

Responsabilidad Social Corporativa y Ciudadanía Corporativa

Gerd Mtuz

PRESENTACIÓN

Gerd Mtuz es profesor de economía y política social en la Facultad de Ciencias sociales aplicadas de la Hochschule de Munich, así como director del Instituto de ciencias sociales MISS de la misma ciudad. Ha llevado a cabo numerosas investigaciones internacionales sobre procesos de transformación económica, social y cultural. Lleva ya más de una década investigando la implicación empresarial en cuestiones de responsabilidad social y ciudadanía en Europa, Estados Unidos y Asia. En la actualidad trabaja como profesor visitante en la Universidad libre Bozen/Brixen.

RESUMEN

Los programas de Responsabilidad Corporativa y de Ciudadanía Corporativa (en adelante, RSC y CC respectivamente) ya se aplican por todo el mundo, por lo que cada vez son más conocidos. A pesar de ello, siguen dándose importantes diferencias, basadas en factores históricos y culturales. Aparte de aportar aclaraciones sobre las diversas tendencias que están impulsando la internacionalización del debate en torno a la RSC y a la CC y de ofrecernos una panorámica de sus posibles desarrollos futuros, este ensayo se centra principalmente en el Voluntariado Corporativo y en la alianza empresa-ONG. Desde una perspectiva histórica, ambos pueden ser considerados nuevos elementos de la CC. El autor propone un breve repaso de su significado, interpretaciones y beneficios; también ofrece una clasificación de los tipos más comunes de alianzas empresa-ONG, para facilitar la comprensión y distinción de esta compleja forma de CC.

Traducido al español de la publicación de casos de estudio 'Global CSR. Business and Poverty, Innovative Strategies for Global CSR', CODESPA et al, 2008

Introducción

Hace ya más de una década que los programas de RSC y CC están presentes en cada vez más empresas, adoptando diversas formas; temas como el comercio justo o la compatibilidad de las condiciones laborales y medioambientales con la producción se han convertido ya en cuestiones cruciales de RSC. En un típico

programa de RSC, la empresa colabora con instituciones sociales aportando profesionales, o se implica en proyectos sociales. En los últimos años, la RSC y la CC ya han pasado a considerarse parte habitual de la gestión sostenible. Su principal objetivo consiste en incorporar los aspectos sociales y medioambientales a la gestión,

por lo que ésta ya no se limita a tener únicamente en cuenta los indicadores económicos.

La RSC y la CC son fundamentalmente iniciativas empresariales desarrolladas hace más de dos décadas en los Estados Unidos. Pero, desde comienzos de los años noventa, este tipo de programas ha ido aplicándose en diversas partes del mundo. En Europa comenzaron a aparecer a mediados de los noventa.

Los programas de CSR y de CC pueden adoptar diversas formas.

La mejor manera de abordar la implantación de la RSC y de la CC es en términos sociológicos. Supone un proceso difuminado de la frontera entre el mundo económico y la sociedad en general, pues ambas esferas no pueden ya percibirse como mundos desconectados e independientes. Por fin hemos tomado conciencia de que la sociedad en sí misma constituye una precondition para la gestión económica y empresarial, por lo que ha de ser considerada un facilitador clave. Por lo tanto, asegurar y fomentar la reproducción de los recursos sociales y medioambientales no solo responde a una lógica social sino también a una lógica económica. Consecuentemente, la RSC y la CC deben concebirse como inversiones en capital social y medioambiental.

Diversas interpretaciones

La expansión de la RSC y de la CC por todo el mundo ha conducido, sin embargo, a variadas y diversas interpretaciones de las mismas que apenas tienen ya mucho que ver con la idea original iniciada en Estados Unidos. En parte, se ha producido una confusión terminológica ciertamente comprensible: los procesos de RSC y de CC contienen numerosos aspectos históricos y culturales, por lo que han sido interpretados de diversa manera en las diferentes áreas y regiones. Se trata de una idea que tiene su origen en las economías liberales de mercado, que por regla general tienden a contar con pocas instituciones sociales estatales. En cambio, en las economías sociales de mercado o en el modelo del

Estado de bienestar, que resulta predominante en Europa, la negociación colectiva y las estructuras corporativistas conducen a una interpretación diferente de la responsabilidad social y de la implicación ciudadana. En otras economías sociales de mercado con un poderoso intervencionismo estatal, como se da, por ejemplo, en la República Popular China, las concepciones y prácticas de RSC son también diferentes.

La idea de la RSC y de la CC tiene su origen en las economías liberales de mercado.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La RSC está relacionada con el meollo mismo de la actividad empresarial; con sus actividades económicas. Incluye cuestiones sociales, como el comercio justo, la mejora de las condiciones laborales, el control de las subcontratas, etc.; así como cuestiones ecológicas como el fomento de procesos productivos respetuosos con el medioambiente, tanto en los centros productivos nacionales como en las delegaciones internacionales, etc.

CIUDADANÍA CORPORATIVA

La CC, en cambio, no está directamente relacionada con las actividades productivas, sino que se centra más bien en las relaciones de la empresa con la sociedad en general, es decir, en la colaboración ciudadana de la empresa y de sus empleados.

