



C E S

Euskadiko Ekonomia eta Gizarte
Arazoetarako Batzordea
Consejo Económico
y Social Vasco

DOCUMENTACIÓN

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS





Euskadiko Ekonomia eta Gizarte
Arazoetarako Batzordea
Consejo Económico
y Social Vasco

DOCUMENTACIÓN

RESPONSABILIDAD SOCIAL
DE LAS EMPRESAS

2.

La responsabilidad social de las empresas

Introducción.

El Consejo Económico y Social Vasco es un órgano de reflexión y un espacio de intercambio de ideas. En este contexto de actividad, en 2009, el CES ha puesto en marcha el ciclo de conferencias 'La Tribuna', por el que han pasado ponentes de la talla de Julio Rodríguez, José María López, Maravillas Rojo o Manuel Pimentel.

El interés de las ponencias y la expectación suscitada nos animaron a publicar cada una de ellas por separado. Y también nos ha alentado a recuperar por escrito 'Los Debates del CES' que se desarrollaron durante la anterior presidencia. Con esta publicación, continuamos una serie de tres libros, iniciada con 'La Política Agraria en Euskal Herria' y "Política Industrial y Delocalización en Euskal Herria".

El tercero y último de la serie, celebrado el 1 de diciembre de 2006, llevaba por título "La Responsabilidad de las empresas" y contó con la presencia de Sylvia Gay, profesora de la UPV-EHU; José Félix Gonzalo, director de organización y calidad de Euskaltel; Pedro Ortún, responsable de la Dirección Competente en RSE de la Comisión Europea; Ramón Jauregui, presidente de la subcomisión de responsabilidad social de las empresas del Congreso de los Diputados; Jorge Berezo, técnico del Departamento de Innovación y Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia; Marta Areizaga, de Eroski; Cristina de la Cruz, de Egiera; Jon Arrieta, de Novia Salcedo; Iñaki Murgia, de ASLE; Iñaki Gutierrez, de BBK, y Javier Larrañaga, de Urbegi.

Deseo que estas páginas prolonguen en el presente la difusión de aquellos debates, que sean de utilidad para todas las personas interesadas que no pudieron acudir a la cita original.

José Luis Ruiz
Presidente del CES

01 **abenduadiciembre**

ordua: 08.45etan
tokia: Euskalduna jauregian
antolatzailea: EGAB

hora: 08.45 h.
lugar: Salón de plenos del Ces
organiza: CES vasco

PROGRAMA

- 08.45 **Apertura de Jornada**
Don Antxon Lafont
Presidente del CES
- 09.00 **Marco referencial: definición y oportunidad de la RSE y dificultades para su puesta en práctica**
Dña. Silvia Gay, Consejera del Grupo D, CES Vasco
D. José Luis Gonzalo, Director de organización y calidad de Euskaltel
- 10.00 **Políticas Institucionales ante al RSE**
D. Pedro Artún, Responsable de dirección competente en RSE de la Comisión europea
D. Ramón Jaúregui, Presidente de la subcomisión de responsabilidad social de las empresas
D. Jorge Berezo, Técnico del Dpto. de innovación y promoción económica de la Diputación foral de Bizcaia
- 11.30 Pausa, café
Rueda de prensa
- 12.00 **Las organizaciones de la sociedad civil ante la RSE: oportunidades que brinda y obstáculos para su aplicación real**
Eroski, **Dña. Marta Areizaga**
Egjera, **D. Perú Sasía**
Fund. Novia Salcedo, **Dña. Begoña Etxebarria**
Asle, **D. Iñaki Murgia**
BBK, **D. Iñaki Gutiérrez**
Urbegi, **D. Javier Larrañaga**
- 13:35 **Debate**
- 14:30 **Clausura**

Jornadas

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS”

Del discurso teórico a su puesta en marcha

JAVIER MUÑECAS

Egunon guztioi eta eskerrik asko etortzeagaitik. Buenos días, muchas gracias a todos vosotros, ponentes y asistentes. Gracias por estar aquí en el Consejo Económico y Social Vasco. Cómo tenemos un programa denso, con muchas intervenciones, pues la parte protocolaria voy a extenderme lo menos posible para que podamos ajustarnos a los horarios. Antes que nada, quiero deciros que no soy Antxon Lafont, sino Javier Muñecas, el Secretario General del Consejo. El Presidente me ha transmitido que, desgraciadamente, por un inconveniente de última hora no puede acompañarnos y lo lamenta mucho. Me ha encargado encarecidamente que os haga llegar un afectuoso saludo y os agradezca a todos vuestra presencia. Además me ha pasado una pequeña salutación que paso a continuación a leeros dentro del brevísimo acto de apertura.

ANTXON LAFONT

Egunon. Se acuña la expresión de empresa ciudadana en un alarde de dignificación de un colectivo destinado a trabajar con un objetivo determinado: prosperar. La empresa es ya respetable de por sí, pero puede perder su esencia si el Proyecto Humano se aleja de su caracterización. Por esas razones, la empresa se preocupa de integrar con la gestión criterios económicos y sociales, entre los que figuran las preocupaciones medioambientales.

El Proyecto de Empresa está determinado de manera que responda a los retos y oportunidades de los componentes en el capital y del trabajo y de su entorno con un sentido claramente marcado de Responsabilidad Social concreta y específica. No se trata de la Responsabilidad Social de las empresas respondiendo a efectos de moda; sino de la Responsabilidad Social de tal o cual empresa bien determinada, con su organización propia y su entorno específico de clientes, proveedores, medio ambiente, medios de comunicación social, administración etcétera.

Si, en cualquiera de los casos, la Responsabilidad Social de la empresa la pone en marcha sólo uno de los componentes de la organización de la empresa, se perderá la riqueza del consenso, indicador primordial de la cultura social empresarial. Todo el colectivo empresarial es responsable de la componente social del proyecto.

El consenso que permita esa determinación no puede obviar responsabilidades específicas en la función de la gestión sea cual sea el nivel de ejecución. Se definirán claramente instrumentos para alcanzar los objetivos fijados y estructurar el ejercicio de la Responsabilidad Social de la Empresa en sus niveles interno y externo. Ya en los años 1970 y siguientes, algunos países del entonces llamado Mercado Común Europeo propugnarón la publicación obligada del balance social, pues entonces la seguridad y la protección del medio ambiente ya eran consideradas factores esenciales de la calidad empresarial.

Como en toda empresa humana en la nación de la Responsabilidad Social de las Empresas, se han elaborado normas y sistemas de su gestión aplicables a toda empresa. Tienen el mérito de encauzar el tema; pero su abuso le privaría de la espontaneidad que enriquece la escasa cultura del consenso. La práctica cotidiana de la Responsabilidad Social de las Empresas desarrollará precisamente esa cultura.

Quiero agradecer a todos los que han colaborado la labor que han realizado para hacer posible este debate de hoy, especialmente a Carlos Trevilla y a Iñaki Barrenechea, así como agradeceremos vuestra presencia a todos vosotros. Tendremos ocasión de vernos en encuentros futuros de este tipo organizados por el CES.

Por supuesto, quiero añadir algunas notas de estricto funcionamiento. Como podéis ver en el programa, hay tres grandes bloques temáticos con intervenciones que son:

- El marco referencial.
- Las políticas institucionales y, por último,
- las organizaciones de la sociedad civil ante la Responsabilidad Social de las empresas.

Como aquí hay invitados que no son habituales en la casa y que no nos conocen, quiero decir que este debate se enmarca en un programa y en una línea de actividad que está realizando nuestro Consejo bajo el título general de "Debates del CES", en los que pretendemos organizar encuentros de este tipo para discutir materias de interés para la sociedad, de las cuales el CES no puede estar ausente. Esta línea comenzó en mayo 2006 con el Debate sobre Política Agraria en Euskal Herria. Hoy continúa con este debate y próximamente realizaremos el de Política Industrial y Deslocalizaciones. De esta forma, continuaremos por tanto

inciendiando en temas de interés para nuestra sociedad.

Cómo sabéis empezamos con el marco referencial, para el cual dispone-mos de la presencia de Sylvia Gay y de José Félix González.

Sylvia Gay Herrero es Licenciada y Graduada en Derecho y profesora asociada de Derecho del Trabajo de la Seguridad Social en la Facultad de Derecho de la Universidad del País Vasco desde el año 1980. Posteriormente tanto en la Universidad como en otras Instituciones, Sylvia Gay ha desempeñado actividades tales como ser desde octubre del año 1986 miembro promotor y profesora de GEZKI, es decir, el Instituto de Derecho Cooperativo y Seguridad Social de la Universidad del País Vasco y miembro fundador del International Institute for Salve Banchamen de la Universidad de Francfort desde 1988. Es colaboradora y asesora de EMAKUNDE, Instituto Vasco de la Mujer, en programas y proyectos. Ha sido asesora de la Diputación Foral de Gipuzkoa, miembro del equipo de moderadores de la Conferencia de Paz organizado por ELKARRI, el movimiento social por el diálogo y el acuerdo, y es miembro del jurado del Premio René Casen de Derechos Humanos dependiente del Departamento de Justicia y Seguridad Social del Gobierno Vasco y, lo que es de especial interés para el día de hoy, Presidenta del Foro de Responsabilidad Social Corporativa de Gipuzkoa desde el año 2005. Permitidme que me detenga aquí, aunque hay muchas más cosas dignas de mención y que, Sylvia, te ceda directamente la palabra para que comiences tú presentación.

SYLVIA GAY

Estas reflexiones van a referirse a una aproximación en el marco concep-tual de la Responsabilidad Social Corporativa, la utilización del término “corporativa” viene a significar que la Responsabilidad Social no queda exclusivamente limitada a las empresas, sino que se extiende a todas las organizaciones.

Puede resultar un lugar común considerar que estamos inmersos en este proceso globalizador, ya desde hace años, en el que se modifican relacio-nes económicas, sociales y culturales de todo tipo; pero con una excep-ción en el sentido de que la globalización abarca todo tipo de relaciones, aunque por el momento sigue sin abarcar la globalización de los dere-chos, lo cual constituye uno de los déficits de dicha globalización.

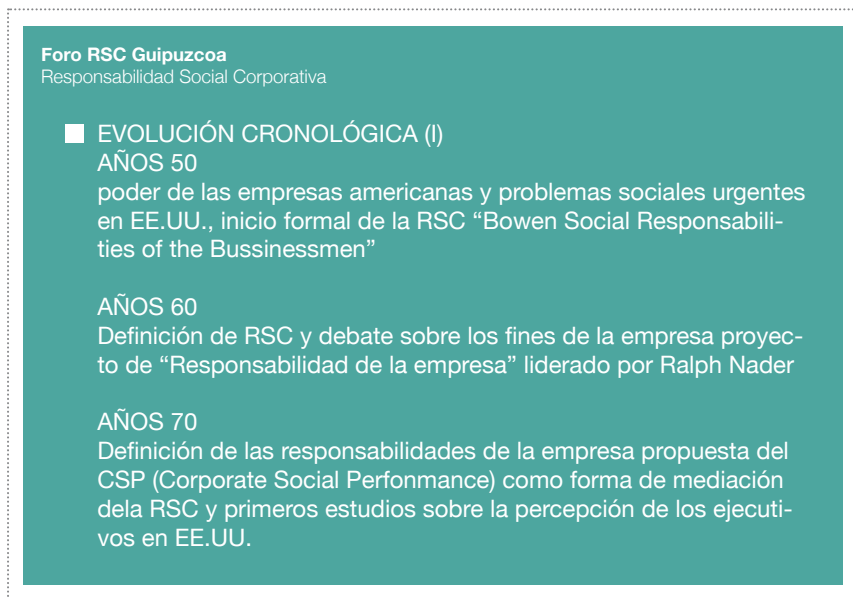
Yo me voy a referir específicamente a la globalización neoliberal. En este contexto, nos encontramos con la transnacionalización de la producción, consistente en procesos productivos desarrollados más allá de los merca-

dos nacionales, y con la creciente interrelación entre empresas, según ese nuevo concepto de empresa-red, basado en la desconcentración productiva y la centralización del capital. Igualmente nos encontramos con esos cambios de la esfera productiva, las alteraciones del modelo fordista y de las relaciones laborales. Esta alteración del modelo social europeo que nos había habituado a que tanto la esfera productiva como el modelo social estuvieran enmarcado en un ámbito nacional y, además, a que en ese ámbito nacional existiera la compatibilización entre los beneficios empresariales y la reivindicaciones, tanto salariales como de las condiciones de trabajo, siempre a través de la negociación colectiva. Igualmente en ese modelo social europeo estábamos acostumbrados a una extensión de los derechos laborales y de ciudadanía mediante esa intervención del estado del bienestar.

Pues bien, la globalización va a afectar muy fuertemente al modelo social al que estábamos acostumbrados. A la vez, la globalización conlleva este nuevo escenario productivo que es una nueva realidad. En estas nuevas estrategias de gestión interna se están apreciando nuevas formas de relacionarse, nuevas relaciones igualmente con las organizaciones sindicales y sociales, etcétera. En este contexto se generaliza el concepto de Responsabilidad Social corporativa. Esta generalización desde un plano teórico, pero con gran reflejo en la práctica, nos muestra que las empresas no son unas organizaciones aisladas y ajenas a los aspectos económicos y sociales de su entorno, ni tampoco son ajenas al hecho de que las decisiones que tomen en relación con este nuevo escenario productivo y de relaciones obliga a que esas decisiones no se encaminen exclusivamente a la maximización de beneficios, sino también a la defensa y promoción de los aspectos laborales, sociales y medio ambientales de la comunidad en que se encuentran. Me he permitido pasaros una evolución cronológica de la evolución del concepto. Partimos del tema del Poder de las Empresas, esa fue la gran inquietud con la que se inicia en EE.UU. allá por los años cincuenta del pasado siglo. Las empresas norteamericanas poseían gran poder en un contexto de problemas sociales urgentes y la sociedad ya comenzaba a cuestionar ese poder. Este proceso continuó en los años sesenta, cuando se pusieron a debate los fines de la empresa, y comenzó a esbozarse el proyecto de responsabilidad de la empresa. Durante los años setenta, empiezan a verse las responsabilidades de la empresa: ¿De qué tiene que responder la empresa ante la sociedad? También se va percibiendo la necesidad de establecer métodos de medición. Más próximamente, durante los años ochenta, dichos métodos van introduciéndose al otro lado del Atlántico.

No sé por qué, estas relaciones van siempre bastante por delante de la

FIGURA 1



Europa Continental en el modelo anglosajón – los EE.UU. y el Reino Unido de la Gran Bretaña – en las materias totalmente relativas a temas de responsabilidades.

Ya en los años ochenta, esta idea empieza a calar e introducirse en la Europa Continental y comienza con esta definición del modelo de las partes interesadas (grupos interesados (“stakeholders”)), es decir, de los grupos de interés. ¿Qué grupos de interés pueden estar afectados por las decisiones empresariales al respecto? Así comienzan a desarrollarse los códigos éticos, el balance social, como medio de interiorizar y comunicar la Responsabilidad Social Corporativa (“RSC”). Ya en los años noventa, hay otros hechos que obligan a buscar la consideración de la empresa ciudadana, no la ciudadanía en la empresa, la empresa ciudadana. Este tipo de empresas va a hacer hincapié en la responsabilidad por el medio ambiente, pues, si la empresa es ciudadana, tiene que colaborar con la comunidad. Entonces comienzan nuevamente los estudios empíricos y también los teóricos, incluso en las cátedras. El punto principal es el interés de las instituciones por la Responsabilidad Social, los Gobiernos se inquietan, en esta década las Naciones Unidas y la Unión Europea

comienzan a actuar promulgando determinadas normas.

La respuesta de las iniciativas internacionales a la Responsabilidad Social Corporativa ha ido siempre encaminada a las empresas transnacionales, como consecuencia de esas alteraciones de modos de producción y, sobre todo, de la implantación de las empresas en diferentes estados, como bien sabemos. Empresas transnacionales que van a ser protagonistas de la globalización, por lo que las instancias internacionales se ven abocadas a dar una respuesta, que comienza por la propia Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y por la Organización Internacional del Trabajo, la primera en el año 1976 y la segunda en el año 1977, con declaraciones sobre inversiones internacionales o, sobre todo, la OIT, por la declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales. Estos dos documentos fueron los primeros en llamar la atención sobre lo que estaba ocurriendo; fue necesario someterlos a una total revisión, puesto que de 1976 y 1977 a la década del 2000 comienza a haber una proliferación y un desarrollo fortísimo de la transnacionalización de la producción. Es entonces cuando va a entrar la Organización de las Naciones Unidas con el Pacto Mundial. del año 2000, el cual recoge, más o menos, unas 1700 empresas de todo el mundo que se han adherido, puesto que son unas normas de derecho blando. Digo de derecho blando porque, por la incapacidad de los gobiernos para controlarlas, las empresas transnacionales plantean la Responsabilidad Social como una legislación suave de cumplimiento voluntario por prescindirse de mecanismos que exijan el cumplimiento de estas normas internacionales. Insisto en que las empresas transnacionales se hallan ante una paradoja consistente en que estas empresas declaran voluntario el cumplimiento de los deberes internacionalmente reconocidos pero no exigen al mismo tiempo el cumplimiento de ciertas condiciones que garanticen que su actuación transnacionalmente es correcta y actúa conforme a esos principios.

Tenemos diversas definiciones; la acuñada al uso es la del Libro Verde de la Unión Europea, consistente en que las empresas integran voluntariamente las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores. De ahí que este concepto nos lleve a la consideración de las dos dimensiones que tiene la Responsabilidad Social. Esta dimensión interna en relación con los recursos humanos, la adaptación al cambio, la repercusión en el medio ambiente, la protección de la salud y la seguridad laboral. Esta dimensión externa de compromiso con el entorno, con las comunidades locales, los socios, los proveedores y consumidores, los derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales. Ahora bien, como os decía, hay numerosas definiciones, numerosísimos conceptos: este o el del comité de

Ética de “multistakeholders” (de las distintas partes interesadas múltiples) de AENOR, etcétera.

En todo caso, cualquier que sea la definición que elijamos, siempre nos encontraremos con unos rasgos característicos del concepto al uso, de la dimensión social, al ser las empresas las que adoptan voluntariamente criterios sociales en su filosofía de la gestión, asumiendo voluntariamente una estrategia que complementa lo dispuesto por las normas legales y convencionales, e integrándolas en la gestión. Será la empresa la que integre de forma sostenible las preocupaciones sociales y medio ambientales en su estrategia general.

De todas formas, también surgen y continúan como rasgos característicos las relaciones con las partes interesadas, ese era el aspecto que os comentaba anteriormente al decir que la empresa no está aislada, no es ajena a las cuestiones de su comunidad, del entorno en el que está implantada. Aquí debe examinarse esa relación con las partes interesadas, no solamente con los accionistas, los titulares del capital, sino también con los grupos de interés, es decir, con los que tienen una Responsa-

FIGURA 2

Foro RSC Guipuzcoa
Responsabilidad Social Corporativa

■ **RASGOS CARACTERÍSTICOS DEL CONCEPTO (II)**
Relación con las partes interesadas, relaciones con todos los que tienen intereses o pueden ser afectados por los objetivos y acciones empresariales. En la perspectiva de la RSC se incluye:

- Aquellos respecto de los que la empresa tiene una responsabilidad estrictamente económica: accionistas-stockholders
- Aquellos sobre los que tiene una responsabilidad social-stakeholders

Principio de consenso. Los criterios sociales adoptados por las empresas significa ir más allá de la norma y su desarrollo se basa en el consenso con los diferentes agentes implicados

Principio de transparencia. La adopción de la RSC implica la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados y su evolución

bilidad Social. Esos grupos están compuestos por los clientes, los consumidores, los empleados, los altos directivos, la comunidad local, las organizaciones sociales, etcétera. Con todos esos grupos, las empresas tienen que mantener una relación interesada y regirse por los dos principios siguientes:

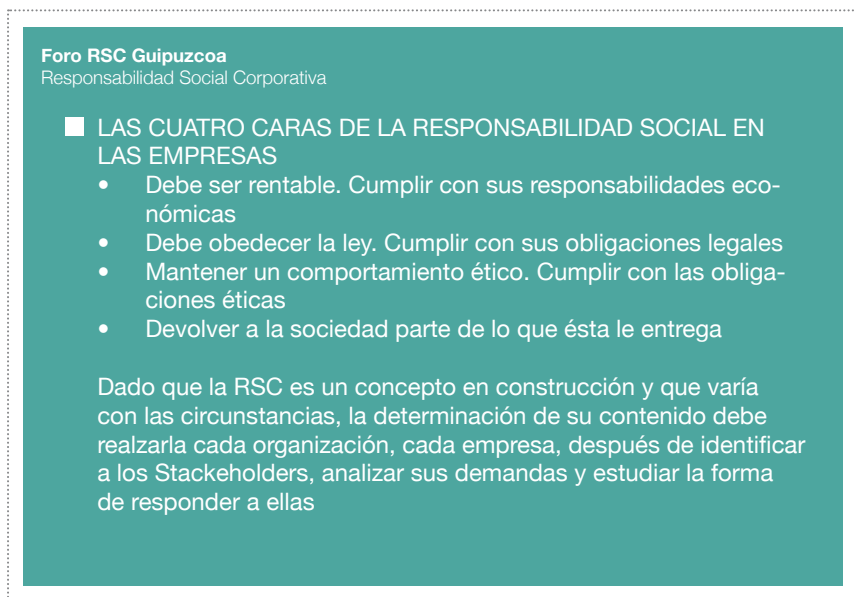
El Principio de Consenso. Si partimos de que los criterios sociales adoptados por las empresas significan ir más allá de la norma legal, su desarrollo debe basarse en el consenso de los diferentes agentes implicados, en el diálogo, y, sobre todo, en el principio de transparencia informativa con respecto a los resultados alcanzados y, por ende, la correspondiente evaluación al respecto.

Acerca de la Responsabilidad Social podríamos decir igualmente, que por un lado es un concepto social en construcción cuyo significado es que todas y cada una de las organizaciones del tipo que sean responden de sus actuaciones y de las consecuencias que de ellas se deriven ante el conjunto de la sociedad. Es una nueva manera de ver las cosas, una nueva cultura para entender el actuar a diario responsablemente para alcanzar los fines de la entidad correspondiente. Se trata de un concepto contradictorio, puesto que la Responsabilidad Social entraña también un elemento cohesionador, el cual se va a desarrollar al mismo tiempo que los procesos que transfieren y descargan el riesgo empresarial sobre los trabajadores. En el caso de la protección social, las organizaciones o la esfera pública tienden a transferir la responsabilidad de ese riesgo a los propios núcleos familiares o a los ciudadanos. Por eso es un concepto contradictorio, incluso podríamos decir que ambiguo y concepto complejo. No es fácil de contrastar con las estrategias empresariales concretas. Ya hemos visto esa dimensión interna y la dimensión externa; pero es un concepto complejo y aquí yo diría que esa dificultad estriba en la dificultad de obtener indicadores, medidores de lo que es la Responsabilidad Social en ambas dimensiones.

En 1999 se hablaba de las cuatro caras de la Responsabilidad Social y se decía que, sin duda, la empresa presentará ese plus en el cumplimiento de obligaciones provenientes de la Responsabilidad Social en el sentido de que la empresa tiene que empezar por ser rentable, y si no es así no habría Responsabilidad Social .

Por lo tanto, la empresa tiene que empezar por cumplir con sus obligaciones económicas y obedecer la ley sin transgredirla, como cualquier ciudadano sujeto al ordenamiento jurídico en vigor, cumpliendo con sus obligaciones legales; ya vamos introduciendo más pluses, y cumplir con las obligaciones éticas y ahora nos preguntaríamos, qué obligaciones éticas tiene la empre-

FIGURA 3



Foro RSC Guipuzcoa
Responsabilidad Social Corporativa

■ **LAS CUATRO CARAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS**

- Debe ser rentable. Cumplir con sus responsabilidades económicas
- Debe obedecer la ley. Cumplir con sus obligaciones legales
- Mantener un comportamiento ético. Cumplir con las obligaciones éticas
- Devolver a la sociedad parte de lo que ésta le entrega

Dado que la RSC es un concepto en construcción y que varía con las circunstancias, la determinación de su contenido debe realizarla cada organización, cada empresa, después de identificar a los Stakeholders, analizar sus demandas y estudiar la forma de responder a ellas

sa. Para contestar a esta pregunta, por ejemplo, desde un punto de vista económico, en principio, incluiríamos en esa obligación ética, qué producir, cómo producirlo y para quién producirlo. Unas líneas así sencillamente marcadas aproximadamente. Desde un punto de vista de ética empresarial, no cabe duda de que nos encontramos ante una secuencia lógica en la gestión de la empresa, ya que la empresa tiene que producir eficientemente, obtener la calidad exigida por el cliente, alcanzar la excelencia en relación con la cultura empresarial, con las personas, y, además, actuar de acuerdo con principios éticos.

Ahora bien, esta ética surge de las propias personas involucradas en la gestión, la actividad y el desarrollo empresarial. Aquí un breve apunte. Yo no sé cómo vamos a lograr que se transmita el convencimiento de que la empresa está formada por personas con recursos; pero no está formada por "recursos humanos". No sé cómo vamos a lograr eliminar esa denominación de nuestra jerga. La empresa está formada por personas con obligaciones éticas, por personas con recursos, conocimientos, aptitudes, herramientas, pero no está formada por recursos humanos. ¿Hacia dónde encaminamos esta Responsabilidad Social en las empresas? Pues a las demandas sociales planteadas en la sociedad como consecuencia de sus actividades.

La sociedad ya no se queda callada, se ha despertado la conciencia crítica acerca de la evaluación y compensación de los costes sociales, a la ampliación e integración de los costes y beneficios sociales, al diálogo y consenso. En estos tests, encontramos estos tres elementos claves. En la adopción por las organizaciones de criterios de Responsabilidad Social. La conciencia social crítica con los efectos negativos de la globalización. De ahí que sea tan crítica por que no se haya impulsado o generalizado la globalización de los derechos, lo cual quiere decir que se va a reforzar la idea de que las empresas son responsables de las consecuencias sociales y medioambientales. Lo mismo sucede cuando se considera que la Responsabilidad Social es una estrategia ofensiva. Eso es validísimo, pues está orientada a la creación de valor y no es simplemente una estrategia defensiva o preventiva de protección, que es lo que se está viendo en estos momentos, hablando en general. Finalmente, cómo no, serviría también de elemento clave para atenuar los efectos traumáticos sobre el empleo y las condiciones de trabajo en los procesos de reestructuración empresarial.

Tratar de la voluntariedad como nota inherente al concepto de Responsabilidad Social nos ocuparía largas horas, yo me limito simplemente a decir con respecto a la voluntariedad, un punto clave a mi modo de ver, que la voluntariedad no quiere decir unilateralidad en el sentido de que sean las propias empresas las que determinan cuáles son sus responsabilidades frente a la sociedad. No pueden ser ellas solamente. La voluntariedad tiene que reflejarse en buenas prácticas, con ese plus añadido y, además, esa propia voluntariedad entraña el establecimiento de algún mecanismo que exija, decida y que asegure su exigibilidad. Al mismo tiempo, no cabe duda de que la voluntariedad es compatible con el establecimiento de políticas públicas, de incentivos, tanto fiscales como de seguridad social y de fomento de la Responsabilidad Social.. Se aprecian unos riesgos, entre otros, obstáculos, dificultades o carencias. Yo diría más bien, riesgos y carencias. El primero es la confusión que en la práctica empresarial está habiendo entre los conceptos de Responsabilidad Social y Acción Social. La Responsabilidad Social no es en ningún sentido, ni los intercambios filantrópicos con la comunidad, por ejemplo, donaciones en metálico o de personal, mediante el voluntariado de los empleados, ni tampoco los intercambios de marketing, promociones solidarias, patrocinio etcétera o intercambios operativos entre la empresa y las organizaciones sociales.

El primer riesgo es esa confusión entre la Responsabilidad Social y la Acción Social. El segundo riesgo es la asunción interesada de la Responsabilidad Social por las grandes empresas y el ejercicio del liderazgo de

su modelo en el resto del tejido industrial. A este respecto, habría motivos para hablar del marketing, pero no voy a insistir en este punto. La escasa autorregulación, la mínima presencia de la Responsabilidad Social en la negociación colectiva, a pesar de acuerdos interconfederales en los que se hace la declaración, con lo que se da a entender que parece haber un compromiso entre las organizaciones empresariales y las organizaciones sindicales a este respecto aunque haya una escasa presencia en la negociación colectiva. Luego, las guías de medición basadas principalmente en modelos de gestión de la calidad y de la excelencia, las cuales, sin una caracterización de responsabilidad propia, no de Responsabilidad Social, se produce la impresión de que la Responsabilidad Social fuera una continuación de la calidad o de la excelencia y es algo bien diferente. Para terminar, os diría que existe una proliferación de instrumentos probatorios socialmente de lo que cada empresa entiende por Responsabilidad Social y va a aplicar a tal efecto, así como una amplia panoplia de instrumentos de gestión. Parece que todos queremos sacar nuestra herramienta, estamos siendo celosos de que se aplique una herramienta de tal o cual estilo, a pesar de que son herramientas de aplicación que no ayudan en absoluto a clarificar el concepto. Hay un gran desconcierto en cuanto a que elijamos ésta, la otra o la de más allá. Finalmente os diría que el principal riesgo consiste en la ausencia de mecanismos de control, certificación y verificación para dejar de ser un concepto utópico unilateral y convertirse en un instrumento real, efectivo y exigible por la sociedad. Gracias por vuestra atención y perdonadme este exceso en mis palabras. Gracias.

