

Seminario Internacional
“Competitividad y Responsabilidad Social Empresarial”
Santiago, 24 de junio 2004

Quiero antes de todo agradecer a la Fundación ProHumana y a la Sociedad de Fomento Fabril la invitación que hicieron llegar a la Delegación de la Comisión Europea en Chile para participar en este seminario y exponer la visión de la Unión Europea sobre el tema.

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto difícil de definir. En general podemos decir que consiste en manejar una empresa de tal manera que fomente su aportación positiva a la sociedad y a la vez minimice el impacto negativo sobre las personas y el medio ambiente. Se manifiesta en el modo de interacción cotidiana que mantienen los empresarios con las partes interesadas: clientes y socios comerciales, mercado, trabajadores, comunidad local y medio ambiente.

Los empresarios responsables:

- Tratan a sus clientes, socios comerciales y competidores con equidad y rectitud;
- Se preocupan por la salud, la seguridad y el bienestar general de los trabajadores y los consumidores;
- Motivan a su personal con la oferta de oportunidades de formación y desarrollo profesional;
- Se comportan como buenos ciudadanos en la comunidad local, y
- Respetan los recursos naturales y el medio ambiente.

Esto significa que la RSE no es un incremento directo de la actividad productiva de la empresa sino que trata de cómo los negocios son administrados y dirigidos diariamente.

No hablamos de filantropía o de iniciativas particulares, sino de cómo definimos estrategias de dirección empresarial que incorporen todos los elementos señalados bajo la idea de beneficio mutuo.

Al analizar el concepto se observa en primer lugar que el hecho de ser una empresa socialmente responsable es una decisión que debe tomar la propia empresa voluntariamente no porque se lo obliga una ley o simplemente porque está de moda. Una segunda idea es que el concepto de responsabilidad está más allá de la legislación, intenta llegar donde la legislación no llega, ya que lo primero que debe tener en cuenta una empresa socialmente responsable es que debe cumplir

con todas las normas jurídicas vigentes tanto nacionales como internacionales. Como dice el Libro Verde de la Unión Europea sobre el tema *"la responsabilidad social de la empresa no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o la legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables"*

Por último la responsabilidad social compete a todo tipo de empresas sean estas grandes o pequeñas y cualquiera sea la condición jurídica que ostenten: empresas propiamente tales, cooperativas de trabajadores, cuentas en participación etc.

Las empresas en Europa y en el mundo, realizan -sin duda- una aportación social significativa por medio de la creación y mantenimiento de puestos de trabajo, el suministro de productos y servicios a la sociedad y el pago de impuestos. También se reconoce cada vez más su papel como impulsora de la innovación, la iniciativa empresarial y la competitividad.

Es por esto que la empresa europea se ha convertido en un elemento clave para alcanzar el objetivo estratégico fijado por el Consejo Europea de Lisboa del año 2000: Convertir en el año 2010 a la Unión Europea en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con una mayor cohesión social.

Este contexto más general explica el interés de la UE de fomentar la responsabilidad social de las empresas.

Para lograr un equilibrio entre los objetivos económicos, sociales y medioambientales puede ser necesario alcanzar ciertos compromisos. Mientras que los temas laborales y medioambientales están sujetos a normas relativamente exigentes en los países miembros de la UE, la categoría comunitaria está mucho menos reglamentada y, por lo tanto, ofrece mayores oportunidades para que las empresas vayan más allá de sus obligaciones legales.

En consecuencia, tal vez no sea sorprendente que las motivaciones éticas aparezcan como el principal impulsor de la participación de las

empresas en actividades comunitarias, mientras que la legislación y las presiones de la cadena de suministro son los motores más importantes en el ámbito laboral y medioambiental.

Con todo, la experiencia europea nos indica que el éxito empresarial y la responsabilidad social no sólo son compatibles, sino que también se refuerzan mutuamente mediante la apertura de nuevas posibilidades comerciales a través de la innovación o la diferenciación del mercado, mayor motivación del personal, lealtad de los consumidores, mejores relaciones con la comunidad que a lo largo del tiempo constituyen un elemento de sostenibilidad económica que permite a la empresa prosperar.

Analizaremos el mercado, el lugar de trabajo, la comunidad y el medioambiente como áreas específicas de aplicación de la responsabilidad empresarial.

1. El Mercado

El modo de operación de las empresas en el mercado es un indicador fundamental de cómo han integrado las preocupaciones sociales, éticas y medioambientales en su estructura organizativa y proceso de toma de decisión centrales. Actividades empresariales como la fabricación de productos, la gestión de la cadena de suministro y de abastecimiento, la comercialización y la publicidad, las prácticas en materia de precios y de ventas, deberían reflejar el compromiso de responsabilidad empresarial de la empresa. En el mercado, las empresas se relacionan con tres grupos externos fundamentales: los clientes y las asociaciones de consumidores, los proveedores y socios fundamentales, y los inversores o accionistas.

