

La ética en los negocios

Desde finales de los años 90, son muchas las empresas españolas que han integrado en sus estrategias políticas de responsabilidad social y ambiental de forma voluntaria. Han visto que esto les permite crear valor y ganar en reputación.



“Tradicionalmente se ha pensado que el mundo de la empresa era independiente de la esfera ética y que las reglas económicas eran diferentes a las morales: los negocios son los negocios”, explica Mercedes Gutiérrez del área de Calidad y Normativa de la compañía Red Eléctrica de España, “pero los grupos de interés de la empresa han roto con esta disociación y exigen que ésta haga compatibles los beneficios económicos con una conducta basada en sólidos valores éticos”. Este cambio lleva por nombre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE), un concepto que no dejó de escucharse en muchas de las salas de CONAMA 8. La pregunta es: ¿Qué significa realmente la RSC y qué se hace en España en este campo?

El Libro Verde de la Comisión Europea define este concepto como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupacio-

nes sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores”. Para el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) es más bien: “El compromiso de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenido trabajando con empleados, sus familias, la comunidad local y toda la sociedad para mejorar la calidad de vida”. En ambos casos la RSC aparece como un nuevo modelo de empresa que genera prosperidad y desarrollo.

La RSC llegó a España a finales de los 90 y en estos años las empresas han comprobado que establecer una estrategia es beneficioso porque permite crear valor y ganar en reputación, lo que aumenta su capacidad para atraer recursos y constituye una ventaja competitiva. “La gestión empresarial debe abordarse desde la óptica de la sostenibilidad a través de políticas de RSE que faciliten la integración de las consideraciones

ambientales y sociales en la gestión de la empresa”, manifiesta Fernando Arteché, director regional de Medio Ambiente de Novotec. “Cualquier empresa consolidada que analicemos desarrolla diversidad de acciones de responsabilidad social respecto a los principales grupos de interés con los que se relaciona: trabajadores, clientes, proveedores y la sociedad en general”, expresa Ignacio Ayestarán, profesor de la Universidad Pública del País Vasco y responsable del Área de Responsabilidad Social de las Empresas y Gestión Ética de UGT de Navarra.

Existe el común acuerdo en que cualquier iniciativa de RSC debe ser acogida por todos y cada uno de los individuos que forman parte de la entidad.

“Para que funcione debe estar ampliamente difundido y asumido, especialmente por el equipo directivo”

Mercedes Gutiérrez, Área de Calidad y Normativa de Red Eléctrica de España

La RSC se traduce en la realización de diversas acciones: Unas se volcarán hacia el exterior de la empresa, con su implicación, con distintos grados de compromiso, en acciones de tipo social o ambiental, como la iniciativa que presentó RENFE denominada “Un tren de valores”. Y otras regirán la conducta interna de la organización. Es el caso de Red Eléctrica de España, que como especifica Mercedes Gutiérrez, ha definido “nuevos valores corporativos y un código ético, más comprometido con los principios de responsabilidad corporativa y con los grupos de interés”. Según cuenta la representante de Red Eléctrica, este código constituye un instrumento estratégico para la creación, mantenimiento y desarrollo de la confianza, y define la responsabilidad, los derechos y las obligaciones, así como el compromiso de la empresa en la satisfacción de los grupos de interés. “Para que funcione debe estar ampliamente difundido y asumido, especialmente por el equipo directivo que juega un papel clave, no sólo como responsable de comunicar y transmitir a sus colaboradores los principios básicos de actuación, sino actuando como líder responsable”, precisa Gutiérrez, que detalla además cómo el código “cuenta con un sistema de gestión que permite identificar y evaluar los posibles incumplimientos denunciados

Algunas siglas para no perderse...

ISO 14001: Norma internacional específica que guía la aplicación de un plan de gestión ambiental para cualquier organización del sector público o privado. La certificación conforme a esta norma, que debe emitir una entidad autorizada ajena a la empresa, prueba que el sistema de gestión ha sido evaluado sobre la base de una norma de buenas prácticas y que cumple con las mismas.

EMAS: Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Ambiental, el sistema de la Unión Europea para empresas industriales. Su aplicación es voluntaria y su objetivo es promover la mejora continua del comportamiento ambiental de las organizaciones. Es más exigente que la ISO 14001.