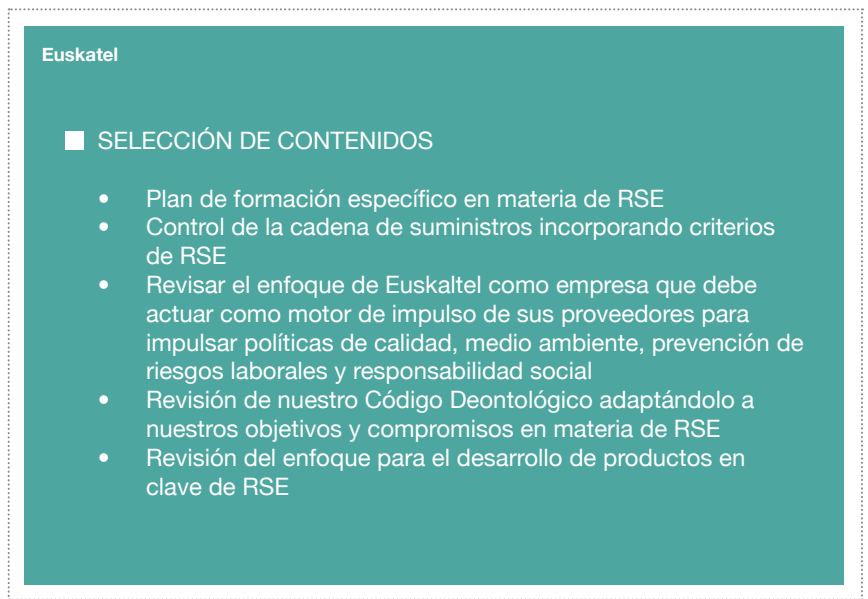
Javier Muñecas

Todo lo contrario. Gracias a ti, Sylvia .. Como tenemos muchas personas, vamos a intentar ajustarnos a los plazos previstos para no vernos obligados a saltarnos las intervenciones.

JOSÉ FÉLIX GONZALO

Nos planteamos un día qué enfoque dar a la ponencia, cómo contaros nuestra experiencia con objeto de que fuese útil. Me he atrevido a exponer qué es la Responsabilidad Social de la Empresa. Un encuadre con nuestra gestión, selección de contenidos, por qué cogemos una cosa en vez de otra, qué obstáculos tenemos, nosotros seguimos apostando por esto, se termine llamando como se llame. Lo importante es que sigamos esfor-

FIGURA 4



zándonos por darle contenido. Me he atrevido a proponer una definición, hemos visto ahí bastante buenas.

Cuando nos planteábamos esto en Euskaltel, mucha gente decía que esto ya lo estamos haciendo de alguna manera, incluso por el simple hecho de tener un proyecto empresarial, por cuya sostenibilidad hemos apostado desde el principio. Por lo tanto, que lo hagamos en mayor o menor medida resulta ahora de importancia secundaria. Como iremos viendo, hemos hecho ejercicios para ver que llevamos un camino andado. Ayer nos reunimos en el comité de Responsabilidad Social, donde yo presentaba un plan de acción muy ambicioso a tres años vista muy ambicioso; aunque a veces la vida va por delante de lo que las empresas deciden. Tenemos un empleado que nos ha dicho: “Me marcho a Perú con mi pareja a tomar parte en un proyecto muy interesante en la selva, a ocho horas del último sitio donde hay cemento. Os lo quiero decir así; pero yo quiero apostar por Euskaltel y quiero volver.”. Este señor ha dado ocasión a que ayer presentáramos una propuesta de voluntariado, que vamos a extender a toda la compañía; pero ha sido por la vía del hecho; de que alguien llame por delante y nos diga: “Oye, quiero hacer esto, ¿me

apoyáis? Quiero volver dentro de un año.” Vuelve y, además, ahora lo hemos normalizado.

De todas formas, creemos que, cuando una empresa se plantea impulsar una política de Responsabilidad Social, es de importancia primordial que piense en todas aquellas cuestiones que puedan mejorar las relaciones con sus empleados. Si resulta que el voluntariado lo es, adelante. Apliquémoslo a los clientes, socios, proveedores y a la sociedad en general. Estamos hablando de pensar en eso, en realizar cosas, contemplándolas desde el triple punto de vista de la cuenta de resultados: económica, ambiental, social, mediante acciones que al final produzcan beneficios en estos grupos de interés nuestros y les generen confianza. Aunque todo lo que ha dicho Sylvia es cierto, creo que tenemos necesidad de acotar el concepto, porque, cuando vamos un poco de impulsores, no tenemos claro lo que es o no es Responsabilidad Social.

Imaginaos que yo ahora dijera que lo que ayer estuvimos preparando acerca del voluntariado, podría chocar a la gente que se prejubile y se podrían buscar otras salidas de modo que, en vez de dedicar ese porcentaje de tiempo a este tema, lo hubiese dedicado a Acciones Sociales, etc. Por eso es complejo el definir la Responsabilidad Social.

Pero bueno tenemos un camino andado, no repaso la definición porque creo que las de Sylvia eran mejores. ¿Cómo hemos llegado nosotros a esta situación? Con el tiempo, hace dos años nos sorprendió EUSKALIT con una campaña, donde la sostenibilidad era uno de los factores, uno de los sumandos, en ese camino a la excelencia. Tampoco los argumentos se basan en que la excelencia es un camino, quizá me viene muy bien porque a mi precisamente me corresponde impulsar la calidad total en la empresa. Nosotros llevamos mucho tiempo trabajando en temas de calidad, innovación, dando pasitos en gestión de conocimiento; pero entendemos que la sostenibilidad es un factor y esto a mi me ha venido muy bien para plantearlo dentro de la compañía.

A lo largo de la ponencia hablaré bastante sobre cómo hemos estado dándole vueltas al concepto de la excelencia. Claramente entendemos, y así se ha dicho aquí, que si hay estrategias, políticas y objetivos claros, todavía queda mucho camino por recorrer, tierra fértil. Este el momento de que, como con cualquier otra política, la dirección se comprometa de arriba hacia abajo poniendo en práctica la sensibilización interna. Entre nosotros, hay mucha gente en toda la casa, fuera del Comité de Responsabilidad Social, que no sabe lo que es la Responsabilidad Social de la Empresa. Los que somos de grandes empresas parece que podemos dedicar el tiempo necesario para estar hoy aquí, y en otros foros hemos hablado de la dificultad que hay de tomar parte en estas reuniones e im-

pulsar estos temas, incluso a una empresa grande como la nuestra, que quiere ser referente e impulsar programas tractores con Pymes, si ellas no pueden dedicar tiempo.

Se habla mucho de herramientas; hay herramientas que te sirven de ayuda. Lo que sí que tenemos claro es que, cuando en 2004 nosotros empezamos a dar los primeros pasos empleando la terminología de la Responsabilidad Social y acercándonos pedagógicamente a los foros, se juntó IZAITE, algunos de los que estamos aquí somos miembros de la Asociación de Empresas Vascas por la Sostenibilidad. En el mismo 2004, el Pacto Mundial se constituye en "ASEPAN" y se empiezan a dar ciertos pasos. Nosotros empezamos a dar nuestro nombre, pues con esa perspectiva hicimos un diagnóstico y vimos que éramos una empresa muy comprometida con el País, con enormes inversiones, más de un millón de vascos están utilizando en este momento alguno de los servicios de Euskaltel.

Desde el principio tuvimos la excelencia como objetivo, si nos damos cuenta que trabajamos más desde la acción que desde el discurso. Como hemos podido ver, nosotros no tenemos un discurso de Responsabilidad Social y esta última, claro está, no es verdad desde el principio. Tenemos el motor impulsor de la Responsabilidad Social de la Empresa ahora que vamos acotando los términos; pero sí que queremos ser un motor impulsor como empresa referente en el País y así lo hemos afirmado desde el principio. Contribuir al desarrollo forma parte de nuestra misión y creemos que estamos contribuyendo a la mejora de nuestra sociedad tanto desde el punto de vista económico como del social, tenemos una fuerte presencia, un amplio despliegue, en la CAV y aunque se ha dicho que éste no es un ejemplo claro, está muy claro que a nosotros nos llama todo el mundo para que le patrocinemos acciones.

Por esta razón, tenemos que hacer un ejercicio para que no parezca que esto es discrecional y asumir desde el principio un fuerte compromiso con la calidad y con el medio ambiente. Sin embargo, es probable que todavía no sepamos cómo llamar a todo esto. Eso sí que lo tenemos claro. ¿Cómo lo hemos encuadrado en nuestro sistema de gestión? Esto figura en nuestra estrategia con dos objetivos muy claros: El compromiso social que, como os he dicho, forma parte de nuestra misión y la búsqueda de la excelencia. No se me ocurrió de otra manera que llevándolo al modelo EFQM, ya que nosotros tenemos el modelo EFQM como un referente que nos sirva de instrumento para implantar la excelencia, pues cada vez que nosotros preparamos la auto-evaluación anual, elaboramos un ejercicio en clave de Responsabilidad Social. Pero, además del ejercicio interno, lo que ha hecho nuestra empresa es adquirir una serie de compromisos

externos muy importantes.

Desde el principio, en el tema medioambiental. Luego, en el año 2004, como muchas de las empresas que estamos en IZAITE , dimos los pasos necesarios para obtener la declaración ambiental, convirtiéndonos en transparentes. En el 2002 se firma el Pacto Mundial, en el 2004 nos hacemos socios fundadores de ASEPAN y este mismo año, 2006, hemos presentado nuestra primera memoria de sostenibilidad. Por lo tanto, estamos haciendo un ejercicio de compromiso externo, de transparencia en las triples cuentas de resultados que decía antes.

Lo que sí que tenemos claro es que hemos ido mejorando y, como hemos visto que otros están por delante de nosotros, por supuesto, lo que tenemos claro es que desde el principio intentamos poner en práctica en el ámbito que ahora podemos llamar acciones de la Responsabilidad Social de la Empresa o, por lo menos, en el marco de dicha responsabilidad social. Desde el principio, publicamos nuestra primera Memoria corporativa anual, como lo hacen muchas empresas, pero para nosotros sacarla no era tan sencillo, ni tampoco hacer certificar nuestra gestión de sistema ambiental, lo que os he contado del pacto de las Naciones Unidas, el modelo EFQM, nuestra Q de Plata, y nuestra primera memoria de sostenibilidad este año.

Siguiendo con la terminología EFQM, si hemos hablado del enfoque tomando como objetivos estratégicos la excelencia y el compromiso social ¿cómo lo hemos desplegado? ó ¿cómo trabajamos en algo que se ha dicho que es tan transversal y tiene un ámbito enorme, donde seguro que hemos dado más pasos en el tema de patrocinios que en otros temas? Lo que hemos hecho es definir un Plan de Acción enorme de Responsabilidad Social, que incluye acciones provenientes de muchos ejercicios. Ver los grupos de interés y plantearse cómo actuar con ellos, cómo generarles confianza, etcétera; también el hecho de hacer una Memoria ha sido un ejercicio de reflexión, de auto-evaluación, de ver cantidad de cosas por medio una serie de indicadores del GRI, pues quizá no sepamos qué decir o veamos que otros lo dicen mucho mejor y hacen muchas más cosas.

Tanto en la Memoria como en EMAS(Reglamento Comunitario de Eco-gestión y Ecoauditoria), tenemos verificadores externos y, contrastando con su metodología, nos señalan áreas de mejora. El Informe de Proceso al Pacto Mundial ha sido toda una experiencia; en noviembre 2005 IZAITE presentó ya la Semana de la Calidad, presentamos a ASEPAN y hablamos del Pacto Mundial por primera vez en el País Vasco, y ese día aprovechamos la oportunidad y subimos el informe a la página Web del Pacto Mundial, y ese ha sido otro ejercicio .. La consecuencia es que

hay mucha petición de datos y pueden acabar mirándonos mal pensando que la finalidad es hacer memorias, ese es uno de los riesgos que al final reflejaré en las reflexiones finales. Hay que organizarse muy bien para que no parezca que les pedimos siempre lo mismo.

Lo más importante para nosotros es la Auto-evaluación del Sistema de Gestión. Una vez al año nos desnudamos, nos comparamos y alguna vez nos hemos atrevido a llamar a alguien de fuera. Eso nos da pie a un plan muy ambicioso 2006.. Esto que estáis viendo es un ejemplo. Eso que estáis viendo es este ejemplo, traducido, con fechas, con objetivos, con hechos, incluso un top 15; pero creemos que la Responsabilidad Social es un concepto transversal, que aparece en los diferentes criterios del modelo, la consecuencia es que mucha gente puede estar en contra pero nos ayuda a ver que tenemos los grupos de interés en el modelo EFQM y, por tanto, ordenamos nuestro plan por los criterios del modelo, por los grupos de interés, nombramos responsables y asignamos recursos para trabajar.

El EMAS es una declaración ambiental que colgamos en nuestra página web, traemos un verificador externo y nos sitúan en las mejores cuotas. Tampoco somos una empresa enorme, que impacta enormemente en el medio-ambiente; de todas formas, todos los años introducimos cosas interesantes, como es montar todo un sistema de reciclaje de móviles en los puntos de venta con la colaboración de la ciudadanía y el apoyo de la ONG ALBOAN y con la CRUZ ROJA. Han asegurado que somos la segunda empresa en el Estado y la primera del País Vasco en la recogida de móviles para fines que estas ONGS ponen en marcha. Pero todo gracias al ciudadano, yo prefiero reciclar estos teléfonos móviles en vez de no meterlos en unas cajas. Como ya he dicho, el Pacto Mundial, para nosotros ha supuesto, más que la firma del Señor Presidente en una carta con el Sr. Kofi Annan, el hacer el informe, que es un ejercicio de reflexión, y ver que tenemos grandes áreas de mejora para situarnos en las grandes cuotas de excelencia que ocupamos, que nos demandarán nuestros empleados en poco tiempo. Permiten detectar carencias y áreas de mejora y también nos ha exigido decidirnos por una sistemática de trabajo. Entendemos que esto es transversal y, por tanto, no es tema de una dirección sino de que todos arrimemos el hombro, pues están representados el grupo de interés, los proveedores con el Director de Compras, y colaboran también el de Marketing, el de Estrategia, el de Recursos Humanos, nosotros por los aspectos que afectan al medioambiente y porque nos toca impulsar y ordenar todas las Memorias.

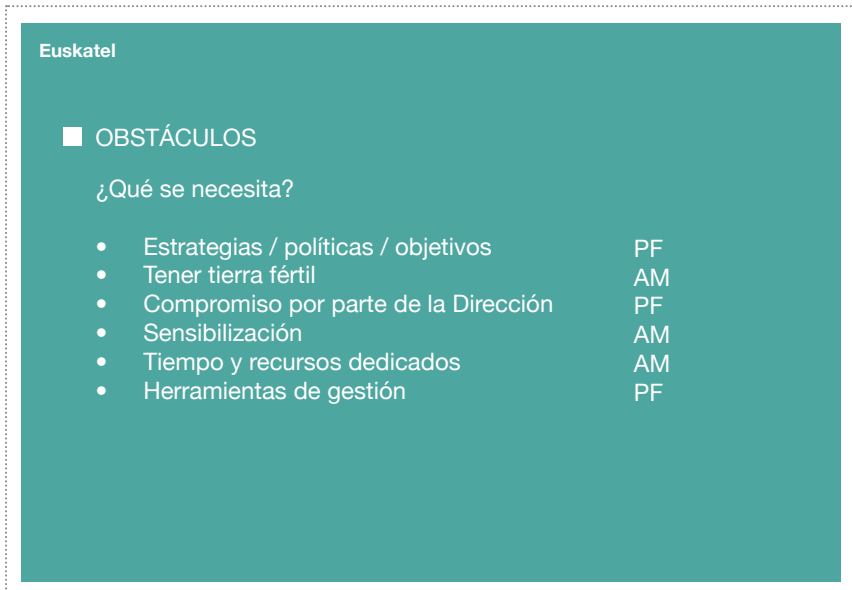
Hemos constituido una comisión de Responsabilidad Social de la Empresa, el tiempo nos dirá, cuando hagamos el REDER, si es todo lo eficaz

que queremos. Siempre termina habiendo alguien obligado a trabajar ó pelear un poco más que los demás por conseguir llevar la Q de plata de la excelencia.

La Memoria de sostenibilidad tiene esos honores, por ejemplo, algo de lo que ha estado contando Sylvia y que nos contaron hace muy poco en la Semana de la Calidad: si ya es difícil vender, por si fuera poco tienes que hacer una Memoria. Fijaos en el último párrafo del modelo EFQM: Una de las “sistemáticas” para hacer una auto-evaluación basada en el modelo consiste en elaborar una Memoria. Las grandes empresas lo tenemos más fácil, es un buen ejercicio de reflexión, también es cierto que es un camino en el desierto y que genera muchos encontronazos, pero es un buen ejercicio. Esta Memoria la tenemos a vuestra disposición en la web. De veras, con esto se aprende también mucho acerca de desmarque y aprendizaje de otras organizaciones.

Este tema de Responsabilidad Social, yo creo que permite abrir cauces de comunicación entre empresas y de intercambio de cosas. No decimos que no cuando estamos hablando de calidad y de otros temas, pero con

FIGURA 5



esto especialmente se abren muchas puertas. Estamos ya en el mundo de la EFQM, en el club de los 400, tenemos muchas puertas abiertas, de veras os lo digo, se aprende o se comparten muchas cosas. Hemos hablado de enfoque, de despliegue, vamos a hablar de valoración y revisión. Estamos cerrando el ciclo de REDER del modelo EFQM. Está claro y os he dado unos ejemplos, de cosas que deberán haber mejorado el año que viene en la Memoria con el Informe de progreso, por lo que habrá que progresar en todas estas cosas. Como herramienta de gestión nos hemos planteado el típico plan que debe evolucionar y mejorar:

En temas de discapacidad, de reconocimiento interno, por eso nos hemos atrevido a poner el tema del voluntariado, una forma de reconocer a esa persona lo que hace; estamos esperando.

Legalmente alguien puede pedir una excedencia; pero eso es diferente, esperamos, quizá hasta te ayudamos.

Fomento de igualdad de oportunidades y de género. Todos podemos presumir; pero hay mucho camino por andar.

Luego salen las encuestas de satisfacción del empleado, el tema de la compra verde.

Ha contado Sylvia cosas que a nosotros también nos pasan. A veces nos compramos una corbata que pone "Made in Italy" y a saber de dónde viene. Nosotros estamos repartiendo 100.000 camisetas de la marea naranja de Euskaltel y uno se pregunta, dónde se hacen. Lo hemos estudiado para saber quién las fabrica, qué tinte utiliza, si contamina. Corrimos ese riesgo, hablamos con "KUKUXUMUXU" y a preparar nuestros certificados porque, si no, cancelábamos el pedido y se hacía en otro país a mayor coste; pero la sociedad lo aceptaría mejor. Sin embargo, sabemos que estamos comprando cosas de las que no sabemos en que eslabón de la cadena de suministros hemos perdido el control con esto de la globalización. Tenemos un proveedor de Telefonía Fija en China, y es impresionante el sistema de control que tenemos, con el que puede parar la fabricación etcétera; pero hay cosas que se hacen en Suráfrica, no sabíamos que eran países subdesarrollados. A raíz del Pacto Mundial hicimos un contraste para ver si son países subdesarrollados o en vías de desarrollo, pues creíamos que están en la lista de desarrollados y no lo están, tendremos que estudiar este asunto.

Ayer hubo una reunión de directivos de compras y por primera vez tocaba que viniesen a Euskaltel. Para ese foro, le preparamos una presentación a nuestro compañero, Director de Compras, con objeto de que hablase en clave de Responsabilidad Social a sus compañeros. Ellos son algunos de los grandes agentes que actúan e influyen en el tema de la globalización de la cadena de suministros: seguro que hay cosas que se nos escapan.

Código ontológico: Estamos revisándolo porque es muy coercitivo para nosotros. Hace unos días, presentábamos en el Pacto Mundial el Principio Diez Anticorrupción, nosotros empezamos metiendo mucho miedo, queremos hacer códigos pues, como bien ha dicho Sylvia, los códigos ontológicos tienen que adaptarse mejor a las circunstancias vigentes en la situación real de nuestros tiempos, códigos más humanos para comerciales.

Productos en clave de Responsabilidad Social: Es necesario revisar nuestros productos en clave de Responsabilidad Social. Estamos convencidos de que tenemos una buena oferta de productos; pero, si los pasásemos por el tamiz de productos responsables, quizá la oferta no sería tan buena ni alcanzaría el grado de excelencia que queremos. Estamos estudiando la forma de superar estos obstáculos. Desde luego, hay otras empresas que van por delante, eso lo reconocemos.

Obstáculos: Permitidme contrastar esta transparencia, pues, haciendo ahora mismo una autoevaluación, diríamos que desde el principio nos planteamos la misión de estudiar y mejorar nuestras estrategias, políticas y nuestros objetivos, consideramos que es un punto fuerte. Creemos que la tierra fértil es un área de mejora. Estamos en el momento adecuado para sembrar y trabajar en esto, estamos convencidos de que hay que mejorar.

Compromiso de la dirección: punto fuerte, hay recursos, nosotros los miembros del comité apostamos por todo, se firman compromisos externos para obligarnos.

Sensibilización: Creemos que todavía estamos hablando en un lenguaje a un nivel muy alto. Por lo tanto, este área debe mejorar.

Tiempo y Recursos: Aunque yo esté aquí y tenga todo un departamento que me apoye y gente externa que nos ha ayudado en la elaboración de la Memoria de Sostenibilidad, seguimos pensando que es un área que puede y debe mejorar.

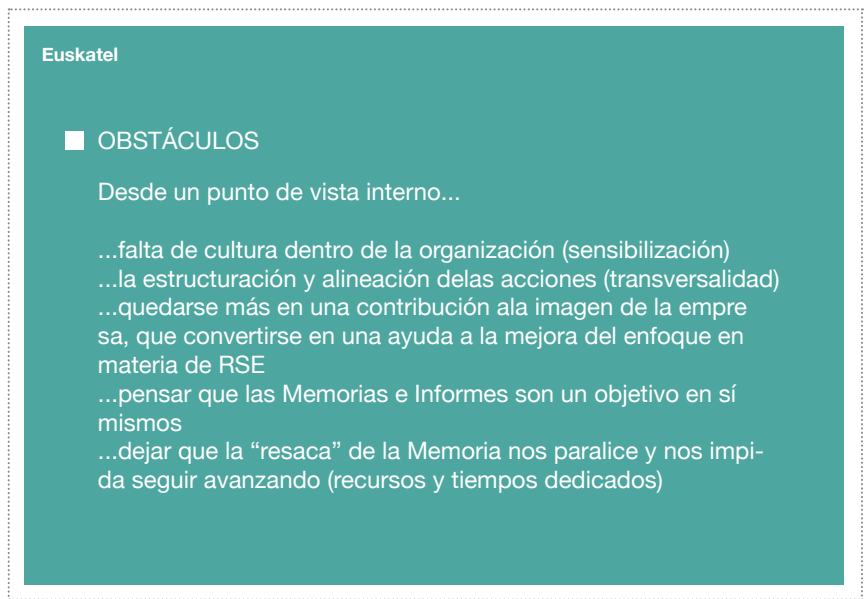
Herramientas de Gestión: Diremos que es un punto fuerte porque hemos identificado algunas, pero en realidad hay gran cantidad. A veces pensamos que puede llegar a convertirse en un problema el que haya tanto para elegir, tantos certificados y tantas cosas hasta el extremo que al final no sepas si te has equivocado al elegir.

Acotando lo de antes, falta una cultura dentro de una organización.

Hemos hecho muchas cosas; pero la cultura, tal como pedagógicamente decía Sylvia, es probable que en realidad no la tengamos.

Si la estructuración y alineación de las acciones son transversales, es necesario que todo el mundo se comprometa. Tú lo has dicho Sylvia, quedarse

FIGURA 6



más en la contribución a la imagen de la empresa que convertirse en una ayuda para la mejora es un peligro que siempre se debe tener bien presente. Luego, lo típico, hay que hacer una memoria; pero no pensemos que ese es el fin, es solamente un camino. Los que hemos vivido otras memorias de EFQM, sabemos que la resaca que viene después de entregar una memoria es enorme, el bajón es enorme no ya del departamento que la hace. Este es un problema interno muy grave; pero si quiero decir que la resaca se combate marcándose retos más fuertes.

Yo creo que mi empresa es un ejemplo de reto constante y, cuando tuvimos que hacer el Informe de Progreso, nos daban de plazo hasta el 31 de diciembre. En setiembre, no había empezado nadie, de hecho el otro día, en el Pacto Mundial nos dijeron que tienen un problema, pues creen que mucha gente no va a cumplir los plazos y quizá reciban un aviso de abandono de ASEPAN. Lo que hicimos entonces fue decir: “¿Con que el 31 de diciembre? pues muy bien. El día 9 lo entregamos y lo entrega el Señor Presidente de nuestra casa al Señor Presidente de ASEPAN”. Tras mucho esfuerzo, lo conseguimos.

Si hiciéramos el ejercicio veríamos que, tampoco se nos ayuda de forma externa. Sylvia ha contado muchos ejemplos; pero a nosotros no nos

ayuda lo que nos encontramos. Hay un desconocimiento enorme; tú puedes estar haciendo cantidad de cosas y no te las aprecian porque hay poca presión social. El tamaño de la empresa es un factor determinante, por eso queremos hacer cosas con nuestros distribuidores y proveedores; pero tenemos problemas para impulsar el programa tractor y no queremos imponer medidas coercitivas. No somos una empresa del automóvil, de acuerdo. Por eso no queremos ir por esa vía, queremos seguir siendo una empresa que sirva de referencia diciendo, yo hago cosas y después de hacerlas voy a tratar de ayudarte a que las hagas tu mismo, no os creáis que es caballo ganador siempre eso. Como os decía antes, la globalización constituye una dificultad para identificar y controlar la cadena de suministros. En consecuencia es también una dificultad para asociar Responsabilidad Social y Beneficios Económicos. Estoy trabajando con indicadores; pero de veras me gustaría encontrar uno que lo expresara claramente y sin embargo, en mayo hemos asistido a actos organizados por IZAITTE, a los que vino gente diciendo que, en Wall Street, los jóvenes que deciden, cuáles son las empresas que valen y las que no valen, aseguran que el 75 por ciento del valor de una empresa está constituido por activos intangibles. A ver si nos lo empezamos a creer en algunas cosas porque aquí estamos hablando de muchos temas intangibles. Luego, es verdad que hay demasiados foros de participación y normas o estándares para su puesta en práctica, que a veces perjudican a los que tenemos el discurso interno.

Para terminar, quiero deciros que nosotros seguimos animados, este compromiso sigue en el Plan Estratégico, apostamos por este País y por su desarrollo y, por esta razón, vamos a seguir siendo todo lo transparentes que podamos. Ahora nos toca hacer la memoria, aunque parezca mentira, ya ha pasado un año desde que empezamos la anterior, pues toca hacer la siguiente. El EMAS AENOR ya tiene fechas, un nuevo Plan Director 2007/2009 y, por lo tanto, continuamos avanzando con el Plan de Acción RSE. Hasta ayer no teníamos una propuesta de voluntariado, ayer la cerramos, pero, ya os lo he dicho, esto se ha debido a que un empleado se presentó solicitando nuestra colaboración, nuestro compromiso continúa.

Amaitzeko hau esan behar dizuet: Hobetzen ari gara, kompromisoa ez du etenik.

La mejora está en marcha. Creo que foros como éste y ejercicios como los que estamos haciendo hoy constituyen una gran ayuda. Muchas gracias.

Javier Muñecas

Vayamos al bloque de Políticas Institucionales ante la Responsabilidad Social de la Empresa.

