

La Responsabilidad Preventiva

La RSC

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos éticos que se derivan de los impactos que la actividad de las empresas producen en el ámbito social, laboral, medio ambiental y de derechos humanos.

La Unión Europea define la RSC como el concepto por el cual las empresas se integran a los intereses sociales y ambientales en sus operaciones de negocio y en sus relaciones con el entorno.

La apertura de la subcomisión parlamentaria sobre la responsabilidad social corporativa de las empresas (RSC) en el Congreso de los diputados, el pasado febrero, ha puesto en marcha el debate sobre la función de las empresas y la necesidad o conveniencia de regular su dimensión social, incluyendo las relaciones humanas dentro de la propia empresa. La subcomisión prevé dedicar este año a comparecencias para cerrar un documento en marzo de 2006.

Hay quien opina que regular la RSC puede ser conveniente ya que considera necesario que desde la Administración se establezca una “política con mayúsculas” que impulse, ponga en orden y desarrolle los conceptos relacionados con la RSC, como ya sucede en el Reino Unido, Francia, Países Bajos o Dinamarca.

Otros, sin embargo, creen que imponer esta medida o normativas demasiado estrictas para fomentar estos comportamientos podría tener un efecto disuasorio en los emprendedores y gestores de empresas, ya que la voluntariedad es “consustancial” a la RSC. En su opinión “si el Gobierno quiere que las empresas impulsen esto, debería crear un marco de referencia, pero no una ley” pues cuando estas cosas se regulan, las compañías se ciñen al cumplimiento de la norma, produciéndose un estancamiento.

Denominación

Incluso hay debate sobre su denominación. ¿Responsabilidad Social Corporativa o sólo corporativa? Parece ser que eliminar una palabra no es intrascendente. La novedad que lleva a distinguir la responsabilidad social de la empresa de otras responsabilidades corporativas reside en considerar que la organización tiene un compromiso con unos valores sociales elementales. Este compromiso induce un comportamiento empresarial coherente con dichos valores, más allá del objetivo básico de obtener beneficio económico.

La idea revolucionaria es que surja, se acepte y se extienda la convicción de que existe una responsabilidad de la empresa respecto a la sociedad en su conjunto, determinada por una doctrina o actitud vital basada en una concepción integradora de los valores humanos.

La PRL

Por lo que respecta a la seguridad y la salud en el trabajo de lo que se trata es de cumplir con la normativa establecida en prevención de riesgos laborales, haciendo esfuerzos para buscar métodos complementarios para fomentarlos y promocionarlos.

Las empresas son cada vez más conscientes de la importancia de internalizar la responsabilidad social. Está surgiendo una nueva forma de gestión. Y aquí nos encontramos con un problema, porque asumir la responsabilidad social corporativa como una nueva forma de gestión no es fácil. Requiere una capacitación diferenciada y las universidades no están cuidando este aspecto. Las entidades tienen que impulsar fuertemente la capacitación de los principales gestores de las empresas para que éstas tengan suficiente competencia para asumir este cambio.

Con frecuencia se percibe el concepto de Responsabilidad Social Corporativa como algo importante pero coyuntural, como un lujo sólo al alcance de una cuenta de resultados saneada, como la atención a un nuevo tipo de demandas que hay que cuidar por el riesgo reputacional que conllevan o como un asunto especializado y propio de una nueva área funcional que, a ser posible, no debe interferir ni molestar demasiado a las ya existentes.

El debate sobre la responsabilidad social corporativa tiene que servir para que este concepto cale en el conjunto de las empresas y no sólo en las grandes compañías que, de hecho, son las únicas que se están planteando objetivos de RSC. Todavía falta cultura entre las pymes para comprender que muchas de las cosas que ya están haciendo entran en el ámbito de la responsabilidad social corporativa.

El futuro

Hay muchas preguntas por especificar. ¿Qué es una empresa socialmente responsable? ¿Responsable de qué? ¿Responsable ante quién? ¿Cómo se concreta esta responsabilidad? ¿Quién tiene derecho a exigirla? ¿Cómo se rinde cuenta de ella? Y más preguntas por hacer. Porque la pregunta por la empresa responsable es la pregunta sobre todas sus relaciones y sobre todos los aspectos de dichas relaciones. En definitiva la pregunta sobre la empresa responsable es la pregunta sobre qué empresa y qué sociedad queremos construir. ¿O es que podemos pensar la empresa al margen de la sociedad? ¿O es que podemos pensar la sociedad sin la empresa?.

El concepto de RSC avanza. ¿Por qué? En algunos casos por la íntima convicción de los gestores de su responsabilidad ante la sociedad, y en otros muchos casos por cuestión de imagen. No cabe duda que el marketing social beneficia claramente la percepción de una empresa por parte de la población. Y eso a la larga significa buena marca y alta valoración social de empresarios y ejecutivos. Por eso muchos consideran los esfuerzos de Responsabilidad Social Corporativa como una buena inversión. En estos momentos de alta competencia el marketing social otorga un valor añadido y de diferenciadora marca al vincularla a proyectos sociales.

Una moda

¿Estamos ante una moda? Sin duda alguna todas las empresas se apuntan a ella. ¿Pero es sólo una moda? Creemos que no. La responsabilidad social corporativa no es una moda. Es una obligación que tiene la empresa con la sociedad. Además, prima a las empresas que la aplican. Les da mayor visibilidad y eso les procura una mejor imagen, que al final, se traduce en un bien intangible, que es muy importante, porque cada vez más, el valor de las empresas no está en los activos fijos, sino en otras cosas, como la marca y el resto de los intangibles. Tiene que haber unas reglas generales y dejar a las empresas que hagan. El éxito del modelo de la empresa privada en el mundo capitalista se debe fundamentalmente a la capacidad de la libertad de empresa, del individuo a hacer empresas creativas. Otra cosa es que se puedan auditar las acciones que se hacen por algunas instituciones y organismos.

La sociedad demanda calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales y las empresas saben que arropándose con esos ropajes resultará más atractiva. Por eso tenemos RSC para rato. Y, con todas sus limitaciones, bienvenida sea.

Alejandro Romero Mirón
Director de Servicios de Prevención de Mutual Cyclops