

La RSC, la nueva calidad en la estrategia de las empresas

Fundación Carolina, Multicaja y Javierre S.L. expusieron en la Cámara sus experiencias en responsabilidad social corporativa

Javier GARCÍA ANTÓN

HUESCA.- La Responsabilidad Social Corporativa (Responsabilidad Social Empresarial en el caso de las empresas) ha de trascender la mera voluntariedad para empezar a ser contemplada como un objetivo fundamental dentro de las estrategias de las compañías, también en el caso de las pymes. Esta es una de las grandes conclusiones de la jornada "RSE: herramienta de competitividad empresarial. Experiencias innovadoras", en el marco del Foro de RSC de la provincia de Huesca promovido por el Grupo promotor del Foro, que tuvo lugar ayer en el salón de actos de la Cámara de Comercio.

La jornada fue introducida por el secretario general de la Cámara de Comercio e Industria, Ricardo Oliván, quien puso en entredicho la voluntariedad en la aplicación de políticas de RSC, para centrar el objetivo de las empresas en su integración como parte de la estrategia fundamental de las mismas.

Juan Carrero, del Grupo Promotor del Foro, agradeció el apoyo de entidades como Cámara de Comercio, Ceos-Cepyme Huesca, DIARIO DEL ALTOARAGÓN, Diputación Provincial, Federación de Polígonos Industriales de Huesca, Fundesa, el Grupo de Estudios Sociales y Económicos del Tercer Sector (Gesés) de la Universidad de Zaragoza, Javierre S.L., La Caixa, la Plataforma del Voluntariado de Aragón, Multicaja y la Coordinadora de Asociaciones de Discapacitados (Cadis), implicados en esta ma-

"La RSC no ha de ser considerada un gasto de la empresa, sino como la posibilidad de obtener beneficios tangibles e intangibles"

tería y dispuestos a cumplir los 10 Principios Fundamentales del Pacto Mundial.

Por su parte, José Miguel Nasarre hizo una apuesta por el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial en las pymes. Pronunció una interesante reflexión sobre la situación de crisis en estos momentos, "cuando no se ve el final del camino. Los

últimos datos son alarmantes, con ajustes fiscales, con medidas para la reducción del déficit público, con un endeudamiento elevado que colapsa las posibilidades de desarrollo...". En esta coyuntura, el director gerente de Fundesa aportó "un mensaje de ánimo. Hemos de pensar que las empresas irán poco a poco volviendo a la normalidad, y la Responsabilidad Social Corporativa merecerá el esfuerzo porque no ha de ser considerado como un gasto de la empresa, sino como la posibilidad de obtener beneficios tangibles e intangibles. Es un buen caldo de cultivo para arrancar una situación en la que la provincia de Huesca se convierta en responsable socialmente".

Jorge Gómez, de Fundesa, recordó el trabajo de esta fundación y del Grupo Promotor para facilitar la incorporación voluntaria de la Responsabilidad Social, independientemente del tipo de sistema de gestión que utilice cada empresa y partiendo de los 10 Principios del Pacto Mundial. "De ahí, cada empresa incide más en lo medioambiental, lo social, los recursos humanos u otras orientaciones". Estimó que "muchas empresas están haciendo ya responsabilidad social", aunque no hayan sistematizado sus medidas al respecto. Finalmente, recordó la disponibilidad de la página web de Fundesa como consulta para las pymes que deseen más información al respecto.

JAVIERRE S.L.

Antonio Javierre expuso la senda pionera y plagada de éxitos de Excavaciones Javierre S.L., empresa montisonense dedicada a las excavaciones, demoliciones, obra civil, maquinaria, topografía y franquicia, con ocho trabajadores y un mercado "de 200 kilómetros a la redonda" en Huesca y Zaragoza.

El director general de esta compañía explicó los cuatro pilares de la responsabilidad social en su caso: las personas como elemento más importante de la organización, el medio ambiente al ir más allá de las exigencias legales, la economía que incluye la distribución de recursos y ganancias, y el buen gobierno.