Tenemos con nosotros a Pedro Ortún, Ingeniero Industrial en las especialidades de Química y Organización Industrial, doctorado en la Especialidad de Administración de Empresas por la Escuela Superior de Ingenieros de Madrid. Desde el año 2005 es el Director de la Dirección General de Empresa e Industria en la Dirección de Industrias Básicas y Turismo. Esta Dirección es la directamente competente en el ámbito de la Responsabilidad Social de las Empresas. Entre sus actividades profesionales anteriores a la que ocupa actualmente, en el año 1979 estuvo en el Ministerio Español de Industria y Energía como Jefe del Servicio de Relaciones con la Comunidad Europea, y fué responsable de las negociaciones para la adhesión de España a la Comunidad Europea en el campo de los asuntos industriales. En 1988 entró en la Comisión Europea con el cargo de Director de la Dirección de Acero de la Dirección General del Mercado Interior y Asuntos Industriales. Como acabo de decir, actualmente está en la Dirección de Industrias Básicas, directamente competente en el campo de la Responsabilidad Social de las Empresas. Por ser su especialidad, nos va a orientar sobre la visión de la Unión Europea en esta materia.

PEDRO ORTÚN

Muchas gracias. Buenos días a todos y a todas. Gracias por la invitación que me habéis hecho . Yo también empecé mis andaduras en la empresa privada; pero luego he tenido la suerte de estar en dos temas fundamentales de la política española y europea, como ha sido la reconversión industrial y todo el proceso de negociación de adhesión de España y ahora estoy metido en este tema que es para mi extraordinariamente atractivo y complicado, por cierto.

Es un placer estar aquí por varias razones en parte personales y también porque estamos en un punto fundamental del proceso de la Responsabilidad Social de la Empresa en Europa.. Vamos lo que quiero, sobre todo, es resaltar el momento muy importante en el que estamos ahora mismo, en este proceso fundamental, yo diría apasionante, pero muy complejo. Los que estáis aquí se supone que conocéis toda la historia del FORO Multilateral("Multistakeholders"), He leído otro informe importante, que es el del Comité Económico y Social Europeo, de E. Pichenot y que suscribo las catorce recomendaciones que hace. Creo que merece la pena

leerlo y resume bastante bien el proceso en el que estamos implicados. Para aportar algo de valor añadido, de novedad y de última actualidad, voy a contaros las tres o cuatro iniciativas que están en marcha : la primera de ellas de la que voy a hablar es el FORO Multilateral, que se celebrará en Bruselas. La segunda es la del Dictamen del Comité Económico y Social Europeo. La tercera es el Proyecto de Dictamen del Parlamento Europeo, que está un poco más atrasado. Y la cuarta, en la comunicación de marzo del 2006. La Comisión se ha comprometido a hacer un informe de evaluación intermedia del Proceso de la Responsabilidad Social en el plazo de un año, es decir, desde este marzo de 2006 a antes de marzo del 2007.

Empezando por lo tanto con el tema del Foro. Como sabéis, el Foro no se reúne desde junio de 2004. El Foro hizo su Informe resumen y, como repito siempre que puedo, los cuatro informes de las cuatro mesas redondas celebradas hasta ahora tienen un montón de ideas de información que se han utilizado demasiado poco. Yo sigo publicitando, porque creo que se hizo un esfuerzo y esos informes han sido acordados entre todas las partes interesadas ("stakeholders") europeas, tanto los cuatro informes de las cuatro mesas europeas como el Informe de Resumen. Aunque las ONGs en el último día de la última reunión del Foro del 29 de junio del 2004, siguiendo sus prácticas habituales de actuación, se presentaron en la reunión con una hoja distanciándose del tema y diciendo públicamente que no se acogían y no aprobaban el contenido de ese informe . La Comisión no intervino para nada más que enfadar al Informador que ellas eligieron, me refiero a todas las partes interesadas ("stakeholders"). Los sindicatos, finalmente, también se desmarcaron. Fue una "puñalada" para todos los que estábamos allí y que ha estado clavada en todos nosotros durante mucho tiempo. ya que a los que estábamos implicados hasta el cogote en este asunto, nos sentó bastante mal. Eso dio lugar a un proceso interno de maduración, preparamos y presentamos un proyecto, a los nuevos comisarios que entraron en noviembre de 2004 y la reacción, por los motivos que fuera, no fue demasiado buena, ya que creían que íbamos demasiado lejos

Ellos acometieron un proceso personal y se celebraron una serie de reuniones con representantes de las empresas por las razones que fueran. Querían haber convocado, antes de adoptar la comunicación de marzo, a los sindicatos y a las ONGs, pero, finalmente, no lo hicieron. Por eso, este último año y medio, casi dos años, desde junio del 2004 a mayo 2006 ha sido complicado. De todas formas, en la comunicación de la Comisión se comprometió la Comisión a reconvocar el Foro Lo estamos preparando, hemos preparado la agenda y la han acordado los ocho representantes

de las cuatro grandes familias del Foro, a saber: Patronales, Sindicatos, ONGs y redes de Empresas. Se ha acordado la agenda después de muchas horas de reunión y otra vez, el día 3 de noviembre de 2006. Las ONGs se descolgaron diciendo que no iban a participar en el Foro. Ya es la segunda vez que lo hacen, pero dieron un argumento muy claro, afirmando que quieren que la Comisión se comprometa a elaborar una normativa obligatoria para el informe, para la verificación por terceras partes. Hemos sostenido cuatro reuniones con ellos en los últimos meses, les hemos intentado convencer, es su libre decisión, y han convocado para el día anterior una conferencia a propósito en Bruselas, cuyo tema es: "Por qué la RSE no se puede regular" A mí me encanta el debate, estoy acostumbrado desde la época de las discretas peleas y discusiones que tuvimos en los años 80 con motivo de la reconversión siderúrgica. Estoy acostumbrado a todo este tipo de debates y creo que la participación de las partes interesadas ("stakeholders") es de importancia fundamental, y me encanta. Ya discutiremos también allí, y a lo mejor hasta les convencemos de que al día siguiente vayan finalmente al Foro.

La gestión ha sido muy difícil, pero creo que va a salir. Les pedimos a los ocho representantes de las cuatro familias de las partes interesadas ("stakeholders") anteriormente mencionadas que hicieran un compendio tomando como base un formato sintetizado de las principales iniciativas que han propuesto, incluyendo lo que quisieran desde el 2004: las que han hecho, las que están haciendo y las que se comprometen a hacer en el futuro. Y hay material muy interesante para estudiosos académicos.

Sylvia me has impresionado por tu visión un poco distante, porque siempre es bueno escuchar a gente que no esté metida en el ajo hasta el cuello, como estoy yo por ejemplo, siempre es bueno escuchar y se obtiene mucha información.

Creo que los compañeros de la DG Empleo se encargaron hoy de actualizar el compendio de las prácticas de los Estados miembros. Ya está en la web, pero la han actualizado los 25 Estados miembros, aunque en realidad son los 15 Estados anteriores, más alguno de los nuevos Estados miembros, porque algunos de los nuevos están muy atrasados, ya que lógicamente hay una diferencia fundamental de mentalidad.

El tercer gran paquete de información que hemos mandado a los 120 participantes del Foro ampliado, va a consistir en las iniciativas que los servicios de la Comisión hemos hecho desde el 2004; y que vamos a hacer en adelante. Ahí hay material para el análisis pero estoy de acuerdo en que quizá haya que converger de forma adecuada y lo digo claramente desde el principio, no por obligación ni por ley, porque si no es así, en cuanto estipulemos una obligación legal, ya no estaremos en lo que se

llama Responsabilidad Social de las Empresas. Eso lo tenemos muy claro y lo vamos a seguir repitiendo siempre.

Hemos invitado a los colegas del Proyecto_Vadereggio porque han hecho un Proyecto muy bonito: "Cooperación de varias regiones Europeas". Hay que bajar la dimensión de este tema, que es empresarial. Hay muchas Pyme y mucha empresa grande como vosotros que está centrada en una región y hay que bajar al nivel donde está la empresa. Eso es fundamental.

Segundo. El Dictamen delm CESE (Comité Económico y Social Europeo) . Las 14 recomendaciones que hace E.Pichenot para mi son fundamentales y va a ser una de Informador, una de las que va informar sobre las discusiones. El Foro tiene una obsesión introductiva. Nos repartimos el trabajo entre tres grupos para discutir una de las tres áreas de las recomendaciones del Informe del Foro del 2004. Al final de la mañana, hay una hora y pico de plenaria para escuchar y ver las posibles sugerencias de futuro. Por la tarde hay tres temas, tres sesiones separadas sobre la contribución de la RSE, la Innovación, la dimensión Internacional, y todo lo referente al medio ambiental, sobre todo la parte Ecoinnovación, toda la capacidad de introducir nuevas tecnologías que favorezcan la calidad del medio ambiente Va a ser una de las ponentes porque lo ha hecho muy bien y se lo merece.

Tercero. Lo que organiza el Estado Miembro, la Administración Central, va al Pleno del Comité Europeo del día 13 y 14 de diciembre 2006.

Cuarto. El Parlamento. Acaba el ponente Richard Howitt, un laborista inglés, que fue el ponente del primer informe sobre el Libro Verde. Ha hecho un Informe mejor, más realista del primero que hizo en el Libro Verde, al que luego el Pleno le paró bastante los pies, pero es un asunto más complejo . Tiene las ideas menos claras que E.Pichenot, una francesa cartesiana que ha plasmado el Informe muy bien. Hay temas ahí en relación con la Regulación, dos o tres temas más conflictivos a nuestro entender por lo que habrá un debate importante e interesante en el Pleno de la Comisión de Empleo y Asuntos Sociales del 18, 19 de diciembre y esto va al Pleno de mediados de febrero de 2007.

Quinto. Este tema todavía no está en marcha, lo prepara remos. Nos hemos comprometido y queremos prepararlo para antes del Consejo Europeo de Gobierno y de Estado del día 8 y día 9 de marzo 2007. Sobre la base de todos estos informes, el del Foro, el del Comité Económico y Social y el del Parlamento, la Comisión hará un balance y lo presentará a la Comisión. Probablemente lo mandaremos al Consejo de Ministros, al Parlamento.

Por lo tanto estamos en un momento de impulso fuerte, nuevo e impor-

tante.. Ahora quería hacer una referencia a otras estadísticas referentes al Pacto Mundial y al GRI (Global Reporting Initiative) En octubre 2006 había 2.887 empresas suscritas al Pacto Mundial, de las cuales 1.405 eran europeas, entre las cuales España estaba y sigue estando la segunda. La primera es Francia porque es el único país europeo cuyas empresas cotizadas en Bolsa tienen la obligación legal de reflejar en sus memorias la sostenibilidad, y por eso les ha resultado fácil suscribir y mandar la Memoria al Pacto Mundial, pues basta prácticamente con eso para que el Pacto lo acepte. Francia tiene 414 empresas, el siguiente país de la Unión Europea con 234 empresas sigue siendo España. Luego viene Italia y después Alemania .

En esta lista , “tarjetas rojas” hay 327 , de las cuales 70 son españolas. Los motivos de expulsión son que las empresas tres años después de su adhesión no hayan enviado un solo informe de progreso o hayan enviado uno y en los dos siguientes no hayan enviado el segundo. Esos son los criterios que tienen. Ni siquiera evalúan la calidad del informe, solamente basta con enviar el informe.

Hemos tomado una decisión, en todas las reuniones públicas de la Comisión, de adoptar un principio que se siguió en el Foro, y que se observó muy bien, aunque hubo algún intento y enseguida les sacamos la tarjeta. Es un principio, lo que llamamos el “NO CEIN – NO SEIN”, es decir, ni excesiva auto-gloria por parte de las empresas, NO-SEIN ni tampoco excesiva crítica por parte ni de las empresas, ni de las ONGs sobre todo, ni de los sindicatos. Ha ido muy bien, es público.

Yo comprendo las PYMEs mucho mejor que a las empresas grandes, porque no es fácil, y hacen un esfuerzo y seguro que no lo han hecho tan mal. Pero hay grandes empresas que se vanaglorian mucho y luego no responden. Hay organismos públicos como Radio Televisión Española, que se suscribió muy rápido y no ha enviado Proyecto de Informe o ha mandado uno y no ha presentado ninguno más.

Quiero decir con esto que las empresas tienen que ser responsables. Me alegra la presentación que ha hecho José Felix Gonzalo, me ha alegrado y me ha gustado mucho, porque ha sido como se tiene que ser: decir las cosas, la complejidad del asunto, lo difícil que es esto, lo largo que va a ser el proceso, en el que hay que meterse a fondo. Estamos nosotros en la D.G. Empresa. A menudo hemos sido criticados, ya que nosotros somos los que frecuentemente representamos los intereses de las empresas europeas. Os aseguro que en algún ámbito empresarial europeo yo mismo soy persona no grata, porque a las empresas les exigimos que sean responsables y lo decimos claramente, sin nombrarlas, pero me lo voy a

pensar dos veces, si no vamos a hacer algo parecido a lo que ha hecho el Pacto Mundial. Lo que pasa es que esto a lo mejor no ocurre este año, pero lo voy a ir pensando porque creo que hay que evitar el abuso del marketing y las relaciones públicas y hay que ser serios hasta el final. Bueno, otra información complementaria es que hay 52 empresas españolas que están en “Full Accordance” (completo acuerdo) con el GRI. Me parece que está bien, pero es mucho más complejo. En el “Full Accordance” (completo acuerdo) hay muchas menor volumen de empresas. Le he dicho a Herz Liptering que han hecho un esfuerzo importante con el G3, pero que todavía sigue siendo muy complicado para las Pymes. Han simplificado mucho el manual de Pymes, pero sigue siendo muy complicado, pero siguen yendo en la buena dirección y les vamos a seguir apoyando en la sombra, pero tienen que simplificar mucho y ampliar mucho el tema sectorial. Como veis, tienen solamente seis guías sectoriales, hay otras dos o tres en elaboración. Nosotros en la Comisión creemos firmemente que para que esto progrese, puesto que estas prácticas son voluntarias y lo seguiremos manteniendo, la única forma de que progresen en serio es que haya una demanda en el sentido económico del tema, que venga al mercado y esa demanda ¿de quién puede venir? Hay tres o cuatro grandes demandantes, cuatro posibles grandes demandantes de las prácticas responsables, para que se impulse de una forma definitiva este proceso. Primero, la sociedad civil, la sociedad, los ciudadanos, los consumidores, pero están mal organizados. El “BEUC”, la organización de consumidores europeos, tampoco viene al Foro. No tiene recursos y la RSE no es prioridad para el BEUC ni tampoco para muchos organismos de consumidores de Europa, y el consumidor todavía no lo tiene en la conciencia. Ese es un tema importante.

Segundo, los inversores. Sí los inversores, los únicos que lo hacen son los SRI, los fondos responsables. Si algunas Cajas, no hace falta que fueran todas, pusieran los criterios de sostenibilidad en sus criterios de “rating”, tanto para préstamos como para Fondos de Capital, ya veríais cómo las empresas se lo tomaban mucho más en serio. Todavía no lo hacen porque, aunque yo todavía no lo acabo de entender, el mundo financiero no lo ha hecho.

Tercero, las administraciones públicas. La parte de compra pública eso lo estamos haciendo. Hay también presiones para que se legisle a nivel europeo, incluso hay una Directiva que recomienda a los Estados Miembros que lo hagan, lo que pasa es que lo recomienda y queda a discreción de cada Estado Miembro decidir si lo hace por ley o lo hace por recomendación más o menos fuerte.

Y cuarto, las Grandes Empresas. Las Grandes Empresas y todo el tema

de suministro. Esos cuatro elementos tienen que ser los motores reales de que haya demanda y que, por lo tanto, se multiplique por obligación, si se hace por obligación, o por ley, pues vamos a ir a lo que llamamos “BOSS TIKING”, hacer informes. Eso hay que hacerlo por convencimiento, no por obligación, por convencimiento y por incitación de la economía de mercado, pues estamos en una economía de mercado. Si hay que legislar en algún tema, se legislará en materia social, medioambiental. Esto no lo tienen que regular los poderes públicos, los poderes públicos están para regular los temas de salud, de medio ambiente, los asuntos sociales, los derechos de marco social y laboral.

Sin embargo, en temas de “REPORTING” no se va a legislar o, por lo menos, no a nivel Europeo, no lo vamos a hacer, así de claro. No porque no queramos, lo que pasa que estamos convencidos que ese procedimiento no es el bueno. Si estuviéramos convencidos de que fuera bueno para el proceso, lo haríamos; pero estamos convencidos de que eso no va a progresar. La prueba es que en Francia no ha progresado. Han hecho informes más de las 300 empresas que cotizan en la Bolsa y ni una más o muy pocas más. En cuanto a las Pymes, hay muchas menos en Francia que en otros muchos países, así que lo tenemos muy claro. No obstante, también queremos decir muy claro que las empresas tienen que ser más serias, mucho más prácticas, tienen que implicar, mucho más y desde el principio, a todos los grupos de interés en la discusión de sus iniciativas, hasta llegar a un acuerdo con ellos si es posible, que no siempre es fácil, e implicarles en su puesta en práctica. Es la única forma y eso es lo que va a dar la credibilidad. Otro argumento que alegan las ONGs y algún sindicato es que haya más credibilidad. La mejor credibilidad es que el informe de sostenibilidad sea suscrito por el comité de empresa, por las ONGs que están en relación diaria con cada empresa y nada de “Lloyd’s” y de “Bureau Veritas” ni entidades parecidas, a las que lo único que les interesa es ganar dinero con esos informes. Así de claro lo digo y lo seguiré diciendo: La mejor prueba de credibilidad de un informe de sostenibilidad es que este suscrito por su comité de empresa, por su grupo de comité europeo, multinacional para las grandes, y por las ONGs con las que lo hayan desarrollado, esa es la mejor prueba de credibilidad y no el informe de los “Bureau Veritas” “Lloyd’s” y toda esta gente, que lo que están buscando también es hacer negocio; me parece muy bien que busquen negocio y el que se deje engañar, pues que se engañe. Nada más y gracias.

Javier Muñecas

Muchas gracias, Pedro Ortún, creo que las conclusiones han sido claras y

has sido suficientemente tajante y claro en tu intervención.

Continuamos con Ramón Jáuregui, Portavoz de Políticas Sociales y empleo del PSOE, entre otras cosas. A pesar de que es una persona suficientemente conocida, le trataremos como a los demás en cuanto al currículum.

Es Ingeniero Técnico en la especialidad de Construcción de Maquinaria y Licenciado en Derecho. Ha sido Secretario General de la UGT en Gipuzkoa y del País Vasco, así como Secretario General y Presidente del Partido Socialista de Euskadi en diversos periodos. Entre otras cosas, ha sido Delegado del Gobierno en el País Vasco del año 1983 al año 1987. Fue también Teniente de Alcalde del Ayuntamiento de San Sebastián en el año 1979, así como Vice-Lehendakari y Consejero de Justicia en el Gobierno Vasco. Fue secretario de Política Autonómica de la Comisión Ejecutiva del PSOE del año 1997 al año 2000. Actualmente es Diputado por Alava y Portavoz de la Comisión Constitucional del Congreso. Ha estado dirigiendo los trabajos de la Subcomisión de Responsabilidad Social de la Empresas en el Congreso de los Diputados. Nos va a explicar las conclusiones del Informe que ha realizado esta Subcomisión, la cual, según tengo entendido, acaba de terminar hace poco y, por lo tanto, nos traerá el producto bastante nuevo.

RAMÓN JAUREGUI

Muchas gracias y buenos días. En primer lugar, gracias por vuestra invitación y por vuestra presencia. Querría ser también muy breve en relación con lo que se solicita de mi intervención fundamentalmente relacionado con este documento que hemos elaborado después de un par de años de trabajo en el Congreso de los Diputados y que fue consecuencia de las iniciativas que, a raíz del famoso libro verde, se plantearon en el debate político o parlamentario, institucional en España.

Voy a detenerme muy poco en los antecedentes porque son de todos conocidos e intentaré trasladaros solamente unos resúmenes de las constataciones y de las recomendaciones. Como sabéis, el documento va a ser una especie de Libro Blanco, se presentará el día 13 diciembre de 2006 en el Congreso de los Diputados, está ya colgado en la página web, por tanto es perfectamente accesible y muchos lo conoceréis ya. Como decía, voy a hacer un breve resumen de lo que son las 30 constataciones y luego de las 57 recomendaciones. También las voy a resumir obviamen-

te sobre todo como tributo a mis compañeros, pues ha habido cuatro grupos parlamentarios que han trabajado particularmente en este asunto: El PNV, Convergència i Unió, el PP y nosotros, el PSOE. En concreto, José Ramón Beloki por parte del PNV, Carles Campuzano de Convergència i Unió, José Eugenio Aizpiroz, gipuzkoano como yo, por el PP y yo mismo por parte del PSOE.

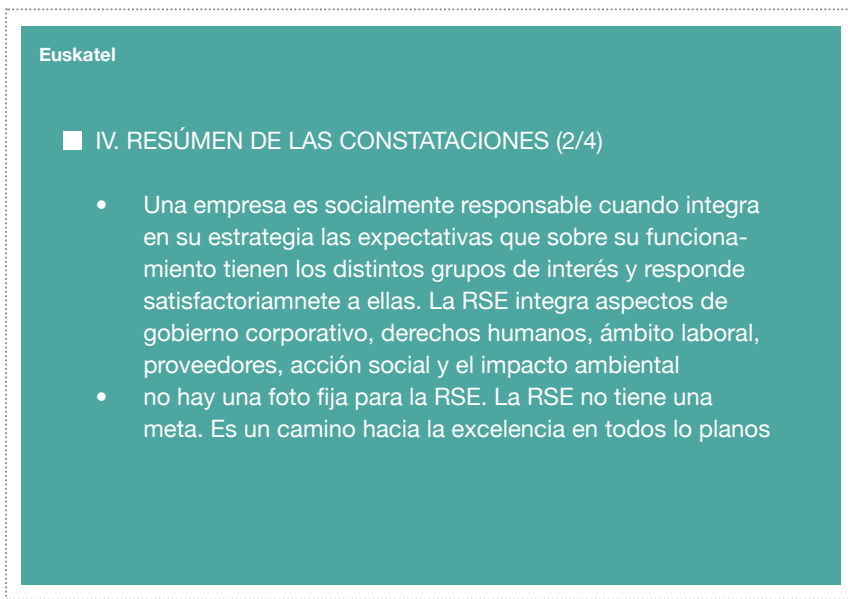
Bueno se ha hecho un informe que ha eludido los matices ideológicos y las posiciones de partidos. Hemos preferido buscar un consenso pues nos parecía que lo que el Parlamento debía de transmitir al País, a toda la sociedad, tanto a las empresas, a las Administraciones Públicas como al resto de los actores y de los agentes, que en esta materia actúan, debiera de ser un mensaje unitario, sin perjuicio de que cada uno de nosotros tenga lógicamente una posición más o menos ideológica sobre esto. El libro se ha estructurado sobre esto, con el apoyo de dos Expertos: María Lozano de SADE y Víctor Viñuales de CODESK, que también están citados. En vez de ser una suma cronológica de las comparecencias de las 60 personalidades que han comparecido sobre este tema y que harían muy aburrido ese relato, este libro tiene la gracia, valga la expresión, de que hemos estructurado sus puntos de vista sobre los diferentes planos que atraviesan este debate. Todos sabemos que acerca de la Responsabilidad Social de la Empresa hay diez o doce grandes debates y hemos incorporado el punto de vista de cada uno de los comparecientes con relación a cada uno de ellos.

Con respecto a lo que son las constataciones, yo diría que hay tres grandes afirmaciones en las que se pueden resumir el asunto por nuestra parte.

En primer lugar, nosotros consideramos que hay poderosas razones para considerar que la Responsabilidad Social de la Empresa es una cuestión estructurada que no es, por así decir, una técnica de gestión, ni una moda más o menos pasajera, ni mucho menos un marketing más o menos social o ecológico. Sino que poderosas razones que configuran los paradigmas de la nueva sociedad estructuran impulsos de una fuerza, yo diría que afortunadamente, irresistible para que la empresa altere su mirada al resto de la sociedad.

Es muy evidente que nos vemos obligados a sobrepasar aquél viejo triángulo que configura el marco externo de la empresa, con sus empleados, con los accionistas y con los clientes, para llegar a una interacción, en la que la empresa necesita dialogar con la sociedad con objeto de construir su propia estrategia empresarial incorporando las demandas de sus grupos interesados ("stakeholders"). Esta es una apreciación en la que no me voy a detener porque seguro que muchos de vosotros tenéis ya más

FIGURA 7



y mejores ideas que la mía a este respecto, por lo tanto, no hace falta que me extienda en ello, ya que, insisto, es un poco la base y el fundamento de la reflexión. Nosotros creemos que esta ecuación es capital, la ecuación sociedad - empresa es capital, desde muchísimos puntos de vista. Para la empresa, para la competitividad, para la sociedad resultante, para lo que pretendamos del papel que las empresas juegan en el mundo, precisamente como consecuencia de la enorme revaluación de su poder y de su impacto sobre los hábitats sociales, laborales o ecológicos resultantes y que de ahí se deriva, por tanto, una fuerza estructural que alimenta esta reflexión.

La segunda idea que me gustaría destacar de estas constataciones es la que se refiere a la necesidad de establecer una idea dinámica de la RSE. La RSE no es una foto fija. Obviamente partimos de que es una actitud, es algo así como una estrategia empresarial que se configura atendiendo las demandas de sus grupos interesados ("stakeholders"), y que conlleva una tendencia a la excelencia superadora de los mínimos legales, que busca digamos una relación, cordial con todos sus grupos interesados ("stakeholders"). Desde esa perspectiva, la tendencia a la excelencia es una tendencia que tiene que configurarse de manera progresiva y no tiene

FIGURA 8

■ RECOMENDACIONES DIRIDAS A LAS EMPRESAS (1/2)

- La convivencia de la autorregulación empresarial supranatural impulsadas por asociaciones de cada sector económico
- Triple memoria por todas las empresas cotizadas (contable-financiera, socio-laboral y medioambiental)
- Reporte y verificación de las memorias de sostenibilidad, de acuerdo a estándares, reconocidos como el Global Reporting Initiative (GRI)

un fin determinado, ni una meta, ni una concreción, sino que es un camino y un progreso.

En tercer lugar, otra idea que conviene destacar por nuestra parte es que, aunque aceptamos que la Responsabilidad Social de la Empresa es voluntaria de manera consustancial a su propio concepto, creemos que es una actitud imprescindible desde la perspectiva de la competitividad global. Desde la perspectiva de las autoridades o la intervención pública, consideramos que los bienes resultantes de la RSE son buenos para la sociedad, por lo que de esa convergencia de intereses se deriva la necesidad, la conveniencia, de la intervención pública. De manera que sí es voluntaria, pero eso no quiere decir que el Estado o las instituciones públicas deban de darle la espalda; sino que, por el contrario, como luego veremos, hay multitud de exigencias de intervención por parte de los poderes públicos representantes de la ciudadanía.

Voy pasando rápidamente para resumir, a continuación, lo que podríamos llamar las recomendaciones a las empresas. Hay una primera que nos parece importante, la que se refiere a la Autorregulación Empresarial. Nosotros somos conscientes de que la realidad de la RSE varía para

cada empresa en función del sector al que pertenezca, por ejemplo, una empresa extractora de mineral, un banco, una empresa de construcción aeronáutica o una empresa de energía etc, cualquiera, dependiendo de las particulares circunstancias que configuran su diálogo con los distintos grupos interesados en las empresas (“multistakeholders”) en función del sector al que pertenezcan. Por esta razón, recomendamos que el propio sector configure a nivel internacional las reglas a las que se somete para desarrollar una política de RSE, así como para presentar los informes y demostrar sus informaciones. Se pueden poner muchos ejemplos, yo os voy a poner uno que, a mi juicio, es suficiente:

Este mismo verano han tenido un gran debate en las empresas textiles europeas sobre la responsabilidad contraída por ellas como clientes de un pequeño taller de Bangladesh que se ha hundido por haber sido construido en un pequeño terreno pantanoso pues como consecuencia del hundimiento del edificio han muerto 60 obreros y otros tantos se han quedado gravemente heridos. Las empresas textiles europeas nada tienen que ver con ese pequeño taller de Bangladesh; aunque ese taller se había edificado para servirles de proveedor y sólo funciona para ellas, desde H&M hasta INDITEX.

El gran debate que han tenido las compañías del gremio textil europeo ha sido decidir si asumían o no una responsabilidad en la indemnización a esos obreros heridos o a las familias de los fallecidos. He de decir que ha sido INDITEX la punta de lanza de la reclamación de esa exigencia que ninguna empresa europea quería asumir porque incorporaba un factor de responsabilidad y precedente gravísimo para lo que llamaríamos la corresponsabilidad con sus proveedores. Estamos hablando de compañías que tienen 10 o 12.000 proveedores en el mundo repartidos por todos los barrios, todos los países del sureste asiático y los barrios pobres de América Latina, desde Perú a Bolivia.

