

“Una empresa va a invertir en RSC siempre que le sea rentable”



TOMÁS BAÑEGIL PALACIOS
DIRECTOR DE LA CÁTEDRA DE EMPRESA FAMILIAR DE LA UEX

–¿Dedicar parte de un presupuesto empresarial a Responsabilidad Corporativa es gasto o inversión?

–Para mí es una inversión, siempre que forme parte de la planificación estratégica a medio o largo plazo de la empresa.

–¿Qué beneficios tiene la empresa socialmente responsable, al margen de los de ofrecer una buena imagen a la sociedad?

–De entrada sirve para mejorar los procesos internos, económicos y medioambientales. Puede potenciar sus ventajas competitivas en términos de reputación corporativa. Tener imagen de marca de producto puede mejorar la fidelidad de los clientes o desarrollar productos con mayor calidad. Como se supone que va a tener más contentas a las personas que trabajan en la empresa, también se va a ver incrementada la productividad. En términos de imagen puede ofrecer

mayor capacidad financiera. Tener buena imagen de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) siempre te va a ayudar.

–¿Cuál es el gran reto que afronta la Responsabilidad Corporativa en plena recesión económica internacional? ¿Puede ser un arma para luchar contra la crisis?

–Todo lo que sea avanzar en temas de RSC, en cuestiones como conciliación trabajo-familia o incorpora-

ción de la mujer es positivo. El gran reto es no dar ningún paso hacia atrás. Se ha avanzado mucho en los últimos años y las empresas están ahora tratando de recortar gastos y hay aspectos de la RSC que podrían estar en peligro.

–¿Debe una empresa ganar dinero con la Responsabilidad Corporativa?

–Una empresa va a invertir en RSC siempre que le sea rentable. Si estamos hablando de empresas privadas, en general, éstas desarrollan inversión y gasto pensando en conseguir un beneficio con ello. De hecho, existen desgravaciones fiscales para las empresas que hacen este tipo de acciones. Indirectamente va a tener un beneficio y por eso se invierte en RSC.

–¿La RSC es una moda o se ha convertido ya en una necesidad?

–Responde a una necesidad real. Que se tenga más en cuenta el aspecto humano del trabajo, por ejemplo, es una necesidad. Otra cosa es que el desarrollo económico y el aumento de beneficios en los últimos años haya permitido que muchas empresas hayan podido invertir más en esto. No es una moda, sino que el propio crecimiento económico permite hacer determinadas actividades socioculturales.

–¿En qué momento se encuentra la RSC en España en comparación con Europa, por ejemplo?

–La RSC es un indicador más de desarrollo económico. Es el caso de EEUU o Alemania, que son países económicamente más avanzados y por eso llevan más años trabajando este aspecto. En España se ha avanzado bastante y ya existen las memorias de RSC en las empresas que cotizan en bolsa.

–¿Es sólo marketing lo referente a responsabilidad social? Ésta empezó en los departamentos de marketing...

–Fue así por una cuestión de imagen. Cuando en los años ochenta las empresas empezaron a ser sancionadas porque no cuidaban el medioambiente. Fue negativo para la imagen de marca y de producto. Y esto no le interesa a una empresa.

–¿Quién decide en una compañía cómo destinar los recursos a RSC? ¿Deben ser los directivos, los accionistas, los clientes?

–Pues como cualquier otra decisión de gestión de la empresa. Si se trata de inversiones cuantiosas o a largo plazo lo hará el consejo de administración. La RSC proviene del hecho de que el propio entorno social condiciona a las empresas para que no hagan determinadas cosas o que otras se hagan mejor.

–Si en Extremadura apenas hay empresas con departamentos de recursos humanos ¿Cómo pensar que puedan preocuparse por crear departamentos de RSC?

–La RSC como tal, salvo casos puntuales, no requiere de un departamento dedicado en exclusiva. Debe formar parte de la cultura de la organización, inde-

pendientemente de que haya personas que intenten motivar esto. Es algo que afecta a todas las áreas de la empresa de forma integral.

–¿Muchos creen que la RSC solo es para las grandes multinacionales? ¿Cómo hacemos las pymes socialmente responsables?

–Eso no es así. Un pequeño taller puede contaminar mucho más que una gran empresa. No hay una relación directa con el tamaño.

–¿Cuánto tiempo necesitan las empresas para madurar la incorporación de prácticas de RC?

–Depende del país, de los recursos con los que cuente la empresa, del tipo de personal y de la gestión que haya realizado la Administración Pública para potenciarlo. En el tipo de organización que son las empresas familiares se tienen más en cuenta este tipo de detalles. En ellas se mimaba más al empleado, en general. Todo se mira a largo plazo y se tiene en cuenta la imagen de la propia familia.

–¿Cree que el cambio de las bolsas de plástico a las biodegradables va a suponer una mejora del medioambiente o simplemente va a aumentar el negocio de los fabricantes de bolsas de basura?

–Va a ser positivo y se cambia una tendencia. En términos de

“En términos de imagen la RSC puede ofrecer mayor capacidad financiera”

“La Responsabilidad Corporativa es un indicador más de desarrollo económico”

“Todo lo que sea avanzar en Responsabilidad Social es positivo”

consumo significa un indicador de cambio de mentalidad.

–¿En qué ámbitos sería más necesaria la RSC? ¿En la automoción, la energía, la industria química...?

–En todos los sectores. Forma parte de la cultura empresarial el ir incorporando este tipo de valores. También es cierto que hay sectores que afectan más al entorno. Los legisladores tienen que estar más atentos a éstos. H