Susana Rivera Pantoja
Dpto. Servicios, Calidad e Innovación
rivera@ccae.es

03/09/2008

INFORME RSE junio08

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

"La RSE, lejos de ser una moda pasajera, ha llegado para quedarse"

I. OBJETIVOS DEL INFORME

Este análisis se lleva a cabo tras un exhaustivo proceso de recopilación de información y opinión entre los distintos agentes de la cadena agroalimentaria, tanto externos a nosotros (Aces, Anged y Asedas, Certificadoras) como internos (consulta a técnicos de calidad de las Federaciones Regionales, ANECOOP, Coexphal, etc). Desde CCAE se expresa un sincero agradecimiento por esta participación a todos ellos.

El objetivo de este informe es determinar el impacto que la Responsabilidad Social Empresarial puede tener en nuestras cooperativas asociadas respecto a su situación en el mercado, relación con proveedores, diferenciación de productos, etc. Se trata de discernir entre, si este concepto se debe sólo al oportunismo de algunas empresas en la utilización del mismo como concepto de marketing, o si se trata de un condicionante que perdurará entre los elementos que definen el mercado y que, por lo tanto, resulte imprescindible tener en cuenta en las estrategias a medio y largo plazo de nuestras empresas cooperativas.

Si las conclusiones de esta reflexión se aproximan más a la segunda alternativa, el informe tratará de aportar las claves para facilitar a las cooperativas interesadas su aproximación a la Responsabilidad Social Empresarial. Para ello se efectuará una revisión a las diferentes iniciativas más o menos relacionadas con el sector agroalimentario. Se analizarán también las sinergias entre la RSE y la Economía Social y si estas pueden suponer una ventaja comparativa en las posibilidades de adaptación con respecto a otro tipo de empresas

II. ANTECEDENTES

Los antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se remontan al siglo XIX en Estados Unidos, cuando las empresas comenzaban a realizar obras de caridad y a hacer públicas estas actividades. Buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. En los 80 aparece el concepto de stakeholder (grupo de interés), como complemento al accionista, hasta ese momento único punto de interés de la empresa. Pero lo cierto es que desde los años 90 este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionando constantemente, tras la llegada de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de las nuevas tecnologías. A todos los niveles y en el agroalimentario, que es el que nos toca de cerca, Inglaterra es el país que más está demandando este tipo de iniciativas.

- **A nivel mundial:**

La más significativa, es la promoción del Pacto Mundial (Global Compact) por la ONU. La propuesta del Pacto Mundial fue hecha en 1999 por, en aquel momento, Secretario General de las Naciones Unidas (Kofi Annan) y contiene nueve principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo y medio ambiente; posteriormente, en la Cumbre de líderes por el Pacto Mundial 2004, aparece el décimo principio de lucha contra la corrupción. En España opera a través de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), y las empresas pueden adherirse al mismo y adquirir dicho sello asumiendo el único compromiso de remitir un Informe de Progreso que recoja lo que se ha hecho para implantar dichos principios durante el año fiscal.

En fase de redacción por parte de la Organización Internacional de Normalización (ISO), está la ISO 26000, que es una Guía para la Responsabilidad Social.

- **A nivel europeo:**

Ya en el 2001, con el objetivo de plantear un amplio debate acerca del modo en que la Unión Europea podría promover la responsabilidad social de las empresas, se publicó el Libro Verde, titulado "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas". Políticamente estuvo enmarcado en el Consejo Europeo de Lisboa de 2000, en el que se hizo un llamamiento especial al sentido de la responsabilidad social de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible.

También a nivel europeo la Comisión ha promovido CSR Europe, una asociación de empresas, cuya misión es ayudar a compaginar rentabilidad, crecimiento sostenible y progreso humano, a través de la integración de la Responsabilidad Social en la práctica empresarial.

- **España:**

En **España** ha experimentado un desarrollo tardío y todavía incipiente. La Administración, en los últimos años ha comenzado a tomar parte de manera directa. El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales constituyó en 2005 el **Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las empresas**, con el objeto de reunir en una misma mesa a distintos actores sociales que confluyen en preocupaciones sobre el papel que deben tener las empresas en aspectos tales como el medioambiente y la cohesión social, en definitiva, la aportación de las empresas al desarrollo sostenible, para que mediante el diálogo aportaran ideas que sirvieran al Gobierno para aprobar una política que estimule prácticas de responsabilidad social en las empresas. Finalizó sus trabajos el 12 julio de 2007 aprobando un documento sobre Responsabilidad Social de las Empresas que incorpora 29 recomendaciones.