No cuento como acabó la historia; pero el ejemplo sirve para hacer una referencia a esta demanda de auto-regulación, porque el Estado no puede determinar, puesto que, si lo hace, está marcando mínimos legales y en ese caso no hablamos de Responsabilidad Social de las Empresas. Por esta razón, creo que es importante hacer esta recomendación en dicha dirección.

La segunda, que por supuesto también me parece importante destacar es la famosa Triple Memoria para todas las empresas que cotizan en Bolsa. Recuerdo que cuando hicimos la proposición de Ley allá en el año 2002, que tuvo el acierto de provocar este debate en España, y lo digo con un cierto orgullo, ya recomendaba en uno de los artículos la obligación legal de que las empresas hicieran Triple Memoria. Entonces me dijo el Presidente de la CNMV:

- Oye, mucho cuidado, porque si en España establecemos una obligación legal de que las empresas cotizadas tengan que hacer triple memorias, se me van todas de aquí, se me van a otras bolsas europeas.

Yo me quedé un poco asustado. Luego resultó que al cabo del tiempo lo hacen todas las empresas, y no ha habido ley por cierto, ni hay regulación que lo imponga. Es verdad que el código CONTHE establece una recomendación que, o la cumples o tienes que dar explicación de las razones por las que no lo haces. De manera que en ese sentido a veces sin ley los procesos van en una dirección correcta y esto me sirve de enlace con el problema de la presentación del informe ("reporting") y la verificación. A mí me gusta mucho la idea que exponía Pedro Ortún de que sean las propias entidades de contraparte de la empresa las que puedan verificar, ya que es la mejor solución pero no lo hace casi nadie.

Verdad es que hay muchas empresas que elaboran el informe ("report") tras consultar con ellos. Por ejemplo, ayer mismo había en Telefónica una mesa de debate como ésta, con todos los grupos interesados ("stakeholders") de Telefónica que estaban participando para decirle cómo quieren que se haga el informe ("report"). Eso si es importante, pero luego el informe lo firma Ernest Young o Deloitte, la entidad verificadora. De todas formas, sobre el informe, aquí nos hemos limitado a decir que el GR3 es probablemente la norma internacional que más se está asentando en todo el mundo y la que recomendamos como referente.

Una puntualización sobre un aspecto que me parece importante. Nosotros creemos que si se habla de Responsabilidad Social hay que incorporar la dignidad o lo que llamaríamos la calidad elemental en las relaciones laborales. Estamos un poco preocupados porque, todo el mundo lo sabe y en esta casa mucho más, hay una depauperación progresiva del marco de las relaciones laborales como consecuencia de causas que todos conocemos: subcontratación, globalización, etc. .

En ese sentido nos parece que no puede haber una política de Responsabilidad Social si no hay política de Responsabilidad en las relaciones laborales, pues ésta es la primera. En ese terreno establecemos dos generaciones de derechos, los clásicos en los que entran las relaciones laborales sobre la base de una interlocución con los sindicatos, una negociación colectiva asentada y un conjunto de parámetros definidos de unas relaciones laborales de calidad en la negociación colectiva, en la estabilidad en el empleo, la siniestralidad, en fin, lo que son los parámetros clásicos. Luego hablamos de una segunda generación de derechos, en los que se incorporan todos los elementos que enriquecen las relaciones laborales del siglo .XXI, fundamentalmente la conciliación personal y familiar, la igualdad de derechos del hombre y la mujer, la participación en

FIGURA 9

■ RECOMENDACIONES DIRIDAS A LAS EMPRESAS (2/2)

- Relaciones laborales de calidad. Destacan en este campo:
 - El reconocimiento de los sindicatos y la negociación colectiva
 - Flexibilidad/seguridad en la contratación. La adaptación al cambio
 - Igualdad hombres y mujeres y conciliación laboral y personal
 - Inserción de la discapacidad
 - Lucha contra la siniestralidad laboral
- Incorporar a los Estatutos de la compañía los compromisos de RSE con los grupos de interés
- Extender a los proveedores las políticas de RSE
- Suscribir la iniciativa Global Compact de Naciones Unidas y los compromisos de OCDE

los beneficios y la participación en el Capital, es decir, lo que llamaríamos Derechos de Nueva Generación en el campo de las relaciones laborales.

Una recomendación que es interesante destacar, es que los estatutos de las compañías debieran de contemplar el objetivo de la Responsabilidad Social de la Empresa. Un mercantilista nos decía, y no le faltaba razón, que cuando los miembros de un consejo de administración tienen que evaluar las políticas de RSE, como siempre incorporan normalmente incremento de costes, generalmente hay una contradicción y que el consejero no puede resolver más que a favor del beneficio, porque ese es el objetivo de la compañía, puesto que así se establece en sus estatutos.

En ese sentido es recomendable que las compañías empiecen a incorporar a sus estatutos (como lo hacen las Cajas de Ahorros) que uno de sus objetivos que configura el ser ontológico de la empresa, es también el ser empresas responsables.

Muy importante la idea de los proveedores. Estamos en una economía de la subcontratación (outsourcing), sabemos que se subcontrata absolutamente todo y viene a cuento el debate que tienen en este momento en

Inglaterra con la famosa ley que obliga a las empresas a publicar su lista de proveedores. Sólo obliga a publicar la lista de proveedores; pero qué importante, puesto que la publicación ofrece un campo de transparencia y un campo a la información sobre quienes son sus proveedores y no olvidemos que hoy una empresa es responsable si lo son sus proveedores. Esa es una cuestión capital para que la Responsabilidad Social de las Empresas no quede en las grandes compañías; sino que se traslade a las pymes, que es el reto que realmente tiene este debate porque todos sabemos que afecta al 95 por ciento de la estructura empresarial de cualquier país, normalmente. Por lo tanto, ahí en ese terreno, no solamente puede haber ley, sino que les obligan a publicar la lista de proveedores. En todo caso tiene que incorporarse con mayor exigencia la obligación de informar quiénes son sus suministradores y de las condiciones laborales que las empresas contratistas establecen a sus proveedores con relación a la Responsabilidad Social de la Empresa.

Ahora voy a pasar ya concretamente al capítulo de las recomendaciones a las Administraciones Públicas. Hay una primera que nos parece fundamental ya que, desgraciadamente, en España hay poca cultura y ha alcanzado muy poca difusión lo que llamamos ISR, que es, poco más o menos, lo que se relaciona con el ahorro ético o con la inversión solidaria y todos los adjetivos que queráis añadir en el terreno del dinero. Yo creo que caminamos hacia una sociedad en la que el ciudadano va a acabar exigiendo una gestión individual de sus ahorros, ojalá lleguemos a eso. Sin embargo, probablemente en esta expansión del individuo que configura uno de los rasgos claros del siglo XXI, en contraste con los movimientos organizativos y corporativos que configuraron el siglo XX, en esta emergencia del ciudadano con derechos, con información, con capacidad de decisión, con la madurez necesaria para articular y resolver grandes cuestiones, premiar o castigar en el consumo, premiar o castigar en la inversión, es lamentable que en España no haya prácticamente nada en ese terreno, salvo excepciones en materia de ahorro ético o de inversión solidaria, que seguramente luego algunos con razón puedan reivindicar.

En otros países hay leyes a este respecto y ésta si puede ser una intervención pública. Desde luego, Inglaterra no tiene el veintitantos por ciento de ahorro con estas características porque sean más solidarios que los españoles, sino porque hay una ley que lo establece. De manera que estamos hablando, por tanto, de una recomendación, en este caso, dirigida a que el Gobierno favorezca este tipo de ahorro, por ejemplo, en los Fondos de Pensiones. Es evidente que hay muchos Fondos

de Pensiones, y me acuerdo, por ejemplo, del fondo que se estableció en el Metal de Gipuzkoa, que fue una de las grandes conquistas de hace cinco o diez años del convenio de Gipuzkoa. Porque ese Fondo de Pensiones no tiene, ninguna cláusula que establezca las características de la inversión de ese dinero.

Yo siempre cuento la anécdota de que el odioso régimen surafricano de “apartheid” no cayó sólo porque los negros de Soweto lucharon mucho contra aquella tiranía; sino porque los fondos americanos, primero el fondo Kalter de los funcionarios de California, muchos de ellos negros, decidieron que aquel dinero no se invertía en Sudáfrica y cuando Sudáfrica percibió, porque luego se expandió esa cadena, que los fondos americanos no iban a su país, aquel régimen cambió, no solamente por la lucha de los negros, seguro, sino también por el boicot económico de aquellas inversiones. Creo que en España hay una ausencia lamentable de oferta financiera por parte de las entidades, desde las cajas a los bancos, para decirle al ciudadano que puede invertir aquí o allá, pues, aunque hay muchísimos anuncios para obtener rentabilidades, algunas por otra parte dudosas, no hay en absoluto una oferta en esa dirección. En segundo lugar, en materia de intervención pública se recomiendan los cuatro grandes elementos que configuran los estímulos fiscales y sociales. Aquí hemos tenido un debate durísimo con la CEOE, pues esta asociación considera que no es aceptable que, siendo la RSE voluntaria, la intervención pública pueda o deba establecer estímulos fiscales o sociales porque serían discriminatorios. A esta alegación, siempre respondo con un ejemplo: en España y en muchos otros países, la investigación y el desarrollo no es un deber de las empresas, lo es si quieren sobrevivir, sobre todo las que están relacionadas con las altas tecnologías, pero, en fin, hoy en día todas morirán si no investigan ni desarrollan.

La administración pública considera que las inversiones de las empresas en I+D constituye un bien público y, por eso, las estimula. Aunque no constituye una obligación legal, la administración pública estimula a estas empresas y establece desgravaciones fiscales para los beneficios dedicados en esta materia. ¿Por qué no puede establecerse el mismo sistema o una fórmula semejante para las empresas con buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial? El ayuntamiento de Zaragoza reunió antes de ayer a una serie de expertos, también lo ha hecho ya en su día esta Diputación de Bizkaia, para establecer cuáles son las cláusulas sociales de la contratación pública.

En este terreno el informe recomienda avanzar en esta dirección. No me detengo en cuestiones más o menos conocidas que ya en parte he

citado. En relación con lo que son las políticas de impulso de la Responsabilidad Social de las Empresas, el informe recomienda la creación de una estructura política gubernamental que pueda coordinar y establecer las políticas y la creación de un observatorio paralelo con objeto de poder informarse sobre lo que ocurre a su alrededor y orientar de esa manera a las políticas públicas en el país.

A este respecto, empezamos por reconocer que lo que hay actualmente en el Gobierno Español, por ejemplo, nos parece insuficiente. Una Dirección General en el Ministerio de Trabajo dedicada a la economía social y a la que le añaden una coetilla que dice “La Responsabilidad Social de la Empresa” no es la solución. Nosotros proponemos, aunque no lo especificamos, la creación de una estructura con capacidad de intervención sobre las diferentes administraciones públicas del Estado - luego hablaré de las autonómicas -, que tenga capacidad de influir, por ejemplo, el Ministerio de Economía y Hacienda, que es el que más manda en todas partes.

En fin, al final me detengo con una reflexión sobre las Políticas de Acción Social. Son importantes. A mí me parece que han sido habitualmente despreciadas desde posiciones de izquierdas y sindicales. En general, la Acción Social coordinada con las Políticas de Cooperación al Desarrollo - que el Estado español y otros Estados europeos vienen realizando en muchos lugares - puede dar lugar a tareas muy eficientes. De manera que, supongamos que las 30 compañías españolas que operan en América Latina coordinan su acción con todas las ONGs, que reciben ciento de miles de millones de euros, porque no olvidemos que España está gastando ya casi un billón de pesetas, el 0,4 % del presupuesto español en cooperación de desarrollo. La combinación de esas políticas y el voluntariado de los trabajadores de las compañías en Acción Social puede dar por resultado un instrumento nada despreciable. El Estado no llega a todas partes, lo cual desde luego no elimina las funciones del Estado; pero, cuidado, porque los que provenimos o somos de una cultura de izquierdas solemos tener una actitud un poco despectiva hacia las acciones de esta naturaleza, descalificadas muchas de ellas con razón, porque por una filantropía de marketing social etcétera a veces generalizamos, somos injustos y, sobre todo, ineficientes. Aquí disponemos de una herramienta de juego que, en mi opinión, hay que utilizar.

Voy a terminar con una reflexión sobre lo que llamaríamos la demanda. Casi todo lo que estamos haciendo aquí hasta la fecha son políticas de oferta. Estamos dirigiéndonos a las empresas y ahí estamos haciendo mucho, mucha tarea. La pregunta siguiente es si la Responsabilidad Social de las Empresas crecerá o no en función de la demanda. Yo exa-

mino muchas encuestas, ayer por la noche estuve haciendo la presentación de un informe, por cierto muy interesante, de un grupo llamado Forética, que ayer presentó en Madrid un informe sobre la respuesta de los ciudadanos a todas estas materias. Creo que todos mentimos. Cuando oigo que los ciudadanos en general casi a un 25 por ciento pagarían más por productos si son de empresas responsables, en fin, yo no me lo creo. Curiosamente esa misma encuesta siempre cruzada asegura que, cuando le preguntan al ciudadano sobre lo que cree que haría el vecino, la respuesta se divide por cuatro y si le hubiéramos preguntado cuándo lo ha hecho él mismo, seguramente se dividiría por diez.

Tengo la impresión de que los ciudadanos y la sociedad en general tiene poca idea de todo esto; si no hay demanda, si no hay una sociedad que articula la demanda, si no sentimos en el cogote el aliento (como decimos klos que andamos en bici), en este caso del consumidor o del inversor o de una sociedad que te reclama, que te atraviesa tu cuenta de resultados en función precisamente de una sociedad madura, formada y con capacidad de decisión, no habrá Responsabilidad Social de la Empresa. Habremos reunido una enorme cantidad de material, porque ya no sé cuantos libros hay sobre esto, habremos hecho miles de Foros, habréis decidido directivas, habrá circulares o comunicaciones de la Unión Europea, habremos elaborado informes, pero todo quedará en un bello sueño.

Pienso que este es un elemento muy importante del futuro; pero creo que tenemos que tocar a la sociedad y, para ello, tenemos que hablar de medios de comunicación. No habrá información veraz e independiente en materia económica, mientras sigamos sin información sobre cómo son las empresas y cómo actúan realmente, no para que la prensa salmón nos cuente lo que los gabinetes de comunicación de las compañías quieren que se cuente, sino una información más transparente, sobre cómo son las empresas, qué hacen, cómo y dónde actúan, con objeto de que el ciudadano pueda estar enterado.

Si no hay una ordenación de las etiquetas, de los referentes, le metemos al ciudadano en una confusión tal, que ya no sabe qué es comercio justo, qué es etiqueta verde, qué es energía verde, cuál es la empresa buena y cuál es la otra. Porque hay la mar de propaganda y confusión y esto requiere clarificación. Por eso creo que las intervenciones públicas favorecen también que la demanda pueda reaccionar. Hay que fortalecer las organizaciones que vertebran esa sociedad, ONGs, Consumidores, etcétera.

Creo que es muy importante que el sindicalismo incorpore la Responsa-

bilidad Social de la Empresa como un aliado de sus reivindicaciones, no como un competidor, no como un adversario. ya que lo es objetivamente. Se podrían decir muchas más cosas, hay que hacer un discurso, la política también está para marcar tendencias, para provocar reflexiones a la ciudadanía, esa es la función más noble de la política, a pesar de lo cual no se está haciendo. No habrá una sociedad con capacidad de decidir, si no hay toda esta conjunción de circunstancias que generen una fuerza en la demanda que haga posible que la Responsabilidad Social de las Empresas avance.

Para acabar, solo reflexionar sobre el futuro de la Responsabilidad Social de la Empresa. El otro día se me ocurrió una imagen que me parecía adecuada. Estaba yo aquí, en San Sebastián, en la Zurriola, tomando un café frente a la playa y estaba todo lleno de chavales, y uno de los chavales haciendo surf. Se me ocurrió que era una buena idea a este respecto: Es como la ola, creo que lo de la RSE ha ido configurando en los últimos 5 años una verdadera ola de movimiento, de impulso, desde luego aquí y en toda España, en toda Europa, y hay montones de factores que favorecen este impulso; pero no sé si el surfista llegará a coger la ola, la dominará y disfrutará con las consecuencias de ese triunfo o la ola poco a poco morirá suavemente, todavía no lo sé. Estoy convencido de que hay que hacer muchas cosas, porque creo que en la RSE hay un instrumento formidable para compensar las debilidades de nuestros viejos instrumentos y conquistar la sociedad justa y digna que siempre hemos querido. Gracias.

Javier Muñecas

Muchas gracias, Ramón Jauregui por tu intervención. Vamos a continuar con Jorge Berezo. Nos va a exponer una experiencia práctica de una administración, en este caso, una administración foral, la Diputación Foral de Bizkaia, implicada en arrastrar, sensibilizar, ayudar y transportar la Responsabilidad Social de la empresa a lo que parece el objetivo más difícil, las pymes, que ese es el reto que tenemos ante nosotros. Se trata de un programa llamado Xertatu (injerto), que Jorge Berezo va a tener la amabilidad de exponernos. Jorge Berezo, Ingeniero Industrial por la Universidad del País Vasco, ha desarrollado parte de su carrera como Director de diversos proyectos de edificación de IDOM y actualmente es técnico del departamento de Innovación y Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia, desde donde ha asumido la coordinación de la iniciativa Xertatu de Promoción de la Responsabilidad Social de las Empresas en Bizkaia. Por tanto, Jorge, tienes la palabra.

JORGE BEREZO

Eguerdion guztioi, felices mediodías. Hablaremos de tres cosas.. La primera es explicar qué pintamos las Administraciones Públicas en la Responsabilidad Social; si pintamos algo o no pintamos nada, qué podemos hacer, qué debemos hacer o dejar de hacer..Creo que Ramón Jauregui ha apuntado muchas cosas a este respecto y ha hecho un alegato en favor de la presencia de las Administraciones Públicas en este campo, dando las recomendaciones – a mi juicio, muy acertadas - que ha hecho la ponencia de la subcomisión parlamentaria. Voy a alejarme un poquito de esas ideas tan cercanas, para decir por qué y por qué no y qué podemos hacer, sin entrar en las ideas concretas. Creo que eso puede servir para abrir el debate.

Después bajaré un poco a tierra y diré qué podemos hacer en Bizkaia desde una Administración Local como la Diputación Foral, centrándonos en lo que compone la mayoría de nuestro tejido empresarial, a saber: las pymes.Finalmente, hablaré de “Xertatu” .

Haciendo un compendio de las ideas que han salido a relucir, creo que entre empresa y sociedad están sucediendo tres cosas en estos momentos:

- las empresas tienen mayor responsabilidad,
- hay más expectativas sobre las empresas, y
- a la vez son más vulnerables.

Las empresas tienen mayor responsabilidad por:

- el aumento de la concentración de las empresas,
- el aumento de la globalización y
- el debilitamiento de los contra-poderes y la evolución del Estado, pasando del Estado de bienestar a la Sociedad del bienestar.

A este respecto, se produce un nuevo equilibrio de poderes, que incluye mayor responsabilidad sobre las empresas, particularmente sobre las transnacionales.

Segundo. Más expectativas porque, como ha dicho Ramón Jauregui, , las empresas han recuperado prestigio social. Actualmente, es una de las instituciones más valorada después de la familia, aunque la evolución del prestigio empresaria ha tenido altibajos durante las últimas décadas. En estos momentos hay una recuperación del prestigio empresarial. Si a eso le añadimos el marketing emocional que desde los departamentos de comunicación y publicidad nos bombardea continuamente intentando que nuestros sentimientos participen en la relación, en la visión, hacia las

FIGURA 10



empresas y, además, el (no sé si bien o mal) llamado capitalismo popular, ya que, directa o indirectamente, todos somos propietarios de muchas de las empresas que luego criticamos o alabamos, el resultado ha sido una mayor expectativa sobre las empresas y mayor exposición, particularmente por el auge de las nuevas tecnologías, de los nuevos grupos activistas, las ONGs, que funcionan de una manera más coordinada, más organizada, todo lo cual sumado a los numerosos y bien conocidos escándalos de orden contable, social y ambiental, ha contribuido a que la empresa tenga que asumir mayor responsabilidad, más expectativas y mayor vulnerabilidad.

Creo que esto es una lectura de qué les pasa a las empresas, a las grandes empresas, hoy en día. Lo que han hecho es reaccionar. Su reacción ha consistido en responder con la Responsabilidad Social, que no es un término nuevo, sino la evolución de un término ligado a la historia de la ética empresarial, a la ética de los negocios. En estos momentos se habla de Responsabilidad Social de las Empresas; pero con un constructo, del que no se sabe muy bien qué es, del que nadie sabe de quién tiene que ser responsable, en que medida, quién va a juzgarlo, ni quienes me van a

verificar, ... Hay materia para un extensísimo debate al respecto.

¿Qué es lo que está pasando? ¿A quién implica? Hay algunos que defienden que esto pone en juego incluso el objeto, el ser ontológico que decía Ramón Jáuregui, de la empresa en la Sociedad, es decir, tendremos que cambiar los estatutos, la empresa dejará de ser una organización con ánimo de lucro puro y duro, tendrá que convertirse en una cosa distinta. Hay otros extremos, que se limitan a decir que bastará solamente con modificar algunos aspectos de determinados comportamientos suyos para que encaje un poco en las expectativas sociales mínimas. Hay todo un abanico de expectativas sobre lo que tiene que ser la empresa en el futuro. Hay un gran momento de indefinición. Creo que tenemos que contar con este argumento a la hora de definir políticas públicas.

Un chorro de agua fría que ya lo ha adelantado Ramón Jauregui: Existe una enorme crisis de credibilidad en la Responsabilidad Social en las Empresas, como tal concepto. El otro día en una jornada les dije a los alumnos de la Universidad que ese día me había levantado muy escéptico porque el día anterior les pregunté a mis padres que les parecía eso de la Responsabilidad Social de las Empresas y me contestaron: "Que no me engañen, eso no vale para nada, ya estamos con la misma historia, eso es publicidad y marketing". A mi entender, ese es un sentir bastante extendido entre los pocos que conocen algo de esto y los que no conocen el asunto, cuando se lo explicas piensan y dicen lo mismo.

Si hay una crisis de credibilidad por parte del gran público, eso quiere decir que hay una labor bastante importante que hacer en el ámbito de la difusión, la explicación y la pedagogía, para que haya presión sobre las empresas. Por otro lado, estamos viviendo en una sociedad ambivalente, donde hay valores de cooperación, valores del resurgimiento de la sociedad, pero al mismo tiempo un exacerbado individualismo. Existe, por un lado, lo políticamente correcto y, por otro, lo que hacemos; esa ambivalencia reside en la sociedad y está dentro de cada persona. Podemos impulsar la Responsabilidad Social; pero no creamos que esa sea la tendencia generalizada en la sociedad.

Quiero aportar este punto de escepticismo o de prudencia sobre lo que va ser la Responsabilidad Social en el futuro, porque en estos foros solemos pecar de optimistas y de evangelizadores de la Responsabilidad Social, por eso, a veces, me parece oportuno dar esta explicación.

¿Qué pintamos las Administraciones? ¿Tenemos que hacer algo a este respecto? Pues la respuesta es muy sencilla, basta con responder a estas cuestiones: ¿Beneficia a la Sociedad? ¿Es bueno para las empresas? Si podemos contestar afirmativamente a las dos preguntas, estará bien claro que las Administraciones habremos de hacer algo para impulsar la realiza-

ción de esta idea; si no pudiésemos contestar afirmativamente, creo que no deberíamos hacer nada.

Creo que se puede contestar afirmativamente a ambas preguntas. A la primera cuestión sobre si beneficia a la Sociedad, creo que, de una manera intuitiva, todos somos conscientes de que es bueno para la Sociedad; pero si os paráis un poco a buscar los estudios a nivel académico que se han realizado sobre este tema, encontraréis muy poquitos estudios que intenten hallar la correlación existente entre el desarrollo de la Responsabilidad Social de la Empresa y el desarrollo sostenible, cohesionado y económicamente eficiente de las Sociedades, apenas hay estudios en este campo. Por esta razón, no se puede inferir un desarrollo cohesionado de la Responsabilidad Social Empresarial en las Sociedades. Desde aquí animo a los académicos a que sigan investigando en este campo, porque nos ayudará a las Administraciones Públicas a defender nuestro quehacer en este campo.

La segunda pregunta: ¿Es bueno para las empresas? Sobre este asunto, sí que hay muchísimos estudios destinados a explicar la relación entre competitividad y Responsabilidad Social, entre la legitimación de las empresas y su comportamiento, hay muchísimos estudios y la mayoría de ellos dicen que, por lo menos, la Responsabilidad Social no perjudica la competitividad y, según dicen algunos, la favorece ligeramente. Aquí tenemos también un fecundo campo de investigación; aunque creo que, por las pocas evidencias y por el sentido común, podemos contestar afirmativamente a ambas preguntas.

En este sentido, las Administraciones públicas tenemos algo que decir y algo importante ¿pero qué? ¿Qué debemos hacer? Antes os comentaba la crisis de credibilidad, el chorro de agua fría. Ahí tenemos algo que hacer las Administraciones Públicas para que la Responsabilidad Social de las Empresas gane credibilidad entre todos los agentes, sobre todo entre los que al final dictaminan el comportamiento de la empresas que son los clientes, somos nosotros como consumidores.

Lo segundo debemos hacer es institucionalizar esta idea, para que alcance al sentir general de las empresas y no se limite a ser la idea de cuatro locos entre las pymes y de los departamentos de comunicación de las grandes empresas. La Responsabilidad Social de las Empresas tiene que implantarse de una manera ordenada y generalizada en el tejido empresarial. A mi juicio, estas dos deben ser las claves que deben guiar a las Administraciones Públicas

Luego viene otra pregunta: ¿Tenemos algo que hacer aquí? ¿Nos van a mirar bien las empresas, los sindicatos, los consumidores, las ONGs? La realidad y las encuestas dicen que sí que nos miran bien, precisamente

por esa confusión, por ese conflicto de intereses en torno a la Responsabilidad Social de los distintos agentes. Nos ven bien como especialistas en el equilibrio y expectativas, en el equilibrio de intereses. El famoso bien común que debe guiar la actuación de las Administraciones Públicas no es otra cosa que el equilibrio de expectativas de los grupos de interés existentes en la Sociedad, por eso, somos especialistas y tenemos algo que hacer ahí. Luego viene la responsabilidad de nuevo cuño, el Desarrollo Sostenible, respecto del cual tenemos algo que decir.

¿Cómo lo podemos hacer? Regular como bien decía Ramón Jauregui, se pueden regular aspectos determinados; pero la Responsabilidad Social es “per se” muy difícil de regular, creo que directamente es imposible regularla; podemos llegar a regular ciertas cosas, lo que pidan las demandas sociales. Si la demanda social dice que se vaya regulando la seguridad laboral en las empresas progresivamente o la protección del medio ambiente, pues eso se irá regulando, solamente aspectos muy concretos. Desde mi punto de vista el concepto de Responsabilidad Social es un paraguas que no puede ni debe de ser regulado en estos momentos.

Sí podemos garantizar que se cumpla la legislación, facilitar a otros, dar apoyos, proporcionar red, podemos hacer muchísimas cosas, pero bueno, quizá esto no tenga demasiado interés.

Las diez reglas de oro que nos comentaba el proyecto Vadereggio, al que ha hecho referencia Pedro Ortún antes, que lidera la Fundación Novia Salcedo desde Bilbao.

Por resumir, estamos en un momento de enorme confusión respecto a la Responsabilidad Social. Intentemos ir todos juntos, intentemos construir una estrategia común, una estrategia compartida, esa es la primera clave. La segunda es: pongamos la carne en el asador. Necesitamos un número suficiente de medios y recursos, es decir, personas que lo impulsen, apoyo financiero para que esto vaya cobrando peso. Construyamos una masa crítica de empresas que lo lleven adelante. A mi entender, esas son las dos claves que hay detrás de estas diez reglas de oro, un brillante resultado del trabajo del proyecto CSR Vadereggio.

Todo lo que hemos dicho hasta ahora se aplica muy bien a las grandes empresas; pero no tanto a las pymes, no tanto a Bizkaia. ¿Qué piensan o qué sienten las pequeñas empresas de Bizkaia acerca de la Responsabilidad Social? La conocen poco, empieza ser conocida; pero lo conocen poco. Tiene tendencia a aumentar el conocimiento del tema y a este respecto creo que estamos haciendo una buena labor entre todos en Bizkaia. Empieza a ser más conocida; pero todavía es poco conocida en Bizkaia. Sí entienden lo que hay detrás, creo que los y las responsables de las empresas son personas muy inteligentes y muy intuitivas en la mayoría

de los casos, por eso entienden muy bien lo que hay detrás de esto; pero sin embargo el término no les atrae nada. Responsabilidad Social Empresarial, particularmente a las pequeñas empresas, casi les despierta alergia y los directivos tienen poca formación.

