

Responsabilidad social corporativa

Elaborado por:

Tania Cañas Montañés

EDITORIAL ELEARNING

Edición: 1.0

ISBN: 978-84-17232-96-2

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Índice

UD1. Introducción a la “Responsabilidad Social Corporativa”	7
1.1. Objetivos generales de la acción formativa	9
1.2. Introducción a la responsabilidad social corporativa	10
1.3. Antecedentes	12
1.4. Áreas básicas de la RSE	15
1.5. Definir los objetivos estratégicos de la empresa	17
 UD2. Ámbitos de la “Responsabilidad Social Corporativa”	 27
2.1. Ámbitos de la RSE	29
2.2. El impacto medioambiental	31
2.3. Introducción a la calidad	36
2.4. La seguridad laboral y la RSE	40
2.5. Las relaciones laborales y la RSE	43

UD3. Mecanismos de la “Responsabilidad Social Corporativa” .. 51

- 3.1. Referencias internacionales 53
- 3.2. Pymes y RSC 63
- 3.3. El foro de expertos en RSE 69

UD4. Iniciativas en “Responsabilidad Social Corporativa” 81

- 4.1. Iniciativas 83
- 4.2. Normativas 84
- 4.3. Global Reporting Initiative 95

UD5. La gestión de la “Responsabilidad Social Corporativa” . 107

- 5.1. Conceptos básicos..... 109
- 5.2. Fases de gestión 112

UD6. El plan de “Responsabilidad Social Corporativa” 133

- 6.1. El plan RSE 135
- 6.2. La comunicación en la empresa. Tipos 138
- 6.3. La definición de los indicadores 144
- 6.4. La verificación del sistema 147

UD7. Foros de participación y representación	157
7.1. Los grupos de interés	159
7.2. El papel de los sindicatos en la RSE	164
7.3. El papel de las ONG	170
 Soluciones	 181

Área: administración y gestión de empresas

UD1

Introducción a la
“Responsabilidad
Social Corporativa”

Responsabilidad social corporativa

- 1.1. Objetivos generales de la acción formativa
- 1.2. Introducción a la responsabilidad social corporativa
- 1.3. Antecedentes
- 1.4. Áreas básicas de la RSE
- 1.5. Definir los objetivos estratégicos de la empresa

1.1. Objetivos generales de la acción formativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es gestión socialmente responsable de la actividad por parte de las empresas y se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.

Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.

Antes de entrar de lleno en las dimensiones que componen la Responsabilidad Social Corporativa hay que centrar el propio concepto y situarlo en el ámbito de la empresa. Además, para entenderla, hay que centrarla y conocer el contexto en el que surgió y cuál ha sido la evolución de manera paralela al avance y cambios en el mundo empresarial.

Así, a lo largo de esta acción formativa, intentaremos explicar y definir los siguientes objetivos:

1. Conocer qué es la Responsabilidad Social Corporativa y a qué conceptos se asocia, así como los ámbitos a los que se aplican las políticas de RSC.
2. Delimitar los ámbitos a los que se aplican las políticas de RSC.
3. Analizar las diferentes referencias nacionales e internacionales en el ámbito de la RSC.
4. Conocer las principales normativas y herramientas para trabajar, medir y evaluar las estrategias de RSC.

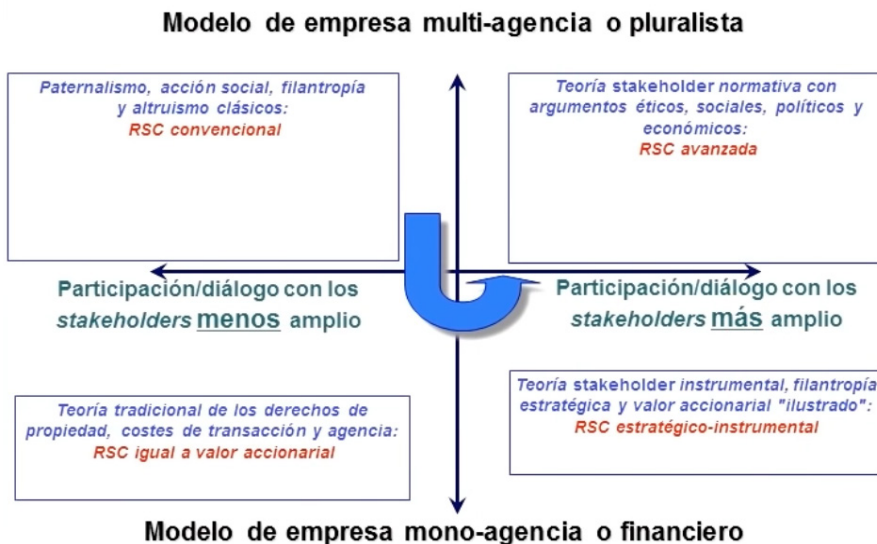
5. Establecer las fases que la empresa tienen que tener en cuenta para trabajar la RSC.
6. Pasos básicos para implementar un plan estratégico de Responsabilidad Social Corporativa en una empresa.
7. Conocer y distinguir los grupos de interés de una organización, desde el punto de vista de la RSC y el papel que desempeña cada uno de ellos.