Los principales compromisos respecto a los consumidores son: Retención y satisfacción de los clientes; seguridad y calidad de sus productos; precio justo, principios éticos en materia de comercialización y publicidad y servicios de postventa.

Los socios comerciales y los proveedores son otra pieza esencial del mercado. En este ámbito, las empresas responsables evalúan su impacto a lo largo de toda la cadena de suministro en relación a varios temas: criterios de selección de los socios locales; condiciones de trabajo y de vida en los países en desarrollo donde las empresas se abastecen de materias primas y respeto de los derechos humanos; apoyo a los proveedores locales y pago puntual de facturas.

Por último los accionistas e inversores son otro grupo importante de interesados, dado que el valor de mercado de una empresa viene determinado cada vez más por factores intangibles, como la imagen y el valor de la marca. Muchas empresas e inversores consideran la responsabilidad social como un instrumento de gestión de riesgos que les permite evitar la pérdida de prestigio que conllevan las prácticas no sostenibles desde el punto de vista social o medioambiental. En consecuencia, las empresas transparentes en lo que se refiere a prácticas sociales y medioambientales tienen mayores probabilidades de atraer inversores y de acceder al nuevo mercado de inversiones socialmente responsables.

2. El lugar de trabajo

Los aspectos laborales son fundamentales para el éxito de cualquier empresa, toda vez que su personal es la fuente de su productividad, servicio a los clientes e ideas innovadoras. Aún cuando los asalariados dependen de sus empleadores para ganarse la vida, los empresarios bien informados reconocen que contar con un personal cualificado y motivado y el hecho de gozar del reconocimiento como un "empleador predilecto" son activos esenciales en una economía basada en el conocimiento donde se compite por las aptitudes y el talento. Promover un equilibrio adecuado entre la vida profesional y la vida privada mediante horarios de trabajo flexibles, preocuparse por la salud y bienestar del personal e invertir en la formación y desarrollo profesional de los trabajadores son rasgos distintivos de un buen lugar de trabajo.

3. La Comunidad

Actualmente ninguna empresa se puede permitir no prestar atención a los temas relacionados con su papel y su actuación en la comunidad en la cual opera. Las PYME son particularmente sensibles a estas cuestiones, dado que en la mayoría de los casos operan en los mercados locales. El compromiso voluntario en beneficio de la comunidad local, también denominado "inversión comunitaria" puede adoptar diversas formas: donación de dinero o especies, la dedicación gratuita de tiempo de trabajo a causas sociales o el fomento de la integración social.

La participación comunitaria puede responder a motivaciones diversas, entre ellas:

- Un sentido de responsabilidad ética por parte del empresario.
- La convicción de que, a largo plazo, a las empresas les interesa promover una comunidad saludable y unas condiciones de empleo más favorables, (la llamada defensa inteligente del propio interés).
- El conocimiento que las intervenciones en la comunidad con la participación de los trabajadores, clientes y proveedores pueden generar ventajas directas, a través de un aumento de la rentabilidad, la consolidación de la imagen de la empresa, el fomento de la motivación del personal y de la lealtad de los clientes, o la explotación de mercados subatendidos.

4. El medio Ambiente

En las últimas décadas se ha asistido a un marcado incremento de la conciencia y preocupación públicas con respecto al impacto de las actividades productivas sobre el medio ambiente natural. El concepto de desarrollo sostenible, con el que la Unión Europea está plenamente comprometida, engloba la idea de un equilibrio entre el crecimiento económico, la inclusión social y la preservación de un medio ambiente saludable para las generaciones futuras. La idea aprobada en la Cumbre de la Tierra de Johannesburgo de que es preciso separar la degradación ambiental del crecimiento económico es piedra angular de la estrategia de desarrollo sostenible de la UE. Esta separación requiere de una intensificación de los esfuerzos tanto de actores públicos como de los privados para alcanzar unas pautas de producción y de consumo sostenibles.

A las autoridades públicas, incluida la UE, les corresponde cumplir un papel en el fomento del intercambio mutuo de ideas, experiencias y buenas prácticas, la ampliación de los conocimientos y especialmente la oferta de incentivos y de apoyo.

Los primeros debates sobre Responsabilidad Social Empresarial en la UE se iniciaron el año 1995 cuando un grupo de compañías europeas y el Presidente de la Comisión de la época, señor Jacques Delors lanzaron un manifiesto de empresas contra la exclusión. Esto generó la creación de una red de empresarios europeos para promover el dialogo y el intercambio de buenas prácticas sobre Responsabilidad Social y otros temas asociados.