Motivaciones. Lo consideran importante, les preguntamos ¿es importante esto para el futuro de tu empresa? Y responden que sí. Si les pides que lo pongan en una escala de prioridades, la situarán abajo. Esto es importante; pero no es prioritario y no es una de las apuestas que estén dispuestos a hacer medianamente y fácilmente los responsables de empresas. Se les hace muy poquita presión, porque las ONGs se están concentrando en las grandes empresas, como es natural. En algunos casos, las pequeñas empresas difícilmente tienen organizado un buen comité de empresa, o sea, no tienen contrapoderes, no tienen presión más allá del mercado, por lo tanto no sufren presión de los grupos de interés, no ven beneficios para su competitividad, no ven la relación entre Responsabilidad Social e incremento de beneficios y entonces ¿qué les motiva? Los valores personales de los líderes y las líderes de las pequeñas empresas: esa es la motivación principal.

En la práctica, hacen muchas cosas tácitamente. No explicitan nada, no reflejan nada en una Memoria, ni siquiera forma parte de su estrategia, de sus políticas, de su misión y su visión, de sus valores, ni de su código ético, no tienen nada por escrito, pero tienen muchas cosas hechas y, desde luego, no lo gestionan. Entre las cosas que realmente hacen, lo que más les preocupa es cuidar su mayor valor que son las personas, eso es lo que más hacen las pequeñas empresas, por lo menos lo que más dicen que hacen, ya que tienen recursos muy limitados y eso es muy importante, el tamaño de la empresa es decisivo. Es muy difícil que las empresas de menos de 25 trabajadores se acerquen a la Responsabilidad Social, muy difícil porque les parece algo muy lejano, se sienten sin medios, impotentes, inermes ante esta corriente. Por esta razón, en Bizkaia tenemos que hacer frente a algunos retos particulares mientras que, por otro lado, podemos aprovechar algunas inercias.

Uno de los retos es la deslocalización, que está atacándonos sobre todo en Bizkaia. Otros retos son el de la inmigración y la cohesión social, la integración de colectivos desfavorecidos, que van ir aumentando en los próximos años, y el reto de la innovación, la pervivencia de las empresas. A mi juicio, la Responsabilidad Social tiene que abordar estos retos particulares en el contexto de Bizkaia, no solamente éstos, muchos otros, pero sobre todo éstos.

Entre las inercias que podemos aprovechar en Bizkaia, se halla la economía social, la cual “per se” contiene ingredientes que favorecen la práctica

de la Responsabilidad Social. Otro de los ingredientes particularmente interesantes es la ligazón al territorio, este sentimiento de patriotismo o de amor a la tierra o lo que sea. No se puede negar que las personas responsables de las empresas sienten una ligazón muy interesante a este territorio, es un sentimiento muy aprovechable, porque todos quieren ir a tomarse un txikito en la taberna de la esquina y que no les señalen con el dedo, algo que pasa en los pueblos pequeños, Nos viene el de la fábrica de aceites y todos nos ponemos a tomarle el pelo, porque acaba de hacer un vertidito al río. Eso no le hace ni pizca de gracia, por decirlo de una manera amable. Como vemos, hay una gran ligazón al territorio y una vulnerabilidad personal de los líderes, de su imagen personal, en su pequeño entorno.

Una inercia muy interesante es la popularidad del modelo EEFQM. El modelo EFQM, si bien no incorpora en su ser todo el contenido de Responsabilidad Social de la Empresa, es un tema debatido, otro de los muchos debates existentes. En el modelo EEFQM hay proyectos muy interesantes para empezar a practicar la Responsabilidad Social, porque hacemos hincapié en la relación con las personas, incorpora los grupos de interés,

FIGURA 11



quizá no con la fuerza que plantea el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, pero los incorpora; incorpora la sostenibilidad e incorpora muchas cosas que nos llevan por el buen camino para abordar la Responsabilidad Social y, de hecho, las empresas avanzadas por excelencia en la gestión ofrecen mejores resultados en Responsabilidad Social. Esto es un hecho que hemos comprobado en las empresas con las que trabajamos.

Por lo tanto, es una inercia que debemos aprovechar sin dejarla pasar libre e inútilmente. Las Administraciones Locales, como la Diputación Foral de Bizkaia, tenemos grandes ventajas para acercarnos a las pymes, en primer lugar, por la proximidad y la facilidad de interlocución. Si levantamos el teléfono y conocemos 30 y 40 ó 50 pymes a las que podemos interpelar directamente diciéndoles: “Oye ¿por qué no te planteas este reto?” Eso no es tan fácil desde una Administración estatal.

Las limitaciones. Una es, desde luego, la limitación geográfica. La inercia que podamos conseguir se va a limitar a nuestro territorio, luego viene la limitación de competencias. Desde luego, muchas de las acciones que planteaba Ramón Jáuregui y muchas de las que plantea el Libro Blanco se escapan de la competencia de una Diputación Foral sujeta a unas limitaciones presupuestarias claras.

En este contexto que hemos hecho en Bizkaia, pues lo que hemos decidido es ir juntos, ir de la mano, porque nos resultaba bastante duro desde la Diputación, arrogarnos el papel de preceptores de lo que es o no es la Responsabilidad Social, lo que hay que hacer y lo que no se debe hacer para fomentar la Responsabilidad Social. Por eso, aunque llevamos trabajando desde el año 2002 y quizá antes también de la mano de la fundación de Novia Salcedo, ya en el año 2004 dijimos: Lo que tenemos que hacer es juntar a los agentes que sean relevantes en el Territorio Histórico de Bizkaia y que estén interesados en la promoción de la Responsabilidad Social de la Empresa, que crean que es beneficioso para las empresas y para la sociedad, nos juntaremos y empezaremos a avanzar conjuntamente con un plan de acción común. Luego formamos un grupo llamado “XERTATU TALDEA” (Grupo Injerto), cuyos miembros están aquí:

- La Patronal CEBEK, con algunas otras asociaciones empresariales como es la Cámara de Comercio;
- IZAITE, la Asociación Vasca de Empresas por la Sostenibilidad,
- ASLE.
- Tenemos un sindicato: CCOO. Sinceramente confieso que hemos hecho alguna otra invitación a sindicatos que han rehusado su colaboración, así como algunas ONGs:
- Egiera, Economistas sin Fronteras y Novia Salcedo.

También participan algunas empresas a título particular, porque es muy interesante conocer la opinión de la empresa pequeña directamente y no a través de sus supuestos representantes, ya que a veces están hablando en idiomas un poco diferentes.

Luego tenemos a EUSKALIT, BILBAO METRÓPOLI 30, y alguna más que se me olvidará.

Como veis hay una gama de grupos de interés muy interesantes y debo confesar que todos están participando con gran interés y aportando cosas muy interesantes, creo que ese es el gran valor de XERTATU, que todos los que están ahí presentes realizan su aportación.

Antes nos comentaban Ramón Jáuregui y Pedro Ortún la dificultad de que las ONGs, los Sindicatos o la Patronal cooperen. En nuestro caso, nos estamos haciendo casi hasta amigos y amigas, así es de bonito.

Lo que hacemos es elaborar un plan de acción anual, ya llevamos dos y en estos momentos estamos empezando a plantear los mimbres del tercero, del Plan Anual para el 2007. Por resumir, hemos hecho muchas cosas en el ámbito de la divulgación: jornadas, seminarios, publicaciones, boletines electrónicos, web, todo de lo que queráis, no tenéis más que entrar en la página web y os podréis enterar de todo.

Hemos organizado algunas actividades de reconocimiento a empresas, unas prácticas, una detección de lista de empresas de la mano del Foro Bizkaia Responsabilidad Social de la Empresa, formado por ASLE, BBK y CEBEK; pero, quizá, la joya de la Corona sea el apoyo directo a las empresas para que gestionen la Responsabilidad Social. Aunque Sylvia Gay antes nos ha echado a nosotros un pequeño jarro de agua fría, diciendo que hay demasiadas herramientas, iniciativas, guías etc bueno, en este sentido puedo alegar en nuestra defensa, que hemos analizado muchísimas herramientas, códigos éticos, y guía de redacción, hasta llegar a la conclusión de que ninguna de ellas integra suficientemente todos los ámbitos que deben ser gestionados por la Responsabilidad Social.

Me explico: ninguna de estas herramientas integra suficientemente las iniciativas sobre el diálogo con los grupos de interés como instrumento de la cultura de la empresa, de forma que incluya la implicación, la integración de la Responsabilidad Social en la cultura de la propia empresa, en su estrategia y sus planes estratégicos, en su operativa diaria y en su comunicación. Yo os reto a que busquéis una herramienta que abarque estos cinco ámbitos de gestión de la Responsabilidad Social. Conozco una, el PROJECT-SIGMA de la Gran Bretaña; pero quizá no esté bien adaptada a la cultura de la parte más meridional de Europa y, en particular, a la especial cultura dominante aquí en Bizkaia caracterizada por la popularidad del modelo EEFQM.

Esta es la joya de la Corona, porque la estamos implantando en 96 empresas, 96 pymes. Es un proceso largo, que exige un año. A las empresas se les hacen preguntas un poco irreverentes como cuál es su arco salarial indicando el máximo y el mínimo, algunos contestan que van de dos a uno, con la salvedad del gerente, preguntas de ese cariz son las que les planteamos. Hemos intentado dar subvenciones a las empresas que quieran poner en marcha estos sistemas de gestión y hemos dado una en tres años, para que veáis un poco la demanda. Si no la incentivamos, no hay demanda. Por otro lado, hemos hecho bastantes actividades de investigación y capacitación y participamos en el proyecto Vadereggió, del que antes hemos hablado.

En la página web se puede ver nuestra herramienta. Estamos en un proceso de reformulación, en el que estamos además participando siete de las organizaciones de XERTATU TALDEA, no es tampoco éste un debate monocorde. Hay 96 empresas en Bizkaia de menos de 250 trabajadores, salvo tres excepciones, si tengo que decirles la verdad, es un porcentaje significativo de las empresas de Bizkaia con un cierto tamaño de 25 a 250 trabajadores. Seguro que conocéis muchas de ellas. El tamaño medio viene a ser unas 75 personas.

Para concluir, quiero hacer un pequeño ejercicio de prospectiva, porque creo que puede ayudar al debate posterior.

El ejercicio de prospectiva es que la Responsabilidad Social se va a quedar con la virulencia o con esa inercia, tal como nos gustaría que ocurriera a todos los que estamos en esta mesa. Por esa sociedad ambivalente en la que vivimos. Por lo tanto yo creo que es una apuesta a largo plazo, como antes hablaba José Felix Gonzalo de décadas. el otro día yo me atreví a decir décadas. No sé si el término Responsabilidad Social se mantendrá. Desde luego, lo que es la corriente social en pos de un desarrollo sostenible que implique también a las empresas es una corriente real, es una tendencia sociológica, por lo tanto eso permanecerá, lo que no sé es si perdurará con el nombre de Responsabilidad Social de la Empresa. Intuyo que en el futuro habrá una confluencia de iniciativas, porque no pueden convivir millones de iniciativas paralelamente sobre lo mismo, esto tiene que hacer "cras" por algún sitio.

Por lo tanto, los dos grandes retos para el futuro son los que yo avanzaba antes, institucionalización y credibilidad. A corto plazo hay algunas cosas que se están haciendo; pero creo que las ha avanzado Ramón Jáuregui suficientemente en el Libro Blanco y, según creo, más extensamente. Nada más, muchas gracias y espero que haya servido para el debate.

Javier Muñecas

Estamos, por tanto, en la parte de la Visión de : “Las Organizaciones de la Sociedad Civil ante la Responsabilidad Social de las Empresas: oportunidades que brinda y obstáculos para su aplicación real”, que es el hilo conductor de todo el debate y pasar de un debate teórico a ver si realmente podemos llevarlo a la práctica.

Empezaremos con la visión que nos va a dar Marta Areizaga del Grupo Eroski, quien va a presentar un proyecto de Responsabilidad Social con los Consumidores y va a aportar la visión de una cultura de empresa con compromiso social, como es propio del modelo cooperativo.

Marta Areizaga es licenciada en Derecho por la Universidad de Deusto, Master en Unión Europea por la Universidad Libre de Bruselas, ha ejercido como abogada, fue adjunta a la presidencia de Panda Software y es actualmente Directora de Responsabilidad Social del grupo EROSKI, también es miembro de la Comisión de Expertos de Responsabilidad Social del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

MARTA AREIZAGA

Como todos sabéis, la cultura cooperativa, es una cultura que “per se” incluye el valor de Responsabilidad Social, desde los estatutos hasta toda la planificación y la gestión.

EROSKI es una cooperativa de consumidores que tiene una naturaleza jurídica especial, pues en la empresa de distribución tiene una contradicción por el hecho de contener en su interior una asociación de consumidores. Por la Ley general de consumidores del año 1984, las cooperativas de consumo somos asociación de consumidores. Esto lleva consigo, no sólo que el consumidor está presente en los órganos de Gobierno de la empresa al 50 por ciento, sino que además en la línea ejecutiva hay un Director, el Director de Consumo, que es quien representa los intereses de esa parte interesada en la Responsabilidad Social.

No sólo nos afecta ahí y en lo ejecutivo, sino también en lo que concierne a la participación de los trabajadores en Capital, Gestión y Resultados. Ese es otro de los indicadores estatutarios, sobre el modo de hacer empresa que tenemos desde hace 37 años. A esto hay que añadir que se destina el 10 por ciento de los beneficios anuales a acciones vinculadas al compromiso con el consumidor y con el entorno.

En este marco de condiciones, en el año 2000 propusimos dos diatribas importantes, una interna y otra externa. Internamente nosotros habíamos

venido creciendo mucho. En el sector de distribución o creces o desapareces, y por tal razón, en los años 90 habíamos venido adquiriendo sociedades anónimas con objeto de estar presentes en las 17 comunidades autónomas del Estado. Esto nos planteaba un crujido de tripas tremendo, porque no nos parecía coherente la diferencia existente entre un trabajador que ostentase la posición de máximo protagonista y propietario de la empresa y la de otro trabajador de Andalucía que no tuviese la misma cualidad. Por eso empezamos el año 2000 a buscar herramientas para resolver esa incoherencia.

Por otro lado, en el ámbito externo empezaba a oírse hablar de la Responsabilidad Social. En boca de competidores ya veíamos que iban celebrándose foros, iba habiendo iniciativas. Nosotros creíamos que teníamos que estar presentes en el mundo de la Responsabilidad Social como líderes, así que empezamos a buscar herramientas. Para nosotros fue importante no sólo lo que es la integración dentro de la Misión y de los Valores del Plan Estratégico del Grupo EROSKI, del concepto de Responsabilidad Social y de su definición, sino además el hecho de poder trasladarlo a cada Plan de Gestión, desplegándolo en la organización de acuerdo con cinco objetivos. Toda la casa propone objetivos para mejorar la rentabilidad, la satisfacción del cliente, el crecimiento, la innovación y la Responsabilidad Social. Con el fin de gestionar la Responsabilidad Social, creamos un Comité Interno, en el que participan la Dirección General, la Dirección Social, la Dirección de Responsabilidad Social y las tres Direcciones de Compras, Frescos, Alimentación y no Alimentación, previa elaboración de una matriz de los riesgos que podrían provocar repercusiones desfavorables en los ámbitos medio-ambientales y sociales que teníamos que gestionar.

En este sentido, en el ámbito medio-ambiental nos vino bien utilizar la ISO 14.000. Fuimos los primeros que certificamos un Hipermercado, extendimos el programa de E +5 a más de 100 proveedores, creamos un grupo de transporte interno multitarea para paliar ese gran riesgo que tiene la distribución de CO₂, efectuando pruebas con biodiesel, bioaditivos y demás. En el ámbito social, nos fuimos a obtener el S-8000, las normas, los estándares, de la OIT, si bien a una empresa del Norte le resultan fácilmente superable el mejor cumplimiento de las normas reguladoras sobre trabajo infantil, trabajo forzado, prevención de riesgos, formación y remuneración, corremos mayores riesgos cuando vamos a China, a Vietnam, a Bangla Desh y compramos textil, calzados, juguetes o material eléctrico. Entonces nos certificamos a este respecto con un programa de auditorías externo a todos estos proveedores y fuimos a una certificación externa que tiene un plan de trabajo y unos indicadores sometidos a mejora continua.

Además, quisimos comunicar lo que estábamos haciendo por medio de la Memoria de Sostenibilidad de acuerdo con el Global Reporting (Informe Mundial) . Ya en el 2002 hicimos la primera memoria, que está entre las 100 mejores del mundo de acuerdo con el Programa de Naciones Unidas de medioambiente y en el año 2004 emitimos la segunda, que también tiene un premio europeo a la mejor comunicación en la Responsabilidad Social.

Quisiera transmitir tres ideas importantes de lo que hemos aprendido, por eso os he resumido la historia. También quiero decir que creamos la Fundación EROSKI para la relación con las partes interesadas externas de la organización, financiada con ese 10% que ya os comentaba antes. Tres ideas que hemos aprendido:

La Responsabilidad Social es transversal, empapa toda la organización, toda la organización tiene que tener objetivos, porque no es una política de acción social aislada, es una política que tiene que reflejarse en cada una de las decisiones tomadas por la empresa. Es un comportamiento ético que va más allá de la ley y, por lo tanto, tiene que existir una política de producto, una política dedicada a la protección del medio ambiente, una política de comunicación y una política de personas que sea transversal. Para que sea coherente, no basta con un comportamiento correcto o socialmente responsable en tu entorno más cercano mientras practicas una incoherencia tremenda en toda la organización cuando compras u operas fuera. Hay que buscar herramientas y eso es voluntario, porque todos sabéis que hoy en día según la legislación internacional no está sujeto a sanción el incumplimiento de determinados parámetros, tenemos una globalización económica, aunque carece de refrendo político ni legal. Con lo cual, la auto-regulación de la empresa no es más que voluntaria.

En tercer lugar, además de la coherencia y de la transversalidad, la verticalidad. Deben auto-imponerse y seguirse criterios de Responsabilidad Social, lo cual provoca muchos conflictos en el interior de la organización . La mesa del Consejo de Dirección y la de Consumo tiene que pelear a veces con la Dirección de Hipermercados porque, como es lógico, hay medidas destinadas a la protección del medio ambiente, que no son directamente rentables y entonces ahí hay un compromiso cultural y un compromiso de la alta dirección, con un consiguiente plan de trabajo consensuado y debatido, así como unos plazos e indicadores, aunque la verdadera gestión de la Responsabilidad Social es realmente bastante complicada, no sólo la comunicación de lo que se hace.

También quiero decir que como marco conceptual nos sirvió el Libro Verde de la Comisión Europea, pues hasta ahora y a nuestro gusto sigue siendo el mejor documento que recoge la Responsabilidad Social interna

y externa. Nos ayudó mucho a buscar herramientas, también el pie de página ya que siempre hace referencias a otros organismos que utilizamos como auditoria interna de auto-diagnóstico dentro del comité ético que, como os comentaba antes, nos ha sido muy útil. Por nuestra parte, elaboramos caseramente una diferencia entre el concepto de Responsabilidad Social y el de sostenibilidad, que también nos ha ayudado a tener nuestro propio concepto de Responsabilidad Social. La verdad es que no sé si es bueno o el más adecuado, en este momento no hay nadie que pueda defender un solo concepto.

A nuestro juicio, la Responsabilidad Social exige que seamos una empresa abierta a todas las partes interesadas, es decir, a todos aquellos grupos que se puedan ver influidos por nuestras decisiones o cuyo planteamiento pueda o deba ser tenido en cuenta por nosotros a través de la integración de esas expectativas de ese diálogo, que ya veríamos como se tiene que sistematizar, y generar un valor social o económico en condiciones favorables al medio ambiente, con la colaboración o participación de esas partes interesadas, de tal forma que acabes siendo una empresa sostenible, es decir: La sostenibilidad como resultado de ser una empresa totalmente responsable.

La Responsabilidad Social es un compromiso ético, una manera de estar en el mundo. Creo que hoy en día nos estamos enfrentando a problemas de ámbito mundial que requieren soluciones globales, en las que tenemos que intervenir muchos agentes. La empresa tiene que darse cuenta de que es un agente allí donde opera y, por lo tanto, no puede estar aislada. Ahora pensaréis, de acuerdo, ¿cuáles son los beneficios de todo esto? En el ámbito de la gestión, el beneficio interno creo que consiste en que una empresa verdaderamente responsable va a ser siempre una empresa excelente. A tal efecto, la aplicación del modelo EFQM ha sido una herramienta de gestión que nos ha ayudado mucho a mantener vivo ese cuadro macro de indicadores, del que os decía que está sometido a mejora continua, hasta el punto que hicimos un auto-diagnóstico interno que nos ha descubierto áreas de mejora, etcétera.

En el ámbito externo de la gran empresa, los beneficios se reflejan, lógicamente, en la reputación, la imagen, la confianza de esas partes interesadas y el hecho de operar en un entorno estable, algo que no es ninguna tontería tal y como están las cosas.

En cuanto a la pequeña y mediana empresa, creo que eso ya es otro debate. Podríamos luego preguntar o hablar sobre ello; pero entiendo que más que estudiar lo qué sería la marca o la reputación, habría que trabajar más en clave de producto. Nuestra experiencia con la S 8000: Hemos acabado trabajando también con las pequeñas y medianas empresas que

son proveedores nuestros, no nos queda otro remedio, y ahí es donde hay que ir estableciendo relaciones casi individuales con muchos de los proveedores, a fin de ir integrando algunos de los conceptos.

Última idea que quiero lanzar, porque no quiero abusar Si el consumidor no percibe o no valora todo este trabajo, creo que realmente nos quedamos muy cojos. Podemos hablar de unos modelos de gestión excelentes y maravillosos; pero hoy en día nuestro consumidor, en distribución al menos, lo que quiere es precio y proximidad y lo de los valores sociales y medio-ambientales lo deja para sus ratos de ocio, si me permitís un poco la broma. Con esto quiero decir que no tenemos una corresponsabilidad como consumidores. Eso es una incoherencia dentro del planteamiento. Nada más, lo dejo abierto porque creo que es un tema preciso que debe ser objeto de debate preciso. Muchas gracias.

Javier Muñecas

Muchas gracias, Marta. A continuación la presentación de Cristina de la Cruz de EGIERA. Cristina de la Cruz es actualmente Doctora en Filosofía y profesora de Ética y Filosofía Moderna en la Universidad de Deusto. Es miembro de la Comisión de Habla Ética en la Universidad de Deusto y, desde el año 2003, compagina su labor universitaria con la Asociación Egiera para la promoción de la Responsabilidad Social de la Empresa y, además, miembro del Foro Xertatu. Nos va a ofrecer unas reflexiones cuya referencia es precisamente el título de este debate: El paso del discurso teórico a la puesta en práctica de la Responsabilidad Social de la empresa.

CRISTINA DE LA CRUZ

Muchas gracias. Quiero agradecer en nombre de la Asociación Egiera que nos hayáis dado la oportunidad de participar en este debate. Efectivamente, hemos tomado como referencia el título del debate: “Del Discurso Teórico a su Puesta en Práctica”, para articular cuatro ideas que quisiera transmitir ahora aquí. Veo que la parte final de esta mesa redonda o del debate de esta mañana se centra en la presentación de las experiencias de cada una de las organizaciones que representamos y en este caso concreto la que yo represento es la Asociación Egiera. Hemos colaborado bastante de cerca en la elaboración de las metodologías que se están promoviendo desde la iniciativa Xertatu. Por esta razón, quisiera decir que sobre todo queremos ofrecer una reflexión que

nos sirva posteriormente para el debate. Para hacerlo, he estructurado lo que quiero decir en cuatro momentos a partir del título del debate, del Discurso Teórico a su puesta en Práctica.

El primer momento es que queremos ofrecer cierta resistencia al título, es decir no nos parece que el paso sea tan fácil de dar ni tampoco quizá tan necesario o tan pertinente en este momento, por lo cual quisiera decir dos o tres cosas sobre algunas de las razones de la disidencia referente a los motivos por los que no tenemos necesidad de pasar tan rápidamente del discurso teórico a la puesta en práctica.

Después, quisiera retomar algunos sentidos muy básicos de la Responsabilidad Social, pues los tenemos muy olvidados quienes nos dedicamos a reflexionar y a aplicar la Responsabilidad Social en nuestras organizaciones o a impulsarlas desde la Administración Pública, por lo que creemos que conviene recordarlos.

En la parte final me centraré en destacar cuál es a nuestro juicio la mayor dificultad para la aplicación práctica de la Responsabilidad Social. Voy a apuntar dos oportunidades; pero lo haré por la vía negativa: dos amenazas que deberían servir de acicate par que en este momento una empresa ponga en práctica estrategias de Responsabilidad Social en su gestión.

Empiezo por la primera. Algunas razones para la disidencia. Mostrábamos un interrogante sobre el título “del discurso teórico a su puesta en práctica”, porque si atendemos un poco a toda la evolución y vemos cómo se ha ido gestando esto sobre todo desde el año 2001, una de los elementos de la Responsabilidad Social cuyo eco se está haciendo cada vez más insistente es precisamente el que apunta al título de este debate, o sea, ya es hora de dejar el discurso teórico, que a fin de cuentas no nos lleva a ninguna parte, como creo que todos vosotros habéis señalado en vuestras intervenciones. Hay muchísimas definiciones de la Responsabilidad Social y ni siquiera hemos sido capaces de ponernos de acuerdo en teoría acerca de lo que es. Abandonemos entonces ese estéril discurso, que no nos ha llevado a ninguna parte, y apliquemos todos nuestros esfuerzos en lo que realmente es importante, en conseguir que las empresas sean responsables, que eso es lo importante, vayamos a la práctica.

Aunque nosotros estamos de acuerdo con que existe esta necesidad, no estamos de acuerdo con el motivo de esa necesidad. En realidad, pasar del discurso teórico a la aplicación práctica puede ser un paso fácil de dar, olvidándonos a partir de ese momento de todo lo que se puede decir. Puede que sea hasta incluso un paso necesario. Se ha repetido tantas veces, desde enfoques tan diversos e incluso contradic-

torios, con tanto énfasis y tan desiguales intenciones y consecuencias, qué es eso de la Responsabilidad Social empresarial. Tal como Sylvia Gay señalaba esta mañana, hay miles de conceptos en uso y podemos escoger cualquiera de ellos, en vista de lo cual al final hemos decidido que no merece la pena seguir avanzando por ese camino. Como vosotros habéis dicho esta mañana, se suele argumentar también que la Responsabilidad remite a cosas tan intangibles que puede resultar algo tan subjetivo y complejo, tan ambiguo y difícil de aplicar, que no se puede realmente esperar que la teoría tenga efectos mágicos en la práctica, o sea que olvidémonos de la teoría y pongámonos a trabajar. Este argumento encierra algo verdadero. Empeñarse en definir la Responsabilidad no implica que estemos señalando cuál es su verdadero significado: eso es fundamental. Desde el discurso teórico, todavía nadie se ha planteado si esas definiciones al uso, son las que recogen el verdadero significado de la Responsabilidad. Nosotros pensamos que no y, desde luego, para la aplicación práctica decir qué es la Responsabilidad Social no supone que eso tenga que generar Responsabilidad; el hecho de decir qué es ser responsable no nos hace de hecho responsables. Quizá lo mejor sea olvidarnos de definir en qué consiste la Responsabilidad Social y hacernos efectivamente responsables, que es lo importante. Sin embargo, esa constatación no debiera hacernos perder de vista una cosa muy importante: El verdadero concepto de responsabilidad nos abre un horizonte que solamente lo proporciona una reflexión seria y rigurosa sobre lo que realmente es la responsabilidad.

¿Qué significa ser responsable? En primer lugar, me pregunto que trabajo bastante en este ambiente ¿Dónde está la dificultad o la esterilidad del concepto de responsabilidad? ¿Dónde tienen las empresas dificultades para aplicar y entender lo que realmente significa ser responsable?. Os invito a que penséis conmigo que los motivos para ser responsables pueden ser muy distintos, empezando por meditar acerca de los motivos que nos llevan a cada uno de nosotros a asumir las responsabilidades propias de su propia vida personal, para luego ponernos a pensar sobre los motivos a nivel empresarial. A fin de cuentas, esas motivaciones no dependen tanto de factores como los que apunta el discurso de Responsabilidad Social Empresarial; el enfoque es muy sencillo, ¿Cuántos de nosotros hemos calculado esta mañana lo que nos va a reportar en beneficios económicos ser responsables en nuestros puestos de trabajo en una jornada laboral cualquiera? Nadie se plantea eso. Ese es el criterio utilitarista, es decir, para las empresas, a las que tienes que convencer de cuánto dinero van a ganar por ser responsables, y

nosotros los teóricos estamos todo el rato pensando en la manera de convencer a una empresa y dándole argumentos sobre por qué motivos y qué beneficios obtiene si actúa responsablemente: ¿Qué beneficios produce ser responsable? pensémoslo así. ¿Cuántos de nosotros necesitamos una metodología para definir nuestras responsabilidades como ciudadanos y trabajadores? ¿O nuestras responsabilidades como padres, compañeros o amigos? ¿Cuántos necesitamos que nos recuerden que no da lo mismo hacer las cosas de una manera o de otra?

