

fundación

empresa y **s**ociedad

Artículos de opinión para debatir sobre acción social

**Documento 2.
Sobre empresa responsable**

Ejemplar gratuito.

Contenido de libre disposición, citando la fuente.

Fundación Empresa y Sociedad
Orense 29, 6º
28020 Madrid

Tf 91 435 89 97
Em info@empresaysociedad.org
www.empresaaysociedad.org

Escrito por Francisco Abad.

Enero de 2011.

Contenido

| | |
|----------------------------------|----------|
| Presentación | 4 |
| Artículos de opinión | 5 |
| Responsabilidad social intuitiva | 6 |
| Simplificar | 10 |
| Inversión responsable | 17 |
| Grupos de interés | 19 |
| El informe anual | 20 |
| El mundillo | 23 |

Presentación

Cuento con usted para promover la acción social en su empresa. Es necesario. Le ofrezco algunas ideas esperando que discrepe, las contraste con las suyas y las debata sobre todo con sus compañeros y empresas amigas. Pero, sobre todo, espero que le animen a actuar y comparta su experiencia. Pasará a formar parte de un proyecto especialmente importante para la nueva era que empezó cuando entramos en crisis.

Creo que la acción social parte de que todos somos sensibles ante la pobreza, la exclusión, el envejecimiento y las catástrofes humanitarias. O sea, tiene una base emocional. A nivel personal, actuamos o no en función de circunstancias particulares, como nuestra cercanía a casos concretos o la mayor o menor facilidad para sentirnos útiles. A nivel empresarial ocurre algo parecido, pero añadiendo que las empresas son grupos complejos de personas y que estamos hablando de su proyecto económico, donde la prioridad oscila desde la supervivencia inmediata hasta la sostenibilidad o el éxito a medio plazo. Por eso su promoción requiere una mayor elaboración global y personalizada, en la que ponderen adecuadamente componentes humanos y técnicos.

Actuar con inteligencia es un reto. Con inteligencia emocional. Recordemos que la tendencia a un mayor número de personas vulnerables en España es lamentablemente clara tanto a corto plazo, debido al empobrecimiento que generará el actual desempleo, como a medio, debido a la disminución de rentas relacionada con el envejecimiento que anticipa la infalible pirámide de edad. Por eso habrá que abordar el futuro con creatividad, austeridad y un cierto sentido del humor porque nos afecta a todos y parece que nadie había previsto este escenario.

Este documento recopila ideas sobre el concepto de empresa responsable, que parece más adecuado para debatir que el de R”S”E, R”S”C o similares. Creo que lo hemos sofisticado tanto que es mejor reírnos un poco del engendro que hemos creado todos los que trabajamos en esto y pensar en cuáles son los caminos para que su práctica siga creciendo.

Forma parte de una serie de documentos similares que editamos con el título común de **Artículos de opinión para debatir sobre acción social**, que tratan sobre:

- La realidad social.
- La empresa responsable (este).
- El contexto político de la responsabilidad y la acción social de las empresas.
- La acción social en la empresa.

Artículos de opinión

Aprender de ENRON

Expansión, 8 de abril de 2002

Las grandes empresas y sus directivos están en el punto de mira por temas que hasta hace poco consideraban menores, pero que deben empezar a gestionar adecuadamente. En la nueva situación, tan malo es que permanezcan inactivas como que realicen operaciones cosméticas.

Una parte de la imagen pública de ENRON se había construido sobre “el respeto, la integridad y la transparencia” como valores corporativos declarados. Tenía un Plan de Responsabilidad Social asignado a un miembro del Consejo de Administración y basado en el diálogo con sus *stakeholders*. Tenía un programa de diversidad entre sus empleados y entre sus proveedores. Contaba con programas sociales para reducir la brecha digital, promover el voluntariado y apoyar las comunidades en las que operaba. Su Memoria Anual seguía el esquema de la Triple Cuenta de Resultados. Pero fallaba en lo más elemental. La creación de sociedades instrumentales para imputar riesgos, eludir responsabilidades, evadir impuestos o realizar pagos inconfesables ha tenido consecuencias devastadoras. La sociedad no perdona cuando pierde la confianza. Para nada sirve empezar a llenar el segundo plato de la balanza si el primero tiene un agujero.

