Conferencia del Sr. Presidente de Ibercaja: "La Responsabilidad Social Corporativa"

PRESENTACIÓN PROYECTO *EMPRESAS CON CORAZÓN*. CÁRITAS DIOCESANA DE ZARAGOZA

Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza

29 de septiembre de 2005

JORNADA CÁRITAS ZARAGOZA
SEPTIEMBRE DE 2005

Buenas tardes a todos...

Quisiera comenzar mi intervención agradeciendo la amable invitación como ponente a este acto por parte de Cáritas Diocesana de Zaragoza e, igualmente, a la Cámara de Comercio e Industria por acoger el evento en sus instalaciones, dando una muestra más de su sensibilidad por las iniciativas sociales.

Como saben, el motivo de esta convocatoria es la presentación de la propuesta de colaboración de Cáritas que tiene por nombre: ***Empresas con corazón***. Lógicamente, no me corresponde a mí comentar en detalle el proyecto, pero sí que permítanme expresar mi más sincero reconocimiento y adhesión a sus objetivos. Espero que muchas empresas de nuestra ciudad lo suscriban, de forma que su participación impulse las acciones sociales que Cáritas lleva a cabo en diferentes ámbitos como, entre otros muchos, la pobreza, la atención a inmigrantes y la promoción del voluntariado.

En este contexto, se me ha encomendado una conferencia sobre el sugerente tema de la responsabilidad social corporativa o, abreviando por sus siglas, RSC. Sin más dilación, intentaré exponer en los próximos minutos mi propio punto de vista sobre este fenómeno del que tanto se está hablando y escribiendo en los últimos tiempos, sus orígenes y, mirando al futuro, las principales implicaciones que se derivan de él.

En mi opinión, y antes de entrar en lo que es el concepto de RSC en sí mismo, tenemos que enmarcar su relevancia en la actualidad en función de una serie de procesos de largo plazo que se han gestado durante las pasadas décadas.

En primer lugar, en las sociedades avanzadas se presta una atención creciente a la pobreza que acucia a gran parte de la humanidad, tanto de forma generalizada en los países del Tercer Mundo como en determinados colectivos excluidos de las sociedades occidentales. No cabe duda de que el crecimiento económico está siendo muy desigual por regiones. Las estadísticas son

irrefutables en este sentido: las diferencias entre los niveles de renta de África y los de los países de la OCDE son ostensibles, y se amplían cada año conforme comprobamos en los informes anuales del Banco Mundial.

A la par, el crecimiento económico no garantiza tampoco una mayor igualdad en la distribución de la renta disponible dentro de las fronteras del país. Así, por ejemplo en el caso de Estados Unidos, se constata una mayor desigualdad hoy con respecto a la que se registraba a comienzos de los 90, en base al Índice de Gini que mide el reparto de la renta entre la población. El fenómeno de la inmigración, del que España es uno de los más claros exponentes en los últimos años, acentúa los problemas de exclusión social en las economías desarrolladas.

Encontramos innumerables ejemplos que reflejan el aumento en la intensidad de la demanda social de actuaciones frente a desequilibrios de esta índole, como la petición de que el 0,7% de los presupuestos estatales se dedique a asistencia para los países subdesarrollados. Asimismo, cobran gran importancia los programas públicos y privados de ayuda a los colectivos desfavorecidos dentro de los países avanzados.

En segundo lugar, de manera progresiva se ha ido fraguando en la sociedad una inquietud sobre la sostenibilidad del Medio Ambiente a raíz de alarmantes procesos como, entre otros, el avance de la desertización, el efecto invernadero y el horizonte de agotamiento de recursos energéticos básicos como los combustibles fósiles. Se reclaman medidas urgentes a escala global para disminuir el impacto ambiental que está originando el actual modelo de desarrollo económico. El Protocolo de Kyoto constituye un ejemplo paradigmático de esta preocupación.

Adicionalmente, en tercer lugar, las grandes compañías multinacionales han trasladado abundantes plantas de producción a regiones subdesarrolladas o en

vías de desarrollo, a consecuencia de las enormes diferencias de costes respecto del país donde se ubica la matriz.

Conviene señalar que este proceso es una consecuencia más de la dinámica de globalización que viene experimentando la economía mundial en las últimas décadas. Lo que ocurre es que aquí, en España, el tema de la deslocalización ha empezado a afectarnos de manera negativa recientemente. Ha sido cuando por fin nuestros niveles de bienestar han alcanzado cotas similares a las de los principales países europeos. Por consiguiente, los bajos salarios ya no son un factor de atracción de inversiones extranjeras en España frente a otras potencias emergentes como China o los 10 nuevos socios de la Unión Europea, y el cierre de empresas en algunos sectores de producción industrial es una realidad de la que todos conocemos casos cercanos.