Hacer las cosas de una manera trae consecuencias bien distintas que hacerlas de otra. Eso es algo que entendemos perfectamente, dentro de lo que pueda ser la lógica personal de cada uno de nosotros. ¿Dónde está la dificultad para que no lo entienda una empresa? Porque veamos, si ahora afinó un poco más las preguntas y las aplico al ámbito empresarial, ¿de qué estamos hablando? Es decir, ¿qué les pedimos realmente a las empresas, cuando les estamos pidiendo que sean responsables? ¿cómo explicarnos las mujeres, por ejemplo eso que Ramón Jáuregui llamaba derechos de nueva generación?. Cómo explicarnos a las mujeres las dificultades existentes para que las empresas entiendan que “Yo soy igual que Tú”, “Yo, una mujer, soy igual que Tú, hombre”. ¿Dónde radica la dificultad para entender que a iguales condiciones y perfiles debemos ganar lo mismo? ¿O tener las mismas condiciones para la promoción o el acceso a la formación? ¿O a la mejora de las condiciones salariales? Yo siendo mujer y Tú siendo hombre. Eso que parece tan complicado. No solamente le tienes que decir que eso es ser responsable; sino que, además, le tienes que convencer de que obtendrá beneficios por pagarme a mí igual que a un hombre. La verdad es que el discurso llevado así a la práctica de lo que es un poco el sentido común de la vida cotidiana, resulta un poco humillante. Para nosotros mismos, que reflexionamos sobre lo que supone esto: ¿Cómo le explicaremos a una comunidad que a una empresa que le sale más rentable pagar las sanciones por contaminar que portarse responsablemente con el medio ambiente? Porque le sale más barato; hay empresas a las que les sale mucho más barato. Yo quisiera preguntar dónde ven las dificultades del discurso teórico de la Responsabilidad, porque los que nos dedicamos a esto desde el discurso teórico sabemos qué es la Responsabilidad.

Las dificultades no son solamente de procedimiento, no consisten únicamente en no saber cómo convencer a las empresas. Detrás de esa falsa inocencia en la que situamos a las empresas, hay mucho más interés particular que voluntad social. Esta realidad hay que proclamarla, yo no la llamaría dificultades o ciertas resistencias, pues no creo que

a una empresa le cueste mucho saber qué es la responsabilidad. ¿De verdad creéis que hay trabajadores que no saben lo que es la Responsabilidad Social? Un trabajador sabe cuáles son sus derechos y está obligado a conocer sus obligaciones y a cumplirlas; satisfacer esos derechos es ser responsable en una empresa. Lo difícil es el procedimiento, o sea, recoger información, hacer un plan de comunicación, planificar, diagnosticar, eso en una empresa es muy difícil de hacer, ahí está la dificultad, en los aspectos que atañen al procedimiento. Pero no se puede decir que lo difícil es ser responsable, porque creo que es una cosa que por lo menos merece que nos la pensemos.

Por todas estas razones, debiéramos plantearnos la cuestión siguiente: De dónde procede ese empeño por instrumentalizar la responsabilidad, como se señalaba esta mañana. Nosotros en EGIERA trabajamos con herramientas, forma parte de nuestro trabajo, es algo a lo que nos dedicamos, nosotros también hacemos nuestra propia reflexión: Se han contabilizado más de 350 herramientas para la aplicación práctica de la Responsabilidad Social de las empresas, 350 herramientas.

Pensemos, qué hacemos hoy aquí reflexionando sobre su aplicación práctica, que era lo que nos proponíais hacer, teniendo en cuenta lo bien pertrechados que estamos con esas 350 herramientas. ¿Cómo podemos pensar en su aplicación práctica si ya tenemos 300? Elija usted una, aplíquela y sea responsable.

Quizá el problema estribe en que hemos dado un paso adelante sin saber muy bien qué parte del discurso teórico nos hemos llevado para seguir avanzando. Nosotros pensamos que dejar sin respuesta la pregunta sobre lo que sea la responsabilidad significa ponerse a usar y a aplicar un lenguaje que no tiene sentido. Hoy en día, cuando leemos cualquier definición de Responsabilidad Social, la del Libro Verde, la del “Global Compact”, cualquiera, vemos que es una definición vacía de contenido, no dice absolutamente nada. El sentido básico de la definición de la Responsabilidad Social de las Empresas remite a cuestiones nucleares de nuestra vida personal, colectiva, social, como ciudadanos, como empresa, como Sociedad, nos implica a todos. Por esta razón, no podemos dejarla vacía de contenido.

Nosotros planteamos que el contenido de la Responsabilidad Social tiene que ser un contenido prospectivo, es decir, no tanto orientado a realizarlo, a cuidarlo, a hacerte cargo de lo ya hecho; sino a plantear un enfoque sobre lo que tu estas dispuesto a cuidar. Es un enfoque más prospectivo e incluye una preocupación por cuidar de nuestras sociedades. Desde este punto de vista, además de la Responsabilidad, las mayores dificultades que existen proceden de que hoy en día la

Responsabilidad está exenta de rostro, en este momento, en sociedades tan plurales y complejas como las sociedades en las que nuestras empresas tienen que intervenir, resulta bastante fácil que la Responsabilidad se evapore, en las empresas tampoco siente nadie la necesidad de ser responsable, de atender y hacerse cargo.

Aquí viene a cuento el ejemplo puesto esta mañana por Ramón Jáuregui. Es evidente que las empresas no sienten la presión necesaria para hacerse cargo de lo que ocurre. El ejemplo que ponía de la India refleja el mayor obstáculo, el de dar rostro y contenido a la Responsabilidad, y eso es lo que está faltando en este momento, no solamente en el ámbito empresarial.

Argumentos para reaccionar, yo no voy hacer mención de los beneficios, ni siquiera de las oportunidades, quizá no necesitemos saber qué es la Responsabilidad; pero su falta recae siempre sobre los más débiles, siempre. En aquellos en los que el contexto, un contexto que es desigual e injusto, los excluye siempre de la sociedad. La falta de responsabilidad de todos tiene esa consecuencia inmediata, que siempre sufren los mismos. Sin embargo, sí que se puede hacer algo para convencer a las empresas, yo decía que lo iba a hacer por la vía negativa, la de las amenazas que suponen para las empresas el hecho de no ser responsables.

Hay dos elementos del entorno que pueden ayudar a las empresas a empujar a la Responsabilidad Social: Sobre la presión de la Administración Pública no voy a decir nada porque bastante se ha hablado de ello a lo largo de esta mañana. Examinemos ahora la presión del consumidor. Nuestra condición de ciudadanos no se reduce únicamente a nuestra condición de consumidores; pero démosla por buena. En cuanto consumidores podemos ejercer fuerza para que las empresas se sientan presionadas a empujar sobre la Responsabilidad Social. No se trata de hacer valer el poder que tiene el consumidor en sus manos por el hecho de comprar o no comprar; pero la amenaza de no comprar les resulta aterradora a las empresas y, como os decía, creo que al menos podemos darla por buena si consigue convencer a una empresa de que, aunque sea por no tener pérdidas, por no perder, por no tener una pérdida sustantiva en su cuota de mercado, aunque solamente sea por eso, le merece la pena ser responsable. Yo ya no diría nada más.

Javier Muñecas

Muchas gracias, Cristina. A continuación va a intervenir Jon Arrieta, que es ingeniero industrial por la UPV-EHU y pertenece a la Fundación Novia Salcedo.

JON ARRIETA

Nosotros nos acercamos a la Responsabilidad Social Empresarial a partir de la llamada que la Comisión hizo en el año 2001 con el famoso Libro Verde que se ha venido comentando durante toda esta mañana. Tuvimos la ocasión de unirnos a este proyecto Europeo, que entonces nacía, colaborando con la Comisión por medio de la Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales y también de la Dirección General de Empresa. Esto lo hemos hecho sin interrupción durante estos cinco años. En estos momentos, el último grito es la creación de una asociación de Regiones Europeas para la Responsabilidad Social, que es una asociación internacional Europea, con sede en Bilbao, en la que participará un nutrido grupo de regiones y pequeñas naciones europeas como Escocia, Estonia, Toscana, Flandes, varias regiones de Inglaterra, Andalucía, Cataluña, Castilla y León, etcétera.

A tal efecto, organizamos un grupo de interés múltiple (“multi-stakeholder”), en torno a la Fundación, que recibió el nombre de Agenda de la Responsabilidad Social, en la que toman parte, porque todavía se sigue trabajando, entre otros Carlos Trevilla, miembro del CES que está aquí entre nosotros, y también Jose Zubia, también miembro del CES. A título personal hemos ido trabajando para desarrollar diversas acciones en torno al tema de la Responsabilidad Social. Muchas de estas acciones se han recogido después en la Red Xertatu Taldea (Grupo de Injerto), que nos ha explicado Jorge Berezo con tanto detalle esta mañana, así como diferentes informes que hemos elaborado para el departamento de Industria del Gobierno Vasco y para el Ministerio de Asuntos Sociales del Gobierno Español.

Estos planes se han proyectado con vistas a su probable despliegue en un futuro más o menos próximo, en especial el Plan de Competitividad de Acción Social del Gobierno Vasco, que ya tiene programada una acción designada con el nombre de Plan Innova, cuyo objeto es promover que las empresas incorporen la dimensión Social y Medioambiental en sus relaciones con los grupos de interés. Esto se va a desplegar próximamente e incluso tiene un presupuesto, un programa, un intento de llegar a 2000 empresas con una dotación presupuestaria muy alta, para que se extienda la Responsabilidad Social en las empresas.

¿Por qué nos hemos metido en esto de la Responsabilidad Social?

Porque siendo, como se ha dicho, una Fundación dedicada básicamente a la de la promoción profesional y social de los jóvenes y, entre ellos, de los que poseen una formación universitaria y profesional superior, que en

estos momentos son realmente la mayoría, ya que casi el 70 por ciento de los jóvenes del año 2006 están haciendo estudios de este tipo. ¿Por qué nos hemos metido en este terreno? Pues bien, nosotros observábamos en nuestro trabajo de inserción de los jóvenes en las empresas, que la gente joven tenía una visión muy negativa de la empresa y, sobre todo, de la imagen con que las empresas se presentan en los medios de comunicación y con la que aparecen en los periódicos, en las publicaciones especializadas en temas económicos, etcétera.

Yo notaba cierta reticencia en la gente joven a incorporarse precisamente a las empresas. Esta visión crítica de las empresas se centra únicamente en el valor de las mismas desde la perspectiva de los accionistas, pues esta visión crítica que las empresas no incorporen - o no incorporaban - entre sus preocupaciones las medidas de protección del medio ambiente o contraponen la rentabilidad a la sostenibilidad, afirmando que si una cosa tiene que ser rentable, difícilmente puede ser sostenible. Estas empresas, a veces autoritarias, practican relaciones laborales duras, conflictivas, con poca participación de trabajadores y empleados en la gestión y mucho menos en las decisiones y en los resultados. Por todas estas razones, estas empresas ofrecían una visión bastante negativa a la gente joven que dificultaba su incorporación a las empresas con un espíritu constructivo, con un espíritu de desarrollo profesional. Estas son observaciones nuestras que han sido confirmadas por estudios posteriores. como los estudios que realiza la Fundación BBVA para averiguar las pretensiones y opiniones que tienen los jóvenes en España, en los cuales éstos se manifiestan de una manera clara y tajante. Realmente se necesitaba un cambio, de paradigma, y, sobre todo, una comunicación del nuevo paradigma de las empresas, que ya estaba caminando en una dirección totalmente diferente.

Cuando la Unión Europea decidió presentar la necesidad de ofrecer este nuevo paradigma de la empresa responsable para desplegar la estrategia de Lisboa, que a mi parecer tiene mucho contenido, porque hace de la Unión Europea un espacio desarrollado, sostenible, basado en el conocimiento, con buenos empleos y gran cohesión social. Por eso, creo que es un objetivo realmente social, económica y humanamente muy ambicioso. Nos pareció que contribuir a desarrollar este paradigma y a aplicarlo era realmente una meta apasionante, atractiva para las jóvenes generaciones, algo en lo que merecía realmente la pena ponerse a trabajar.

¿Qué transformaciones incorpora la Responsabilidad Social a esta situación? Fundamentalmente que no solamente incluye a los agentes o a los grupos de interés tradicionales, es decir, a los propietarios, representados por los accionistas, y a los trabajadores, que incluyen a los em-

pleados, sino también a otros grupos de interés necesarios para cumplir las funciones económica y social de las empresas como son los clientes y los consumidores. Estoy de acuerdo en que realmente los clientes y los consumidores, sin olvidarnos de la cadena de proveedores que ha comentado Marta Areizaga, son los que constituyen la base efectiva para que la Responsabilidad Social se llegue a aplicar en las empresas. Probablemente lo que más les ha dificultado a las Administraciones aceptar esta Responsabilidad Social de la Empresa es que sea una cuestión voluntaria que no se implantará por medio de leyes y decretos, ni por medio de sanciones, sino que se hará mediante la colaboración de los entes públicos y la empresa privada. Se trata una nueva manera de gobernar, una manera muy profunda de ejercer la gobernación y no la manera clásica, la cual constituye un gran reto no solamente en lo que atañe a la Responsabilidad Social, sino también a otros grandes campos de la Sociedad, como pueden ser la educación, la sanidad y otros grupos y servicios sociales, así como la propia comunidad circundante, entendida en muchas de las diversas funciones, según sea cada tipo de empresa. Esto sin duda lleva a una recomposición del papel de todos los grupos de interés tradicionales y también de los nuevos. En este sentido, ofrece una gran oportunidad. Estoy de acuerdo con Pedro Ortún, cuando se lamentaba de que las ONGs no hubieran aprovechado la ocasión de una medida que se les había ofrecido en el Debate que se había planteado y que no hubieran sido capaces de hacer una propuesta constructiva. Es probable que el asunto haya quedado en tablas para revisarlo y que todavía no esté cerrado. Creo que también nosotros, por ser Organizaciones No Gubernamentales, tenemos que hacer un gran esfuerzo para ser responsables socialmente y esto nos obliga probablemente a ir más allá de la cuestión reivindicativa para poder entablar una negociación. Esto nos afecta realmente a todos. Queremos hacer de la Responsabilidad Social un enfoque más humano, más centrado con las personas. Hoy ya ha sido reconocido por todos que las personas son el capital más importante que tienen las empresas, por eso se habla del capital humano, se dice que efectivamente la base de las sociedades del conocimiento son las personas, si las personas no colaboran con las empresas, si no apoyan su creatividad, si no se sienten totalmente satisfechas e integradas en la empresa, no se reconoce su valía, ni que son parte indiscutible de la empresa y que, cuando se habla de la empresa, no se está hablando solamente de los empresarios, sino de un conjunto de personas, creo que no se podrán alcanzar todos los objetivos que tienen las sociedades desarrolladas como la nuestra. Por eso entendemos que lo mejor para desarrollar la Responsabilidad

Social es revalorizar precisamente el papel de las personas. El potencial de las personas es tremendo si se incorporan a las empresas como parte integrante de la vida de las mismas y como parte integrante de sus objetivos sociales. Probablemente, la potencia que van a desarrollar las personas en la empresa desde el punto de vista humano, económico o competitivo y rentable puede hacer cambiar absolutamente ese paradigma y la situación de las empresas en Europa.

Creemos que ese movimiento es imparable, lo mismo que lo fueron los cambios que produjo en la sociedad el paso de la sociedad agraria a la industrial. La sociedad del conocimiento exige efectivamente este nivel de gran integración, este enfoque de grupos interesados múltiples ("multi-stakeholder"), esta transformación de las empresas no solamente en los elementos más o menos duros, los elementos de tecnología o los de investigación, sino precisamente en lo que supone el gran aporte de la innovación social que, con muy poca inversión material, puede llegar a conseguir grandes efectos en la competitividad.

En ese sentido, también es posible que se inicie y habría que alentar un cambio de las estructuras. Este cambio de las estructuras no supone que las organizaciones no gubernamentales no vayan adquiriendo un peso cada vez mayor, pues no solamente son necesarias para esta nueva función, sino que además tienen un peso cada vez más importante, incluso en la economía. En estos momentos, más del 5 por ciento de todos los empleos y del PIB, incluso en el País Vasco, corresponde a las sociedades no gubernamentales, son un actor de primer orden y, además, absolutamente necesario, para establecer en ese conjunto de triángulo entre empresa y administración un tercer pilar sobre los que se pueda basar y desarrollar el futuro de la Europa que queremos para todos y de esa Europa efectivamente cohesionada y situada en los primeros puestos de las sociedades del conocimiento del mundo.

Javier Muñecas

Muchas gracias Jon. Ahora pasaremos a la presentación de ASLE representada por Iñaki Murgia. Iñaki Murgia, Doctor en Ciencias Biológicas, es actualmente el responsable del Medio Ambiente y de la Responsabilidad Social Empresarial de Agrupaciones Sociales y Laborales de Euskadi y anteriormente fue técnico de calidad en Euskalit. Iñaki nos va a hacer la presentación de una entidad de economía social, en la cual se mira la Responsabilidad Social Empresarial como un principio de la excelencia y como eje transversal que aparece presente en los diferentes criterios del modelo EFQM.

IÑAKI MURGIA

Muchas gracias. Egunon guztioi. En primer lugar, deseo agradecer al CES la invitación para participar en este Foro.

Sólo diez minutos para ceñirnos a la experiencia que tiene ASLE no sólo en Responsabilidad Social, porque yo suscribo lo que ha estado diciendo José Felix Gonzalo en toda su ponencia. Nosotros provenimos del mundo del modelo EFQM, y yo creo que hay tantos argumentos para decir que es un eje transversal y que realmente la excelencia lo cubre todo como para decir todo lo contrario. Lo que realmente nos interesa es que la gente identifique en sus prácticas de gestión de empresa que lo que hacen, si bien no está hilado en su estrategia, ni está identificado como tal, son partes de un comportamiento totalmente responsable. Nuestro esfuerzo está en que esos comportamientos vayan siendo más numerosos y que, al final, la acción salte a la vista y, en este caso, en lo que a mí me toca con respecto a la empresa, que puedas acuñar un término, algo, para definir que una empresa es socialmente responsable.

Realmente la relación entre empresa y sociedad está avanzando ahora hacia esa necesidad de transparencia, comunicación y diálogo, sin perder de vista ese otro concepto que afirma que el fin último de la empresa es la rentabilidad. Eso ya lo dijeron en la década de los 1960, al asegurar que la empresa solamente estaba para ganar dinero y rápidamente salieron otras personas diciendo que, aunque era cierto que el fin de la empresa era ganar dinero, de ninguna manera a costa de otras dimensiones o de otros ámbitos muy importantes, Este fue el origen del triple objetivo, en el que, a mi entender, es lo único en que todo el mundo estaba de acuerdo. A partir de ahí, surgió la multiplicidad de definiciones, acepciones, entendimientos sobre si es un medio o un fin, cada uno ha tirado por su lado. Quizá por eso, al principio era sencillo, todo el mundo lo entendía y todo el mundo tenía la misma definición.

Es verdad que mejora algo la integración en el entorno, mejoran algo las ideas que había de empresas anteriores y, a este respecto podemos hablar algo del ámbito social y de los aspectos relacionados con el medio ambiente.

Para el trabajo de ASLE por contar cada vez con mayores prácticas de excelencia o de intentar llegar a la excelencia, que ya veremos lo del fin o los medios también ahí, cada vez que se habla del objetivo de la Responsabilidad Social de la Empresa lo definíamos simplemente en dos bloques: el triple objetivo, el académico, no es el único, pero si uno de los más antiguos, la triple dimensión consistente en ser económicamente rentable,

en un medio ambiente sostenible y socialmente responsable, este objetivo no es exacto, pero me he tomado la licencia de poner las dimensiones con esas tres palabras y con su adjetivo. Pero si el primero, el objetivo de dar una respuesta adecuada a las demandas y expectativas de los grupos de interés, Jorge Berezo afirmaba que la Diputación se atribuía el papel de equilibrar las respuestas de los grupos de interés al hablar del marco de Xertatu y es verdad, ya que el modelo EEFQM habla de esa respuesta equilibrada o de posicionarse entre los grupos de interés. Lo que se enriquece al modelo EFQM, quizá sea que el modelo habla de cuatro grupos de interés y deja abierta la puerta a que haya más. Es evidente que cada vez hay más interesados, que no sólo se habla de grupos de interés (“stakeholders”), sino que también se habla de grupos de interés múltiples (“multi-stakeholders”). Hay que tener en cuenta que cada vez hay grupos de interés más diferenciados entre sí, más concretos y, si bajamos al terreno de las pymes, veremos que cada sector tiene sus propios grupos de interés.

José Ignacio Ubert, Presidente de la EFQM en el año 2003, ubicaba el modelo de excelencia de la EFQM por encima de los conceptos, de las ideas fundamentales de la excelencia, de los principios de la calidad total que decíamos hace años y, por encima de eso, suponía un marco compuesto de unas reglas de juego, que recibía el nombre de Responsabilidad Social. Lo que interesa es que haya un marco más o menos flexible, que puede ser el modelo EFQM, con sus reglas de juego, otro marco que sea la Responsabilidad Social, ya que lo que les interesa a las empresas, aparte del discurso teórico, es que los conceptos se lleven a la práctica, que los principios de la excelencia se lleven a la práctica y la Responsabilidad Social de la Empresa es uno de los principios de la excelencia desde el año 2003 por la revisión del modelo. Por lo tanto, en ASLE, la Agrupación de Sociedades Laborales de Euskadi, donde sabemos algo de excelencia, lo que vemos claramente es que ese camino de avanzar hacia la excelencia era un buen camino de paso para ser socialmente responsables.

¿Por qué decimos esto? Porque trabajar con los parámetros de los principios de la excelencia nos posibilitaba integrar la Responsabilidad Social en la política y la estrategia de las organizaciones y esto es algo, creo, de lo que todos los que trabajamos por promover este concepto estamos convencidos de ello: Es necesario llevar la idea, el concepto, las formas de la Responsabilidad Social a las empresas, pues vemos que hacen cosas; pero desde el plan estratégico quizá no haya ese ligazón, esa dimensión, de transversalizar los comportamientos de Responsabilidad Social por todas las áreas de la empresa.

Ese ejercicio de buscar la excelencia nos integra a todos los trabajadores en la gestión, se habla de gestión participativa, economía social. En las sociedades laborales en concreto, hablamos de gestión participativa, pues vemos que el modelo de empresa ayuda a esto y que practicarlo desde el punto de vista de la RSE resulta muy interesante.

Por último, lo de promover y gestionar valores sigue siendo realmente difícil. En educación, ha habido un montón de problemas en el trabajo con los chicos y las chicas y se ha hablado de la educación en valores. Creo que el gran secreto es conseguir que en las empresas los valores personales se trasladen a valores de empresa. El modelo lleva trabajando mucho tiempo en misión, visión, valores. Los que nos metemos en ello ponemos la misión en grande, la visión ya la ponemos un poco más en pequeño y los valores se definen si da tiempo en la reunión. La manera de trasladar los valores y de medirlos de acuerdo con su definición es otro de los principios de la excelencia y de la gestión, aunque eso queda ya a años luz del comienzo en el camino de la excelencia. Dentro del marco de RSE, se integran ideas, por un lado criterios del modelo, de cómo los grupos interesados (“stakeholders”) tienen que ver reflejadas sus expectativas, sus formas de ver las cosas, y la comunicación para trasladarnos a nosotros sus formas de ver las cosas y nuestra respuesta a ellos, que ya viene integrada en el criterio de política y estrategia. Esto tiene mucho que ver con el primer objetivo que he citado, el del diálogo con los grupos de interés. La segunda parte tiene que ver con el triple objetivo, que haya esos solapes, que estén adecuados e identificados. Se habla mucho de la triple cuenta de resultados, de presentar un informe de triple cuenta de resultados. A fin de cuentas estamos hablando siempre de intentar que las dimensiones sean complementarias y que no exista la dimensión económica y luego un anexo o bien dos anexos, en este caso.

La definición de transversalidad viene dada en el modelo EFQM diciendo que constituye el eje transversal. Aquí hay una relación en la que aparecen las áreas del modelo que se deben tratar y los criterios del mismo. A nuestro entender, los criterios del modelo son algo artificiales, son la foto que uno saca para tener en cuenta elementos al hacer su autoevaluación: si están redactados en la Memoria con ese bloque, con ese grupo de páginas, perfecto; pero no dejan de ser algo artificial. Por lo tanto, en ASLE hicimos esfuerzos por hacer ver a las empresas, cómo podrían identificar buenas prácticas, cómo podrían reflexionar sobre si eran buenas o no, preguntándoles también si consideraban que realmente eran socialmente responsables, si hacían muchas cosas y no sabían que en parte eran socialmente responsables, hasta que finalmente decidimos dejar un poco de lado esta linealidad de áreas y realizar una forma de diagnosticar cruzando

areas. Preferimos preguntar a las áreas o a las funciones de la entidad en cuestión cómo hacían las cosas, intentando siempre ubicar esas áreas funcionales dentro del triple objetivo o dentro de las tres dimensiones de la Responsabilidad Social de la Empresa.

En este segundo bloque, quisiera decir que la cadena de situaciones que pensábamos se parece y de hecho la vamos a integrar completamente con lo que ha comentado por Jorge Berezo acerca de la herramienta “Xertatu Taldea”. Nosotros no hablábamos de itinerarios, hablábamos de que hubiese un punto de partida, una declaración de intenciones de las empresas, luego venía ese diagnóstico, esas preguntas, esa forma de reflexión, que se ha enriquecido gracias a Xertatu Taldea y a otras aportaciones, como veremos más adelante. Es necesario un plan de actuación, porque aunque nosotros de RSE de lo que sabemos más es de mejora continua, por eso nos damos perfecta cuenta que la herramienta más potente no es el software; sino una hoja apaisada en blanco, en la que apuntemos qué, quién, cuándo y dónde se cumple, eso es lo importante. El último apartado se refiere a temas de comunicación. Al pensar en una herramienta para las empresas de economía social, nosotros ni nos planteábamos la comunicación porque estamos hablando de empresas de menos de 50 personas, empresas a las que les dices EFQM y ni te responden la llamada de teléfono. En cambio, si les dices que tienes una herramienta de evaluación con un documento naranja editado por EUS-KALIT y que eso les va a servir para encontrar sus debilidades, entras; pero diciendo EFQM no entras. Entonces con ese plan de acción, ya iras haciendo cosas de forma estructurada, con eso nos dábamos por satisfechos.

La declaración de intenciones. Se ha hablado en bastantes foros de si existe o no la política de Responsabilidad Social. Nosotros hemos hecho una, hay extractos en la página web de ASLE ; pero, como podéis ver, tampoco aporta novedades, pues recoge a pies juntillas lo que dice el Libro Verde y hace especial hincapié en la cohesión social, porque es la parte que la economía social y las sociedades laborales tenemos en carne viva. Jorge Berezo nos hablaba de la dimensión cualitativa, de un diagnóstico cualitativo o de percepción y de uno cuantitativo. Nosotros, sencillamente, es exactamente igual; pero utilizamos seis áreas funcionales a las cuales hay que responder con preguntas de forma cualitativa y recoger una serie de datos que darán lugar a los indicadores. Esos indicadores son exactamente los mismos, en eso sí hemos convergido correctamente.

Para cerrar, prácticamente nada más. Me permito recordar que, según el Foro y según el clima del Foro, nos animamos, pero todos somos cons-

cientes de que es una tarea de largo alcance . Creo que lo interesante es que estemos encima de la perspectiva. Quizá en la constancia reside gran parte del secreto. Muchas gracias.

Javier Muñecas

Muy bien, muchas gracias Iñaki Murgia Vamos a pasar ahora a la siguiente intervención: la presentación que va a hacer Iñaki Gutiérrez de la BBK. Iñaki Gutiérrez, Licenciado en Ciencias Físicas, ha desarrollado toda su actividad en el sector financiero del Banco de Bizkaia y luego en la Caja de Ahorro Municipal de Bilbao, hoy la BBK. En ambas entidades ha desempeñado responsabilidades directivas en el área de Informática y Nuevas Tecnologías y en sus últimos cinco años su actividad profesional se ha desarrollado en el ámbito de Calidad como Subdirector de Calidad y Atención al Cliente, compatibilizando en la actualidad esa labor con la nueva función de coordinador de Responsabilidad Social de la BBK.