Nos encontramos ante un nuevo concepto de empresa, que aplica caso a caso. Ya no son irrelevantes temas como el comportamiento ético, las remuneraciones de sus altos cargos, las relaciones laborales, la transparencia informativa, la financiación de ciertas causas, el respeto al medio ambiente o el desarrollo socioeconómico de su entorno. La que ignore alguno de ellos verá cómo, antes o después, se mete en un problema difícil y costoso de remontar.

Pero también aplica al sector empresarial en su conjunto. Por eso hay que lanzar una alerta inicial por si hay perversos, ya que para nada vale el maquillaje de lo nuevo si falla lo más básico del negocio: **La sociedad desenmascara a las empresas que no son coherentes**. Si hay más casos similares a ENRON, se pondrá en peligro no sólo su propia reputación sino la del sector empresarial.

Quíntuple cuenta de resultados

Expansión, 1 de septiembre de 2003

El inicio septiembre es buen momento para diferenciar entre “responsabilidad social” y “acción social” de las empresas.

Conviene recordar que **la “empresa responsable” no es más que un concepto de empresa más evolucionado y sugerente**. La empresa del futuro concederá una importancia especial a contenidos de siempre, pero que adquieren ahora una nueva dimensión. El encaje de todos ellos en un modelo que los simplifique ha motivado que se hable de la “múltiple cuenta de resultados”.

Financiera. El primer capítulo de toda empresa sigue siendo el financiero, cuya base es la actividad económica tradicional, el máximo valor para los accionistas, la rentabilidad ajustada al riesgo y el cumplimiento escrupuloso de las normas. Si no hay cuenta de resultados financiera no hay empresa.

Corporativa. Incorpora contenidos como el comportamiento ético de los directivos, el buen gobierno o la transparencia.

Laboral. Incluye las relaciones laborales, la satisfacción en el trabajo, la conciliación entre vida laboral y familiar o el capital humano.

Medioambiental. Considera todo lo relacionado con el impacto medioambiental de la actividad de la empresa.

Social. Contempla el apoyo de la empresa a personas desfavorecidas (“acción social” propiamente dicha) o a otros proyectos de interés general (acción cultural, artística, deportiva...), o el respeto a los derechos humano cuando la empresa tiene relación con los países menos desarrollados.

Milton Friedman y Michael Porter coinciden en que **cualquier nuevo capítulo de este nuevo concepto de empresa debe estar subordinado a que ayude a crear valor para sus accionistas**. Ello afecta a qué hace la empresa en cada capítulo y a cómo lo gestiona.

Irresponsabilidad

Expansión, 31 de julio de 2006

Relax prevacacional. Estos días no me altero ni con el artículo titulado “La irresponsabilidad social de la empresa” que acabo de leer en varios periódicos. En el título baila una letra. En el texto, varias. Dice que la RSC es “un error conceptual grave”, “un mecanismo de restricción del derecho de la propiedad”, “una nueva expresión de la vieja idea fascista de la función social de la propiedad” y “una manera hipócrita de hacer filantropía con el dinero de los demás”. Y está ilustrado con una caricatura de un boy scout.

Dado mi estado zen, me limitaré a archivarlo como anacrónico. Las estridencias y los errores de concepto están superados desde que Michael Porter escribió sobre ello en 2002 en la HBR. **Hoy la mayoría entendemos que una empresa responsable es algo tan lógico para sus accionistas como la empresa que se preocupa por triunfar a medio plazo en una sociedad que evoluciona muy deprisa.** Por eso investiga sobre el futuro, es transparente en sus comportamientos, gestiona su equipo humano con humanidad, respeta el medio ambiente y se anticipa al nuevo escenario de la inmigración o la dependencia.

