

La inversión en RSC supera los 400 millones de euros

La Responsabilidad Social se convierte en un deber para las empresas españolas ya que lo exigen consumidores e inversores

ELENA MAGARIÑOS

La inversión empresarial en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) aumentó un 22% en 2016 con respecto al año anterior, alcanzando así los 439 millones de euros. Así lo revela el IV Informe del Impacto Social de las empresas, elaborado por la Fundación Seres y Deloitte. Una acción más que rentable para las empresas, ya que significa invertir en una serie de valores añadidos que no solo se centran en tener en cuenta las necesidades y expectativas de sus empleados, sino que también es percibido por sus clientes. Unos consumidores entre los cuales se está instaurando una creciente preocupación por las cuestiones éticas y ambientales que afectan a los productos que adquieren.

Las empresas españolas llevan, desde hace más de 10 años, integrando la RSC en todo el proceso de las mismas. «Para los empresarios es sinónimo de rentabilidad, saben que también tiene un reflejo en su cuenta de resultados», explican fuentes del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. «Las empresas son actores principales en la creación de empleo, pero también protagonistas indiscutibles de una mayor sostenibilidad y respeto con el medio ambiente, por lo que podemos decir que en los últimos años el compromiso social de las compañías es parte consustancial de las mismas», indican desde el Ministerio. De hecho, la RSC se ha convertido en toda una cultura en las grandes firmas españolas, que han abierto el camino a las pequeñas y medianas, atrayendo tanto a consumidores como a inversores españoles y extranjeros.

Desde el departamento de Fátima Báñez destacan que es, precisamente, «la transparencia, los códigos de buen gobierno y los canales internos de denuncia de determinadas situaciones negativas demuestran que, a día de hoy, la RSC goza de buena salud, aunque sea necesario fortalecer aún más su musculatura». Todas estas medidas tomadas por parte de las empresas pasan a formar parte de la ideología del equipo, sobre todo cuando muchas de ellas están orientadas a la preservación del me-

dio ambiente. Sin embargo, Joaquín Garralda, experto en RSC del IE Business School, advierte que, si bien es fundamental saber comunicar el código ético de la compañía tanto a inversores como a clientes y al propio equipo, «también es necesario no caer en el "greenwashing" o lavado de imagen con motivos ecologistas que es tan criticado por las ONG». Por ello, resulta fundamental que los propósitos que asuman las empresas tengan un carácter realista y atiendan a la sostenibilidad de las mismas.

PAUTAS DE CONDUCTA SIMILARES

«Con el avance de la globalización, la diversidad de personas y países que interfieren en el proceso productivo hace más necesario que todos los trabajadores de la empresa tengan unas pautas de conducta similares», apunta Garralda. Ana Illescas, responsable de Comunicación del Observatorio de RSC, señala que «el fenómeno de la globalización parecía que iba a producir un progreso sin precedentes tanto en los países desarrollados como en aquellos en vías de desarrollo, pero el resultado es que siguen existiendo grandes desequilibrios tanto entre países como dentro de ellos». De esta manera, se empieza a hablar de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto en el que las compañías necesitan gestionar los impactos ocasionados en los derechos sociales, laborales, el medio ambiente y la protección de los derechos humanos.

«Desde hace relativamente poco, las empresas empiezan a tener en cuenta aspectos en su gestión que anteriormente eran impensables, como es la de los derechos humanos en la cadena de suministro o una fiscalidad responsable», indica Illescas. Sin embargo, desde el Observatorio de RSC también apuntan que es necesario que estas políticas no se queden únicamente en el estadio de compromisos. «Hay que tener en cuenta que, desde una óptica de racionalidad económica, no todo es producible, por lo que la ética empresarial es necesaria para establecer límites», explica Illescas. «La decisión sobre los medios es clave: si decido producir en un país u otro, si mis trabajadores tienen unas condiciones ade-

«Si bien es necesario comunicar el código ético de la compañía, no hay que caer en el lavado de imagen»

Garantizar la responsabilidad

La manera de garantizar que las empresas cumplan con sus valores es, tal vez, la parte más complicada de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Por ello, el Consejo de Ministros ha aprobado un Real Decreto en Materia de Divulgación No Financiera que pretende que en el informe de gestión que acompaña a las cuentas anuales individuales y consolidadas de las grandes empresas, se rindan cuentas también de cuestiones sociales, medioambientales, recursos humanos, respeto a los derechos humanos y lucha contra la corrupción. De la misma manera, se pretende conocer qué hacen las empresas para promover la igualdad de género, las condiciones de trabajo o el diálogo social, pero sobre todo que si no lo hacen, digan por qué no dan estas explicaciones.

cuadas en cuanto a salario, descansos y condiciones en el centro de trabajo, si respeto a las comunidades donde desarrollo mi actividad, si tengo un sistema de gestión medioambiental, etc.». De esta manera, es en la toma de decisiones cotidiana donde radica la responsabilidad social.

En este contexto, desde el Ministerio de Empleo destacan que, en un mundo globalizado, las cuestiones sociales, medioambientales, las plantillas inclusivas, el empleo a personas diferentes, y el empleo femenino, etc. pueden ser muy importantes a la hora de ser competitivos con otras empresas en el plano internacional. «Tener un código ético tiene que ver con afrontar con normalidad y naturalidad los cambios que nos requiere la sociedad, no debería ser algo extraordinario sino consustancial desde el momento de creación de la empresa», aseveran desde Empleo.

De la misma manera, remarcan la importancia de la RSC como atributo del país competitivo que es España, en el que el desempleo ha descendido un 8,33%, con 315.542 personas menos en paro que en noviembre de 2016. Un país en el que, además, sus empresas están ofreciendo un 14% más de contratación indefinida a tiempo completo y en el que ha crecido un 20% el número de menores de 25 años que tienen un empleo estable. Y es que no hay mayor responsabilidad social que la de crear empleo de calidad.



Los empresarios contemplan la RSC como sinónimo de rentabilidad

CREASTIME