

Cápsula de conocimiento

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Contexto

La Responsabilidad Social de la Empresa surge principalmente por la confluencia de dos procesos: un proceso de concienciación y compromiso con la resolución de los problemas que afectan a la sociedad y una creciente repercusión de las actuaciones de las empresas en el conjunto del tejido social. Por esta razón, la sociedad considera que los diversos agentes que intervienen tienen que comprometerse en la gestión y resolución de los problemas que le afectan y se les pide no sólo un planteamiento en términos económicos, sino también una serie de responsabilidades sociales y medioambientales.

La Responsabilidad Social Corporativa

¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa? La Responsabilidad Social de las Organizaciones es la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales y la garantía de los derechos humanos en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus agentes e interlocutores (*stakeholders*).

La Responsabilidad Social de la Empresa intenta conjugar y conciliar el crecimiento y la competitividad económica de la entidad con la adquisición de un compromiso con el desarrollo social y medioambiental, de modo que las actuaciones de la empresa se alineen con la sostenibilidad de su entorno más inmediato.

¿A quién afecta la implementación de políticas socialmente responsables? La formalización de políticas de responsabilidad social implica y beneficia a los *stakeholders* de la organización, es decir, al conjunto de personas y agentes que integran la empresa e interactúan con ella: las personas trabajadoras, los consumidores o público destinatario de las actuaciones de la empresa, las organizaciones competidoras en el mercado, así como las administraciones públicas y los agentes sociales con competencias en el territorio de influencia de la empresa.

¿Qué tipo de políticas socialmente responsables se implementan? Las empresas responsables con las personas trabajadoras que la integran se comprometen con su desarrollo profesional, fomentan su participación, garantizan la igualdad de oportunidades y asumen la seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Además del respeto por los derechos constitucionales, contractuales y colectivos de las personas trabajadoras, la gestión responsable de los recursos humanos implica el compromiso con la promoción de la no discriminación por razón de género o raza entre otros, así como la conciliación entre la vida profesional y la vida personal y familiar.

Facilitar a las personas que integran la organización su formación continua es una política responsable en tanto que promueve el desarrollo profesional de la persona trabajadora.

La responsabilidad hacia el colectivo de clientes y consumidores exige a la empresa ofrecer la máxima calidad, la máxima seguridad y una información veraz y completa.

Los principios de calidad del servicio o producto, la protección de públicos vulnerables y el diálogo abierto con los clientes individuales son los ejes de la responsabilidad empresarial hacia el colectivo de consumidores.

Forma parte de la gestión responsable de la empresa el respeto a los códigos y declaraciones sectoriales en torno a la ética de la publicidad y el marketing.

Las relaciones con las administraciones públicas y la competencia de los mercados también son objeto de las estrategias de responsabilidad social.

La Responsabilidad Social de la Empresa implica una relación de confianza y cooperación hacia las administraciones públicas y una actitud positiva en el cumplimiento de la normativa.

La competencia leal y la transparencia contractual son principios básicos del derecho mercantil y de la ética comercial.

La gestión responsable de la empresa también afecta a sus proveedores. El compromiso de la empresa hacia las organizaciones proveedoras va más allá de la buena fe contractual.

El compromiso con los proveedores es un compromiso con la estabilidad de la ocupación y con la continuidad de los pequeños negocios, la sostenibilidad de los cuales puede depender de las relaciones comerciales que establezca la empresa.

Por lo tanto, la empresa socialmente responsable adquiere un compromiso con su entorno social más inmediato.

Las empresas, como agentes que intervienen en la sostenibilidad del territorio, pueden dar prioridad a la contratación de personas que habitan en el contexto geográfico y social próximo.

El respeto por el medio ambiente es también objeto de responsabilidad por parte de las empresas responsables.

Las empresas socialmente responsables aplican modelos de crecimiento económico que sean ecológicamente sostenibles. Investigan y aplican modelos eficientes de producción respetuosos con el medio ambiente y aplican las medidas correctoras pertinentes para

evitar o minimizar el impacto de su actividad y de sus productos.

¿Cuándo está preparada una empresa para la implementación de una estrategia de Responsabilidad Social? La puesta en marcha y gestión de una estrategia de responsabilidad social es una decisión de la dirección de la empresa. La concienciación por parte del equipo directivo en torno a la conveniencia de implementar políticas de compromiso social y medioambiental es requisito indispensable para el éxito de dicho tipo de estrategia.

