

RESPONSABILITAT CORPORATIVA

Més estratègica que social



JOSEP-MARIA URETA BARCELONA

El debat escolàstic va ser al principi entre moralistes però ara també ha arribat a les escoles de negocis, sobretot a les d'arrel protestant (les dominants als EUA) o catòlica (IESE, Esade...) sobre la presència dels principis ètics en la gestió empresarial. Per als uns, aquesta serà una opció voluntària, una aspiració màxima de conducta. Per als altres, el marc en què es desenvolupa una activitat de venda de béns i serveis és el que fixa, per utilitzar termes molt clàssics, el codi de comerç, i incomplir-lo té efectes judicials civils o penals segons el grau d'incompliment de les normes. Des de finals del segle passat el fenomen es fa cada vegada més present en l'activitat informativa de les grans companyies.

Bé per iniciativa pròpia, bé per exigència de les autoritats reguladores, complir les normes, encara que només siguin recomanacions, és una prioritat de les empreses cotitzades a la borsa. El bon govern, la responsabilitat corporativa, els programes socials, el patrocini... són conceptes que sovint es barregen sense criteri. Tots, però, responen a una demanda cada vegada més estesa: que les empreses no limitin la difusió de les seves activitats als seus estats comptables, adornats amb alguna actuació que aporta bona imatge. A partir d'alguns fiascos de grans companyies a començament de segle (Arthur Andersen, Enron, les farmacèutiques davant la reclamació de retrovirals a l'Àfrica...), aquestes nocions difuses han tingut una concreció. La seva terminologia de síntesi més estesa és la Responsabilitat Social Corporativa. Les sigles RSC ja són de llenguatge comú en l'entorn empresarial i acadèmic. ¿La RSC respon encara als criteris amb què va néixer? No. Ha evolucionat, sense perdre l'amplitud dels seus camps d'actuació. Des de l'òptica empresarial i des de l'acadèmica.

DELIMITAR ÀMBITS

L'aspecte social no és prioritari

Juan Francisco Polo, director de Comunicació i Reputació Corporativa de Ferrovial—una de les grans constructores espanyoles amb presència als cinc continents—admet que els límits de la RSC són difícils d'establir, encara que hi ha un principi clar: «La societat demana molt a les empreses, això va vin-



INDICADORS

EXIGÈNCIA DELS REGULADORS

La reputació cotitza

La millor prova del pes de la RSC és que operen en borsa fons d'inversió denominats ISR que mouen 50.000 milions de dòlars en companyies que compleixin amb l'anomenada ASG. Són les sigles angleses d'Inversió Socialment Responsable, qualificació que

s'aconsegueix si se superen les exigències dels criteris ambiental, social i de bon govern, creats per ampli consens entre analistes internacionals. A Espanya, la CNMV va presentar al juliol un codi de responsabilitat empresarial, pendent de discussió.

culat al principi de l'Estat del benestar. Una companyia no només proporciona un producte complint la legislació laboral, fiscal i mediambiental. També ha de garantir un bon funcionament intern, a més de l'equilibri entre la propietat i la gestió de la companyia. Aquesta és la contribució social». El terme social, però, es considera prescindible i fins i tot equívoc.

En la mateixa línia, amb una visió molt diferent, s'expressa Ignasi Fainé, director de Reputació Corporativa d'Agbar, que proposa el terme «cultura corporativa». Ho raona d'aquesta manera: «En el fons es tracta de la res-

ponsabilitat de les persones, no és acció social. L'objectiu és modificar la manera d'actuar dels directius, i per això necessiten més criteris a l'hora de prendre decisions. De fet, les companyies que subsisteixen no són les que guanyen més diners sinó les que tenen una cultura més forta».

Amb un punt d'ironia i polemista, Fainé afegeix rotund: «El nostre càrrec ha de desaparèixer». És a dir, igual que no existeix una direcció de qualitat o d'innovació en les grans empreses, perquè les dues estratègies estan en el conjunt de l'organització, tenir presents els valors de la companyia i el seu

Les empreses s'adapten a l'exigència de més informació. Pocs lectors tenen les memòries de les empreses, dominades per números. La pressió social en la nova era de la informació exigeix a les companyies que responguin més i millor de les seves activitats amb criteris integrals. Quatre experts els analitzen a +Debat.

DANNY CAMINAL

tat. El llatí *spondere* al·ludeix a comprometre's en una cosa. Acompanyada a l'inici pel prefix *-re* sembla al·ludir a l'obligació de tornar una cosa prestada. Seria pitjor en termes jurídics, perquè responsabilitat està associada a reparar un dany causat. Garriga escull aquesta precisió terminològica per abordar una altra tendència que no acaba de superar l'activitat assignada a la RSC: «Separar l'aspecte social de l'econòmic és perjudicial. Cada actuació és integral, té dimensió social i econòmica».

Seguint aquesta exigència, la professora d'EADA defensa que l'empresa ha de «donar resposta a una exigència integral». No pot separar en diferents fórmules com contracta o com paga els proveïdors. «L'empresa ha de generar valor econòmic i social als grups d'interès», afirma. I assumeix la proposta de Polo i Fainé que el terme social «no hi ajuda». Proposa revisar els textos del premi Nobel de 1998 Amartya Sen i la seva visió de l'economia del benestar.

