sindicatos. Todos y cada uno de ellos buscan un mismo objetivo: reorientar los intereses de la empresa para que confluyan con sus propios intereses y así modificar sus relaciones con la empresa. Estos *stakeholders* tendrán cada vez mayor relevancia y presencia en las Juntas Generales de Accionistas, como ya sucedió en 2001, cuando la ONG **Setem**, tras adquirir 120 acciones de **In-**

ditex por 1.200 euros, consiguió reorientar a la Junta General hasta conseguir que creara un Departamento de RSC.

El ejemplo anterior nos hace reflexionar sobre la necesidad de asumir cuanto antes las que parecen ser las nuevas obligaciones empresariales del siglo XXI. En definitiva, no se trata de mero altruismo, ni de acciones filantrópicas, sino de que la empresa diseñe sus actuaciones de forma que tengan en cuenta a todos los que resultan afectados por las mismas, para obtener así un beneficio económico, social y medioambiental, al tiempo que beneficiamos al mayor número posible de personas implicadas.

Tal vez la definición del objetivo de la empresa entendido como la maximización de los beneficios para el accionista (*"The business of business is business"*) tenga que incluir ahora referencias a otros valores u objetivos empresariales.

¿Estaremos preparados?

BIBLIOGRAFÍA

- MENDEZ PICAZO, M.T.: *Etica y responsabilidad social corporativa*, Etica y Economia ICE, número 823, Junio 2005, Pág. 141 y siguientes.

- FRIEDMAN, M.: *The social responsibility of business is to its increase Profits*. The New York Times Magazine, 13 septiembre 1970.

- AECA. ARCHEL, Pablo; LARRINAGA, Carlos. *Límites de la información de Sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad*. Madrid, 2005.

- AECA. Comisión de Responsabilidad Social Corporativa. LIZCANO, José Luis; MONEVA, Mariano. *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*, Madrid, 2004.

- AECA. Comisión de Responsabilidad Social Corporativa. MELLE HERNANDEZ, Mónica; RODRIGUEZ FERNANDEZ, José Miguel; SASTRE CENTENO, José Manuel. *Gobierno de la Empresa. Responsabilidad Social*. Madrid, 2005.
www.fundacionentorno.org/xtras/

- Association of British Insurers. *Disclosure guidelines on socially-responsible investment*. Londres, 2001.www.abi.org.uk/Display/File/85/SRI_Guidelines.doc

- BID; IKEI. VIVES, Antonio; CORRAL, Antonio; ISUSi, Iñigo. *Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de Latinoamérica*, Washington, 2005.www.iadb.org/csramericas/doc/PyMEs.pdf

- Comisión Europea. Libro Verde. *Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. Bruselas, 2001.
http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/gpr/2001/com2001_0366es01.pdf

- Comisión Europea. Observatorio de la PYME. *European SMEs and Social and Environmental Responsibility*. Bruselas, 2002. Nº 4, Enterprise Publications.
http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/smes_observatory_2002_report4_en.pdf

- ESADE. Ipes. Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable. *El futuro de la Inversión Socialmente Responsable (ISR) en España. La ISR entre los inversores institucionales: análisis del papel de los fondos de pensiones*. Barcelona, 2004. www.esade.es/pfw_files/cma/Noticias/ipesok_def.pdf.

- DURAN HERAS, Alicia. *Conveniencia de una guía de responsabilidad social. La internacional ISO 26000 RS*. Revista DYNA. Mayo 2006 PAG. 37-40. ■

En este libro el autor, Joaquín Nebreda, profesor de la Escuela de Ingenieros de Bilbao y consejero del Banco Vizcaya, recorre a través de sus memorias, todo un amplio campo de sus actividades en la ingeniería industrial, en la enseñanza, en la actividad bancaria y empresarial vizcaína.

Estos recuerdos y vivencias van acompañados de sabrosas anécdotas y curiosos sucesos que convierten su lectura en un placer y en un elemento indispensable para la historia de Vizcaya.

AL FINAL DE LA JORNADA.....
Autor: Joaquín Nebreda de Miguel.
421p.p de 170 x 240 mm
Precio: 30 €

Disponible en las librerías:

Librería Anticuaria Astarloa
c) Astarloa 4, Bilbao
Tel. 944 231 607
Email:
astarloa@libreriastarloa.com

Librería Virtual Ex-libris
c) Travesía Tívoli 2, Bilbao
Tel. 944 130 845
Email:
exlibrisvirtual@telefonica.net

Librería de Bilbao
c) Alda. Mazarredo 65 bis, Bilbao
Tel. 944 243 110
Email: info@libreriadebilbao.com

Librerías del Grupo Elkar
C/ Astarloa, 4
48001 Bilbao
Tf. 94 923 16 07