Recordó sus inicios a partir de un curso de Dirección en una escuela de negocios donde adquirió conciencia "del valor de las personas, del trabajo bien hecho,



Antonio Javierre, Laura Prada y José Gutiérrez, los ponentes de ayer. PABLO SEGURA

Los 10 Principios Fundamentales del Pacto Mundial

D.A.

HUESCA.- Diez son los Principios del Pacto Mundial, los dos primeros de Derechos Humanos, los cuatro siguientes de Trabajo, los tres últimos de Medio Ambiente y el último contra la corrupción.

- 1.- Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional, dentro de su ámbito de influencia.
- 2.- Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.
- 3.- Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- 4.- Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.
- 5.- Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.
- 6.- Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.
- 7.- Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.
- 8.- Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
- 9.- Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías innovadoras para el medio ambiente.
- 10.- Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Las organizaciones empresariales

J.G.A.

Antonio Javierre respondió a la pregunta sobre la real implicación de determinados actores, como las organizaciones empresariales, en la promoción de las prácticas de RSC. "La verdad es que no les veo implicadas para nada, por lo menos lo que a mí me llega. No es que pongan palos en las ruedas, pero tampoco apoyan".

De preguntado a preguntador, Javierre inquirió sobre tal aspecto a José Gutiérrez, de la Fundación Carolina, que está en el Consejo Estatal. Reconoció Gutiérrez que, con 54 miembros y voluntad siempre de llegar a consenso, no es fácil que nadie pueda imponer sus criterios, y además hay más afinidades entre las entidades sociales y los sindicatos que entre aquellas y las organizaciones empresariales, por lo que manifestó su esperanza de que se alcancen acuerdos fructíferos.

de la interacción con los grupos de interés". En 2003, obtuvo el certificado de Calidad y Medio Ambiente según las normas ISO 9001 y 14001. "Pero me faltaba algo: las personas". Y así comenzó el proceso a partir de varias preguntas: ¿cómo será la empresa en veinte años? ¿qué demanda la sociedad?, ¿atendemos a las demandas?, ¿cómo lo hacemos?, ¿podemos mejorar?, ¿cuáles son los recursos necesarios? (res-

puesta: "muy escasos); ¿en qué nos apoyamos?, ¿hay algún modelo a seguir? Y ¿cuáles serán los resultados?.

Sobre los recursos, aseguró que se necesita experiencia y personas comprometidas e involucrada en el proyecto, equipos, inquietudes, formación y conocimientos, confianza e iniciativa. Antonio Javierre ordenó los procedimientos a seguir partiendo del análisis de la situación, para con-

tinuar con el DAFO, la evaluación de los recursos, la adquisición de compromisos, la implantación progresiva, el seguimiento periódico y la transparencia en todo el proceso "fundamental desde el primer momento".

Manifestó Antonio Javierre su satisfacción por su apoyo en la Global Reporting Initiative y en la Red Española del Pacto Mundial, de la que fue uno de los socios constituyentes, y concluyó que, después de siete años de indicadores, los resultados son positivos. Además, es la única empresa dentro del World Economic Forum (donde inscribió seis medidas contra la corrupción) y está integrada en otros consejos de sostenibilidad y desarrollo.

Sus Memorias de Sostenibilidad han cosechado premios nacionales en tres ediciones, y también ha sido galardonado en el Premio Aragonés de RSC. Cuenta con 9 indicadores económicos, 30 medioambientales, 14 laborales, 9 de recursos humanos y 8 sociales y 9 de responsabilidad del producto, y está reconocida con la calificación A.

Eso sí, no tiene un certificado específico de RSC, "no nos vamos a gastar seis mil euros. Queremos llegar al máximo pero con los mínimos recursos. Tenemos certificados por AENOR los sistemas de calidad y medio ambiente y ahí medimos los aspectos medioambientales, sociales y económicos".

Antonio Javierre estimó que los principales inconvenientes para la gestión socialmente responsable son la escasa valoración por los consumidores, los costes de gestión, la desventaja competitiva ("hay muchas empresas cuyo modelo de negocio se basa en no contemplar nada de esto y competir con ellas"), una cultura poco extendida de la RSC y la incompreensión e integración errónea del concepto.

