

TRIBUNA

LA GUÍA DE RSE AENOR: UNA EFICAZ HERRAMIENTA PARA LAS EMPRESAS

A la vez participa a nivel internacional en el desarrollo de la Guía sobre Responsabilidad Social ISO 26000

José Luis Tejera, Director de Desarrollo de AENOR

La Responsabilidad Social de las Empresas está siendo aceptada en el tejido socio-económico español. Sin embargo, hay numerosos aspectos por definir y -lo que sin duda es más importante- incógnitas en su 'hoja de ruta' a la hora de que las empresas lo lleven a la práctica. ¿Qué debe hacer una organización que aspire a ser 'socialmente responsable'? Para arrojar algo de luz, AENOR, la entidad legalmente responsable del desarrollo de la normalización en España, ha publicado una guía sobre el Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social de las Empresas. En paralelo, AENOR participa en el desarrollo por parte de la Organización Internacional de Normalización de la Guía sobre Responsabilidad Social ISO 26000 que incluirá líneas directrices sobre la RSE. El proyecto ya tiene categoría de Borrador de Norma Internacional (DIS) y en mayo se ha dado un importante paso en la cita de trabajo de Québec (Canadá).

Por un lado, la Guía de RSE de AENOR se diferencia de otras en que está realizada según las directrices de trabajo propias de la normaliza-



ción, uno de cuyos valores fundamentales es contar con la participación y consenso de todos los grupos de interés, lo que le confiere con mayor potencial de ser aplicado con éxito frente a otros documentos de carácter unilateral. La Guía 'Ética. Sistema de Gestión de la Responsabilidad

La Guía española recomienda que la RSE se implante mediante un Sistema de Gestión integrado

La Guía sobre Responsabilidad Social ISO 26000 ya tiene categoría DIS y verá la luz en 2010

Social de las Empresas' -publicada recientemente bajo el formato de Norma Española Experimental UNE 165010 EX- es un documento pionero entre los organismos de normalización de los países desarrollados. De fácil comprensión, contribuye a que las empresas sean sostenibles y a que puedan tomar las medidas para serlo. El documento distingue los distintos grupos de interés que abarca una política de RSE y qué aspectos deberían ser tenidos en cuenta en el comportamiento hacia cada uno de ellos. Estos grupos son empleados, propietarios, accionistas, inversores y socios; clientes, usuarios y consumidores; proveedores de productos y servicios; competidores; administración; comunidad/sociedad y las alian-

zas de la empresa. La Guía recomienda que la implantación de la RSE se lleve a cabo mediante un Sistema de Gestión integrado en las estrategias de negocio de la empresa. Los principales pasos de un Sistema de Gestión son el diagnóstico inicial, planificación, implantación, medición y análisis de los resultados, así como medidas de mejora a raíz de dicho análisis. De este modo, la organización entra en una dinámica de mejora continua que la hace desarrollar con eficiencia el campo que toque el Sistema de Gestión.

La ISO 26000, con pie firme
A nivel internacional, la Organización Internacional de Normalización (ISO) trabaja en la Guía sobre Responsabi-

lidad Social ISO 26000, que avanza con pie firme -ya tiene categoría de Proyecto o Borrador de Norma Internacional (DIS)- para ver la luz a finales de 2010. En este sentido, el pasado mes de mayo se ha dado un paso importante en Québec (Canadá), donde ha tenido lugar la 7ª reunión del grupo de trabajo de ISO (ISO TMB WG SR); allí se han debatido los comentarios realizados y se trabaja en la redacción del Borrador de Norma Internacional.

Este proyecto cuenta con un respaldo récord: el grupo de trabajo de ISO está compuesto por 435 expertos acreditados que representan a 91 países y 190 observadores. En la reunión de Québec hubo, según cifras provisionales, 300 asistentes.

España, como representante español ante los organismos internacionales de normalización, participa en este proyecto de ISO con el Comité Técnico de Normalización AEN/CTN 165 Ética. Además de participar en la marcha del proyecto y facilitar la coordinación con el comité nacional, desempeña la secretaría del grupo de traducción al español. En este grupo están representados todos los países de habla hispana.

La próxima reunión del grupo que desarrolla la ISO 26000 tendrá lugar en abril o mayo de 2010 en Copenhague (Dinamarca), donde se trabajará sobre los comentarios enviados al DIS, fase que dura cinco meses y es la más importante en el proceso de desarrollo de las normas ISO ya que los organismos nacionales de normalización votan el proyecto y que sirve para sentar las bases de lo que será el Borrador Final de Norma Internacional (FDIS), antesala de la nueva Norma ISO 26000.