Recomiendo hábitos responsables (no responsables) para estas vacaciones. Es decir, saludables. Que es como siempre se han llamado en cualquier grupo scout.

Artículos

Expansión, 4 de febrero de 2008

El especial de The Economist sobre R”S”C del 19 de enero va generando artículos de adhesión. El del 22 del mismo mes de 2005 suscitó un aluvión de críticas. Será que los “grupos de interés” evolucionan, porque el mensaje es el mismo: **entre las empresas que mejor entienden la R”S”C hay muchas que ni siquiera saben qué es. Simplemente actúan con sentido común en una sociedad que cambia rápidamente.** Pues resulta que eso es ser responsable. Ni más ni menos. Por ejemplo, empresas que toman la iniciativa frente a realidades como la inmigración o el envejecimiento. No por voluntariedad ni por filantropía. Actuando con lógica empresarial.

Menos artículos de celebración veo entre las empresas por la posible puesta en marcha del Consejo Estatal de R”S”E. No sé si tiene más o menos sentido que un Consejo equivalente sobre Inmigración, Pensiones o Transparencia en las ONG. Creo que menos que alguno de ellos. Sobre todo viendo que el borrador del RD de creación dice que será “el” marco de referencia de la R”S”E en España. Miedo da ese artículo determinado en su artículo 2. Espero que se paralice como ya ocurrió con el anteproyecto de ley de R”S”C de 2002. Tampoco tiene sentido el artículo 33. Demos un poco más de tiempo para que todo se sitúe en su sitio.

Sobran palabras

Expansión, 15 de diciembre de 2002

La Comisión Europea define la responsabilidad social de las empresas (RSE) como “la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.”

Se va asumiendo que **una empresa socialmente responsable** (¡qué largo y difícil de pronunciar!) **no es ni más ni menos que una empresa sensible a las expectativas** sociales y medioambientales **de su entorno**. Tan sensible que las integra en su día a día, pero sin olvidar que están subordinadas a la función económica esencial en toda empresa. Por tanto, la definición anterior podría quedar en “la integración de aspectos sociales y medioambientales en sus operaciones”.

Eliminar la voluntariedad enriquece la idea. En primer lugar, es voluntario lo no obligatorio. Es bueno que así lo considere la Comisión en unos días en los que predomina una opinión (en sectores no empresariales) favorable a la regulación incluso de los códigos de gobierno o la transparencia informativa. En ese sentido valdría. Sin embargo, también cabe la acepción de voluntario como opcional. Aquí ya no vale. La R”S”E es ineludible. Igual que lo es innovar, desarrollar el capital intelectual o construir la reputación corporativa. Crear valor en una situación de cambio acelerado exige encontrar el sentido que todo lo anterior tiene para cada empresa. Por eso cabría hablar de una integración inteligente, más que voluntaria, de aspectos sociales y medioambientales en la empresa. Pero volvería a sobrar el adjetivo.

También sobran las últimas palabras de la definición. Las relaciones de la empresa con sus interlocutores están implícitas en las operaciones. Y referirse a éstas sólo como comerciales es trivializar demasiado.

La R”S”E, especialmente la acción social como el capítulo con menos tradición, es un campo de innovación para construir confianza, llegar mejor a los ciudadanos, trabajar en equipo con otros agentes sociales o potenciar a los empleados. **Innovación a secas. Ni voluntaria, ni comercial. En todo caso, inteligente.**

Vaya terminología

Expansión, 9 de mayo de 2005

Trabajamos con términos y conceptos insufribles.

¿Qué es un “stakeholder”? La mayoría de los entendidos ni lo traducen. Otros, usan la tracción técnica “grupos de interés”. ¿No suena mejor “grupos del entorno” o simplemente “entorno”? Para los que duden, usen todos y después decidan en función de lo que entienda mejor su vecino. En segundo, la idea del “doing good”, que un “experto” aplica a las “actividades no lucrativas de su empresa” canalizadas a través de su fundación corporativa, frente a la de “doing well”, que aplica al resto. ¿Caben actividades no lucrativas en una empresa, para colmo separadas del bien hacer?

