“LAS EMPRESAS CONVENCIDAS DE LA RSC SON MÁS COMPETITIVAS”

Texto **Gemma Martí**

Cuándo puede afirmarse que una empresa es socialmente responsable?
Cuando la RSC forma parte de su filosofía y estrategia, y ésta es asumida realmente por todos los miembros de la compañía. Todo ello llevado a cabo con políticas de buen gobierno y en un marco ético en la toma de decisiones. Ah, y dialogando y cubriendo positivamente las expectativas de sus grupos de interés.

¿Cuál es la situación de la RSC en las empresas españolas?
La gran mayoría es consciente de esta necesidad y aplica los aspectos de la RSC, pero también hay que tener en cuenta que las empresas españolas han pasado de una política más reactiva, realizando actuaciones en aspectos de RSC en ámbitos específicos pero poco conectados entre sí, hasta que la han incorporado en una verdadera política global dentro de la estrategia de cada organización, como parte de su propia filosofía.

Para que la RSC funcione debe haber un compromiso de la dirección/ propiedad, y que forme parte de la filosofía y la estrategia de la empresa

¿Qué beneficios aporta?
Una empresa con una política de RSC adecuada es diferente. En general estará mejor gestionada, identificará y cubrirá las necesidades de sus trabajadores y otros grupos de interés, y todo ello redundará en una mejor comunicación y actitud positiva externa hacia la compañía. Es decir, se verá a la empresa más cercana y se tendrá un mayor compromiso y, en consecuencia, será más competitiva. Asimismo, se identificarán y se cubrirán mejor sus posibles riesgos de negocio evitando situaciones no deseadas, que redundarán en una mejor imagen y reputación.

¿Con qué problemas se encuentran las empresas al implementar la RSC?
Las dificultades se producen sea por las características de la organización (dimensión, estructura organizativa, etc.) como por las del sector en que opera (actividad, estructura de producción o prestación de servicios, etc.). En ambos casos es necesario disponer de instrucciones claras y de una comunicación efectiva.

¿Cómo debe implantarse la RSC?
Primero ha de haber un compromiso claro de la dirección/propiedad. Debe elaborarse un marco de referencia con unos compromisos de sostenibilidad o con un código ético más elaborado y, a partir de aquí, desarrollar instrucciones y procedimientos para su aplicación en todos los ámbitos de la organización, estableciéndola dentro de su estrategia básica. Asimismo, se ha de designar una persona o departamento responsable que ha de estar legitimado por la dirección ante toda la empresa. Por otro lado, esta política debe abarcar todos los ámbitos de la orgnización y apoyarse en un soporte fácil de aplicar.



¿Cómo pude una empresa garantizar la responsabilidad social?
Siempre que actúe de forma convencida y facilite los medios necesarios para su adecuada implementación y desarrollo, y trabaje con sus grupos de interés, estará bien enfocada en esta materia. Hay que tener en cuenta que el entorno es cambiante y que esta garantía está más alineada con un buen sistema de gestión que asegure su correcto seguimiento. Asimismo, todo ello ha de contar con los adecuados controles y verificaciones, tanto internos como externos a la organización.

La responsabilidad final también recae sobre el consumidor que, con sus decisiones de consumo, puede y debe implicarse para corregir determinadas situaciones

¿Es fácil controlar la cadena externa?
Supone seleccionar a los proveedores y distribuidores con criterios de RSC –además de los de calidad, precio, etc.–. Darles formación en estos aspectos, y establecer instrucciones en materia de RSC a través de códigos de conducta basados en los convenios de la OIT, declaraciones y convenciones de la ONU, etc. Además, las auditorías realizadas externamente dan credibilidad, y si se llevan a cabo con los grupos de interés tendrán legitimidad.

¿La sociedad ha tomado conciencia y ahora es más exigente con los comportamientos irresponsables?
Sí, tiene más información y es más exigente en estos temas. No obstante, la responsabilidad final también recae sobre el consumidor, ya que es, mediante su actitud, quien puede y debe implicarse para corregir determinadas situaciones, siendo coherente con sus decisiones de consumo. En este sentido, se ha de discernir entre las empresas que realmente trabajan en estos aspectos y actúan seriamente sobre sus posibles problemas y las que no tienen una política seria y actúan sin convencimiento o por una cuestión sólo de apariencia, cuya actitud tendrá seguro un efecto de retorno e impacto negativo sobre ella.

¿En España, la RSC funciona?
Como en otros países, está evolucionando y adaptándose permanentemente a su entorno. En la medida que seamos capaces de trabajar conjuntamente en todos los ámbitos y con todos los grupos de interés, habremos logrado un enfoque adecuado. Esto supone implicar a empresas, universidades, escuelas de negocio, tercer sector, administraciones públicas, instituciones, consumidores, medios de comunicación... La RSC nos afecta a todos.

Entrevista a
XAVIER CARBONELL

Coordinador académico, profesor de RSC y director de la Cátedra Mango de Responsabilidad Social Corporativa en ESCI-UPF (Universitat Pompeu Fabra). Xavier Carbonell es especialista en responsabilidad social corporativa y auditoría, asignaturas que imparte en ESCI-UPF así como en otros másters y seminarios