Como conclusiones de este Foro se acordó la creación del **Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las empresas** y así se hizo en el primer trimestre de 2008. Se trata de un órgano colegiado, asesor y consultivo del Gobierno y adscrito al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Sus objetivos, a grandes rasgos, serán.

- Fomentar las iniciativas sobre responsabilidad social de las empresas proponiendo al Gobierno medidas que vayan en este sentido, prestando especial atención a la pequeña y mediana empresa.
- Informar acerca de las iniciativas y las regulaciones públicas que afectan a las actuaciones de empresas, organizaciones e instituciones públicas y privadas.
- Promocionar las herramientas más adecuadas para la elaboración de las memorias e informes de responsabilidad.
- Analizar el desarrollo de la RSE en España, la UE y terceros países.

En Julio de 2006 se publicó el **Libro blanco sobre la responsabilidad social empresarial** por la Subcomisión Parlamentaria y fue presentado oficialmente el 13 de diciembre de 2006 en el Congreso. El libro blanco es un buen resumen de más de 60 comparecencias de expertos, recogiendo una serie de constataciones y directrices generales. Contiene 57 recomendaciones destinadas a: las Administraciones Públicas, empresas, consumidores, inversores y otros actores.

Hoy las empresas se han dado cuenta de que las prácticas que enmarca la RSE incrementan su productividad y crean una imagen positiva de la organización. Una estrategia efectiva de RSE, por parte de las empresas, puede hacer incrementar la competitividad, además de un impacto social, económico y ambiental positivo. Por esta razón las pequeñas y medianas empresas están dejando de ver estas prácticas como algo exclusivo de las grandes y están incrementando su atención como medio para mantener o aumentar el acceso a los mercados.

III. DEFINICIÓN

Son numerosas las definiciones que se han dado y se dan acerca del concepto de RSE por diversas instituciones:

Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible:

> "La responsabilidad social de la organización es el compromiso duradero de la misma para comportarse de manera ética y contribuir al desarrollo económico al mismo tiempo que mejora la calidad de vida de los trabajadores, de sus familias, de la comunidad donde radica y de la sociedad en su conjunto".

El Libro Verde de la Comisión Europea (julio 2001):

> "La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Optan por la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".

Foro de Expertos en RSE constituido en el seno del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (primavera 2005):

> "La responsabilidad social de las empresas es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con

sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones".

Proyecto ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social:

"Acciones de la organización para responsabilizarse por los impactos de sus actividades en la sociedad y el medioambiente con un comportamiento que: es consistente con el interés de la sociedad y el desarrollo sostenible, cumple la ley aplicable y es consistente con las normas internacionales, está integrado en toda la organización, y tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés".

Y como éstas, otras tantas que, en definitiva se podría definir sencillamente de la siguiente forma:

"La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución activa y voluntaria de las empresas a la mejora en materia social, económica y medioambiental en sus relaciones con sus interlocutores, tanto internos como externos"

IV. DIMENSIONES DE LA RSE

Las consideraciones que puede tomar la RSE incluyen un amplio abanico de aspectos e interpretaciones de diversa índole con relación directa en el ámbito empresarial. Va desde un **modelo filosófico**, pasando por **técnicas de gestión** e incluso, llegando a orientarse como una **herramienta de marketing**. Una de las misiones principales de la RSE es poner a las empresas en estado de diálogo con los grupos de interés afectados por sus actividades, tanto a nivel interno como externo. En la redacción del Libro Verde de la Comisión Europea se analizaron las dimensiones de la RSE. Las prácticas de RSE tienen dos grandes dimensiones. La primera es interna, frente a los trabajadores y frente a la utilización de los demás recursos o factores de producción. La segunda es externa y opera frente a otros sujetos del mercado y la sociedad en su conjunto, como pueden ser las comunidades locales y otras empresas con las que se establecen relaciones de otro tipo. Una y otra dimensión tienen incidencia en el ámbito de las relaciones laborales.

DIMENSIONES DE LA RSE	
Interna	Respecto de los miembros de la empresa: - Gestión de recursos humanos. - Salud y seguridad en el lugar de trabajo. - Adaptación al cambio. - Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.
Externa	Frente a otros sujetos del mercado y la sociedad en su conjunto: - Comunidades locales. - Socios comerciales, proveedores y consumidores. - Derechos humanos. - Problemas ecológicos mundiales.

Fuente: Libro Verde de la Comisión Europea: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. 2001.

V. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

En el marco de una economía tan competitiva como la de hoy las empresas deben de estar en permanente alerta a las necesidades y tendencias que el propio mercado demanda, haciendo prospectiva de aquellas que pudiera demandar en el futuro. En un mercado de economía global, uno de los principales requisitos para el crecimiento empresarial pasa, sin lugar a dudas, por la mejora de la reputación de las empresas y su constante modernización.

Por tales razones, resulta necesario que las empresas y en especial las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) que constituyen el sector empresarial más importante de nuestro país, vayan adaptando sus estructuras mediante la realización de un proceso de acercamiento y convergencia con el resto de empresas de la Unión Europea, algo que hoy día solo puede hacerse efectivo mediante la puesta en marcha de acciones estratégicas, como es el caso de la Responsabilidad Social.

Las empresas han comenzado a adoptar la RSE no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, etc, la RSE es también una actividad estratégica adicional en la competencia comercial.

Los consumidores empiezan a incorporar consideraciones sociales, medioambientales o de tipo ético en los procesos de selección de productos y marcas. No sólo exige calidad de los productos, sino que también desea conocer su proceso de elaboración, obliga a la empresa a responsabilizarse socialmente.

La empresa debe incorporar criterios de responsabilidad social y medioambiental por tres tipos de razones (según se esquematiza en el cuadro siguiente):

1) El cumplimiento de las leyes y la presión de la sociedad (Nieto, 2005).
2) La presión de los mercados de inputs y productos, como forma de evitar riesgos para la empresa y como instrumento de cambio en las preferencias de los consumidores.
3) La RSE como estrategia competitiva empresarial, para general activos intangibles (Godfrey, 2005)

RAZONES PARA LA ADOPCIÓN DE CRITERIOS RSE	
Factores externos	• Presión reguladora de las **Administraciones Públicas**. ▪ Reducción de medidas de fiscalización y control. • Los **mercados**. Reordenación de las preferencias de los consumidores (expectativas cambiantes), inversores y trabajadores: ▪ Se modifican las pautas de demanda. ▪ Acceso a mercados globales, mejora capacidades de diálogo. ▪ Influencia a través de toda la cadena (control de proveedores). ▪ Reciclado, productos ecológicos.
Factores internos	• Reducción de **riesgos**. ▪ Limitar riesgos medioambientales. Conservación de recursos naturales. ▪ Índices de sostenibilidad como indicador de calidad en la gestión. ▪ Accidentes cero. • Creación de **intangibles**: imagen, marca, confianza, valores. ▪ Clima laboral (retención de talentos, multiplicación del valor de los recursos humanos). ▪ Reputación, marca, imagen de empresa.

Todo esto es consecuencia de que la RSE se ve como una forma de incentivar cambios en las preferencias de los consumidores, introducir nuevas variables de diferenciación, mejorar el clima laboral, generar confianza, legitimidad y apoyo a la empresa.

VI. LA RSE EN ESPAÑA

En España el concepto de RSE está teniendo un desarrollo lento, hasta el momento se ha centrado en un alto contenido en marketing con no demasiado "fondo", está en proceso de consolidación porque se encuentra con una serie de obstáculos. Aún así, no es un concepto que se haya comenzado a desarrollar únicamente a nivel empresarial, está empezando a tener apoyo gubernamental, de manera que se impulse conjuntamente su introducción en todo el tejido empresarial, incluidas las PYMES.

Obstáculos:

- Confusión. Diferencia en cultura, leguaje, conceptos.
- Actualmente, todavía hay carencia de Know-How. Profusión de iniciativas, no integradas en las ya existentes de otras materias (calidad, medioambiente, etc).
- Características del tejido empresarial:
    - Baja internacionalización.
    - Mayoría de PYMES.
    - Falta de estrategias sectoriales.
- Escasa cultura participativa en la gestión empresarial.
- Escaso conocimiento de los agentes sociales.
- Contradicción entre las expectativas de los grupos de interés.

Falta definición del concepto de RSE, hay confusión acerca de su interpretación. La RSE no es, ni debe ser, únicamente una herramienta de marketing, una acción social llevada a cabo por la empresa o un nuevo ámbito normativo. Se trata de una nueva herramienta para la toma de conciencia del papel de la empresa en la sociedad, que permita dialogar con los grupos de interés, más allá de las obligaciones legales.

Para poder trabajar de manera óptima y orientada debemos analizar cuál podrían ser los factores de éxito.

Factores de éxito:

Internos:

- Compromiso de la Alta Dirección.
- Integración en los sistemas de gestión y en los procesos de la empresa.
- Apertura al aprendizaje.

Externos:

- Diálogo constante, cooperación y compromiso con los grupos de interés, puesto que añade valor al desarrollo empresarial. La comunicación es un elemento clave.