Vayamos a las ideas. Es habitual escuchar que la responsabilidad empresarial es voluntaria. ¿Si quiero soy corrupto, contamina o permito que mis proveedores contraten niños en sus fábricas? Más que voluntario, parece un tema ineludible. O decir que la empresa se comporta desinteresadamente. ¿Alguien hace algo sin estar interesado? Otra perla: el compromiso responsable de las empresas con la sociedad ¿no es el compromiso a secas? ¡Faltaría más que no fuera responsable!

En fin, **habrá que dar un premio a la carta del Presidente de la empresa que no mencione las palabras “responsabilidad”, “RSC”, “grupos de interés”, “actividades no lucrativas”, “desinteresado” ni “voluntariedad”** cuando presente su Memoria de Sostenibilidad. Aunque parece difícil mientras siga siendo un documento separado de la Memoria Anual.

La empresa guay

Expansión, 26 de julio de 2005

Mi hijo y sus amigos no entienden qué es una empresa socialmente responsable. Ni el entorno de mis padres. Ni casi ningún ciudadano. Ni los auténticos empresarios. Muy mal lo estamos explicando si no nos entiende nadie.

Una prueba. Lea lo siguiente, que resume el contenido sobre acción social de buena parte de los infinitos cursos de verano sobre R”S”C. “Mi empresa devuelve un X% de su beneficio a la sociedad mediante donativos no lucrativos. Un porcentaje voluntario de su cuenta de resultados económica, aunque tiene otras dos: la medioambiental y la social, que puede ser interna o externa. Es una práctica consensuada desinteresadamente con sus grupos de interés, que usa indicadores definidos por organismos multilaterales y verificadas por un certificador. Así refleja su solidaridad, importante valor corporativo, y lidera los rankings de donantes.”

Si no lo entiende, disfrute de sus vacaciones. Si lo entiende, sobre todo si está de acuerdo, también. Pero intente que le dé el aire en el hemisferio de las ideas, porque seguro que se abre un debate en cuanto vuelva: hay que simplificar. Porque **una empresa responsable, según la RAE, es la que pone cuidado o atención en lo que hace o decide.** Es decir, una empresa a secas. Una buena empresa (no una empresa buena, que es diferente). Como mucho, una empresa guay, término que entenderían mejor los amigos de mi hijo. Y estaría de acuerdo con la RAE.

In accordance

Expansión, 21 de noviembre de 2005

El anglicismo del título es tan habitual **en las empresas guay** como hablar de stakeholders o del GRI. Supongo que **suena bien decir que el CSR Annual Report** de tu empresa **es in accordance con los principios del GRI**. Tanto a los muy expertos como a los muy inexpertos. Unos porque saben lo que quiere decir y otros porque suponen que si es en inglés, será muy bueno. Los extremos se tocan.

Pero los del medio, que son muchos más, no entienden nada. Hagan la prueba en su comunidad de vecinos, en la grada de un partido de fútbol de la selección o en la cafetería de un polígono industrial. Explíquenles que lo que quieren decir es que la empresa informa sobre varios cientos de indicadores según un modelo internacional válido para todo tipo de empresas sobre temas económicos, medioambientales y sociales. Y pídanles su opinión.

Yo ya lo he hecho con varios amigos. Dada mi militancia, me preguntaron por los indicadores sobre acción social. Al saber que eran principalmente dos, las donaciones a la comunidad y la relación de distinciones recibidas, desmitificaron la terminología anglosajona y me pidieron un poquito de por favor. “¿Son empresariales? ¿No hay ninguno más?” “Pues no a ninguna de las dos preguntas”. “Pues yo no sé si presumiría mucho. Y menos en inglés”.

In disaccordance

Expansión, 28 de noviembre de 2005

Seguimos con el despropósito de gran parte de los “expertos” en la R”S”C. Más que expertos, extraterrestres. Eso sí, de un planeta anglosajón, por la terminología. O chino, porque no hay quien nos entienda.