1.2. Introducción a la responsabilidad social corporativa

Para poder entender su alcance, es importante partir de las diferentes aproximaciones al concepto de Responsabilidad Social Corporativa que a lo largo de los últimos años han existido desde la teoría de la empresa.

Estas aproximaciones tienen que ver con la evolución del modelo financiero mono-agencia hacia un modelo multi-agencia (stakeholder) donde la participación de los grupos de interés tiene gran relevancia. Estos grupos son clientes, empleados, proveedores, sociedad en general.

Coordenadas de la responsabilidad social corporativa (RSC)



Fuente: J. Rodríguez (2007) RSC y análisis económico: práctica frente a teoría. Ekonomiaz nº 65

Sin embargo, no existe una definición única y generalizada de lo que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ni siquiera del concepto, ya que además de RSC también encontramos denominaciones como RSE (Responsabilidad Social Empresarial) o RSO (Responsabilidad Social de las Organizaciones).

Sin embargo, todas las definiciones hacen referencia al “conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos que se derivan de los impactos que la actividad empresarial produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos”.

Otros autores van más allá situando la RSC no solo en el cumplimiento de las normas, sino en la satisfacción de las expectativas de los grupos de interés (stakeholders) citados anteriormente, a través de aportaciones activas y voluntarias, al desarrollo económico, social y ambiental.

Para el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (organización sin ánimo de lucro que nace en 2004 de la mano de varias organizaciones de la sociedad civil para impulsar la aplicación correcta de la RSC) este concepto debe entenderse como “la forma idónea de restablecer el equilibrio entre el desarrollo económico y el social”. Este Observatorio de RSC completa la definición con los 5 principios que, según ellos, deben regir la RSC:

1. **Cumplir la legislación nacional y las normas internacionales vigentes** (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de las Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas comerciales, etc.).
2. **Carácter Global**, entendiendo esta como que la RSC afecta a todas las áreas de negocio de una empresa y a todas las zonas geográficas donde desarrolle su actividad, ya sea la producción de bienes o prestación de servicios. Es decir, “afecta a toda la cadena de valor” de la empresa.
3. **Compromisos éticos** objetivos que se convierten en obligatorios para la empresa desde el momento en que los contrae.
4. Manifestación a través de los “**impactos** que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico”.
5. Orientación hacia la “**satisfacción** e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés”.

1.3. Antecedentes

Algunos autores sitúan el origen del concepto de RSE en los años cincuenta y sesenta en los Estados Unidos, ligado al rápido incremento del tamaño y poder de las empresas americanas, y al papel protagonista que estas comenzaron a desempeñar en una sociedad que afrontaba problemas sociales urgentes, como la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación urbana y la contaminación (años sesenta y setenta).

Otros encuentran las raíces de la RSE en los años veinte: se empieza a hablar del principio de caridad (Davis et al., 1988) - la filantropía ya no como acción individual (del empresario o de los propietarios de la empresa) sino como acción corporativa de la empresa como un todo. Más tarde, el principio de caridad se complementó con el principio de administración que instaba a la empresa a que mirara por el interés público en tanto que era responsable de la administración de recursos públicos, que afectaban a distintos miembros de la sociedad.

Esto culminaría en la década de los 90 cuando diversos grupos exigen cambios en los negocios americanos y finalmente se acuña el término de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (Boatright, 1993).

Al mismo tiempo en Europa, las Administraciones públicas quisieron involucrar a las empresas para que, con su actitud ética y política, se pudiera dar el paso del “Estado del Bienestar a la Sociedad del Bienestar”. Se trataba de que la competitividad empresarial pudiera ser compatible “con el mantenimiento de la cohesión social y de la solidaridad y el respeto al medio ambiente”.