SGE 21: El primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y verificar los compromisos adquiridos por la alta dirección en materia de responsabilidad social para alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social. Forma parte una familia de normas, guías y documentos formales que configura el Sistema de Gestión Ética y Responsabilidad Social, desarrollada por Forética.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact): Iniciativa de compromiso ético destinada a que las entidades de todos los países acojan, como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, diez principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

PACI (Partnering Against Corruption Initiative): Iniciativa del Foro Económico Mundial de Davos en colaboración con Transparencia Internacional, con el objetivo de comprometer a las empresas de forma oficial con las políticas de transparencia. Las empresas firmantes se comprometen a cumplir los llamados ‘Principios PACI’, que implican la “tolerancia cero” con la corrupción, la implantación de políticas prácticas en la materia y el compromiso de evaluación de la gestión empresarial de acuerdo con estos principios.

GRI (Global Reporting Initiative): Se constituyó en 1997 por el programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) para promover la transparencia y la responsabilidad de las organizaciones. La Guía GRI, desarrollada por esta institución con el objetivo de aumentar la calidad, el rigor y la utilidad de las memorias de sostenibilidad, es una herramienta de aplicación global y voluntaria por la que las empresas revelan sus impactos económicos, medioambientales y sociales.



por cualquier grupo de interés (interno o externo) y tomar las decisiones oportunas para corregir las posibles desviaciones”.

Con todo, implantar un sistema de gestión basado en la RSE no está exento de dificultades. Como señala Juan Pedro Galiano, jefe del Departamento de Responsabilidad Social y Reputación Corporativa del Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (ADIF), “encontramos escepticismo dentro de la organización, generalmente porque no se sabe muy bien de qué estamos hablando, otras veces porque entienden, y además es verdad en muchos casos, que les cae una carga de trabajo adicional, tienen que trabajar más, conseguir más información, pensar más y hacerlo desde otra óptica en los proyectos en los que venían trabajando antes. Por lo tanto hay resistencias, humanas y comprensibles”. Otra dificultad, según el represen-



¿De verdad crea valor la RSC?

¿Qué supone realmente para las empresas la RSC? ¿Cómo se cuantifica la creación de valores de sostenibilidad? Uno de los principales objetivos en los que han profundizado las investigaciones en Economía de la Empresa en los últimos años se centra en la búsqueda de medidas apropiadas que definan la creación de valor sostenible. Existe un acuerdo generalizado entre la comunidad universitaria y profesional sobre el hecho de que **la creación de valor no se encuentra rigurosamente representada por las medidas financieras tradicionales**, que se antojan incapaces de cuantificar su naturaleza multidimensional. Por otro lado, la desmaterialización de la actividad económica, el desarrollo de la sociedad del conocimiento, la economía basada en servicios, los avances tecnológicos han subvertido profundamente los términos en que se basaba el cálculo tradicional de creación de valor. En este nuevo entorno, estos sistemas tradicionales se tornan inadecuados cuando tratan de incluir la valoración de intangibles. Sin embargo, ahora comienzan a surgir nuevos métodos que sí pueden servir para calibrar estos valores. En esta línea centró su objetivo el grupo de trabajo “Tendencias de la RSC en España” (GT20), que avanzó en la **propuesta de una metodología de valoración de intangibles**, incluyendo conceptos novedosos como el llamado Capital Intelectual, que comienza a recibir una creciente atención internacional.

tante de ADIF, radica en que si una empresa dice que quiere apostar por esta vía tiene que aportar recursos y esto también se convierte en un problema en la práctica. “Hay una necesidad de un cambio de mentalidad y en la cultura de gestión, será lento pero tiene que empezarse en algún momento y ha de ser impulsado por la alta dirección”, comenta Galiano, que subraya también como resulta imprescindible “ser realistas, porque a veces, especialmente los que estamos directamente relacionados con la RSC, queremos ir muy deprisa y en ocasiones es más de lo que la empresa puede o quiere”.

La RSC no es patrimonio de las grandes. No obstante, como expresó Fernando Arteché, “frente al desarrollo e implantación de políticas de RSE en grandes empresas o empresas cotizadas, hay estancamiento de su aplicación en el caso de las pymes, motivado fundamentalmente por la falta de formación e información, la falta de tiempo y la disponibilidad de recursos”. Novotec participa en un proyecto europeo cuyo objetivo es fomentar la sostenibilidad en las pequeñas y medianas empresas. En él participan 20 grandes empresas líderes en sostenibilidad y 500 pymes. Cada gran empresa aporta 20 proveedores, con lo que ejercen de tractoras de un sector de sus grupos de interés. Lo cierto es que las pymes tienen realmente ventajas frente a las grandes: “Debido a

su tamaño, generalmente las pymes son capaces de abordar los cambios en la sociedad con más rapidez que las grandes empresas. Además los procesos internos se adaptan más fácilmente y es más sencillo informar a los empleados sobre nuevos métodos y procedimientos”, comenta Arteché, que destaca: “la influencia de las pymes, que forman el 99 por ciento de todas las empresas europeas y emplean al 53 por ciento de los trabajadores, hace que tengan un importante impacto social”.

