

Plan de actuación en responsabilidad social (R.S.)

Como se recoge en el Libro Verde de la CE, se entiende por responsabilidad social de la empresa "la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores". Adquirir conciencia de que esta

responsabilidad supone un elemento estratégico para mejorar la productividad y la eficiencia conduciría a los empresarios a asumir un liderazgo positivo, pero para ello es necesario que analicen la situación y reflexionen sobre los efectos perniciosos de las conductas irresponsables y de las pérdidas que de ellas se derivan.

El diseño de un programa de actuación en responsabilidad social de una empresa requiere un proceso metodológico cuidadoso para que su implantación sea un éxito. Por ello, distinguiremos tres etapas: el análisis de la situación, la evaluación de las responsabilidades sociales de la empresa hacia los trabajadores y la comunidad y el diseño del propio programa de actuación.

1. EL ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Para implantar con éxito un programa de responsabilidad social es necesario conocer las circunstancias particulares de la empresa y de su entorno y detectar anticipadamente las demandas de la sociedad, por lo que conviene:

- **Realizar un análisis histórico.** Tener en cuenta, básicamente, el cumplimiento de la reglamentación en prevención, calidad y medio ambiente y estudiar las auditorías realizadas, la política de la empresa y los valores de la cultura empresarial actual.
- **Analizar las demandas sociales.** Escuchar a todos los grupos que se relacionan con la empresa, los llamados stakeholders (accionistas, empleados, directivos, proveedores, puestos de trabajo indirectos, etc.), para evaluar alternativas y propuestas de mejora de las acciones de R.S. y realizar un análisis posterior.
- **Estudiar los impactos sociales.** Estudiar y evaluar la repercusión de la actividad

empresarial en el entorno, tanto en sentido positivo como negativo (el desarrollo comarcal, la contaminación ambiental, el aumento de la cultura por formación interna, etc.).

- **Analizar modelos de buenas prácticas en R.S.** Analizar las empresas con buenas prácticas (especialmente nuestros directos competidores) y su proceso de desarrollo en R.S., con el fin de ayudar en la evaluación de las posibilidades de éxito del programa.

2. LA EVALUACIÓN DE LAS RESPONSABILIDADES SOCIALES DE LA EMPRESA HACIA LOS TRABAJADORES Y LA COMUNIDAD

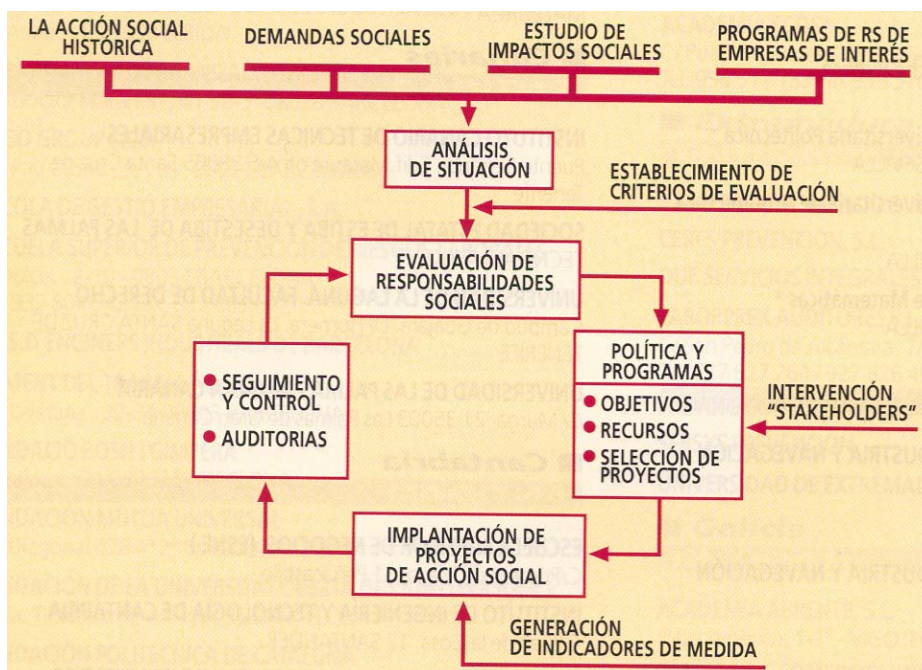
La evaluación de estas responsabilidades es básica para el adecuado desarrollo de un plan de actuación, por lo que consideraremos tres tipos de responsabilidades durante la misma que deben identificarse:

- **Responsabilidades Sociales primarias.** Son las inherentes a la actividad específica, como el cumplimiento de la legislación básica y el respeto a los valores éticos principales relacionados con los derechos humanos y con el medio ambiente.
- **Responsabilidades Sociales secundarias.** Comprenden la incidencia de la actividad específica en el entorno inmediato, como el equilibrio entre la vida laboral y extralaboral, la reinserción del accidentado, la formación permanente, la integración de los minusválidos, etc.

- **Responsabilidades Sociales terciarias.** Incluyen la mejora del entorno mediante acciones no propias de la actividad específica, como el apoyo a actividades culturales o artísticas, ayudas por hijos en edad escolar, descuentos, asesoramiento jurídico, etc.

ESQUEMA BÁSICO DE UN PLAN DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE R.S.

3. EL DISEÑO DEL PROGRAMA DE ACTUACIÓN



El programa de actuación en este campo no tiene límites definidos y depende del punto de partida, pero se pueden perfilar unas fases en el diseño del mismo cuya profundidad variará en relación con cada empresa:

- **Definición de la política en R.S.**
La dirección de la empresa debe establecer el código ético que fomente un clima de respeto hacia los valores sociales y que demuestre su compromiso personal, que debe ser al máximo nivel y quedar reflejado en la política y en los programas, asignando los recursos que sean necesarios para su cumplimiento. Este código debe ser conocido por todos los stakeholders.
- **Elaboración de los programas**
A partir de la evaluación de las necesidades, se elaborará el programa de trabajo con los

especialistas, considerando los aspectos técnicos de las necesidades detectadas, el diseño del sistema de datos, la preparación de los sistemas de información, la viabilidad de los proyectos, etc.

• **Integración de la R.S. en la estructura**

Todos los directivos de las unidades operativas deben estar sensibilizados y comprometidos en el programa y su actuación en cualquier ámbito será coherente con el mismo para contribuir de esta forma a la correcta implantación de los proyectos.

Es conveniente constituir un comité para el tratamiento de estos temas y que exista un responsable del desarrollo de los proyectos.

• **Establecimiento de indicadores para la evaluación, seguimiento y control**

El establecimiento de criterios de evaluación e indicadores de medida claros y transparentes facilita el imprescindible seguimiento y control de las acciones realizadas y es imprescindible para el proceso de mejora continua.

• **Comunicación de la actuación social**

Es indispensable la difusión de las actuaciones realizadas con criterios veraces y transparentes a través de diversos medios de comunicación interna y externa para satisfacer a los stakeholders y al público, y para mejorar la reputación de la empresa.

Finalmente, cabe destacar que cada vez es más evidente que la responsabilidad social es un elemento estratégico en la gestión de la empresa que contribuye a generar confianza y mejorar la reputación y la competitividad y, con ello, su capacidad de pervivencia.

Más información en: Notas Técnicas de Prevención 643, 644, 647 y 648, ya publicadas, y 687, 688 y 693, de próxima aparición.