La CC se basa en el concepto anglosajón según el cual la empresa se concibe como un ciudadano corporativo que, como todo miembro de la sociedad -como los propios ciudadanos individuales-, no solo tiene derechos sino también obligaciones. En Estados Unidos predomina una concepción de la ciudadanía corporativa estrechamente relacionada con la aspiración a comportarse como un buen ciudadano. Así, la CC contiene tanto concepciones más tradicionales, como las donaciones corporativas o las fundaciones, como formas más actuales como el Voluntariado Corporativo y las alianzas empresa-ONG. Estas últimas están

directamente relacionadas con aspectos sociales y medioambientales, y suelen orientarse a procesos de construcción comunitaria. Las donaciones corporativas, por su parte, suelen incluir el patrocinio de asociaciones y de iniciativas locales. A menudo, la empresa completa las donaciones aportadas por sus empleados con los programas de recaudación de fondos. En cuanto a las fundaciones, su principal tarea consiste en apoyar y favorecer el entorno social de sus empresas asociadas. Sus objetivos van desde financiar proyectos sociales, culturales y medioambientales ya existentes hasta iniciar nuevos programas, implicando en los mismos a los empleados de la empresa.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El Voluntariado Corporativo y las alianzas empresa-ONG son formas relativamente nuevas de CC. Las empresas que lanzan iniciativas de Voluntariado Corporativo no suelen implicarse en ellas mismas directamente sino que más bien fomentan que sean sus empleados quienes se impliquen en el entorno social y cultural de la empresa. En cualquier caso, es importante tener clara la diferencia entre el Voluntariado Corporativo y las donaciones corporativas: estas últimas consisten en aportar fondos a organizaciones no lucrativas en nombre de la empresa o por medio de sus empleados, mientras que el Voluntariado Corporativo promueve la dedicación del personal de la empresa a favor de su contexto social y medioambiental. Puede limitarse a la dedicación de una jornada o de una semana, pero también puede consistir incluso en traslados (cesiones de largo plazo de profesionales) de la empresa a las ONG.

El Voluntariado Corporativo y las alianzas empresa-ONG son formas relativamente nuevas de CC.

La concepción del Voluntariado Corporativo en Europa difiere bastante del planteamiento original en Estados Unidos, donde lo que se busca es más bien apoyar iniciativas ciudadanas ya existentes o fomentar que los empleados se impliquen en las mismas. La larga tradición histórica de

ciudadanía en Estados Unidos, la amplia difusión de actividades cívicas y la implicación colectiva de los estadounidenses en sus comunidades son los factores subyacentes en este tipo de voluntariado. Estos son factores menos presentes en Europa, razón por la cual fue necesario, a lo largo de los noventa, ir convenciendo a las empresas europeas de los beneficios económicos que aporta esta práctica.

El debate sobre los beneficios del Voluntariado Corporativo sigue abierto y avanza en dos direcciones. Por un lado, parece claro que el VC fomenta la formación y habilidades sociales de los empleados; por otro lado, refuerza sus lazos comunes y su capacidad de cooperación y de trabajo en equipo. Vista desde esta perspectiva, esta práctica se convierte en un instrumento para el desarrollo de los recursos humanos de la empresa. De hecho, en numerosos países europeos muchas empresas apenas se preocupan por la cuestión de hasta qué punto este Voluntariado Corporativo beneficia realmente a la sociedad, lo que puede derivar en consecuencias indeseables. No se suele meditar suficientemente si estas iniciativas están en consonancia con la imagen general de la empresa, sino que se recurre a contratar programas preestablecidos, o bien se llevan a cabo de forma indiscriminada. A menudo, los empleados se sienten obligados a participar en actos de esta naturaleza, dándose un falso voluntariado. Finalmente, si el Voluntariado Corporativo es únicamente valorado en términos de sus beneficios para la empresa, se corre el riesgo de ampliar la distancia social entre las empresas y las ONG.

El Voluntariado Corporativo se ha convertido en un instrumento para el desarrollo de los recursos humanos de la empresa.

Alianzas empresa-ONG

Esta cuestión de la visión unilateral centrada en los beneficios empresariales se da también en el contexto de las alianzas empresa-ONG, que suelen ser iniciativas de la propia empresa y no de los empleados o

de las ONG. Podemos distinguir las siguientes tres formas de alianzas empresa-ONG:

ALIANZAS EMPRESAS-ONG			
	TIPOS	ACTUACIÓN	OBJETIVO
1	Orientadas hacia los beneficios	Reparto de tareas y beneficios	Crear situaciones de "todos ganamos"
2	Filantrópicas	Donaciones	Apoyar a grupos sociales
3	Orientadas hacia la imagen	Mayor visibilidad	Llamar la atención del público

Copyright: Miss, 2006

El tipo de alianzas empresa-ONG orientadas hacia los beneficios busca situaciones de "todos ganamos", es decir, se trataría de buscar una cooperación equilibrada de la que ambas partes se beneficiaran. Lo que, sin embargo, no significa que se ponga en cuestión ni se supere la jerarquía o la desigualdad de relaciones entre los actores. Otras formas de alianzas, basadas en la filantropía, entienden en cambio la implicación como una donación de tiempo por parte de la empresa con el objetivo de abordar determinado problema social o de apoyar a un grupo social específico. De esta manera, se crea una relación de solidaridad entre los actores implicados, aunque sigue siendo una iniciativa unilateral. Así, las desigualdades de poder se mantienen o incluso se acentúan debido a la lógica unilateral de la donación.