La RSC empieza a convertirse en objeto de interés institucional a partir del Consejo de Lisboa de 2000, cuando se hizo un llamamiento a las empresas para que en sus prácticas observaran una orientación de responsabilidad social, que debía manifestarse en políticas concretas como las de formación continua, igualdad de oportunidades, integración social, organización del trabajo y, cómo no, desarrollo sostenible.

La empresa es un proyecto creado por el ser humano, con y para él mismo. Es sociedad en su composición, al mismo tiempo que, como entidad, es uno de sus miembros. Su legitimidad dentro de la sociedad se empieza a justificar, por lo tanto, en su propia esencia, completándose con su comportamiento.

DÉCADA	DESARROLLO RSC	HECHOS DESTACABLES
1950	Primera definición formal de RSC.	Publicación de Social Responsibilities of the businessmen. Inicio formal de la RSC.
1960. Etapa filosófica	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de RSC. - Debate sobre los fines de la empresa. 	Proyecto de Responsabilidad de la Empresa, liderado por Ralph Nader. Presionó a General Motors para tomar determinadas decisiones a través de su junta de accionistas. Consiguieron que GM publicara un informe social anual, que estableciera un Comité de Política Social, que se incrementara el número de minorías en puestos directivos, así como compras a proveedores de grupos desfavorecidos (población negra).
1970. Etapa práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de las responsabilidades de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta del CSP (Corporate Social Performance) como forma de medición de la RSC. - Estudios empíricos: percepción de los ejecutivos de la RSC y medición de la RSC en Estados Unidos.
1980. Etapa Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del modelo stakeholders. - Definición y desarrollo de códigos éticos. - Balance social como medio de interiorizar y comunicar la RSC. 	Estudios empíricos sobre filantropía, relación entre responsabilidad social y resultados financieros.
1990- hasta hoy	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad. - Desarrollo sectorial de la disciplina: se parcela y analizan separadamente y en profundidad diferentes aspectos (códigos éticos, inversiones responsables, toma de decisiones, colaboración con la comunidad, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Proliferan la investigación empírica y las publicaciones sobre Responsabilidad Social Corporativa y la Ética en los Negocios (EN) y cátedras de RSC en casi todas las Escuelas de Negocios. - Creación de instituciones en casi todos los países occidentales para promover la RSE, la EN o algún aspecto de estas.. - Los gobiernos empiezan a tomar parte en la promoción de la RSC: creación de una Secretaría de Estado en Reino Unido (1996), leyes sobre balance social en Francia y Portugal, publicación del Libro Verde Promover un marco europeo para la RSE, por la Comisión Europea.

Fuente: Dimensiones de la Responsabilidad Social. UNED

A partir del año 2000 empiezan a publicarse guías y documentos de referencia en materia de gestión de RSC, como el GRI (Global Reporting Initiative) que facilita a las empresas unos criterios básicos y comunes para la elaboración de sus memorias de sostenibilidad.

Es cierto que, en los últimos años, el avance de la RSC ha sido más lento. A raíz de la publicación del documento “Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas”, la Comisión Europea establece la estrategia común en RSC y obliga a los estados miembros a publicar planes nacionales de RSC de acuerdo a las iniciativas internacionales.

Antecedentes de la RSE en España

El debate de la Responsabilidad Social Empresarial en España surge a partir de la publicación del Libro Verde Europeo sobre RSE que se publica a raíz de la cumbre de Lisboa del año 2000.

En ese momento, el PSOE presenta una Proposición de Ley en el Congreso de los Diputados en el año 2002, con el objetivo de poner en marcha un marco que regulara la RSE. Posteriormente, a finales de 2003, el Ministerio de Trabajo crearía una Comisión de Expertos y a finales de 2004 se crea una subcomisión parlamentaria para estudiar la RSE en el país, y se elabora el Libro Blanco.

Podemos clasificar diferentes iniciativas que desde entonces han surgido en España en materia de Responsabilidad Social Empresarial, en diferentes ámbitos:

1. INICIATIVAS INSTITUCIONALES

- a. Libro Blanco del Congreso de los Diputados.
- b. Foro de Expertos.
- c. Diálogo Social.
- d. Políticas de las Comunidades Autónomas y Diputaciones.
- e. Código Conthe de la CNMV (Buen Gobierno).
- f. Consejo Estatal de la RSE.