Además, la empresa que decida implementar un plan de Responsabilidad Social Corporativa debe tener una cultura propia que haya desarrollado unos valores corporativos acordes con los principios que rigen la responsabilidad social de las empresas. Sólo si los objetivos, la estrategia y los valores de la empresa son acordes, se crearán actitudes de fomento y promoción de la gestión responsable.

¿Qué beneficios se derivan de la gestión responsable de las empresas? La implementación de un plan de Responsabilidad Social constituye para la empresa una ventaja competitiva y un factor estratégico de éxito empresarial que se refleja dentro y fuera de la organización.

- ✓ Entre las ventajas internas destacan:
 - La identificación de los recursos humanos con la estrategia de la empresa.
 - La fidelización de los recursos humanos.
 - La mejora de la comunicación interna.
 - Un mejor ambiente laboral.
 - El fomento de la filosofía y los valores corporativos.

- ✓ Y entre las ventajas externas:
 - La fidelización de los clientes.
 - La comunicación fluida con los stakeholders externos de la empresa.
 - La mejora de la imagen y la credibilidad de la empresa.
 - El fomento de la sostenibilidad (económica y medioambiental) del territorio.

Conclusiones

- La Responsabilidad Social Corporativa intenta alinear los objetivos económicos y comerciales de las empresas con la sostenibilidad económica, social y medioambiental de su entorno.
- La gestión responsable de las empresas implica y afecta a los recursos humanos de la empresa, a sus proveedores y clientes, a los agentes del territorio, a su entorno social y al medio ambiente.
- La implementación de un plan de Responsabilidad Social supone una ventaja competitiva para la empresa, a la vez que beneficia al conjunto de *stakeholders* de la compañía.

Conceptos clave

Responsabilidad Social Corporativa: (Responsabilidad Social de la Empresa o de las Organizaciones). Compromiso que adquiere de manera voluntaria una empresa con el entorno y la sociedad en que desarrolla su actividad.

Cultura corporativa: Conjunto de valores, normas, costumbres, patrones de comportamiento o creencias que guían las actuaciones de una organización y que tienen que ser asumidos y compartidos por sus miembros.

Stakeholders: Conjunto de colectivos que se ven afectados por las actuaciones de una empresa: los recursos humanos, el colectivo de clientes y consumidores, las organizaciones proveedoras, las administraciones locales y el entorno social más inmediato.

Acción social: Iniciativa por la que una empresa colabora con unos objetivos de carácter social. La acción social se diferencia de la Responsabilidad Social en tanto que si bien la primera persigue un objetivo social ajeno a la empresa, la segunda trata de alinear los objetivos de la compañía con los objetivos del territorio en el que desarrolla su actividad. En todo caso, la acción social puede ser una línea de acción del plan de Responsabilidad Social Corporativa.

Banca ética: (Financiación ética o inversión socialmente responsable). Inversión que combina objetivos éticos y financieros. Financiación de actividades con un impacto social positivo.

Bibliografía

Camacho, Ildelfonso; Fernández, José L.; Miralles, Josep (2002) *Ética de la Empresa*. Bilbao: Desclée De Brouwer, SA.

Costa, Jordi (2004) *Más allá del vil salario*. Barcelona: Granica.

Perdiguero, Tomás G. (2003) *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.

Webgrafía

Forética. Gestión de la Responsabilidad Social de las Organizaciones:

<http://www.foretica.es/>

Fundación Empresa y Sociedad:

<http://www.empresaysociedad.org/feys/es>

MediaResponsable

<http://www.empresaresponsable.com/>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa:

<http://www.observatoriorsc.org/>

Webgrafía en Capital Humano

Te proponemos unas rutas a seguir dentro del web de Capital Humano que te servirán para ampliar información sobre la responsabilidad social corporativa:

[Mercado](#) > [Nuevas culturas del trabajo](#) > [Modelos organizativos / Gestión empresarial](#)

Utiliza el **BUSCADOR** para obtener una selección muy completa de recursos: libros, artículos y enlaces de interés. Es muy sencillo: sólo hace falta que abras BUSCAR y escribas una palabra clave.