Sin embargo, también ofrece ventajas como la identificación real de las necesidades el enfoque más práctico, la confianza que se establece con grupos de interés, la excelente gestión de recursos, la minimización de riesgos económicos y medioambientales



Juan Carrero, Ricardo Oliván y José Miguel Nasarre, durante la presentación. RUBIO SEGURA



Miembros asistentes al acto del Grupo Promotor de la RSC en la provincia de Huesca. RUBIO SEGURA

y la reputación. Se amplía la visión estratégica, se insiste en la mejora continua, se anticipa a las demandas de la sociedad, se posiciona la marca y se abren nuevos mercados.

Finalmente, describió gráficamente la RSC con un dibujo de una persona que se mueve en equilibrios entre conceptos como el económico, el social, el ambiental, el ético, el mercado y la competencia, los consumidores y la administración pública. Y concluyó con la percepción de su entorno sobre Javierre S.L., a través de una encuesta. Sobre un máximo de 10, 9,3 en buen gobierno, 9,15 en calidad, 9,2 en medio ambiente y 8,8 en política social.

MULTICAJA

Laura Prada, responsable de Calidad de Multicaja, desglosó la política de la entidad crediticia que reúne una plantilla de 641 empleados cuya edad media se sitúa en torno a los 40 años, y que desarrollan su actividad en va-

Los jóvenes, más permeables al concepto

J.G.A.

José Gutiérrez, de la Fundación Carolina, aludió al perfil generacional en la mayor permeabilidad de los conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa. "Los jóvenes que entran en el mercado laboral valoran no solo el salario, sino más cuestiones, como la reputación, las condiciones laborales, la formación, la experiencia, el medio ambiente o el clima laboral. Los jóvenes son más exigentes que la media".

También recordó que las encuestas de la Organización de Consumidores y Usuarios señalan que los consumidores más jóvenes son más exigentes con temas medioambientales o sociales. "A igualdad de precio, tienen preferencias por intangibles, como el comercio justo, el medio ambiente y valores que se corresponden con la RSC".

rias provincias como consecuencia de las sucesivas integraciones de otras estructuras, la última la de la Caja de Abogados.

Partió de la definición que la caja ha materializado de su "Misión: aunar personas, conocimientos y tecnologías para proporcionar a los clientes y socios la mejor experiencia posible en su relación con una entidad financiera". Como 'herramientas', los

"Valores: honestidad, confianza, actitud, exigencia, diálogo, servicio y uno muy importante para nosotros, el humanismo".

Multicaja contempla cuatro grupos de interés. Por un lado, el cliente, al que dedica atención personal, trato exclusivo y perfeccionamiento de procesos para una mayor eficacia, eficiencia y servicios. Segundo, "nuestras personas", con medidas de con-

ciación laboral y familiar, medidas sociales, un Plan de Igualdad, la aplicación de la Lismi (Ley de Integración Social de los Minusválidos), formación y calidad en el empleo". Tercero, la sociedad en la que participa, por lo que promueve "el voluntariado, la participación en la comunidad y las iniciativas para pymes, socioculturales y económicas". Finalmente, el entorno, con "la protección y respeto al medio ambiente y proyectos de concienciación entre los grupos de interés".

Laura Prada recordó que fue en 2007, que Multicaja denominó "El año de las Personas", cuando dio el gran impulso a este camino con la declaración como Empresa Familiarmente Responsable, con el pertinente certificado en conciliación e igualdad. Precisamente, la conciliación es una de las medidas que se dotaron, así como otras de donaciones a la discapacidad y apoyo al voluntariado no como patrocinio, sino como capital humano de muchos empleados.

En el camino hacia el Pacto Mundial, la entidad abogó por la transparencia para que la sociedad conociera sus acciones. Contempló la "Responsabilidad Social Corporativa no sólo como una norma, sino como políticas definidas y una filosofía". La elaboración de la Memoria no busca "una rentabilidad sólo interna, sino hacia toda la sociedad".