Una de las características de la RSC es que debe ser comunicada a la sociedad. El canal de comunicación entre las empresas y sus grupos de interés, son las memorias de sostenibilidad. Según explica Marta Roca, miembro del Colegio de Economistas de Cataluña y coordinadora del grupo de trabajo “Memorias de Sostenibilidad” (GT-21), “un documento de transparencia empresarial para saber en qué grado va avanzando la empresa hacia la sostenibilidad”. No obstante, como destacó Juan Piñeiro Sousa, coordinador del grupo de trabajo “Tendencias de la RSC en España” (GT-20), ésta “ha sido considerada tradicionalmente más como una herramienta de comunicación que de gestión, que permite conseguir la confianza de los stakeholders (grupos de interés) y una buena reputación, lo que dará lugar a un compromiso de los grupos de interés”. Por eso, las memorias deben ser elaboradas siguiendo una metodología exhaustiva, que recoja mediante indicadores el valor económico, ambiental y social de la empresa. Sin embargo, a menudo las empresas se encuentran con que después de elaborar su memoria, ésta apenas tiene difusión. Como comentan los expertos participantes en CONAMA, por lo general los grupos de interés no leen las memorias de sostenibilidad porque es un informe excesivamente largo, muy técnico y de difícil comprensión, que difícilmente interesa entero al mismo grupo, y donde los datos están muy tratados, con lo que resulta difícil saber de dónde salen. Entre las posibilidades para hacer las memorias más cercanas y atractivas al usuario final estarían las aportadas en la ponencia de Cecilia Alcalá, de Matchmind: “Utilización de índices más explicativos, de un cuadro identificando a los distintos grupos de interés y los capítulos o partes de la memoria que podían tener mayor relevancia para ellos, no sólo los indicadores y la página”. Como señaló Alcalá, también se puede realizar una guía de lectura, “para que cada grupo de interés pueda leer de una forma ordenada y lógica, aquellas partes de la memoria que son de su interés”.

Cómo mejorar la comunicación

¿Qué se puede hacer si nuestras memorias de sostenibilidad no son leídas? Estas son algunas de las recomendaciones incluidas en las conclusiones del grupo de trabajo “Memorias de sostenibilidad” (GT-21) de CONAMA 8 para mejorar la comunicación entre las empresas y los grupos de interés:

- Aumentar la participación de los interlocutores sociales en el proceso de elaboración y definición de las Memorias de Sostenibilidad de cada compañía.

- Incluir protocolos técnicos que favorezcan la precisión y la comparabilidad de las memorias de sostenibilidad, lo que resulta conveniente para potenciar la definición, presentación, lectura y uso de las informaciones contenidas .

- Analizar con mayor profundidad y exigencia indicadores más precisos y de mayor nivel de agregación y representatividad. La reestructuración de indicadores supone un reto para la organización de la empresa de cara al aprovechamiento de la capacidad de comunicación que presentan los indicadores sociales, ambientales y económicos.

- “Preguntar primero para informar posteriormente”. Así se pueden conocer las expectativas de los grupos de interlocutores sociales identificados por la empresa respecto al desarrollo de modelos, de actuaciones y de gestión sostenible. Es una fórmula adecuada para detectar nuevas cuestiones de preocupación y definir indicadores eficientes de cada uno de ellos y un proceso que encaja en la línea de mejora continua que se puede adaptar a las necesidades de cualquier empresa.

- Utilizar el Registro Mercantil y el Registro de la Propiedad como canales vinculantes de la comunicación de la empresa con sus interlocutores, lo que implica un paso de memoria interna a memoria externa.

- Incorporar guías de lectura que simplifiquen y potencien la lectura de las memorias de sostenibilidad a los agentes de interés, atendiendo al perfil típico de cada uno.

Esta información ha sido elaborada a partir de la jornada técnica sobre “Casos prácticos de la RSC en España” (JT-5), los grupos de trabajo “Tendencias de la RSC en España” (GT-20) y “Memorias de sostenibilidad” (GT-21).