Retomando el hilo de la conferencia, hay que señalar que las carencias de la regulación laboral en estos países, en lo relativo a los derechos de los trabajadores, introducen cierta preocupación en las sociedades avanzadas porque se cumplan allí unas mínimas condiciones laborales, evitando por ejemplo la explotación infantil o la extensión en exceso de la jornada laboral.

La sociedad civil se ha organizado en torno a todas estas cuestiones que acabo de relatar: pobreza, exclusión social, sostenibilidad del medio ambiente y respeto a los derechos laborales y personales. El movimiento asociativo ha cristalizado en la proliferación y el empuje de las organizaciones ecologistas, las Organizaciones no Gubernamentales para el desarrollo, las entidades defensoras de los derechos humanos, etc. Este tejido civil reclama con vigor a los gobiernos de los Estados y a las instituciones supranacionales, y también a las empresas, que se comprometan firmemente en la corrección de los desequilibrios que genera el actual modelo de crecimiento económico.

En este contexto, ya en 1999, la ONU promovió un Pacto Mundial en el seno del Foro de Davos que recogía estas inquietudes. Su Secretario General

resumía a la perfección el espíritu del acuerdo: **"Elijamos reconciliar las fuerzas creadoras de la empresa privada con las necesidades de los menos aventajados y con las exigencias de las generaciones futuras"** señalaba Koffi Annan en aquel momento.

Asimismo, la Comisión Europea publicaba en julio de 2001 el Libro Verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. En esta publicación se invitaba a las empresas a invertir en la sostenibilidad futura, implantando un modelo de gestión que buscara resultados económicos, sociales y medioambientales. El documento tenía su antecedente en el llamamiento que realizó el Presidente Delors en 1993 a las empresas para que participaran activamente en la lucha contra la exclusión social.

Sin duda, los principales motores de estas dinámicas en el ámbito de las sociedades occidentales han sido los mayores niveles de educación de la población, el aumento de la renta per cápita y las sucesivas innovaciones en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y la consiguiente globalización a la que han contribuido éstas últimas. Los adelantos en la tecnología han impulsado la difusión de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), y han propiciado la extensión de nuevas redes de gran alcance en la comunicación y transmisión de información como Internet y la telefonía móvil.

Ahora observamos en tiempo real lo que ocurre en cualquier rincón del planeta. De este modo, todos tenemos en nuestra retina, por ejemplo, los desastres naturales que hace unas semanas arrasaron Nueva Orleáns en Estados Unidos o los efectos catastróficos que desató el tsunami en la costa asiática del Pacífico a finales del año pasado. Asimismo, es cada vez mayor la cantidad y calidad de la información que recibimos acerca de la miseria en África o sobre el agujero de la capa de ozono. Podríamos decir que estos acontecimientos nos son más próximos, de forma que aumenta nuestra sensibilidad y solidaridad ante ellos.

Por otra parte, quisiera señalar a los escándalos contables en grandes compañías estadounidenses como un último factor adicional decisivo que ha avivado el fuego de la RSC. En la mente de todos están los fraudes de Enron y WorldCom, en los primeros años de este nuevo milenio, por ser los de mayor repercusión. Un fenómeno que tuvo también sus extensiones a este lado del Atlántico, en los casos de Parmalat y Ahold. A partir de estos hechos se puso en tela de juicio el bueno gobierno y la transparencia de las empresas cotizadas. Se crearon comisiones de expertos encargadas de establecer normativas que regularan esta materia y devolvieran la confianza en la gestión de las grandes corporaciones a los inversores. Así pues, la preocupación por el buen gobierno de las empresas supone un elemento relevante dentro de la actualidad de la Responsabilidad Social Corporativa.

En definitiva, parece evidente que en la gestión empresarial de nuestros días ya no basta con cumplir aquella fórmula clásica de maximizar beneficios con el mínimo coste. Es decir, se exige algo más allá de las meras obligaciones legales y mercantiles. A mi juicio, queda desfasada la propuesta del controvertido artículo de Milton Friedman titulado: *"La responsabilidad social de las empresas consiste en incrementar su beneficio"*, publicado en *New York Times* en septiembre de 1970. La sociedad asigna ahora a las empresas privadas algunos objetivos que bien podrían catalogarse como públicos, y que hasta hace no muchos años eran responsabilidad exclusiva de los gobiernos.