Acabo de recibir varias cartas y de ver varios anuncios de empresas diciendo que “hemos sido recompensados por GRI con el reconocimiento “in accordance””. Y que “somos la única empresa española y una de las cinco del mundo que ha obtenido el reconocimiento”. Firmadas por los respectivos presidentes, supongo que a propuesta de sus, de momento, ilustres consultores.

Sólo falta que este año presuman de que sus cuentas anuales siguen los principios internacionales de contabilidad y de que están auditadas. Y que lo justifiquen porque ahora lo que se lleva es considerar los grupos de interés, para los que el continente (la transparencia) es más importante que el contenido (los resultados y expectativas a medio plazo).

Pues va a ser que no. Apuesto por que las empresas seguirán presentando resultados de su actividad empresarial. Y describiendo sus actuaciones medioambientales, sociales, de capital humano o buen gobierno. Muchas sin resultados, porque son alardes de comunicación. Justo ese es **el reto: los resultados, no si el sistema de información sobre R”S”C es “in accordance”**.

Antisistema

Expansión, 26 de mayo de 2008

No siempre nos eliminan en cuartos de final. Somos los primeros del mundo en algunas competiciones. Por ejemplo, somos el país con mayor número de empresas y cajas suscriptoras de los principios del Pacto Mundial, seguidoras de las iniciativas de Al Gore y de Bill Clinton, con un mayor número de miembros de GRI o el que tiene el porcentaje más alto en el nivel A+ de aplicación de su versión G3 (más del 90%). Sobresaliente en globalización y estándares formales internacionales. Premio para los equipos de comunicación y gestión del riesgo reputacional. O para la industria de la R”S”C. Y habrá más, porque hemos sido de los primeros en adaptar el británico FTSE4Good a España a través del FTSE4Good IBEX. Creo que ha llegado la hora de ser más antisistema. Porque esta parafernalia no la entiende ni el ciudadano ni el tejido empresarial, principalmente PYME. **Las empresas de mi pueblo trabajan en la integración de personas inmigrantes y ayudan a los mayores, muchos pensionistas. Aunque no se llame R”S”C sino realidad social.** Aunque no tenga base anglosajona sino demográfica. Sólo nos falta que nuestro índice bueno tenga una réplica en las bolsas de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. Ganaríamos otra competición más.

Navidad

Expansión, 28 de julio de 2008

Me voy a mi pueblo a recuperar fuerzas para superar la crisis o como se llame la cosa.

Los primeros días no me entienden **mis amigos, pequeños empresarios autónomos. Ni me miran cuando les hablo de R”S”C.** Y de los varios Consejos Estatales que se van a constituir. Y de que las principales empresas y cajas la explican a través del diálogo con stakeholders mediante memorias de sostenibilidad acordes con GRI al nivel A+, en las que presumen de que suscriben los Principios del Pacto Mundial. Todo ello verificado por expertos externos. Enseguida me recomiendan un descanso reparador. Y unos días antes de regresar vuelve a salir el tema, esta vez en términos de qué suerte que la nueva oficina bancaria sea más amplia y sin escaleras, qué entretenido y qué fácil esto de Internet, qué bien que haya inmigrantes que les ayuden o qué importante la educación y el primer empleo de sus hijos y nietos. Y que algo habrá que hacer para que en su día cobren la pensión por jubilación, porque hoy apenas trabajan una docena de sus doscientos envejecidos habitantes. Una forma más acertada de hablar de lo mismo. A ver si también aciertan con la lotería de Navidad que este año ya se compra en verano. Felices vacaciones. Y suerte.