Daniel Ortiz, director de Relacions Institucionals i Comunicació de l'Institut Cerdà prefereix no entrar tant en la precisió de les sigles RSC com sobre els efectes reals en el si de les organitzacions. Introdueix una variable: «El més important és el context. Sense conèixer el perquè i els objectius no s'entendrà el significat de la RSC». Després de l'al·lusió a les situacions convulses de començament de segle, de l'11-S a les trampes comptables de grans corporacions nord-americanes, Ortiz qualifica: «Hem passat de grans transformacions previsibles a d'altres de més complexes, inestables i incertes». ¿En què es tradueix això: «En canvis de valors, en més exigència». «Estem davant d'un canvi d'època més que en una època de canvis», diu.

Traslladar aquesta realitat a com es presenta una empresa davant de la societat, més enllà dels seus comptes, exigeix adaptació i normes de comportament noves: «Més participació, més diàleg, més transferència de coneixements» és la proposta. Amb l'advertència: «La crisi és aquí per quedar-se». I dóna una primera pista sobre com han de fer balanç les empreses en el futur: «Res tornarà a ser igual, l'èxit ha de ser mesurat des del punt de vista econòmic, social i mediambiental. Ja no són només els comptes econòmico-financiers».

UBICACIÓ

Una qüestió de cultura empresarial

Llavors, ¿l'encara denominada RSC està més a prop del departament de màrqueting o del de recursos humans? És al que s'associa habitual-

PARTICIPANTS

FRANCISCO POLO

DIRECTOR DE COMUNICACIÓ CORPORATIVA DE FERROVIAL



«Hi ha un nou concepte de responsabilitat corporativa empresarial, molt més integrat en tota la seva activitat»

IGNASI FAINÉ

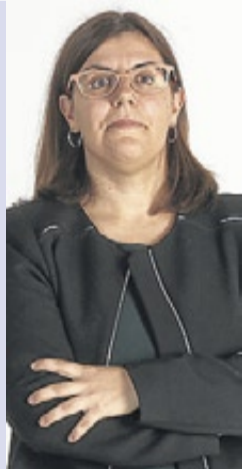
DIRECTOR DE REPUTACIÓ CORPORATIVA D'AGBAR



«Les empreses que perduren no són les que guanyen més diners sinó les que tenen la millor cultura implantada en l'organització»

ELISABET GARRIGA

PROFESSORA D'EADA. ESPECIALISTA EN RSC



«Separar l'aspecte social de l'econòmic no ajuda a entendre tota la dimensió del que passa en el si d'una empresa»

DANIEL ORTIZ

DIRECTOR DSE COMUNICACIÓ DE L'INSTITUT CERDÀ



«No estem en una època de canvis sinó davant un canvi d'època. L'èxit empresarial, en el futur, es mesurarà d'una altra manera»

ment, quan es parla de la RSC de les empreses. Francisco Polo assumeix que «falta claredat en les matèries que cobreix. Hi ha molta presència d'empreses en mitjans de comunicació que no passa de ser promoció de la seva acció social. Per descomptat, això no és RSC».

«Però s'ha de tenir clar que el principal objectiu de les empreses, no l'únic, és guanyar diners. El 1972 el diari *New York Times* va publicar un article del també premi Nobel (1976) Milton Friedman en què recordava que la principal responsabilitat de l'empresa és generar dividends. Així demostra que també és correcta en temes laborals o amb els proveïdors. Demano que es llegeixi amb calma aquell article». Ignasi Fainé considera «anecdòtic» que la RSC sigui més pròxima al màrqueting o als recursos humans. «És un problema de cultura de tota l'organització». Convençut, proposa una reflexió: «Les pimes no tenen gent per tenir el càrrec de RSC. Simplement la practiquen, són conscients de les decisions que prenen, són més a prop de la gent».

ENCAIXAR

La memòria anual ha de millorar

Vist que la RSC és més dinàmica que les organitzacions a les quals serveixen, que els seus gestors i els teòrics que les recolzen des de l'acadèmia (EADA) o centres d'investigació com l'Institut Cerdà, és procedent, a l'estar a prop el final de l'exercici anual i la presentació de resultats, preguntar-se si les memòries empresarials presentaran novetats sobre el 2014, o almenys, quines serien desitjables.

Fainé aclareix, sempre trencador: «No hi ha un apartat específic a Agbar. Els comptes són l'informe financer i els contes que expliquen aquests comptes, perquè l'empresa és una i per tant presenta un informe integrat». Menys contundent però en una línia molt semblant, Polo explica: «Ja treballem en l'elaboració d'una memòria integrada en la qual estiguin presents la part financera i la no financera. Recollim iniciatives que ajuden a obrir altres paràmetres en els informes de gestió de la companyia». Pel fet de ser Ferrovial una de les grans del principal indicador borsari espanyol, l'Ibex, Polo pronostica que això ja serà habitual «d'aquí dos o tres anys».

Com Fainé insisteix («crec que els informes de desenvolupament sostenible han de desaparèixer», perquè això ha de ser la cultura de l'empresa), Garriga replica: «Doncs posin més dades, com els indicadors de formació»; Ortiz s'hi suma de seguida: «Que expliquin millor com obtenen els ingressos». ■

servei a la societat implica a tots, és integral.

RENOVACIÓ

Escotar els grans economistes

Del costat acadèmic hi ha una immediata acceptació que el terme social del comú RSC enganya més que aporta. Elisabet Garriga, professora d'EADA i directora del centre social Sustainability Impact de la mateixa escola, apel·la a l'etimologia per posar també en dubte la idoneïtat del vocable *responsabili-*