Como he intentado demostrarles con lo expuesto hasta el momento, la RSC no es un fenómeno sobrevenido, sino más bien un proceso estructural de largo plazo que evoluciona en paralelo a los cambios que ha experimentado la sociedad y que ha alcanzado una dimensión importante. La mejor prueba de su candente actualidad es el incremento exponencial del número de publicaciones, seminarios, estudios y artículos en prensa que tienen a la RSC como tema central.

Una vez que creo ha quedado ya de manifiesto el contexto en el que hemos de ubicar a la RSC, conviene introducir una definición que precise el significado del concepto. Recurriré a la que establece la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) en su Documento número 1 de la Serie Responsabilidad Social Corporativa, que considero muy acertada: **"La RSC se define como el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa"**.

Ahora gestionar los recursos humanos, tecnológicos y financieros de la empresa para optimizar su rendimiento no es suficiente, sino que, a la vez que se persigue esto, es necesario respetar el medio ambiente, favorecer la inclusión social y satisfacer las expectativas de los grupos de interés en los distintos ámbitos enumerados. En síntesis, la empresa tiene que implicarse en la mejora del entorno.

A la vista de la definición que acabo de enunciar, el alcance de la actividad corporativa trasciende los límites de la empresa. La AECA nos ofrece también una definición completa de los grupos de interés, la traducción del término anglosajón *stakeholders*: **"Son aquellos grupos sociales o individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Pueden también identificarse como grupos de interés las generaciones venideras"**.

Esta nueva visión difiere de la que formulaba el Premio Nobel de Economía Milton Friedman, que en el artículo al que hacía referencia anteriormente apuntaba que el único sujeto frente al que debe ser responsable la empresa es el accionista.

Atendiendo al nuevo criterio de la RSC, los grupos de interés son los accionistas, pero también los empleados, los clientes, los proveedores, los competidores y un amplio abanico de entidades que podemos catalogar como agentes sociales: sindicatos, asociaciones de consumidores, cámaras de comercio y organizaciones empresariales, medios de comunicación, analistas, ONG´s, etc.

A la inversa, lógicamente, el éxito de la empresa depende en última instancia de estos grupos de interés, dado que en gran medida son quienes configuran la opinión pública, con una creciente influencia sobre las decisiones de los consumidores y de los inversores.

Los consumidores, a la hora de elegir un determinado bien o servicio de los que el mercado oferta, toman en consideración los atributos propios de la RSC. Existen ya algunos estudios solventes que evidencian esta relación, como es el caso del publicado en la última edición de la prestigiosa revista Universia Business Review, que se basaba en un sondeo realizado en nuestro país. En este artículo se pone de manifiesto cómo incluso los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por este tipo de productos, en función de su respeto al medio ambiente, participación en proyectos sociales, etc.

Asimismo, en una investigación realizada en 12 países europeos y presentada en la primera *Convención Europea de Responsabilidad Social de la Empresa*, se concluía que el 70% de los consumidores considera relevante la RSC antes de adquirir un producto y más del 40% estaría dispuesto a pagar más por el mismo producto si la empresa que lo oferta es socialmente responsable. Constatamos que el precio ya no es la única variable decisiva.

Igualmente, algunos inversores tienen en cuenta factores éticos y medioambientales para estructurar sus carteras de activos, además de los meramente económicos. Así, en el análisis de las acciones que componen sus carteras se integran también estos factores. Este fenómeno tiene una extensión

considerable en países como Estados Unidos. Por ejemplo, el fondo de pensiones de los funcionarios de California, que gestiona un volumen patrimonial equivalente al 15% del PIB español, sigue criterios de RSC en sus inversiones y discrimina negativamente a las compañías que los incumplen. En el mismo sentido, algunas entidades financieras lanzan líneas de crédito para empresas en las que, además de evaluar la viabilidad financiera del proyecto, se priman los criterios sociales y medioambientales de la inversión en cuestión antes de aprobar la operación.