IÑAKI GUTIERREZ

El modelo de gestión empresarial que será dominante en el próximo futuro, será aquel que demuestren eficacia económica, disponga de mayor legitimidad moral y la máxima aceptación social. Eficiencia económica, legitimidad moral, que tiene que ver con cuestiones éticas y de buen gobierno, y la máxima aceptación social, para lo que el sector empresa tendrá que ver cuáles son las políticas y la realidad de trasladarlas a los consumidores, clientes, sociedad, etcétera, para obtener aceptación social.

Como la BBK es una Caja de Ahorros, quiero hacer un pequeño hincapié en los objetivos fundacionales de las Cajas de Ahorros. Este año 2007 estamos a punto de cumplir los 100 años. Deseo recordar que las Cajas de Ahorro se crearon con estas cuatro intenciones:

Fomentar el ahorro popular.

Evitar la exclusión social y la usura.

Situar los fondos captados en inversiones productivas.

Implicar a los impositores en la gestión.

Las Cajas de Ahorros queremos reivindicar que algo de lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social está contenido en estos principios fundacionales, nosotros decimos que es el ADN. Pero con la misma rotundidad tememos, como se ha dicho esta mañana, que los orígenes marcados por la vocación social, no quieran decir que automáticamente

te estemos ya inmersos en la Responsabilidad Social. Creo que hay un trecho, un camino.

Haciendo un pequeño gráfico de los diferentes hitos, éstos son nuestros cuatro grandes grupos de interés:

- Los clientes
- La Sociedad
- El equipo humano; Silvy, no hablamos de los recursos.
- Los proveedores.

Desde hace muchos años llevamos la obra social clásica, ya muy conocida, pues llevamos muchos años con el tema de escuelas infantiles, residencias de tercera edad, colonias de verano, etcétera y eso sigue estando ahí. Afortunadamente, las Administraciones están dedicando recursos importantes a estos temas. Esperamos continuar e ir cediendo estas actividades a las Administraciones Públicas en la parte que las vayan cubriendo; todavía continuamos con guarderías, con dos residencias de tercera edad, pero no tenemos ningún afán competitivo, ya que nuestro deseo es colaborar con las Administraciones y lo que puedan hacer ellas perfecto, porque ellas son más responsables o tan responsables de estos temas. Entre los hitos importantes se puede mencionar el de la promoción del empleo juvenil mediante “Gazte Lanbidean” (En la vía del empleo para los jóvenes). Después pusimos el acento en ver qué aspectos del medio ambiente cuidábamos y cuáles no. Entonces obtuvimos una certificación ISO y el EMAS. Otro hito muy importante al que me voy a referir con un poco más de detalle es el de la Banca Solidaria, cuando creamos la Fundación BBK Solidarioa. A lo largo de la mañana, hemos hablado de lo importante que nos resultó publicar la Memoria de sostenibilidad. La primera, correspondiente al ejercicio 2002, la publicamos a principios del 2003, fuimos la primera Caja de Ahorros que publicó una Memoria de Sostenibilidad. A partir de los años siguientes, la hemos continuado publicando siguiendo completamente los criterios de GRI y hemos obtenido el “IN ACCORDANCE”.

Creemos que es un paso importante para comunicar mediante los indicadores GRI todo lo que hacemos y también aquellos aspectos en que no estamos todo lo bien que quisiéramos, adhiriéndonos a la ley de Principios del Pacto Mundial. No figuramos entre las empresas que abandonaron el listado. Hemos participado y ha sido muy constructivo y personalmente muy agradable para mí, en los Foros Izaite y Foro Bizkaia de Responsabilidad Social Empresarial. En Izaite, la verdad es que, además de haber un grupo de empresas como Iberdrola, Euskaltel, ACB, ITP, EROSKI y FAGOR, entre otras grandes, más luego algunas pequeñas, hemos trabajado en estos casi tres años en un ambiente de colaboración, en el que nos hemos ido pasando experiencias y nos hemos repartido

ciertas tareas, y nos hemos copiado sanamente. Creo que estas empresas hemos avanzado en conjunto.

En cuanto al equipo humano, hace 2 años hicimos un diagnóstico muy completo de los planes de igualdad en colaboración con EMAKUNDE (Instituto de la Mujer). Tenemos planes anuales de igualdad en el equipo humano, que también se trasladan al ámbito de los clientes, pues en este sector también se detectó un grave déficit en relación con los primeros titulares de las cuentas compartidas de parejas, ya que el 90 por ciento eran hombres y el 10% mujeres. La política de BBK es tratar de que eso se vaya equilibrando y que las mujeres tengan el puesto que les corresponde, por lo menos en igualdad de condiciones.

Al final de año pasado hicimos una evaluación externa de la Responsabilidad Social de dieciséis Cajas de Ahorros, tomando como base el modelo EFQM. Nosotros tenemos el modelo de excelencia EFQM desde hace siete años y obtuvimos la Q de Oro de 500 puntos en el 2002. En ese informe, Criterios EFIM, con los apartados correspondientes de comportamientos en la Responsabilidad Social, salimos bastante bien en la foto, puesto que, entre las Cajas que nos sometimos a la evaluación, estábamos en cabeza en algunos de los criterios y también nos dio ocasión para observar que en algún otro no estábamos tan avanzados. La consecuencia que sacamos de esto fue establecer un programa para el cumplimiento de una agenda, que hemos llamado de Responsabilidad Social para el año 2006.

Quiero destacar este aspecto porque con motivo del tema de la Fundación BBK Solidaria, hace tres años vino a Bilbao , invitado por BBK , Mohamed Yunus, actual Premio Nobel de la Paz, al que se le reconoce el mérito de haber inventado los microcréditos o el Banco de los Pobres, como también se le llama. ahora. Hemos involucrado a los depositantes, nuestros clientes, para que voluntariamente abran un depósito, de forma que con ese dinero se concedan micro-créditos o créditos no tan micros a actividades o a constituciones de empresas, todo ello gobernado por un código de ética que valida el encaje ético, con objeto de que las necesidades y esas personas excluidas cumplan efectivamente todos los requisitos exigidos a los que está dirigido la fundación BBK Solidaria. Ha sido fundamental y sigue siendo fundamental el tercer sector: las ONGs, lo que llamamos colaboradores. Nosotros estamos enterados de la situación social, pero no podemos llegar hasta las personas que están en exclusión, precisamente por la propia definición de exclusión, ya que no se pueden acercar al sistema bancario porque no tienen avales y, por lo tanto, no pueden obtener créditos, con lo que se hallan acorralados en un callejón sin salida. El resultado ha sido francamente bueno. Hacemos

políticas activas, en concreto los meses de diciembre, ya que siempre estamos todos mucho más mentalizados con estas cuestiones de modo que en todas nuestras oficinas de Bizkaia los clientes vayan y, además de ofrecerles el Basquepensiones que es lo típico en estas fechas, también se les hable del Depósito Solidario. El resultado es que la devolución de los microcréditos está resultando francamente buena pues, como decía el señor Mohammed Yunus, “los pobres son pobres, pero son honrados”. Esto es un poco el esquema de lo que estamos haciendo este año 2006. Como consecuencia del diagnóstico que hicimos a finales del 2005, concedimos prioridad a algunos aspectos de mejora relacionados con la Responsabilidad Social y a una serie de acciones, que en gran parte ya tenemos prácticamente en marcha. También hay que decir lo que no hemos hecho. En la BBK no hemos conseguido poner en marcha todavía actividades de voluntariado entre los empleados. Para mí es la prueba del 9 de la Responsabilidad Social, la que demuestra que sus valores están asumidos y se ponen en práctica, pues vemos que hemos sido capaces de lograr que nuestros empleados/as sean también socialmente responsables también después de la jornada de trabajo.

Se constituyó un Comité de Responsabilidad Social Empresarial, del que yo soy el coordinador. Publicamos nuestra Memoria de Sostenibilidad y nuestro Comité de Dirección aprobó una política y un código de Responsabilidad Social. Teníamos nuestra política; pero se hizo una revisión de cuáles son nuestros grupos de interés, cuáles son la visión y los valores corporativos, todo lo cual se ha plasmado en dos documentos. Después la comunicación interna organizada a tal efecto se ha encargado de que llegue a nuestros empleados/as y se ha puesto también en la web, para que todos nuestros grupos de interés, cualquier cliente, cualquier organización del tercer sector y cualquier persona puedan hacernos llegar sus sugerencias o sus demandas.

Aquí es donde definimos nuestros grupos de interés, la Política de Responsabilidad Social y, además, un código de Responsabilidad Social. La política engloba la visión, los compromisos y valores de BBK, contiene un compromiso de mejora continua en la BBK, según la tradición del modelo EFQM, todas las metodologías de calidad y que sea accesible a todos los grupos.

En el código de conducta tocamos estos cinco grandes aspectos: clientes, equipo humano, sociedad, proveedores y Gobierno Corporativo. En todos ellos hemos marcado unas pautas de conducta, que, desde luego, si las hemos aprobado y las hemos publicado es para cumplirlas. De esta forma, tratamos de extender hacia nuestros proveedores los valores de la Responsabilidad Social de la Empresa, para lo cual, en las

peticiones de oferta de compra, les adjuntamos el código de conducta y les rogamos que se lean el apartado de proveedores, la cuestión de los regalos y otros aspectos concretos.

Yo recibo cualquier comunicación que me quiera hacer llegar cualquier parte interesada. La contestaremos adecuadamente y, si tiene importancia, será llevada al próximo comité de Responsabilidad Social, en el que están representados los responsables de las grandes áreas de clientes, de sociedad, proveedores, y equipo humano, de modo que se tratarán todas las cuestiones que nos vayan llegando.

Creemos que la comunicación es importante en ambos sentidos: En primer lugar, porque somos nosotros los que nos ponemos en contacto con nuestros clientes y con la Sociedad en general y, en segundo lugar, por el que la Sociedad, por medio de nuestros clientes, nos da a conocer su punto de vista sobre nuestra manera de hacer las cosas.

Yo suelo decir que llevo muchos años informando sobre el cuánto, porque somos una entidad financiera y tenemos que dar cuentas de todos y cada uno de los euros que pasan por nuestras manos. Llevamos también bastante tiempo diciendo qué es lo que hacemos. En cambio, ahora se trata de un punto más: que nos comuniquen su parecer acerca de lo que hacemos y cómo lo hacemos. Creo que la Responsabilidad Social está en esta línea. Vamos a ver cómo la ponemos en práctica y si la aplicamos con transparencia, igualdad de oportunidades, etcétera, o sea, observando todos esos valores con los que nos hemos comprometido. Ramón Jáuregui ya ha citado FORETICA, un Foro multidisciplinar formado por un amplio número de profesionales, empresas, académicos y ONGs, que ha elaborado la norma G 21, socialmente ética y socialmente responsable.

Cuando a principios de 2006 participamos en los foros con las Cajas de Ahorro, a nosotros nos pareció una norma muy redonda para una entidad financiera, porque toca todos los aspectos. En nuestro caso, por el hecho de ser una Caja de Ahorros, el tema de los inversores lo equiparamos con órganos del Gobierno, puesto que las Administraciones están ya incorporadas a nuestros órganos del Gobierno y, como los aspectos relacionados con el medio ambiente son competencias compartidas con las Administraciones, tenemos unas opciones privilegiadas. Las Administraciones están en nuestra Comisión Ejecutiva; pero, por otra parte, son nuestros interlocutores directos, puesto que toda nuestra actividad social se desarrolla en los municipios o en el entorno en colaboración con la Diputación, por esta razón tiene gran importancia que vayamos de la mano y nos complementemos.

Por último, esta semana podemos decir que BBK es la primera entidad financiera certificada y socialmente responsable según las normas G 21. Ya

he mencionado que esta norma recoge y observa todos los valores de la Responsabilidad Social en todos los ámbitos de gestión, por eso nos parece oportuna para una Caja de Ahorros. Creemos que la validez de esta norma nos va a ayudar a que los valores explicitados en nuestros códigos de conducta, nuestra ética en los negocios y nuestra implantación social, cale en empleados y empleadas de BBK, de tal modo que lleguen hasta la última oficina en el último punto. Nada más. Muchas gracias.

Javier Muñecas

Vamos a ir cerrando la jornada con Javier Larrañaga, del Grupo Urbegi. Nos va a presentar un caso práctico de innovación y la gestión de las personas en una pyme, los aspectos claros de la Responsabilidad Social de una empresa, cuyo principal objetivo son las personas discapacitadas. Javier Larrañaga, Ingeniero Técnico Agrícola, ha participado en actividades relacionadas con la Agricultura, concretamente en el año 1992 participó en Ecolur (Tierra y Ecología), la Asociación de Agricultura y Ecología de Bizkaia, hasta llegar a ocupar el cargo de Presidente. Del año 1996 al año 2000, fue director de una unidad de negocios del sector servicios de la Formación Lantegi Batuak (Talleres Unidos). En el año 2002, junto con cuatro socios, se constituyó el actual Grupo Urbegi (Manantial), que ha generado más de 30 empleos estables en Bizkaia y Araba. Además, es miembro de la mesa de trabajo del Grupo Xertatu .

JAVIER LARRAÑAGA

En primer lugar, deseo dar las gracias por que se me haya concedido la oportunidad de estar aquí presente y agradecer , el día que, a través de del Departamento de Innovación y Promoción Económica, nos metieron el veneno de la Responsabilidad Social de la Empresa.

Desde un prisma empresarial nosotros somos realmente una empresa y cuando nos propusieron participar en Xertatu, realmente desconocíamos totalmente qué era eso de la Responsabilidad Social Empresarial. Total, ha sido un accidente que nosotros estemos aquí, pero un accidente afortunado. Nosotros empezamos el proyecto Urbegi en el año 2002, ahora hace 4 años. Este proyecto tuvo su origen en una sociedad laboral que constituimos en colaboración con ASLE. A partir de aquel momento se ha ido generando un grupo del que en estos momentos estamos orgullosos por el trabajo que hemos logrado llevar a cabo durante estos cuatro años. Cuando definimos la misión del Grupo en el 2003, no conocíamos lo que

era la Responsabilidad Social Empresarial; pero con el tiempo nos dimos cuenta que estábamos actuando bastante de acuerdo con lo que parecía significar ese concepto. Hoy en día estamos en un momento de revisión de aquello que definimos en el año 2003; pero, de todas formas, estamos realmente orgullosos de lo que hicimos, a pesar de que no teníamos ningún conocimiento de lo que hoy en día sabemos de la Responsabilidad Social Empresarial .

Urbegi se dedica a la subcontratación en dos ámbitos: La subcontratación industrial y la subcontratación de servicios. De esta forma quiero exponer el contexto en el que nos movemos de de forma que se pueda entender lo que hemos hecho y por qué nos dedicamos a la subcontratación industrial en el campo de montajes de conjuntos y subconjuntos, control final y aseguramiento del producto y en servicios, prestamos distintas actividades basadas más que nada en servicios de limpieza, gestión y estaciones de servicios, en grabadores de datos, control de accesos, etcétera.

Voy a dar una idea del tipo de empresa que hemos constituido: Somos una empresa fundada en el año 2002. La plantilla ha ido creciendo hasta llegar a casi 120 trabajadores a fines del año 2005 y, como es lógico, la cifra del negocio ha seguido un rumbo paralelo. La plantilla se compone por un 75 por ciento aproximadamente de personal con discapacidad. Nosotros somos una Sociedad Anónima, no somos una fundación, ni tampoco una asociación, sino que somos una empresa. Desde el principio dijimos que queríamos trabajar con gente que, a nuestro juicio, podía participar perfectamente en la actividad empresarial y cuyo trabajo hasta ese momento siempre había estado relacionado asociaciones o fundaciones, sin que el mundo empresarial apostara por incorporar a estas personas. Con el conocimiento que teníamos del sector, pretendíamos demostrar a la sociedad vizcaína un modelo en el que trabajar con personas discapacitadas podría llegar a ser rentable.

En aquel momento nos encontramos con un discurso, el que más se oye en Foros Públicos, que asegura que las personas discapacitadas pueden efectuar un trabajo de igual calidad y cantidad que el de una persona no discapacitada. Eso es matizable. También las personas sin discapacidad podríamos hacer un trabajo igual que cualquier otra persona; pero luego surgen limitaciones, en mi caso, a mí me hubiese gustado ser deportista profesional y no lo conseguí por inferioridad física, ya que hay limitaciones físicas, y psíquicas que me impiden estar al nivel necesario. Eso mismo ocurre con los discapacitados. Lo que hay que hacer es sencillamente facilitar la integración de estas personas, de estos colectivos, en puestos de trabajo en los que su desventaja o "handicap" no se ponga en evidencia.

Siguiendo con el binomio empleo-discapacidad, nos encontramos que públicamente se reconoce la valía del discapacitado; pero retributivamente la situación dista mucho de tal valía. Nos estamos encontrando con que la mayor parte del empleo para personas con discapacidad que se genera en la Comunidad Autónoma Vasca, al igual que en el Estado, está regulado por el salario mínimo interprofesional: Existen muy pocas iniciativas que puedan ofrecer a un discapacitado un salario sectorial, como el que se supone que corresponde a su capacidad. Yo puedo decir con orgullo que al parecer somos el único modelo empresarial o no empresarial que en estos momentos, tanto en la Comunidad Autónoma Vasca como quizá en el Estado Español, ofrece al 100 por ciento de nuestra plantilla salarios referenciados al convenio sectorial en el que trabajan. De todas formas, ciertamente es sorprendente que esta iniciativa parta de un modelo basado en el ánimo de lucro, cuando tradicionalmente los que han movido el colectivo y el empleo de personas con discapacidad han sido entidades que tienen una dimensión enorme, por lo que les sería mucho más fácil perfeccionar este concepto y así convencer a la Sociedad, sin necesidad de que tenga que ser una empresa con ánimo de lucro la que apueste, por primera vez, por retribuir el trabajo de las personas discapacitadas con salarios acordes con los vigentes en el sector. Nosotros creemos que a igualdad de trabajo igualdad de convenio sectorial que lo regule. De todas formas, entendemos que éste no es más que el primer paso para una integración socio-laboral, pues sin esa premisa es difícil que integremos a nadie, quizá podamos proporcionar un puesto de trabajo; pero si al final de mes se llevan solamente 500 euros, difícilmente van a poder desarrollarse como personas o familias o a otro nivel.

En estos momentos, andamos enredando ahí con la ISO 9000, para el 2007 pretendemos tenerla funcionando a pleno rendimiento. Participamos activamente y con mucho gusto en la oportunidad que nos brinda en Xertatu.

En cuanto a buenas prácticas, cuando el año pasado y a principios de este terminó el trabajo que realizamos junto con ASLE, se identificaron una serie de buenas prácticas que veníamos realizando, aunque entendemos que eso tiene una trascendencia relativa, lo importante es ¿qué íbamos a hacer a partir de entonces? Ahí se identificaban los tres pilares de la Responsabilidad Social Empresarial. En la actualidad, nos marcamos una agenda de trabajo, la cual queremos que esté condicionada por unos objetivos que, si bien para nosotros son importantes, para una empresa grande puede que algunos sean ridículos, pero tienen que ser motivadores también para otras pymes que como nosotros han aposta-

do por un modelo como el de la Responsabilidad Social de la Empresa. Lo que queremos es estar más cerca de las pymes, para que las pymes vean que no siempre es una cuestión de dinero, sino que también puede haber cosas como las que indicamos, una garantía de transición. Llamamos “garantía de transición” a lo siguiente: Si en estos momentos un trabajador de Urbegi, por las razones que sean, normalmente porque quieren acceder a un mayor nivel retributivo y trabajando con nosotros no lo ha logrado, intenta ir a una nueva empresa, nosotros le garantizamos que, si al cabo de dos meses se arrepiente de haber dado el paso o no se encuentra a gusto en la nueva empresa, nosotros le reservamos su puesto de trabajo durante esos tres meses. En realidad, es mínimo el coste de esta reserva del puesto de trabajo para la empresa y, sin embargo, la impresión que puede causar en nuestros trabajadores es importante.

Nos habíamos comprometido y queremos implicarnos cada vez más en el desarrollo de la Comarca en la que estamos, en la que están nuestras oficinas. En estos momentos, el trabajo lo realizamos realmente en Bizkaia y Araba, aunque seguiremos expandiéndonos, teniendo siempre presente que somos una empresa vizcaína, radicada concretamente en Balmaseda, de todas formas, aún siendo siempre vizcaínos, no nos vamos a limitar lógicamente al ámbito territorial de la Comunidad Autónoma Vasca, sino que iremos tan lejos cómo podamos.

Este año pretendemos sacar la primera convocatoria del premio denominado “Urbegi Enkarterri Deia Saria” (Premio ‘Urbegi’ de Llamada a las Encartaciones). Este premio pretende fomentar que surjan nuevos promotores empresariales en Enkarterri (Encartaciones de Bizkaia), al que nosotros, haciendo uso de nuestro modesto conocimiento empresarial, apoyamos por medio de una dotación económica al Proyecto mejor valorado y una cesión de instalaciones y medios productivos para la fase inicial del proyecto premiado. Pretendemos seguir difundiendo la Responsabilidad Social Empresarial, estamos apoyando el Programa “Emakintza” y también tratamos de asesorar a los que pretendan poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, bien sea de auto-empleo o de empresa, y crean que nosotros les podríamos echar una mano al elegir los modelos de gestión más apropiados y aplicar la Responsabilidad Social de la Empresa en su nuevo proyecto. Nos dimos cuenta de la importancia que tenían para nosotros las oportunidades que nos brinda la Responsabilidad Social Empresarial; sin embargo, sufríamos las limitaciones causadas por el hecho de que en el equipo directivo no teníamos ninguna idea de la Responsabilidad Social Empresarial. Hemos puesto manos a la obra y vamos aprendiendo poco a poco. Hace sólo

dos años que sabemos qué es esto de la RSE, de ahí podréis deducir muchas carencias; pero me imagino que también transmitiremos ilusión además de carencias.

Sufrimos las dificultades propias de una pyme, como pueden ser la necesidad de asignación de recursos humanos y de medios económicos, en un momento en el que el proyecto tiene solamente cuatro años hasta ahora. Eso impone límites a los recursos que podemos aportar. Vimos que hay una falta de valoración, incluso por parte de los clientes. Nosotros entendemos que la Responsabilidad Social Empresarial no solamente constituye una responsabilidad sobre la empresa. Vemos que mientras los clientes potenciales públicos o privados tampoco le concedan el valor que la Responsabilidad Social se merece, poco desarrollo tendrá la apuesta por la RSE en las empresas. También observamos que estamos trabajando en un entorno competitivo difícil para nosotros si seguimos con ese criterio o esa premisa básica que queremos mantener: A igualdad de trabajo, igualdad de salarios, lo que nos sitúa lejísimos de los competidores. En el mercado, esta condición nos sitúa lejísimos en costes; pero, sorprendentemente, nuestros precios están muy cerca de los de nuestros competidores.

Para finalizar, las oportunidades que a nuestro entender nos brinda la Responsabilidad Social Empresarial, conforman un marco de responsabilidad interna que posibilita la mejora de nuestro Proyecto. Mostrarnos públicamente afirmando que estamos aplicando criterios de Responsabilidad Social Empresarial, nos obliga a mejorar. Es una faena mostrarse públicamente apostando por la RSE, porque te van a escudriñar, antes estábamos libres de miradas. La difusión de la política de empresa a través de los foros empresariales resulta para nosotros una gran oportunidad, pues, si no hubiésemos apostado por la RSE, es muy probable que la mayor parte de vosotros ni nos conociera. Ahora tenemos a nuestro alcance lo que vosotros habéis mostrado, la posibilidad de conocer políticas de éxito y empresas líderes de nuestra comunidad. En definitiva y como conclusión a todo esto, podemos decir que en “Urbegi” estamos convencidos de que la innovación en la gestión es la base del éxito de nuestro proyecto y que la integración de la Responsabilidad Social empresarial en nuestra política es estratégica, por lo tanto, nos ayudará en gran medida a alcanzar el éxito. Gracias.

Javier Muñecas

Muchas gracias, Javier. Ahora empieza el debate. Ahora tenéis la oportunidad tanto de hacer preguntas a los ponentes como de realizar alguna in-

tervención que os parezca oportuna. Por supuesto, los ponentes también podéis intervenir y hacer preguntas entre vosotros..

PEDRO ORTÚN

Se ha hablado mucho acerca de la demanda. Por ejemplo, ¿cómo motivar más la demanda de los consumidores, de los ciudadanos, los inversores, las Administraciones Públicas y las grandes empresas? A este respecto, merecería la pena que se resaltase la importancia de la educación. El ejemplo del programa de intervención de los jóvenes, me parece un tema clave, lo habéis dicho varios de vosotros . A fin de cuentas, este tema entra de lleno en la Responsabilidad Individual de cada uno de nosotros, en cada una de nuestras funciones en la vida y en la Sociedad, en nuestra profesión y en nuestra vida privada, como consumidores y como ciudadanos. Eso se empieza a inculcar desde la juventud, desde la escuela, desde la escuela primaria hasta la escuela de negocios, por poner un límite. El sentimiento de responsabilidad ciudadana esta siempre en el fondo, en cada función. La juventud es clave, el futuro, pues dentro de x años nosotros ya no estaremos en activo; pero los jóvenes tenéis mucho más tiempo por delante y quedan muchos temas por resolver.

JUAN HERNÁNDEZ

¿Por qué creéis que el “GLOBAL COMPACT” ha tomado tanta fuerza cuando, sin embargo, otra norma de las Naciones Unidas ha sido ocultada y no se conoce porque desde el 2003 está retenida en la Subcomisión de Derechos Humanos? Esta última norma trata de regular la Responsabilidad Social de las Empresas Transnacionales. A los juristas, esta norma nos parece más cercana al derecho internacional, es decir, a un código externo de regulación jurídica que, a mi entender, mejora mucho los contenidos, las interpretaciones y el control de las normas de la OCD, y de la OIT y, a mi juicio, es mucho mejor que el “GLOBAL COMPACT”. A estos nuevos principios voluntarios se han adherido numerosas empresas nacionales. Sin embargo, de algunas se tiene constancia de que violan derechos humanos, laborales y medio ambientales; se trata de empresas muy conocidas, alguna de ellas es española, que han cometido una violación manifiesta de

estos derechos. A pesar de esas violaciones, ahí están participando en el "GLOBAL COMPACT" y, por lo que yo sé, ahí van a seguir estando, sin que los expulsen, porque intuyo que tienen muchísimo poder para poder continuar ahí. Es más, me atrevería a decir que resulta muy extraño que esta norma reguladora de la Responsabilidad Social de las Empresas siga retenida y no se hable de ella. ¿En qué medida se podría atribuir este silencio precisamente a la presión de estas grandes empresas? A mí lo que más me preocupa es saber hasta dónde los códigos de conducta de autorregulación de empresas transnacionales son un obstáculo más o menos indirecto para que el derecho internacional del trabajo, el derecho internacional de los derechos humanos, avance con más fuerza. Porque, por otro lado, muchos de los derechos de las empresas inversoras en los países del Sur, en los países periféricos, empobrecidos, están fuertemente protegidos por una legislación comercial vigente en todo el mundo. Ésos sí que son derechos imperativos, coercitivos, es más, incluyen algo sorprendente: Están protegidos por Tribunales a los que pueden recurrir, a tribunales arbitrales en el seno del CIADI, que convierten las sentencias de este CIADI en claramente ejecutivas, con fuertes sanciones a los países que no las cumplan. Con esto quiero decir y termino que a mí lo que verdaderamente me preocupa es que los derechos de las empresas transnacionales están fuertemente protegidos por una rigurosa legislación del comercio internacional, a la que los juristas consideramos muy imperativa, incluso con la sorpresa de los Tribunales Arbitrales. Sin embargo, quizá podríamos matizar algo a este respecto, porque, aunque hablo a grandes trazos, sus obligaciones están algunas veces controladas por la legislación nacional de países pequeños, sometidos a la presión de las reformas neoliberales, que han privatizado o desregularizado los mercados de esos países para introducirlos en el comercio libre. Tengo la sensación de que las obligaciones de las empresas transnacionales van de la mano de los códigos de conducta, de un derecho blando, y se encuentran en el límite normativo. Todo esto a mí personalmente me preocupa mucho. Gracias.