El fin de la inversión socialmente responsable

Expansión, 15 de septiembre de 2002

¿Cuál es el fin de la inversión socialmente responsable (ISR)? La ISR se concibió hace más de diez años como una forma de adecuar ciertas prioridades personales de los inversores a sus decisiones de inversión. Por ejemplo, un ecologista no tiene sentido que invierta sus ahorros en una empresa que no tiene un comportamiento medioambiental destacado. Poco a poco se fue complicando el menú, que podía ser tan amplio como las inquietudes de los ahorradores. En una segunda fase, el inversor pasó de aplicar criterios de eliminación a invertir sólo en las empresas con un mejor comportamiento en sus temas de interés. Ahora nos encontramos en la tercera fase, en la que los inversores empiezan además a intentar influir en la gestión de las empresas de las que son accionistas para que sean ejemplares. Es decir, **el fin de la ISR ha ido adaptándose, sin renunciar nunca a la rentabilidad a medio plazo** que se encuentra en su esencia.

¿Cuál será el fin de la inversión socialmente responsable? A lo mejor se encuentra más cerca de lo que pensamos, porque dentro de nada - ¿ya? - los inversores sólo invertirán cuando las empresas que superen sus tradicionales análisis económico-financieros cuenten, además, con una legitimación social indiscutible. Es decir, cuando cumplan con sobresaliente los nuevos capítulos económicos (buen gobierno, transparencia informativa, ética profesional de sus directivos, buenas prácticas de negocio, respeto al libre mercado, ...), los sociales (relaciones laborales en la empresa y en sus cadenas de producción y distribución, capital intelectual, acción social, ...) y los medioambientales.

Uno y otro fin convergen. Es puro sentido común. **Dentro de unos años no hablaremos de ISR, sino de inversión. De la misma manera que no hablaremos de empresa socialmente responsable, sino de empresa,** ya que no se concebirá una empresa que no cumpla con ciertos mínimos. Y será más corto y fácil de pronunciar.

El proceso ya se ha desencadenado. Los recursos gestionados por los fondos de pensiones norteamericanos que siguen criterios de ISR crecieron un 3% en el primer trimestre de 2002. Los activos de los fondos diversificados, disminuyeron un 9,5%.

Ojo con la ISR

Expansión, 23 de mayo de 2005

Dice la ortodoxia que la empresa “socialmente” responsable es aquella en que, junto a los aspectos económicos tradicionales, aumenta la relevancia de otros como el buen gobierno, las relaciones laborales, el medio ambiente o la acción social. Pasando de las musas al teatro, los expertos han dado a luz sistemas de indicadores y han generado incluso índices bursátiles para clasificar a las empresas. Lógicamente, la cotización de las empresas que los utilizan debería evolucionar mejor en un ciclo largo.

Pues resulta que no. Por ejemplo, ni la empresa más rentable del mercado español durante los últimos ocho años ni aquéllas en las que invierte el Vice Fund (Fondo de Vicios), que fue el más rentable durante 2004 entre los analizados por Bloomberg, formarán parte nunca de estos índices. ¿Dónde está la contradicción?

Hemos complicado tanto la teoría que hay importantes herramientas de análisis mal construidas. Por ejemplo, **resulta que para formar parte de los índices de sostenibilidad más prestigiosos hay que estar entre los principales donantes a causas filantrópicas**. A pesar de que ningún capítulo empresarial se mide sólo por el importe de los recursos invertidos, y menos si son donados. La R”S”C alcanzará su éxito cuando lo corporativo, lo medioambiental, lo laboral y lo social estén tan unidos a lo económico que no se puedan separar. Mientras tanto, generará paradojas como la de la ISR.

El tipo de interés

Expansión, 30 de abril de 2007

No me cuadra la teoría sobre los grupos de interés que se defiende con vehemencia, sobre todo en foros especializados, con la práctica de que apenas nadie haya analizado el principal grupo de interés: el tipo de interés. No el euribor, sino el ciudadano. Cualquier ciudadano es un tipo de interés. ¿Qué piensa el españolito medio sobre la R“S”C?