Lógicamente, en este contexto, el interés por conocer la actitud de las empresas en los ámbitos del buen gobierno, el medio ambiente, etc. está dando lugar a la creación de múltiples índices, observatorios, premios anuales y rankings en los que se evalúa el compromiso social de las compañías. En este sentido, la referencia a nivel internacional es el organismo independiente denominado Global Reporting Iniciative (GRI), que establece pautas voluntarias sobre información sostenible. Cuenta con la adhesión de casi 700 empresas de todo el mundo, de las cuales, 45 son españolas. Existen asimismo índices de RSC en algunas de las principales plazas financieras, como el Dow Jones Sustainability en la Bolsa de Nueva York o el FTSE 4 Good en la de Londres.

El GRI ha establecido unos patrones básicos para elaborar memorias de RSC, con el propósito de aumentar la homogeneidad de la información y que ésta se rija por unos criterios rigurosos. Será interesante revisar de forma breve los parámetros más destacados para comprender en qué aspectos se concreta la RSC y, consecuentemente, qué cuestiones deben detallarse en los informes de sostenibilidad.

Una parte de la RSC es la acción social. Quizá, al ser una dimensión externa, ésta es la más visible. Las empresas de todos los sectores, fundamentalmente las grandes, promueven iniciativas de atención al medio ambiente, de ayuda a los desfavorecidos o que contribuyan al desarrollo social y cultural. Para ello, se crean Fundaciones con el nombre de la compañía o de su fundador como

entidades jurídicas independientes que canalizarán este tipo de actuaciones. En la mayoría de los casos, las iniciativas se instrumentan en colaboración con entidades sin ánimo de lucro especializadas en las diferentes problemáticas. De este modo, cada vez se ponen en marcha más proyectos de rehabilitación de parajes naturales, asistencia a inmigrantes, inserción laboral de disminuidos, financiación de la investigación, etc.

Las empresas destinan parte de su beneficio anual a estos programas, en unos porcentajes que normalmente oscilan entre el 1 y el 3% del resultado neto atribuido.

Pero la RSC es algo más que la acción social. La RSC exige también el cumplimiento de una serie de preceptos de carácter interno, que son igualmente importantes. En primer lugar, conforme recomiendan las Comisiones de Expertos en Estados Unidos y Europa, es necesario fomentar la transparencia en la dirección ejecutiva y las políticas estratégicas de la empresa. Además, hay que evitar situaciones de conflictos de interés y favorecer la presencia de consejeros independientes en los órganos de gobierno. En definitiva, se trata de garantizar el buen gobierno en las empresas. Cabe esperar que con estas medidas no vuelvan a producirse escándalos corporativos de la magnitud de los que antes aludía en Enron, WorldCom o Parmalat.

En segundo lugar, y sobre todo en el caso de empresas industriales, los procesos productivos tienen que ser eficientes en el consumo de energía e impactar lo menos posible en el entorno. Es decir, no se trata sólo de contribuir con el medio ambiente a través de la acción social, sino también mediante la actividad cotidiana de la organización. Así por ejemplo, se premia la aplicación de políticas de ahorro de papel, luz y agua, y la reducción de emisiones contaminantes, residuos, etc.

En tercer lugar, en el apartado de los recursos humanos, de las personas que forman las plantillas de las empresas, hay también mucho que hacer según los parámetros establecidos por la RSC. Por una parte, es preciso mantener un marco de medidas preventivas de higiene y seguridad en el trabajo. De otro lado, se exige la igualdad de oportunidades por sexos en la contratación y en las políticas de promoción interna. Igualmente, la incorporación de personas disminuidas, tanto físicas como psíquicas, refuerza el compromiso social de las empresas.

La formación supone un pilar adicional en el ámbito de las políticas de recursos humanos. En términos de RSC, se valora positivamente que la empresa ofrezca a los empleados posibilidades de ampliar sus conocimientos y habilidades, de forma que además de incrementar su productividad, amplíen sus opciones de progresión profesional y de realización personal.

La calidad del empleo, con la estabilidad como uno de los principales atributos, es otro de los requisitos que distingue a las empresas socialmente responsables. Asimismo, se reconocen las iniciativas de las empresas en lo relativo a las facilidades para compatibilizar la vida profesional y familiar, en un contexto de bajas tasas de natalidad que está propiciando un preocupante envejecimiento de la pirámide poblacional.

En cuarto lugar, y aunque no siempre se le presta la atención suficiente, hay que seleccionar proveedores que cumplan los principios de la RSC para poder ser una empresa socialmente responsable. En esta cuestión insiste de forma especial el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Son muchas las compañías que diseñan códigos de conducta para proveedores de obligado cumplimiento en los contratos. Por lo tanto, si esta práctica se extiende, el efecto multiplicador sobre el cumplimiento de la RSC puede ser muy importante.