SYLVIA GAY: Creo que bajo el prisma del aspecto teórico, has llegado al meollo de la cuestión. A mi modo de ver y comparto plenamente tu reflexión, ¿por qué hay esa protección en el ámbito de las relaciones comerciales y, por el contrario, esa exigibilidad en cuanto a sus obligaciones. Me parece que son las obligaciones lo que comporta ese más allá de la Responsabilidad Social. Ahí estamos en el pleno derecho laboral. No estoy yo muy segura de cuál es la realidad, de por qué las normas de la Responsabilidad de las Empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos del 2003 lleven paradas durante estos

tres últimos años, como bien has comentado. Intuyo que, al haber emanado del mismo organismo internacional tanto esta norma como el “GLOBAL COMPACT”, las grandes compañías transnacionales, que se mueven cómodamente en estos diez principios del GLOBAL COMPACT y son las que gobiernan y controlan el mercado financiero, han ejercido la suficiente presión para llegar a esta situación. En el actual contexto de la globalización, no interesa que haya una norma coercitiva, por eso está parada y, en mi apreciación, seguirá parada, este es el punto clave.

Otro punto clave es por qué la generalidad de las empresas optan por acogerse a los principios del “GLOBAL COMPACT”. Porque, como la experiencia nos ha enseñado, son ellas mismas quienes van a seguir modificando los propios indicadores, de modo que sufran ciertas variaciones para que se escoren hacia un lado u otro según las experiencias a lo largo de los informes de progresos. Eso por un lado. ¿Por qué internacionalmente no se opta, por ejemplo, por la declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT, de la Organización Internacional del Trabajo? A propósito, hace ya unos meses que la OIT ha apostado porque esta declaración, sin ninguna modificación por el momento, sea la guía de Responsabilidad Social para las empresas. ¿Por qué las empresas no optan?, Volviendo al “GLOBAL COMPACT”, veamos un ejemplo de los diez principios. Los dos primeros se refieren a los derechos humanos, y en estos derechos humanos de primera, segunda, tercera o cuarta generación, etc , van a verse certificadas las empresas en su sede de actuación o si queréis en su sede primaria de actuación; pero esa certificación conforme a la memoria del progreso no significa que vaya todo el tiempo como el ropaje de esa empresa. Me refiero sencillamente a las grandes empresas. Mientras realizan sus actividades en el mismo país en el que tienen su sede, estas empresas sí son más responsables socialmente. En cambio, la trasnacionalización de su producción no lleva aparejada la Responsabilidad Social cuando realizan su actividad laboral fuera de la sede de sus actividades empresariales, a 5000 o 6000 kilómetros de su sede social o en los países del Sur, en los que lo único que se les puede exigir es autocontrol, pues no existe otro control externo. Eso es una reflexión a bote pronto. En cuanto a los códigos de conducta, resulta que no prevén al menos la participación de los representantes, de los grupos de interés, ni en su dimensión interna, incluyendo a representantes de los trabajadores, ni en su dimensión externa, con todo el resto de grupos interesados (“stakeholders”) ¿Qué es lo que estamos haciendo? Me sorprende que sigamos manteniendo que, sin una participación de los grupos de interés, estamos consiguiendo que voluntariedad es igual a unilateralidad. Y ese es el punto que hay que ir eliminando del discurso, se debe organizar una responsa-

bilidad más participada en la que intervengan tanto la corresponsabilidad individual como la de todos los grupos, claro, y no solamente esa voluntad. En fin seguiríamos horas discutiendo, perdonadme si, a pesar de haberme extendido demasiado, quizá no haya dado cumplida respuesta a la interpelación.

PEDRO ORTÚN: Creo que has dado una visión muy completa y muy real del tema y podríamos extendernos mucho. Voy a decir dos o tres cosas rápidamente y nada más. Con independencia del enfoque ideológico, que va también un poco incluido en tu pregunta, lo cual es muy respetable y normal además, comparto lo que ha dicho Sylvia, esta norma del Proyecto Norma de la Subcomisión de la ONU es muy compleja, es una idealización de lo que debería de ser. No obstante, tiene un problema que es la deseada obligatoriedad de dicha norma y eso es muy difícil no solamente para las empresas, sino también para que los propios gobiernos pudiesen verificar su cumplimiento en el caso de que dicha norma se aprobara. Es un proceso largo, hay que ir paso a paso, hay que dar más vigencia y proponer un mejor seguimiento y cumplimiento de la guía de OIT, de la guía de multinacionales de la OCDE, que también está bastante clara, y de ese tipo de instrumentos, porque se irá mejorando progresivamente. Está claro que hay empresas que, a pesar de su incumplimiento, siguen todavía en el GLOBAL COMPACT, que son nuevas. Lo que sucede es que los que tienen que reaccionar no son los Gobiernos ni la propia ONU, ni individualmente, ni a través de la Unión Europea, ni siquiera a través de la ONU. Los que tienen que reaccionar, cuando haya suficiente transparencia y haya suficiente concienciación, son los ciudadanos, los inversores de todos esos hitos que hemos dicho antes desde la demanda. Porque creo que os he leído antes que son 2.887 las empresas que están en el “GLOBAL COMPACT” en el mundo. En la Unión Europea hay 40.000 grandes empresas de más de 250 empleados, y a nivel mundial puede que haya 100.000 empresas grandes, o sea, un 3 por ciento están incluidas en “GLOBAL COMPACT”

SYLVIA GAY: Pero son las que gobiernan el mercado.

PEDRO ORTÚN: Pero tampoco están todas ahí. La lista está incompleta. Ahí faltan muchas que no han entrado en ese juego por diversas razones. Yo creo que hay que ir paso a paso. Todavía estoy más de acuerdo con lo que acabas de decir de los códigos de conducta porque, como he dicho yo esta mañana, para que esto sea creíble, mejor que una norma ya sea europea, nacional o internacional, es la participación activa de todos los grupos de interés, tanto internos como externos. Son los que están mejor situados

para saber si lo que dice esa empresa en sus informes, en su memoria, es verdad o mentira. En eso estoy totalmente de acuerdo contigo: Esos códigos de conducta individuales que salen sólo de las empresas o del equipo directivo o de los propietarios de las empresas no tienen validez como tal.

JORGE BEREZO: Uno de los grandes retos, es el de la credibilidad. En el ordenamiento jurídico internacional, todos sabemos como están las reglas del comercio internacional. Por otro lado, no es responsabilidad sólo de las grandes empresas y de los poderes fácticos, sino de todos y cada uno de los que tenemos cuentas corrientes en entidades bancarias, que a la vez son copropietarias de esas grandes empresas. Por lo tanto, si bajamos lo suficiente en la cadena de la responsabilidad, acabaremos llegando hasta cada uno de nosotros. Por eso, todos tenemos la responsabilidad de estar presentes. Desde luego, si el ordenamiento jurídico del comercio internacional no sufre una modificación para que sea más justo y se aplique el principio de justicia en los países más desfavorecidos, vamos a tener dificultades para darle crédito al movimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en el mundo de las transnacionales. Sin embargo, si bajamos al mundo de las pymes, a las pymes de Bizkaia, no les podemos preguntar si están vulnerando los derechos humanos o los principios que ha dado la OIT, porque en cada ámbito hay que aplicar el principio de materialidad, qué es materia para ti, qué no es materia para ti.

CARLOS TREVILLA: Como dice Amartya Yen, premio Nobel de Economía: “De malos trabajos no surgen buenas democracias, ni de malas sociedades surgen buenas empresas”. Yo tengo en mi chip el trabajo decente, como dice la OIT, y es lo más revolucionario que hay. Trabajo decente, sociedad decente, Vida decente, eso es de sentido común cívico. Cuando me planteaba la utilidad del debate de la Responsabilidad Social de las empresas, me vino a la memoria una cosa que ha dicho Ramón Jáuregui: “Esto no es una cuestión de moda, es una cuestión estructural.” Me lo quiero creer. He comenzado diciendo que a mí este debate me parecía útil. Por eso lo había propuesto, no me gusta que el debate se limite a las relaciones bilaterales entre el empresario y los trabajadores, que se socialice; pero no me gusta que debilite las relaciones entre empresarios y trabajadores. Hay una triple ilusión de algunos con mucho poder que quizá crean que con esto sustituyen en vez de complementar porque tienen la ilusión de que han desaparecido las relaciones de fuerza y la divergencia de intereses entre empresa y trabajadores. Otra cosa es que haya cambiado y se atenúe el conflicto. La pregunta es ¿cómo se ejecuta la gestión al conflicto? Porque si no hubiera habido empresas golfas y conflicto, no habría Responsabilidad

Social Empresarial, de eso no me cabe ninguna duda.

La segunda ilusión es creer que todas las partes interesadas son iguales, como si en las empresas el poder de dirección no estuviera en los gerentes y en los accionistas, por ello jugar a asambleísmos no. Aquí hay correspondencias, pero en la práctica no hay correspondencias.

Y la tercera ilusión, que a mí me parece la más importante, es la de que el voluntariado, las buenas prácticas, la buena voluntad, los códigos y todas esas cosas sean suficientes y sustituyan las nuevas reglamentaciones obligatorias, léase leyes y convenios colectivos.

Claro esas tres ilusiones lo estropean todo y al final te obligan a colocarte en plan defensivo y dices : estos vienen a engañarnos, estos tratan a los sindicatos como a las ONGs. O las ONGs sustituyen a los sindicatos. Eso hace que una parte importante de la gente con sentido común diga: “Oye, por favor, en esto dejadnos, no os metáis y dejadnos que lo co-gobernemos porque, si no lo co-gobernamos, esto no funciona.” Está claro que no se pueden sustituir procedimientos obligatorios por procedimientos voluntarios y, por lo tanto, esto que estamos discutiendo es una adición a la ley y al convenio, por decirlo claro y en castellano. Ahora bien, la siguiente pregunta que hacía es: ¿Cómo hemos llegado a esto?

Esta mañana habéis estado hablando de la globalización económica y un montón de cosas que es eso de Galeano “cuando teníamos todas las respuestas nos cambian las preguntas” Hay que reconocer que el reforzamiento del poder de las empresas es impresionante y eso coloca a los Estados en subsidiaridad en muchos sitios y coloca a lo que llamamos incluso a los agentes colectivos, incluso a los empresariales, en la lógica de la competitividad. Yo una vez acuñé: “El derecho al trabajo te obliga a trabajar sin derechos”, que es una burrada, pero desgraciadamente real. Eso nos obliga a debatir todo el concepto de competitividad, las reglas de juego y definir, qué son empresas competitivas, qué son empresas responsables y sostenibles, y de ahí sacar consecuencias. Sí, sacar consecuencias, por ejemplo, cuando dices que a igual trabajo, igual salario, que eres competitivo y que estas en el mercado. Porque claro, si no, al final esto será un contrabando de marketing, será un contrabando de búsqueda de legitimidad y, al final, las empresas que tienen poder en el marketing obtienen una ventaja estratégica pues logran transformar la presión social y la presión cívica en ventaja estratégica. Eso automáticamente te coloca así. Así es poco más o menos lo que yo sincera y claramente pienso. A mi juicio, la Responsabilidad Social de la Empresa es un factor que tiene que colocar a las empresas ante sus propias prácticas de Irresponsabilidad Social porque, si no hubiera habido prácticas de Irresponsabilidad Social, no se hubiera inventado el discurso de la Responsabilidad Social Empresarial.

Ha habido empresas fraudulentas, es decir, las torres gemelas del capitalismo emblemático, ENRON y compañía, algo habrán tenido que ver en todo esto, porque, además, esto no es un producto europeo, es un producto que viene de los Estados Unidos y precisamente no viene de un ambiente empresarial con la mejor reputación social. Claro está que todos esos negocios de quiebras fraudulentas y falsificaciones contables, catástrofes ecológicas, degradación creciente en las condiciones de trabajo, aumento de la siniestralidad laboral y deslocalizaciones de empresas con beneficios, generan conflictos en la sociedad, claro, y hay que hacer una conciliación en el motor fundamental de convivencia y de realización de las personas, en el trabajo. ¿Logra la RSE la cooperación? ¿No querrá la RSE anular el conflicto? Yo me apunto a lo primero porque, todo dependerá de la correlación de fuerzas. En esa relación de fuerzas hay muchas fuerzas distintas, no solamente las que están en las empresas, sino el conjunto de la sociedad. Con respecto a esa relación de fuerzas también hay que preguntarse: ¿Quién manda? ¿Cómo manda? ¿Qué hace? Esa relación de fuerzas nos indicará si se aplicarán reglas a la globalización, y en ese debate estamos. Por eso a mi me parece que es un elemento cohesionador del tema de la Responsabilidad Social y un concepto social en construcción pues, como ha dicho Sylvia, voluntariado no es unilateralidad.

Creo que la RSE no es un concepto real, no es un concepto utópico, es un concepto efectivo y exigible, porque al final entran muchísimas cosas. La RSE empieza por la responsabilidad interna con los trabajadores, no queda más remedio, esa es mi parte corporativa; pero no sólo es eso, además hay muchas cosas más. ¿Por qué? Porque hay que hacer viable un proyecto competitivo decentemente: ¿Qué empleo tengo? ¿Soy más competitivo al 35% de precariedad? ¿Qué valor añadido? ¿Qué investigación? ¿Qué I+D? ¿Qué formación? ¿Qué cualificación? Hay que buscar empresas productivas, cualificantes y participativas, eso significa todo un eslogan que a mi me parece que es una responsabilidad útil, una responsabilidad competitiva, una responsabilidad necesaria. ¿Por qué? Porque, en caso contrario, hay que gestionar el conflicto y, si no hay conflicto, se pierde la cohesión.

CRISTINA DE LA CRUZ: Más que utilizar la palabra decente, que veo que te gusta mucho, ahí apuntas a una cosa a la que hay que ponerle nombre, que no es ser decente sino es ser justo; o sea, si en un modelo de construcción social estamos hablando de justicia social. Aparte de que no me ha dado tiempo de hablar sobre esto en mi exposición, creo que la responsabilidad entronca directamente con el discurso de la justicia social. De lo que se trata es de saber cuál es el papel de las empresas en ese modelo

de construcción social: ¿Qué papel quieren jugar? Porque, a fin de cuentas, la responsabilidad es una cuestión de justicia distributiva, es decir, de asumir la parte de responsabilidad que te corresponde en ese modelo de construcción social. Ahí yo emplearía más la palabra que le corresponde que es “justo”, y al decir justo quiero decir igualitario y responsable. Por otro lado, preferiría hablar de excelencia más que de competitividad. Porque la excelencia no se basa solamente en ese discurso que tanto nos gusta de modelos de EFQM, y de excelencia empresarial, la excelencia no solamente apunta a los procedimientos aplicados dentro de las empresas. La excelencia apunta fundamentalmente a que se reconozca que somos excelentes en ese modelo de justicia social, es decir, a ser empresas excelentes, empresas justas. Eso es lo que dice el discurso de la responsabilidad, no dice más, no dice absolutamente nada más, lo que pasa es que lo estamos enredando. A ver cómo medimos la justicia por medio de indicadores y haciendo uso de herramientas.

JORGE BEREZO: De todas maneras, estáis entrando en un debate de muchísimo calado ideológico; pero que las empresas no van a recibir con los oídos abiertos, porque son refractarias a este tipo de debates. Cuando yo hacía la referencia al jarro de agua fría me refería a que, en términos de Responsabilidad Social empresarial, existe desde el cambio absoluto del nuevo socio de la empresa, hasta mínimas modificaciones de maquillaje. O sea todo ese abanico de posibilidades es el abanico de distintas formas de entender las cosas. Creo que todos os estáis situando en la parte superior del abanico, y las empresas son refractarias, por lo tanto hay que escuchar un poco lo que dicen muchas de ellas. Una cosa son los fines y otra cosa son los medios.

CRISTINA DE LA CRUZ: ¿Es tan difícil de entender una empresa como tú la construyes? ¿Construye cuando ella actúa en un entorno local? Es decir, ¿por qué son refractarias? Porque construye, o sea, construye lo que hay alrededor de ella, construye responsablemente para alcanzar lo que hay en tu entorno, pues en tu entorno dentro y fuera eso es la construcción. Los modelos de transformación social consisten en eso, en que lo que tu haces - y una empresa hace algo en el entorno o interviene en el entorno - interviene y su intervención tiene unas consecuencias. Di cómo quieres intervenir y cómo quieres construir esa sociedad en la que tú estas insertado con un colectivo en Balmaseda. Por ejemplo, puedes decir: ¿Cómo construyo yo alrededor de mí mediante lo que yo hago? Creo que aquí de lo que se trata es de la rentabilidad y, como tú decías, nosotros trabajamos con ánimo de lucro y es un elemento, pero no creo que tenga que ser una cuestión rele-

vante y lo tendríamos que sacar del discurso de la responsabilidad. Decir si ganas dinero o no ganas siendo responsable es una obligación. Simplemente es señalar cómo tú quieres construir y con quién lo quieres construir. Vosotros habéis hecho una opción, diciendo, yo creo que construyo así, lo justificáis y vais diciendo que por ser de esa manera sois reconocidos como tales.

SYLVIA GAY: Hay una cuestión relacionada con lo afirmado por Jorge Berezo: ¿Las empresas son refractarias a la Responsabilidad Social o a que la Sociedad pueda exigirles responsabilidad? Voy a dar a esta pregunta una amplitud mucho más extensa para que abarque más aspectos: ¿También son refractarias las empresas a las Administraciones Públicas, a las Fundaciones y a las Asociaciones? ¿Y a nosotros mismos? ¿No estamos en esa construcción social tanto las organizaciones como nosotros individualmente? Creo que las empresas son refractarias a que entremos a participar en su gobierno. Sí serían refractarias a que la Sociedad, sin que las empresas dispongan de una norma que las ampare, pueda exigir a una empresa que sea responsable, que construya una Sociedad. Construir sociedad, ¿pero en qué sentido? ¿Para que devuelva a la sociedad lo que de ella está recibiendo mediante su actividad?

PEDRO ORTÚN: El tema de la responsabilidad no sólo es las empresas, porque ahora estamos hablando de la responsabilidad de las organizaciones y el ISO está trabajando el tema. Por otra parte la Comisión Europea está estudiando la posible elaboración no tanto de una norma estándar sobre la responsabilidad de las organizaciones sino con un nivel un poco inferior en cuanto a obligatoriedad potencial. Ya en 2002 la Comisión dijo que iba a sacar antes de 2004 su primer Informe de Sostenibilidad como organización. Seguimos el modelo de GRI y lo vamos a sacar, para dar ejemplo y llevar la iniciativa. Pero el tema de las organizaciones es complicado, porque si hablamos de la responsabilidad de las empresas, ¿por qué no hablar de la responsabilidad de los partidos políticos, de los Gobiernos, de las ONG's...,?. Hay una iniciativa que la conocéis, la Fundación Lealtad, que ha hecho una guía para evaluar la responsabilidad de alguna forma, en cuanto a su forma interna de funcionar y externa de relacionarse con sus otros "STAKEHOLDERS", y no todas las ONG's han participado y hay algunas muy conocidas internacionalmente que no han querido someterse a esa auditoria de la Fundación Lealtad.

Los nuevos actores también tienen que ser responsables, lo que pasa es que ¿vamos a llegar a normalizar todo? Es que normalizar todo es aer en el

extremo opuesto de tener un sistemas excesivamente reglamentista, y eso no es bueno. Hay que encontrar el equilibrio necesario, y suficiente que no es fácil .

EVA ARMESTO: Hola soy Eva Armesto y trabajo en la Diputación Foral de Bizkaia, así que hablando de la resposabilidad Social de las Organizaciones, realmente me siento muy interpelada. No..., vamos yo sí creo que es fundamental, creo que tenemos un trabajo muy importante para ser tractores, para ser modelos, para predicar con el ejemplo, y en ese sentido yo siempre que he intentado hablar de Responsabilidad Social, también reflexiono sobre lo que estamos haciendo desde la organización desde donde yo trabajo, en el ámbito de Responsabilidad Social más allá de lo que me obliga mi propio trabajo, de ir más allá de lo que nuestro propio objeto social nos demanda y de lo que las leyes nos demanda. Pero las pequeñas empresas, cuando hablamos de Responsabilidad Social Corporativa, ya no se sienten interpeladas, cuando hablemos de Responsabilidad Social de las organizaciones volverán a no sentirse interpeladas, y cuando hablamos de interpelarlas desde la demanda, no tenemos que olvidarnos de que muchas empresas no hacen producto final, ya que hay una cadena de valor en la que tienen que trabajar y que hay que llegar al consumidor final al final . Creo que a pesar de que haya multiplicidad de herramientas, de definiciones, etc creo de verdad que tenemos una asignatura pendiente que es pensar a quién dirigimos cada uno de los mensajes. Porque cuando estamos hablando muchas veces, queremos hacer un mensaje tan unitario que termina siendo el mensaje que siempre va dirigido a otro; todos podemos pensar que esto va para el de al lado. Entonces desde lo que supone la práctica y el trabajo, yo sí creo que es muy importante hablar de eso, de qué colectivos estamos hablando, me parece muy relevante el que las Administraciones Públicas nos sintamos interpeladas y dejemos de pedir a los demás lo que luego no nos pedimos a nosotros mismos. Pero cuando estemos hablando de las empresas y de que las empresas sean socialmente responsables, yo creo que si es fundamental que pensemos en el tamaño y en los recursos que cada empresa tiene.

PEDRO ORTÚN: Nosotros los tres últimos años la DG-EMPRESA que teóricamente nos tenemos que ocupar de las empresas responsablemente o sosteniblemente competitivas, nos hemos centrado en tres primeras iniciativas que hemos hecho en las Pymes. Hemos hecho toda una campaña de 65 conferencias en los 25 más 4 países miembros y candidatos, acabamos de conceder 16 contratos de co-financiación de 16 proyectos. Somos muy cuidadosos en no exigir a las pymes el mismo nivel de exigen-

cia que se podría exigir a las grandes empresas ;está claro que no tienen los recursos y a muchas pymes lo que pasa es que no les gusta el título de responsabilidad corporativa . Cuando hablamos con las Pymes, si os fijáis en las campañas que hemos hecho no utilizamos el término CSR, en el texto hablamos siempre de emprendizaje responsable.

EGIERA: Compañero de Cristina, yo quería incidir y quería pedirlos también una visión general, sobre el tema de la demanda, el papel de la ciudadanía como consumidora, como inversora, y también el papel de la Administración Pública y el papel también de las propias empresas como clientes de otras empresas. Y quería que incidierais más en ese tema, mas que nada, porque yo creo que se ha dado una visión un poco pesimista al tema. Entonces yo quisiera preguntaros un poco, cuál es vuestra visión general sobre una parte de la demanda, ¿Qué se puede hacer para convertirla en un poquito más optimista? Pedro Ortún comentaba también el papel de la educación desde que somos pequeños, el ir trabajando estos temas. Bueno, esto era un poco la pregunta en general.

MARTA AREIZAGA: Sí, por alusiones y porque es un tema que trabajamos, que hemos trabajado desde la fundación EROSKI. Mira el pesimismo es importante cuando marcamos dos tipos de datos. Por una parte sobre el conocimiento de lo que es la Responsabilidad Social, y en segundo lugar la tendencia a la compra. Creo que hay un 90% de ciudadanos consumidores que cuando se les pregunta ¿usted compraría un total? Decimos sí, y es una ofensa decir que no .Pero nosotros tenemos el dato de compra, y el dato efectivo de consumo cuando de una gama de producto del comercio justo o una gama de producto ecológico, y sinceramente, cuesta muchísimo abrir mercado.. Estamos empujando estos productos en campañas de información y de sensibilización de la fundación con Intermon-Oxfam etc y no llegamos más que la 8% de los clientes que tenemos nosotros que son 17 millones los que cada mes pasan por las tiendas de Eroski cada mes.. Entonces cuando el año pasado nos lanzamos en una aventura que fue certificar un puzzle como productos totalmente responsables, y lo pusimos a la venta a igual precio que un puzzle no socialmente responsable, que no tenía esa certificación y el volumen de venta fue igual. Es decir que ni siquiera el precio ,en ese momento, fue discriminador. Es decir no es que seamos pesimistas, es que esto es lo que hay. Tenemos mucho que avanzar, en el plan de educación de futuro, de sensibilización y de concienciación. Entonces creo que es un proceso a largo plazo, pero creo que los resultados en la cadena final del todo que somos los consumidores llegará o puede llegar pero muy a largo plazo. Mientras tanto podemos ir mejorando las tácticas,

de educación, de trabajo de tener unas Memorias que sean creíbles, de que cuando alguien se subscriba al Pacto Mundial tenga ya un seguimiento en el comportamiento correcto, informes de progreso . Además no creo que podamos hacer descansar en la empresa la organización de un entorno justo. Porque yo creo que ahí la empresa no tiene, o no puede ser, o no podemos dejar, estamos reconociendo la incompetencia de otros organismos , de otros agentes que si que tienen esa legitimidad social .Todo lo que tiene que hacer la empresa es ser consciente de los riesgos que tiene su actuación y minimizarlos al máximo y aportar valor allí donde pueda. Y yo creo que eso es el papel como consumidores cuando vemos que no estamos sensibilizados , hay que informar del producto, hay que informar en los canales de comunicación que tengas con esa parte interesada, hay que reunirse con el consumidor, hay que escuchar al consumidor, hay que intentar integrar lo que te dicen. Aspectos como el etiquetado , la información nutricional, la seguridad alimentaria son aspectos que le interesa al consumidor y que hay que recoger.

PEDRO ORTÚN: Quería aportar otras reflexiones porque en el tema de la demanda llevamos nosotros trabajando mucho tiempo y yo creo que es un proceso largo.

Primero las Administraciones Públicas, esos son los que tenemos una obligación de velar por el bien común y por la justicia social y por el interés general. Desde la demanda tenemos el tema fundamentalmente de las compras públicas, además de la creación del marco jurídico. Por eso en cuanto entramos en el marco jurídico ya nos vamos de la Responsabilidad Social, por eso en la demanda el tema es el de las compras públicas.

Segundo quienes tendrían que estar mucho más activos y no lo están, son los miembros del sistema financiero. Si incluyeran en sus criterios de “rating” criterios no solamente los tradicionales financieros y de rentabilidad financiera y de garantías financieras, sino si también criterios de Responsabilidad Social, y exigieran que las Memorias sean de una determinada forma, que las informaciones que tengan verificaciones externas o no externas, los clientes harían más caso a los temas de responsabilidad Social. Reconozco que las Cajas y los Fondos Sociales de Inversión son los únicos de la gran banca, de la banca tradicional, que piensa un poco en estos temas. Yo ya se lo he dicho a todos los Directores de Responsabilidad Social corporativa de los dos o tres grandes bancos españoles, pero no me han hecho ni caso. Yo creo que ellos si que pueden hacer eso para que las empresas cuando tengan que recurrir al mercado de capitales para presta-

mos, o para accionistas o para capital, pues a lo mejor si les ven que son más favorables para obtener dicho crédito, etc se lo pensarán más veces, y harán realmente poner en práctica realmente esos temas.

Tercero , los medios de comunicación.No hay conciencia de la importancia de la Responsabilidad Social de la empresa. No solamente creación de crítica y de decir las malas prácticas de las malas empresas ,eso es fácil porque eso vende mucho . Pero el decir las empresas que son buenas, eso falla .y eso es un tema peliagudo. Llevo intentado ya dos veces hacer un seminario sectorial con las empresas editoriales a nivel europeo y las dos veces se han negado a hablar del tema de Responsabilidad Social, y eso es dramático.

El cuarto es el ciudadano, bueno el cuarto no, es el primero. Yo pondría las multinacionales de cara a toda la cadena de suministros porque esos si que están metidos en el ajo, si que tendrían que hacer mucho más de lo que hacen examinando a todas las pymes que tienen en sus cadenas de distribución .En el tema de los ciudadanos es donde estamos quizá más flojos y eso si que es mucho más a largo plazo. Ahí estamos en la educación, estamos en la cultura, todavía los consumidores no utilizamos criterios de comparación usando criterios de Responsabilidad Social.

Y por último otros organismos, que también están haciendo labores de Responsabilidad Social como son los organismos intermediarios. Es decir vosotros y nosotros, las cámaras de comercio, los sindicatos, las ONGes, las Diputaciones, todos esos organismos intermediarios, Asociaciones sectoriales, profesionales de las empresas, la gran responsabilidad en difundir, en mejorar la formación de sus empresas, las de sus técnicos. Eso es también crear demanda, o es mejorar la oferta o también crear demanda indirectamente.

CARLOS TREVILLA: Gracias a todos los que de aquí de esta Casa hemos posibilitado hacer esto, y os voy a decir que hemos hecho un esfuerzo exquisito en ser plurales. Cuando eres plural siempre enriqueces, a pesar de que algunos tengamos la sensación de que nos dispersamos.

Y en segundo lugar deciros que esto va a ser una herramienta escrita, y que como suelo decir yo, siempre que los debates son nuevos nos colocamos a la defensiva. Y yo tenía pensado decir solo una cosa sobre el concepto de relaciones laborales y la RSE, lo que supone la interdependencia entre lo social y lo económico y lo medioambiental y como tiene que cambiar eso, pero eso para el siguiente. Muchas gracias.