2. INICIATIVAS EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

- a. Memorias de sostenibilidad y RSE.
- b. Clubes y organizaciones empresariales diversas.
- c. Documento de la CEOE.
- d. Iniciativas de órganos directivos, el 60% de las empresas tienen departamentos, consejos o consejeros de RSE.
- e. Herramientas de gestión de RSE y consultorías especializadas en la materia.

3. INICIATIVAS EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

- a. Cátedras, publicaciones y cursos específicos sobre la materia.
- b. Másteres, Escuelas de Negocios.
- c. Creación de la asignatura Educación para la Ciudadanía.

4. INICIATIVAS EN EL ÁMBITO SOCIOPOLÍTICO

- a. El Observatorio: alianza de diferentes Organizaciones No Gubernamentales para el impulso de la RSE.
- b. Evolución sindical: progresivo acercamiento de los dos principales sindicatos en materia de RSE.
- c. Movimientos sociales: de consumidores, grupos ecologistas, etc.

1.4. Áreas básicas de la RSE

La delimitación de las diversas áreas en las que debe materializarse la RSC sirven para completar la definición de la misma, ya que, por su carácter transversal, es complicado resumirla en una definición.

En primer lugar, conviene distinguir las dimensiones interna y externa de la RSC, en función de las necesidades y expectativas de los grupos de interés internos y externos, como receptores de su comportamiento socialmente responsable.

Podemos distinguir 5 áreas básicas en la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa:

1. **Ética y Gobierno Corporativo.** Hace referencia a la toma de decisiones de la empresa, que tiene que integrar un conjunto de principios, procesos y objetivos estratégicos. Estos principios deben basarse en los ideales y creencias (misión/visión/filosofía) que tiene cada organización y debe incluir, sin duda, el reconocimiento y respeto de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales. En definitiva, debe empezar por un respeto integral a todos los Derechos Humanos.

Así, las empresas socialmente responsables deben empezar por establecer un enfoque de su actividad o negocio basado en valores y el sistema de gobierno de la misma debe permitir evaluar y poner en práctica la RSC, así como establecer procesos de comunicación con otros agentes sociales.

2. **Calidad de Vida y Prácticas Laborales.** Engloba las políticas y prácticas en relación al trabajo que se realiza en la empresa y también el que depende de ella, es decir, trabajo subcontratado, promoción de relaciones laborales transparentes basadas en el diálogo y el respeto.

Esta área incluye las políticas de gestión de recursos humanos, compensaciones y beneficios sociales, promoción de carrera, gestión de talento, desarrollo personal, cuidado del ambiente y condiciones donde trabajan, promoción y cuidado de la salud, seguridad e higiene en el puesto de trabajo, promoción de la diversidad, garantía de la igualdad de género, promoción de estilos de vida saludable, fórmulas de conciliación laboral, etc.

3. **Participación activa en la Comunidad.** En esta área se recogen todas las iniciativas que la empresa ponga en marcha para maximizar el impacto social de sus contribuciones, y que se materialicen en dinero, tiempo, recursos, productos, servicios, conocimientos, etc., para mejorar la calidad de vida y el desarrollo de la comunidad donde está implantada. En esta área se englobarían programas de voluntariado impulsados por las empresas, promoción del espíritu emprendedor, programas de integración laboral de personas con discapacidad, etc.

4. **Medio Ambiente.** Es el compromiso que toda empresa socialmente responsable debe adquirir con el cuidado del medio ambiente e implica una inclinación permanente y consciente para evaluar el impacto medio ambiental que tiene su actividad empresarial, así como los impactos generados en el ciclo de vida de los productos y servicios, acompañando esto de iniciativas que contribuyan a minimizar los posibles impactos negativos de su producción.

Incluye acciones como la prevención de la contaminación, optimización del uso de recursos naturales, manejo de residuos responsable, reducción de emisiones contaminantes, uso y promoción de energías limpias y renovables, concienciación de sus trabajadores, etc.

5. **Cadena de Valor.** Según la norma ISO 26000 la cadena de valor "es la secuencia completa de actividades o partes que proporcionan valor (proveedores, trabajadores subcontratados, contratistas, etc.) o reciben valor (Clientes, consumidores, miembros y otros usuarios) en forma de productos o servicios.