En quinto lugar, encontramos la atención a los clientes. Se requiere buscar su máxima satisfacción, actuando con diligencia en la resolución de quejas y

reclamaciones. Además, hay que evitar las prácticas de publicidad engañosa. Las asociaciones de consumidores refuerzan la vigilancia sobre estas cuestiones, que están también muy reguladas por normativas específicas.

Por último, conviene que tampoco olvidemos que el primer principio de RSC es, sin lugar a dudas, la obtención de beneficios económicos que sostengan la viabilidad de la empresa. Sobre él se sustentan el resto de condiciones. Aunque, como acabamos de constatar, no es, ni mucho menos, el único.
Pero la consecución de los resultados debe estar inspirada en criterios de sostenibilidad a largo plazo. Más allá de la obsesión por los resultados inmediatos, por lo deslumbrante de las cifras de crecimiento en volúmenes de ventas o de beneficios en un momento concreto, la gestión tiene que apoyarse en ejes estratégicos de largo plazo. De lo contrario, el "cortoplacismo" puede poner en dificultades a la empresa. El bueno gobierno exige prudencia y una visión de largo plazo en la gestión corporativa.

En síntesis, todas estas variables constituyen los principales puntos de referencia a la hora de evaluar la responsabilidad social corporativa, según el GRI.

Las grandes compañías de nuestro país se sitúan en la vanguardia del fenómeno de la RSC. En la mayoría de los casos han creado, dentro de su estructura orgánica y casi siempre como staff de la Dirección General, un departamento dedicado en exclusiva a la responsabilidad social corporativa. Su misión consiste en transmitir a toda la organización los principios de la RSC, innovar en las medidas que se pueden aplicar al respecto y elaborar las memorias de sostenibilidad en las que se recoge lo que la empresa realiza cada año en este ámbito.

Un elevado porcentaje de las empresas que componen el selectivo IBEX 35 de la Bolsa de Madrid ha presentado ya memoria de RSC, junto con las cuentas anuales de 2004. En el caso de Ferrovial, una de las pioneras, ésta ha sido ya

la cuarta edición. También Unión Fenosa y Red Eléctrica llevan tres años publicándola.

Evidentemente, cada compañía incide en mayor medida en aquellas cuestiones que le son más cercanas a su negocio principal. Por ejemplo, el sector energético abunda con especial hincapié en sus acciones medioambientales. Mientras, en la construcción se resaltan las medidas de seguridad en el trabajo adoptadas. La acción social ocupa un lugar destacado en los grandes bancos y Telefónica. Por su parte, Inditex ha elaborado un Código de Conducta de Fabricante en Talleres Externos para garantizar las condiciones laborales en las empresas de países subdesarrollados que abastecen a la compañía textil, cubriéndose así de escándalos como los que por este motivo han salpicado a grandes firmas del sector en los últimos años.

El informe de RSC es la principal vía de comunicación con los grupos de interés, al reflejar la totalidad de las actuaciones que ha emprendido la empresa. Pero la política de comunicación de la reputación corporativa no se limita al informe. Muchas campañas publicitarias de empresas de todos los sectores se basan en programas de acción social que ponen en marcha, en sus prácticas respetuosas con el entorno, etc. En la mente de todos están numerosos ejemplos. No obstante, conviene distinguir entre la acción social auténtica y el llamado “marketing con causa”, que en teoría económica se define como la estrategia comercial basada en la puntual implicación social o medioambiental de la empresa con el único propósito de incrementar sus ventas. Obviamente, la RSC es un compromiso global que va más allá de acciones comerciales puntuales que se apoyan en la imagen de proyectos solidarios.

En todo caso, el desarrollo de este tipo de campañas constituye una muestra inequívoca más de que los atributos propios de la RSC están hoy muy valorados por la sociedad. De lo contrario, no serían el hilo conductor de la publicidad y la comunicación externa de multitud de empresas.

En este contexto, el rol de los medios de comunicación desempeña un papel destacado. Por una parte, su función de transmisores de la información ha alcanzado de lleno a la realidad empresarial, de forma que ocupan cada vez más espacio las noticias generadas en torno a las compañías.

De otro lado, los medios se han consolidado como una de las fuentes creadoras de opinión más influyentes, quizá la mayor. Por lo tanto, la valoración que efectúen sobre la operatoria de las compañías en el terreno de la RSC será de gran relevancia en la percepción que la sociedad tenga de las mismas. Y no olvidemos que la sociedad otorga hoy más credibilidad a los medios de comunicación que a la publicidad de las empresas.