Se preguntó a continuación la directora de Calidad: ¿"Qué genera la RSC para Multicaja? Y respondió: "Credibilidad, confianza, reputación, conocimiento de marca y más rentabilidad, aunque no a corto plazo". Para lograrlo, la utilización del capital social, el intelectual, el humano y el moral.

Laura Prada reconoció que hay frenos a la aplicación de políticas de RSC (poco conocimiento, falta de credibilidad, disparidad de normas y voluntariedad), pero añadió que se contrarresta con impulsos (mejora de información y transparencia, coordinación interna, fortalecimiento de la reputación corporativa, motor de innovación y mejora de la calidad).

La acreditación a Multicaja, que elabora bienalmente la Memoria, tiene la máxima calificación, la A+, dentro del Pacto Mundial.

FUNDACIÓN CAROLINA

José Gutiérrez explicó la experiencia de la Fundación Carolina, dedicada a la cooperación entre España e Iberoamérica en materia cultural, educativa, científica y tecnológica, una institución público-privada que creó un programa de Responsabilidad Social Empresarial cuya experiencia le sirvió para elaborar una Guía para la RSC en las pymes, bajo el lema "la responsabilidad está en tus manos".

La Fundación Carolina reconoce que "la responsabilidad y la sostenibilidad es algo intrínseco en las pymes. Muchas empresas ya actúan con Responsabilidad Social Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial".

Gutiérrez abundó en que una política de RSE debe partir de

un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Entre las Debilidades, "los recursos limitados que a veces desaniman para emprender este camino, la formación y el conocimiento escasos, la comunicación, la falta de motivación y la falta de estrategias comunes. Hay que ser más eficaces y adaptarse, buscar grupos, asideros y colectivos con los que trabajar". En cuanto a las Amenazas, indicó que la carencia de criterios de responsabilidad puede provocar "sanciones administrativas", dificultar la supervivencia, acen-

"La responsabilidad y la sostenibilidad es algo intrínseco en las pymes, muchas empresas ya actúan así"

tuar la pérdida de competitividad (la RSC incorpora la innovación y el análisis del mercado) y obstaculizar el acceso al mercado global.

Pasó a la "otra orilla", la de las Oportunidades y Fortalezas. De las primeras, enumeró "la ventaja competitiva que reporta, las ayudas de la administración, la mejora de la reputación, la anticipación a futuras regulaciones y exigencias, el mejor contacto con clientes y stakeholders (todos los agentes del entorno empresarial) y el control de riesgos con las consecuencias financieras que implican". En las Fortalezas, apeló a que las "pymes son más adaptables y flexibles que las grandes empresas, que son lentas, tienen menos burocracia y una mayor implicación y compromiso con la sociedad, conocen el entorno local con lo que son más eficaces, ofrecen más confianza y tienen menos exigencias".

Para la sistematización de la gestión en Responsabilidad Social, se pueden asimilar las pautas de un modelo de gestión tradicional, e incluso recomendó que se integre en otros sistemas de calidad o medio ambiente. "No hay que aumentar los esfuerzos innecesariamente". Agregó que "el objetivo es la mejora continua, hay que progresar".

Las etapas para la implantación comienzan con el establecimiento de objetivos, el análisis y el diagnóstico con autoevaluación, matrices DAFO y mapas relacionales. Siguen con la definición de la estrategia y la planificación, la implementación con determinados plazos y tiempos. En cuarto lugar, el control o verificación de los indicadores establecidos y, quinto, "la evaluación que sirva a punto de partida para reiniciar el proceso desde un punto que no es cero, es cíclico y de mejora continua".

José Gutiérrez expresó su convencimiento de que la Responsabilidad Social Corporativa "tiene carácter estratégico y transversal". Estimó como ventajas la facilidad para detectar carencias, el efecto de mejora continua y la facilidad para el diálogo con grupos de interés. En definitiva, "es la nueva calidad porque fomenta la excelencia".