Para los encuestados recientemente por TNS, **las dos cualidades que mejor definen a una empresa responsable son el respeto al derecho de sus trabajadores** (mencionado por el 61,3%) **y el cumplimiento de las leyes** (por el 36,7%). Datos que tendremos que tener en cuenta cuando hablamos de que ser una empresa responsable es voluntario o que sólo se refiere a actuaciones que exceden el cumplimiento de las obligaciones legales. Un tema sobre el que vale la pena investigar un poco más, porque se nos había olvidado que la clave de todo este cambio es la persona y apenas conocemos poco más que sus buenas intenciones. Conocer al ciudadano es un concepto clave. Igual que lo es no perder el norte con el concepto de empresa, cuya evolución requiere un cierto tiempo de cocción. Más que el que creen **algunos teóricos de la R“S”C, para los que la empresa es una especie de asamblea de grupos de interés donde todos tienen derecho a levantar la voz.**

Cuéntame

Expansión, 15 de enero de 2003

La Memoria 2002 de un buen número de grandes empresas va a incorporar cambios significativos. Empezarán a informar sobre sus mejores prácticas en capítulos como gobierno corporativo, códigos éticos, relación con clientes, empleados, socios de negocio, inversores y proveedores, comportamiento medioambiental o apoyo a actividades de interés general. Se caracterizará más por la explicación del planteamiento, la declaración de intenciones y el compromiso de futuro que por el tradicional enfoque retrospectivo de lo realizado el año pasado. Y para que todos se sientan seguros, hará referencia a estándares internacionales acordados por las principales empresas del mundo, que ya empezaron hace varios años.

¿Qué sentido tiene este nuevo afán informativo? Las empresas en particular y el sector empresarial en su conjunto quieren construir confianza abordando temas que los ciudadanos y agentes sociales antes nos parecían menores y ahora, a partir de algunos excesos de empresas que hasta el año pasado eran referencia de liderazgo, demandamos. No es, por tanto, ni una moda ni un tema que se resuelve con una operación cosmética. Se trata de un ejercicio de transparencia, que debe ser inteligente para que no genere reacciones en contra por una posible incoherencia ni con el concepto -económico- de empresa ni con la trayectoria histórica de cada caso. Es un ejercicio a medida, en el que en muchos casos destaca la importancia del compromiso de actuación adquirido (ver la Memoria 2001 de Ferrovial o de Sol Meliá), en otros la descripción de las actividades (ver el Informe Social de Repsol YPF a noviembre de 2002) y en otros, además, el sistema de gestión y la cuantificación de sus indicadores. (ver la Memoria 2001 de DKV Seguros o la Memoria Social 2001 de Coca-Cola España).

¿Qué, cómo y cuándo se cuenta? **No se trata de un cuentecito adjunto a la Memoria sino de informar al accionista**, con lo que ello supone de examen final en la Junta General. Suerte a todos en 2003, en un tema que será especialmente nuevo.

Desfile de modelos

Expansión, 15 de febrero de 2003

Ha empezado el desfile de modelos de las Memorias Anuales de las grandes empresas. Los focos iluminan los documentos que se están entregando en las Juntas Generales, que reflejan cambios cuya importancia y velocidad sólo apreciaremos cuando tengamos más perspectiva histórica.

Las Memorias Anuales de 2002 incluyen complementos que algunas empresas se ponen por primera vez. Parece que hay tres tipos de colecciones. En primer lugar, las que presentan peinados, bolsos o zapatos medievales, que desentonan entre sí y con los vestidos de las maniquíes. En lo que nos atañe, son las que hablan de cuentecitos filantrópicos en capítulos artificialmente incorporados a la Memoria tradicional. Por eso cosecharán división de opiniones, sobre todo entre los expertos. En segundo lugar, las que se han esforzado por actualizar los complementos de otra época. Pero siguen pareciendo rancios. A nuestros efectos, aunque se hayan adaptado a las recomendaciones internacionales “de libro”, se nota que no ha habido una estrategia ni una definición previa de objetivos. Por último, habrá colecciones con complementos en la misma línea de futuro que el traje, al que ayudan a realzar dejando espacio incluso al estilo personal de la modelo, conocido porque es de fama internacional. En nuestro nicho, serán las empresas que cuentan con una estrategia, cultura y organización en el ámbito de la RSC, que han tenido muy claro que estos capítulos no son marginales sino nuevos componentes del proceso de creación de valor, naturales y a medida de su empresa.