En resumen, el desarrollo de los medios de comunicación, reforzado por Internet y la telefonía móvil, asegura la transparencia de las actuaciones de las empresas, en términos de responsabilidad social corporativa. Además, esta transparencia tiene un alcance global porque, como bien saben todos ustedes, las noticias ya no entienden de fronteras. Lo que acontece a un grupo empresarial en cualquier rincón del mundo repercute en la imagen de sus actividades en el resto de áreas.

Por otra parte, quisiera también apuntar el intenso debate que se ha suscitado recientemente en nuestro país en torno a la necesidad de legislar en el ámbito de la RSC. El papel del Estado en este fenómeno es uno de los aspectos que más polémica está generando. Por un lado, los agentes sociales reclaman la normalización de unos mínimos de RSC de obligado cumplimiento para todas las empresas. Por otra parte, las organizaciones empresariales piden que la RSC se siga manteniendo en el plano de lo voluntario, con el propósito de evitar costes burocráticos que podrían lastrar la eficiencia y trabar la capacidad innovadora. No obstante, ambas partes sí que comparten la visión de que es muy conveniente extender los principios de la RSC, desde una perspectiva de sostenibilidad económica, social y medioambiental.

En este sentido, las Administraciones Públicas poseen un potente instrumento para difundir los criterios de RSC en el tejido empresarial sin invocar a la regulación. Los concursos para contratos de grandes obras de infraestructuras, el abastecimiento de suministros por parte de proveedores a los diversos organismos de las instituciones públicas, los servicios externalizados, etc. pueden incluir cláusulas relativas a cuestiones de RSC en sus convocatorias, como requisitos complementarios al plan económico.

Por ejemplo, se podrían considerar, entre otros factores, los niveles de accidentalidad laboral, la proporción de mujeres que integran la plantilla, las medidas de ahorro energético implantadas y el compromiso con proyectos sociales. Se ha avanzado algo en esta dirección ya, pero considero necesario profundizar en ello, dado que puede ser una buena alternativa para la promoción de la RSC sin implicar intervención legislativa.

En mi opinión, creo sinceramente que no será necesario desarrollar profusamente una normativa que regule lo relativo a la RSC, aunque sí convendrá establecer un mínimo marco legal. El Secretario de Estado de Economía, David Vegara, lo expresaba a la perfección en un artículo reciente: **"Debemos fijarnos como objetivo reforzar su voluntariedad, sin que ello interfiera con el marco de la normativa general de obligado cumplimiento, con la que no tiene por qué entrar en conflicto"**.

Conforme he señalado en mi intervención, a medio plazo será la propia presión de los mercados la que obligará a adoptar las medidas oportunas para responder al patrón de empresa socialmente responsable. De lo contrario, quedará resentida la capacidad competitiva. Quién no demuestre que actúa de forma responsable quedará relegado.

Por ello, estoy seguro de que las partidas presupuestarias dedicadas a la RSC son más una inversión que un gasto para las empresas. Contribuyen a crear imagen de marca, permiten alinear los objetivos de la compañía con los de los

grupos de interés y crean el entorno favorable para la llamada *reputación interna*. En referencia a esto último, cabe esperar que si una empresa opera según los preceptos de la RSC, sus empleados desarrollarán un mayor sentimiento de pertenencia e implicación en el proyecto colectivo. Y hemos de tener en cuenta que, conforme aseveran reiteradamente los expertos, el compromiso de las personas que forman la organización es clave para el éxito a largo plazo.

La RSC se enfrenta pues al problema común de todos los activos intangibles: las dificultades para cuantificar su valoración. Con frecuencia se infravalora la importancia de los intangibles, en este caso obviando que lo difícil es conseguir la confianza de la sociedad y que lo fácil es perderla.

La RSC no es una moda pasajera, sino un conjunto de principios que están llamados a integrarse entre las referencias básicas de la gestión empresarial. Así lo constata un estudio realizado por *Deloitte* en el que un 70% de las empresas consultadas afirmaba que, con el tiempo, estos aspectos se integrarían en la cultura empresarial, tal y como se recogía en el Especial "La empresa dentro de la sociedad" que publicó la Gaceta de los Negocios el pasado mes de abril.