Pero fue sólo en la Conferencia de Lisboa en marzo del año 2000 que la responsabilidad Social de la Empresa fue puesta en el primer lugar de la agenda política de la UE. Fue por primera vez que los Jefes de Estado y de Gobierno hicieron un llamado especial al sentido de responsabilidad de las empresas para ayudar a la Unión Europea en convertirse en el año 2010 como la economía más competitiva del mundo.

El 18 de julio de 2001, la Comisión Europea presentó su libro verde destinado a "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas". Con posterioridad una nueva estrategia de la UE respecto a la responsabilidad social de la Empresa fue lanzada el 2 de julio del año 2002. La nueva política considera que la empresa está llamada a jugar un nuevo rol social y ambiental en la economía global.

La estrategia diseñada por la Comisión tiene por objeto:

- Promover el concepto de Responsabilidad Empresarial mostrando sus beneficios para hacerla cada día más atractiva, especialmente a la pequeña y mediana empresa. Se ha visto como necesaria la generación de un modelo empresarial que integre el concepto de responsabilidad social que pueda ayudar a las empresas especialmente en el manejo y prevención de riesgos. Asuntos a los que antes se les daba muy poca importancia como son los derechos humanos, las relaciones con la comunidad y la protección del medio ambiente entre otros ahora son difíciles de manejar y de ignorar. Errores en estas materias muchas veces pueden incidir en los permisos para que una empresa pueda trabajar o en su aceptación social generando graves perjuicios patrimoniales.
- Promover sistemas de evaluación únicos y transparentes para medir el desempeño social y ambiental de las empresas a nivel europeo como única forma de darles legitimidad social.
- Asegurar que todas las políticas de la UE sean compatibles con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial facilitando su implementación en diversas actividades productivas.
- La creación de un Foro Europeo abierto sobre responsabilidad social de la empresa, que fue inaugurado en octubre del 2002 y que se espera cerrar en este mes con las conclusiones finales. En él pudieron participar todos los sectores y personas interesadas

que enviaron sus comentarios desde diversos lugares de la Unión.

Entre las opiniones recibidas podemos citar a:

Las empresas que insistieron en la naturaleza voluntaria de la responsabilidad social, mostraron su preferencia por soluciones globales e indicaron que una normalización excesiva sería contraproducente. Por último recordaron a los gobiernos y organizaciones internacionales sus propias responsabilidades, en especial fuera de Europa.

Los sindicatos, indicaron que la Responsabilidad Social Empresarial no sustituye ninguna legislación, sus instrumentos sólo pueden ser transitorios y deben incluirse en el marco legislativo o contractual.

Las ONG señalaron que las compañías deberían adoptar compromisos verificables basados en normas internacionales objetivas, aplicables en todo el mundo, los esquemas de Responsabilidad Social exigen la participación de todos los actores interesados y por último se exige una regulación legal que controle la acción empresarial.

Como podemos ver, al hablar de responsabilidad social de la empresa ingresamos al terreno de la voluntariedad, de conformarse o no con ciertas buenas prácticas y códigos de conducta generados por lo propios afectados.

Pero cuidado, esto no significa que el Estado deba estar ajeno al tema, éste tiene dos roles importantes que cumplir:

Primero, generar una legislación en materia laboral y ambiental que establezca estándares adecuados, generando un estado de bienestar y de integración social. Estos estándares mínimos no pueden quedar sujetos a la voluntad.

Segundo, mediante el uso de políticas públicas el Estado tiene un rol coadyuvante del sector privado en el desarrollo, fomento, facilitación y evaluación del diseño y aplicación de conductas que fomenten una buena relación empresa, sociedad y naturaleza.

En este contexto se está desarrollando una responsabilidad social y trabajo en red con el gobierno y la sociedad civil. Esto significa

desarrollar un nuevo tipo de liderazgo en los negocios, en los gobiernos y en la sociedad civil capaz de trabajar en red, entre ellos.

La falta de políticas públicas que tengan por objeto coordinar las actividades privadas en el área, que promuevan su uso mediante incentivos e informen de su efectividad, especialmente de los beneficios económicos que genera para la propia empresa, dejaría el tema de la responsabilidad social de la empresa circunscrito únicamente al compromiso social y la filantropía de los empresarios pero le negaría su carácter estratégico global. El Estado debe cumplir la función de impulsarla como una herramienta precisa -no de ayuda-, sino de crecimiento de la empresa, de su productividad mejorando la calidad de vida de la comunidad y la preservación del medio ambiente.

GRACIAS