Dentro de unos años, la Memoria Social, de Sostenibilidad, de Responsabilidad Social o la Triple Memoria **sólo tendrán sentido si sus contenidos aguantan el tipo cuando se incorporen a la memoria Anual tradicional, estructurada y presentada de acuerdo a la estrategia de negocio** y comunicación de cada caso. El éxito está asegurado, porque contamos con estrellas de la pasarela.

Otro informe anual

Expansión, 23 de enero de 2006

Las grandes empresas están corriendo para presentar resultados. También, con un poco más de tiempo, para editar el informe anual. **Un informe anual que debe entender fácilmente el lector habitual.** Obvio. Pero poco frecuente.

El lector habitual, no cualquier público. Que agradece que sea un único documento en vez de una colección de fascículos muchos de cuyos contenidos podrían estar en la web. Que sea sencillo y esquemático. Con datos, no sólo con textos. Con datos clave para la empresa, no con todos que encuentre en los formularios estándar. Con contenidos y realidades en los que la empresa tenga autoridad. No con declaraciones de intenciones ni disertaciones teóricas, que corresponden a otros. Con terminología fácil, sin anglicismos y siglas que requieran un traductor simultáneo. Y presentado por una carta del Presidente planteada en términos estratégicos. Con ideas, descripciones y datos relevantes sobre todo lo relevante, incluyendo lo corporativo, de recursos humanos, medioambiental y social si se da el caso. Y personalizado para cada empresa. Pero no sobre si sigue el plan general de contabilidad o el GRI, ni si está auditado, verificado o certificado. Así habrá más lectores habituales. Y más árboles en nuestros bosques, porque ahorraremos mucho papel.

En algún momento los que firman los informes se darán cuenta de que **el exceso de información genera desinformación**, por mucho que sus gabinetes y asesores lleven unos años convenciéndoles de lo contrario. Rectificar es de rectificadores. Para los que duden, les propongo que comparen los nombres de las empresas y cajas mejor percibidas por sus actuaciones en el ámbito de la integración social con los de las que más palabras les dedican en su Informe de Sostenibilidad o con las que más aparecen en medios por estos temas. Pura ciencia. Me ofrezco a ayudarles.

ERE en R”S”E

Expansión, 9 de febrero de 2009

O nos espabilamos o la próxima industria afectada por un ERE será la de la R”S”E. Con plantilla en todos los agentes sociales.

Les invito a que lean las últimas publicaciones especializadas. Donde unos miembros de la industria de la sostenibilidad escribimos por turno para que nos lean los otros miembros de la misma industria. Endogámicos. Herramientas, consejos, verificación, transparencia, tómbolas y dibujos solidarios. O a que asistan a sus eventos. Técnica y felicidad transparente, responsable y sostenible. ¡Ja!

Por este camino **los “grupos de interés”** (o sea, la sociedad) **cuestionarán pronto algo tan clave como la legitimidad de la R”S”E** (o sea, la empresa). Ya ha empezado a ocurrir con el sector bancario, en el candelero por varios temas. Algunos relacionados con injerencias en su gobierno. Otros con la falta de liquidez del sistema. Incluso con amenazas de vigilancia estrecha. Curiosamente, por parte de quienes no se caracterizan por acotar su poder ni por pagar a tiempo.

La industria tiene la responsabilidad de adelantarse. Por ejemplo, poniendo también encima de la mesa que bancos y cajas trabajan desde siempre en campos tan importantes para nuestro futuro como la integración social o la educación, desde la prevención del fracaso escolar hasta la universidad o los emprendedores. Y en las pensiones privadas. Temas no menores. Espero que los últimos acontecimientos nos alerten.

Fundación Empresa y Sociedad
Orense 29, 6º
28020 Madrid

Tf 91 435 89 97
Em info@empresaysociedad.org
www.empresaaysociedad.org