Además, es deseable que así sea, puesto que la RSC constituye un camino muy válido para garantizar la sostenibilidad económica, ecológica y social a largo plazo que, en última instancia, supone el entorno en el que tienen que desenvolverse las empresas en el futuro. Y es que, conforme afirmaba el Presidente del Consejo Económico y Social, Jaime Montalvo, en una tribuna de opinión en el citado Especial de la Gaceta de los Negocios: **"Las empresas no pueden estar al margen de la sociedad"**.

No obstante, conviene tener presente que tampoco es nada nuevo que una empresa socialmente responsable alcance el éxito. Como **Presidente de Ibercaja**, considero oportuno describirles de manera sucinta el modelo de las

cajas de ahorros españolas, tratando de justificar por qué constituye un buen ejemplo de compromiso con la sociedad y el territorio.

Como bien conocen, las cajas hemos aumentado nuestra cuota de mercado de manera sostenida durante los últimos años. En este momento, gestionamos ya el 50% del mercado nacional, superando a la banca privada tanto en créditos como en depósitos. Y esto lo hemos conseguido manteniendo invariado el carácter benéfico – social y nuestra vocación fundacional de contribución al desarrollo socioeconómico de los territorios donde estamos implantados.

Somos un modelo de empresa que no reparte dividendos y que no tiene accionistas. Por lo tanto, nuestros beneficios se destinan, en parte a reservas que nos permitan capitalizarnos, y en parte a la Obra Social y Cultural. Este peculiar régimen jurídico favorece que todos los grupos de interés de las Cajas estén representados en los órganos de gobierno, algo que no siempre ocurre en las sociedades anónimas. En las Asambleas de las Cajas participan representantes de corporaciones locales, de comunidades autónomas, de los empleados, de los impositores y de las entidades fundadoras. Sin duda, esta situación entronca a la perfección con lo que recomienda la RSC en materia de buen gobierno corporativo y transparencia.

Igualmente, nuestra política de recursos humanos difiere de la mayoría de las empresas en España. Las Cajas hemos creado empleo estable en los últimos años, pasando de los 85.000 trabajadores en 1995 a los más de 113.000 de finales de 2004. A cierre de 2004, casi el 95% de los empleados de las Cajas tenía un contrato de carácter indefinido, frente al 70% del promedio en la economía española. Asimismo, que en 2004 el 83% de las nuevas incorporaciones fueran mujeres tampoco es algo habitual, y refleja la igualdad de oportunidades de acceso al empleo que ofrece el sector. De hecho, la composición de las plantillas, en media, se cifra en un 38% de mujeres y un 62% de hombres, una distribución más paritaria que en otros muchos sectores de actividad.

Además, se han desarrollado programas formativos del máximo nivel y el crecimiento del sector ha abierto oportunidades de promoción interna. En definitiva, muchos empleados han progresado en su trayectoria profesional en el seno de las Cajas.

Por otra parte, la dotación para la Obra Social suma entre un 25% y un 30% del beneficio neto de impuestos, muy por encima del intervalo 1-3% que destinan las grandes empresas a acción social. Así por ejemplo, el presupuesto de la Obra Social del total de Cajas ascendió a 1.190 millones de euros en 2004. Con estos fondos se acometieron proyectos culturales, medioambientales, de asistencia social, de promoción de la educación y la investigación, y de rehabilitación de patrimonio histórico – artístico.

La Obra Social constituye el buque insignia de las cajas de ahorros. Sus fondos se gestionan dinámicamente, de forma que en cada momento se tratan de cubrir las necesidades más demandadas por la sociedad, en áreas donde no llegan los recursos de las Administraciones Públicas.

Quisiera destacar que en la vertiente de apoyo a los segmentos de población desfavorecidos, más que la pura filantropía, la Obra Social persigue la integración laboral y social de las personas que por diferentes motivos encuentran problemas para ello. Pero la preocupación por la integración social no se limita a la Obra Social.

También en la vertiente comercial e inversora encontramos actuaciones de las Cajas que buscan un beneficio social complementario al financiero, aunque no siempre tienen el suficiente reconocimiento. Por una parte, la extensión de las redes de oficinas en el ámbito rural permite que los habitantes de pequeñas localidades tengan a su disposición, sin necesidad de desplazarse, servicios y productos financieros de la máxima calidad. En concreto, se ha estimado que un 3,5% de la población española ha sido rescatada de la exclusión financiera por esta vía. Las Cajas mantenemos abiertas este tipo de sucursales a pesar

de que su aportación a la cuenta de resultados es nula, cuando no negativa. Coincidirán conmigo en que pocas sociedades anónimas lo harían.