Esta área se refiere por tanto a las decisiones que adopta la empresa en relación con su cadena de valor e implica información sobre su producción, los procesos de atención y reclamaciones, la transparencia en la información, el uso correcto, gestión de riesgos, etc.

Se incluye en esta área las políticas respecto al marketing y publicidad, la ética de las prácticas comerciales, la política de precios, la competencia justa, etc.

1.5. Definir los objetivos estratégicos de la empresa

Entendemos entonces la Responsabilidad Social Corporativa como el papel que deben cumplir las empresas para obtener un equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el buen uso de los recursos naturales y el medio ambiente. En definitiva, las empresas deben trabajar en beneficio de un desarrollo sostenible para contribuir a un entorno más estable.

Para ello, la empresa debe además de cumplir de manera estricta las obligaciones legales, integrar de manera voluntaria las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos en las siguientes áreas:

- El gobierno y gestión de la empresa.
- En su estrategia.
- En sus políticas y procedimientos.

Una empresa que integra en su estrategia el compromiso de ser socialmente responsable debe responsabilizarse de las consecuencias y los impactos

derivados de su actividad para los distintos grupos de interés (stakeholders). Dentro de la empresa, actualmente, se distinguen 5 grandes grupos de interés:

- Clientes.
- Empleados.
- Proveedores.
- Propietarios o accionistas.
- Sociedad general.

Partiendo de estos grupos de interés, podemos establecer ámbitos de actuación de la empresa internos y externos. Ejemplo de ellos serían:

- **Ámbito interno:** respeto de los derechos de los trabajadores al desarrollo profesional y personal, principio de igualdad entre hombres y mujeres, principio de no discriminación, facilitar el acceso de trabajo a personas con discapacidad, etc.
- **Ámbito externo:** respeto al medio ambiente dentro de la actividad de la empresa, respeto de los intereses de los clientes, usuarios y/o consumidores, contribuir al desarrollo sostenible del entorno donde realiza su actividad, aportar valor en la sociedad, etc.

Para que la empresa desarrolle estrategias de Responsabilidad Social realmente efectivas, es imprescindible que su personal directivo se involucre en la gestión de ellas. El objetivo principal de desarrollar un plan estratégico de RSC es definir las líneas de actuación para garantizar unos principios éticos y de respeto a las personas, sociedad y medio ambiente.

Los principales puntos que debe incluir el Plan Estratégico de RSC son:

- Identificación de sus grupos de interés.
- Establecer objetivos y valores de la empresa, así como recursos disponibles.
- Crear un plan de acción: planificar los recursos, designar las personas responsables del seguimiento, medición y control de los objetivos establecidos.
- Evaluación de resultados.

- Establecer oportunidades de mejora, en base a la evaluación.
- Publicar los resultados. Es importante que las empresas hagan públicos los resultados de su plan estratégico, en base al impacto económico, social y medioambiental de su actividad. Esta información se recoge en un Informe de Responsabilidad Social Corporativa, Memoria de sostenibilidad o Balance social (que puede basarse en alguno de los muchos modelos normalizados que ya existen) y en general, suele contener información sobre:
 - La empresa.
 - Estructura y organización de los diferentes grupos de interés.
 - Balance económico, social y medioambiental.
 - Tabla de indicadores y medición que facilite la consulta y permita un análisis comparativo, evaluación y establecimiento de próximos objetivos y oportunidades de mejora.
 - Compromisos adquiridos con los grupos de interés.

Principios para la aplicación de la RSE

- Una empresa es socialmente responsable cuando integra en su estrategia las expectativas tienen los diferentes grupos de interés sobre su funcionamiento y se esfuerza para responder satisfactoriamente a ellas.
- La RSE no tiene un final, sino que es un proceso de mejora continua y un camino a la excelencia en todos sus ámbitos.
- La RSE tiene carácter voluntario, pero las políticas para su fomento son necesarias ya que la RSE favorece la competitividad y la cohesión social.
- La intervención pública tiene que respetar este carácter voluntario, garantizando unas normas claras, comunes y transparentes y asegurando una competencia leal.
- Hay múltiples maneras de avanzar en la RSE y cada empresa debe configurar su propia estrategia.
- La cadena de contratación debe abordarse como una parte importante en una política integral de RSE, y para muchos, la política laboral de RRHH es la base de una verdadera política de RSE.