Las alianzas empresa-ONG difieren en tipos, actuaciones y objetivos.

Las alianzas empresa-ONG orientadas hacia la imagen, como su propio nombre indica, suelen centrarse en la creación de una imagen positiva, pero no solo para la empresa, sino también para los temas abordados por la ONG, que logran así a menudo una mayor proyección y visibilidad en el contexto del discurso público.

Pero esta clasificación de los tipos de alianzas empresa-ONG no es más que una categorización estática, pues en realidad los objetivos y motivaciones suelen difuminarse y entremezclarse. Aún así, se puede afirmar que en la mayoría de los países europeos predomina el tipo de alianzas orientadas hacia los beneficios, mientras que el tipo de alianzas filantrópicas es más común en Estados Unidos. Dicha motivación filantrópica suele orientarse hacia el desarrollo comunitario, y la CC pasa a formar parte de las estrategias generales de implicación comunitaria de la empresa. En cuanto al tipo de alianzas orientadas hacia la imagen, está actualmente en boga en todo el mundo.

Redes y normas internacionales

En los últimos años, el debate en torno a los procesos de RSC y de CC se está internacionalizando. Esto se debe, en primer lugar, a la creciente expansión global de las empresas europeas y, por lo tanto, a su cada vez mayor orientación internacional y competencia con otras empresas que ya desarrollan culturas de RSC y de CC consolidadas y las comunican a un público cada vez más amplio, especialmente a los grupos de interés y a los consumidores. Esto está obligando, de alguna manera, a que cada vez más empresas tengan que

plantearse estas cuestiones. Una segunda razón es la aparición de nuevas redes internacionales, como el Pacto Mundial, la Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo adoptada por los Estados miembro de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Internacional de Normalización (ISO), o la *CSR Europe*, así como la implementación de normas internacionales como *AccountAbility 1000*, *AA1000*, *Social Accountability 8000*, *SA8000* y *Global Reporting Initiative*. Todas estas formas de internacionalización están reforzando enormemente a las ONG de alcance global que, además de intervenir en asuntos sociales y ecológicos, también se implican en cuestiones económicas y empresariales. Los grupos de interés (sean del tipo que sean) desempeñan actualmente el papel más importante en cuanto a la implementación de la RSC y de la CC, mientras que las instituciones estatales y nacionales, en cambio, solo tienen una implicación relativa en lo referente al marco general de estas prácticas y a su gestión.

Los grupos de interés ocupan el papel más importante en la implementación de la RSC y de la CC.

El triple balance

Los promotores del debate ecológico sobre la sostenibilidad han adquirido una especial relevancia y, en los últimos años, han logrado contribuir enormemente a la discusión en torno a la RSC y la CC. Estos grupos de interés han demostrado ser capaces de negociar a largo plazo con las corporaciones e instituciones estatales. Han logrado igualmente desarrollar sus propios planteamientos, estrategias y formas de cooperación. Todas estas experiencias

pueden resultar muy interesantes para los debates sobre la RSC y la CC, aunque no se centren específicamente en la importancia económica y social de estas prácticas. Por ello se está produciendo una amalgama de diversos contenidos y se está intentando incluir la RSC y la CC en el ya famoso paradigma de la sostenibilidad. Si bien aún queda pendiente la verdadera integración de todos estos debates, en la medida en que se vaya desarrollando una interpretación común de la sostenibilidad, muy probablemente se incremente también la relevancia de la RSC y de la CC en la misma.

En términos conceptuales, las tres dimensiones básicas de la sostenibilidad posiblemente potencien dicho desarrollo. La sostenibilidad se refiere, indistintamente, a cuestiones sociales, medioambientales y económicas, y la responsabilidad social y ciudadana de las corporaciones básicamente buscan mejoras en estos tres mismos ámbitos. El concepto de gestión sostenible (relacionado con este triple balance) parece destinado a imponerse en el mundo empresarial, pues el éxito económico depende estrechamente de la creación de valor ecológico y social. En este sentido, el paradigma de la sostenibilidad supone indudablemente una ventaja para la RSC y la CC. También parece predecible que la integración entre ambos planteamientos suponga un enorme potencial para la gestión responsable de los recursos sociales y medioambientales, mientras se difuminan las fronteras entre la sociedad en general y el mundo empresarial, lo que probablemente fomente procesos de aprendizaje colectivo orientados hacia la consolidación de una sociedad civil global.

La sostenibilidad tiene que ver con cuestiones económicas, sociales y ecológicas.