Adicionalmente, las Cajas hemos sido entidades destacadas en la financiación de vivienda social, en el marco de los distintos Planes de Vivienda estatales. Valga como ilustración que, en los últimos 3 años, hemos concedido el 63% de los préstamos para adquisición de Viviendas de Protección Oficial.

Las Cajas participamos activamente en empresas que fomentan el desarrollo regional, con la creación de empleo y renta en zonas con escasa vitalidad económica. En la mayoría de ocasiones, colaboramos con los gobiernos regionales en estos proyectos porque la iniciativa privada no asume el riesgo de la inversión con un horizonte temporal de retorno considerable e incierto. En estas participaciones combinamos la búsqueda de rentabilidad financiera, siempre con criterios de largo plazo, y el equilibrio territorial.

En la misma línea, las Cajas somos pioneras en el impulso de programas de financiación para colectivos desfavorecidos, como recientemente ha ocurrido con los inmigrantes. Por ejemplo, las Cajas hemos concedido casi 2.500 microcréditos en 2004, de los que más del 60% se han destinado a solicitantes de origen extranjero, a personas que no hubieran obtenido esta financiación por los canales bancarios habituales. Sin duda, ésta es una buena muestra de la tradicional atención financiera de las cajas de ahorros a los colectivos de menores rentas.

En resumen, este breve repaso nos permite comprobar que las Cajas incluimos en nuestro modelo de gestión del negocio algunas peculiaridades de marcado componente social, además de la Obra Social y Cultural, que aún hoy nos distinguen del resto de entidades financieras.

De otro lado, y a pesar de que la actividad financiera tiene un impacto limitado sobre el entorno, las Cajas hemos puesto en marcha varios proyectos de ajuste

de los consumos de energía, papel y otros suministros. Estas medidas complementan los programas medioambientales que se desarrollan con los fondos de la Obra Social.

A la vista de todas estas evidencias, parece claro en liderazgo de las cajas de ahorros españolas en materia de RSC. Así se expuso en el encuentro sectorial sobre responsabilidad social que se tuvo lugar en Madrid el pasado mes de junio, en el seno de la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA). Allí nos reunimos los órganos de gobierno de todas las cajas de ahorros, estableciendo como principal conclusión que el concepto de RSC, tan actual hoy, no es otra cosa que el espíritu fundacional de nuestras entidades, que en algunos casos cuentan ya con una historia que supera los dos siglos.

A mi entender, hay que sentirse orgulloso de que las empresas de otros sectores se interesen por una forma de gestionar sus negocios que entronca con la filosofía de las cajas de ahorros. Nuestro modelo de empresa, que se ha consolidado en el sector financiero, puede ser aplicable a otras actividades.

Concretamente, Ibercaja incluye a la RSC en su Plan Estratégico 2005-2007 como uno de los objetivos preferentes. Más allá de nuestra Obra Social y Cultural, que es muy importante en sí misma, la responsabilidad social en todas sus dimensiones ha de continuar siendo un emblema diferencial de nuestra Caja. Para garantizar las bases del proyecto en el futuro, hemos reimpulsado la política de expansión que emprendimos a comienzos de los 90, de manera que se fortalezca nuestra solvencia y aumenten los resultados. Sólo así podremos asignar una cuantía cada vez mayor a la dotación para la Obra Social y Cultural.

Asimismo, trabajaremos en la implementación de medidas que permitan avanzar en bueno gobierno y transparencia. Seguiremos desarrollando líneas de crédito para colectivos desfavorecidos, seguiremos invirtiendo en iniciativas

que generen renta y fijen población en el territorio como Aramón, Dinópolis, Pirenarium, etc.

En resumen, para Ibercaja, los principios propios de la RSC se mantendrán como eje fundamental de su modelo de negocio.

Para concluir, señalar que en esta intervención he pretendido ofrecer mi visión particular sobre el fenómeno de la RSC y las importantes repercusiones que está induciendo en la gestión empresarial en todos los sectores económicos.

Mirando hacia delante, a mi entender, la RSC se convertirá en un factor estratégico imprescindible para competir en los mercados. Conocida la naturaleza de sus planteamientos, considero que la extensión de sus principios será muy favorable para la sociedad, para el entorno y para la economía; en síntesis, para el desarrollo sostenible. Estoy convencido de que, tanto nosotros como las generaciones venideras, iremos cosechando sus frutos en el futuro.

Muchas gracias a todos por su atención.