Diferentes empresarios aportan sus experiencias

Grupo Inforpress impulsa el movimiento Actúa contra la crisis

N. G. / Bilbao

Adrián Celaya, secretario general de Corporación Mondragón; Pascal Blasco, director general de Laboratorios Boiron; Juan María Porcar, director general de Fujitsu Services; Ana Céspedes, directora de Asuntos Corporativos de Merck; Carmen Mur, consejera delegada y presidenta ejecutiva de Manpower; Luigi DeRosa, área general manager de Intercontinental Hotels Spain; Carlos Buesa, director general de Oryzon Genomics; Luis Seguí, socio director de Miura Private Equity; Pablo Raventós, director general de Unipost; y Óscar Pérez, presidente de Aresa Boats, han aportado sus experiencias para combatir la crisis.

Entre sus ideas figuran optimizar procesos formativos y recursos, centrarse en el cliente, la reubicación de empleados en distintas empresas del grupo, ofrecer noches de hotel gratis, un servicio 24 horas de atención al cliente, la adaptación de los contratos a la situación actual para no prescindir de ningún trabajador, el ajuste del gasto corriente y la búsqueda de nuevos mercados. Las personas interesadas en conocer en detalle sus experiencias,

pueden consultar la página web www.actuacontralacrisis.com.

Proyecto estrella de RSC

www.actuacontralacrisis.com nace como el proyecto estrella de responsabilidad corporativa de Grupo Inforpress. El objetivo es crear un Movimiento para Actuar contra la crisis, explicar las historias que merecen ser contadas. Contagiar con el ejemplo de los grandes líderes de pequeñas, medianas y grandes empresas que existen en nuestro país.

En este tiempo se han visto grandes casos de liderazgo, de genialidad, buscando ideas bajo las piedras, creando nuevos compromisos, historias que merecen ser contadas. Este blog está destinado a contar esas historias, para contagiar y animar a actuar contra la crisis. En quince líneas los presidentes de empresas cuentan que acciones han puesto en marcha.

Los diez puntos de su manifiesto, que es una vuelta a los principios básicos de la esencia de emprender y gestionar, se resumen en un punto adicional: Comunicar, Compartir, crear Confianza. Hoy más que nunca hay que unir esfuerzos, señalar el camino y repetir nuestra visión.

La UPV/EHU y la Asociación Paz con Dignidad presentan el libro 'El negocio de la responsabilidad. Crítica de la responsabilidad social corporativa'

Analizan las políticas de RSC de las empresas españolas en Latinoamérica

La UPV/EHU y la Asociación Paz con Dignidad han editado el libro "El negocio de la responsabilidad. Crítica de la responsabilidad social corporativa", que analiza la responsabilidad social corporativa de las firmas multinacionales españolas. El estudio es fruto del convenio de colaboración entre la universidad y la citada asociación para desarrollar el Observatorio de Multinacionales en América Latina.

El profesor y exdirector de la EU de Relaciones Laborales de la UPV/EHU, Mikel de la Fuente, el delegado de la Asociación Paz con Dignidad, Pedro Ramiro, y el profesor de Derecho de Trabajo y de la Seguridad Social de la UPV/EHU, Juan Hernández Zubizarreta, presentaron el libro que examina la influencia de las multinacionales españolas que trabajan en América Latina en el entorno y los mecanismos que utilizan para salir al paso de las críticas sociales que desencadena su actividad.

La responsabilidad social corporativa es un instrumento desconocido por siete de cada diez ciudadanos aunque el 78 por ciento de las compañías mul-



El estudio es fruto de la colaboración entre la UPV-EHU y la Asociación Paz con Dignidad

tinacionales con sede en el Estado español publican informes sobre su actividad responsable. El estudio analiza el auge de la empresa responsable y las implicaciones éticas, jurídicas, laborales y ambientales de esta forma de estar presente en la sociedad.

El libro explica las diferentes políticas de responsabilidad social corporativas que emplean las empresas para refor-

zar su imagen de marca, mejorar su prestigio, diluir las críticas de las organizaciones sociales y contribuir a nuevas líneas de negocio. De esta manera, la responsabilidad social de las empresas se convierte en una herramienta útil para fidelizar clientes y obtener beneficios económicos, al tiempo que recupera la confianza del conjunto de la sociedad en las grandes empresas.