- Accesibilidad a herramientas o iniciativas que sirvan de orientación.
- Oportunidades de trabajo conjunto con los grupos de interés, aprendizaje mutuo, aprovechamiento de experiencias.

VII. LA RSE Y LA ECONOMÍA SOCIAL

Claramente, por la particularidad de las empresas de la economía social, como son, entre otras, las cooperativas, hay aportaciones recíprocas con RSE.

La RSE aporta ***visibilidad*** a la Economía Social, puesto que se ha convertido en un criterio central para todas las organizaciones y no sólo para empresas capitalistas. Por el carácter de las empresas de economía social que cuentan con valores fuertes, al margen de los intereses mercantiles, tales como la igualdad, la democracia o la propiedad social/colectiva del capital, cobran una nueva y mayor visibilidad. Han de poner de manifiesto su excelencia en relación a estas cuestiones.

La RSE, desde el sentido de la ***convicción*** acerca de los valores y principios, puede contribuir a crear una cultura cooperativista y de economía social, puesto que tiene una potencialidad considerable en la tarea de construir culturas empresariales orientadas a valores.

Desde el punto de vista de los ***instrumentos,*** la RSE aporta innovaciones en el campo de la gestión empresarial, tanto metodológicos como conceptuales. Tal es el caso de los balances sociales, las memorias de sostenibilidad, los indicadores, la cooperación con los consumidores, etc, que permite a las empresas de economía social medir aspectos que hasta ahora no medían y que el hecho de que afecten al núcleo su identidad, les sitúa en una posición ventajosa.

VIII. LA RSE Y EL SECTOR AGROALIMENTARIO

Menos desarrollado está este concepto a nivel del sector agroalimentario, aunque ya se le está comenzando a exigir, aunque no con unos criterios estandarizados, además de productos sanos, seguros y respetuosos con el medioambiente, que sea también "respetuosos socialmente". El sector, actualmente se enfrenta a una serie de desafíos críticos, está inmerso en una problemática importante de precios, abastecimiento, etc, la demanda global de alimentos podría duplicarse en los próximos 20 años, tiene que saber dónde quiere ir para enfocar allí sus esfuerzos. Tiene que analizar si ser responsable socialmente le proporciona una oportunidad de mercado - como parece que es la tendencia-, si debe fomentar las capacidades de sus recursos humanos, si tiene que diferenciar sus productos con estos nuevos criterios, etc, de manera que pueda ser competitivo.

Hay que tener en cuenta que la RSE es una estrategia a largo plazo porque los efectos no van a ser inmediatos, pero puede tener también beneficios a corto plazo desde el punto de vista de la apertura del diálogo con los grupos de interés, tanto internos como externos. Lo que sí es cierto es que no debemos esperar a que nos venga impuesto, porque si es así, será tarde y la competencia se habrá posicionado.

En otros países las exigencias al sector agroalimentario están más avanzadas en esta materia pero, a pesar de ello, tampoco existe un marco de referencia generalizado. La filosofía que se sigue es bastante simple: "No te voy a obligar a hacer, pero sí te voy a obligar a que me cuentes lo que haces". Ya en España está

ocurriendo lo mismo, sobre todo en los sectores más exportadores, como es el caso de las frutas y hortalizas.

En este momento, la RSE no está directamente en "manos de nadie", únicamente es un nuevo concepto que se está tratando de discernir, en que al productor, como grupo de interés en el diálogo, le toca responder. No debemos dejar que se quede solamente en el aspecto superficial, sino que es preciso hacer un esfuerzo para que la RSE llegue al consumidor final y que este último tenga elementos de juicio para discernir las empresas que lo hacen bien de las que no y pueda elegir sus productos.

El diálogo con los grupos de interés nos tiene que ayudar a identificar las implicaciones y el impacto de sus operaciones. Ayuda también a anticipar a la empresa en las cuestiones sociales y ambientales que afectan a su competitividad (Germán Granda (Forética)).

A día de hoy el productor de alimentos apenas participa en el valor añadido generado del producto por este tipo de iniciativas y esto debe ser uno de los objetivos que se persiga como reconocimiento a su gran esfuerzo.

A finales del pasado año en unas Jornadas sobre "Responsabilidad social empresarial, diálogo social y medioambiente" celebradas en Santiago de Chile, Josep Puxeu definió la RSE como la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y medioambiental. Puso el ejemplo de la misma a la agricultura ecológica ya que es rentable económicamente y beneficiosa para la sociedad y el entorno. Sin embargo, hizo hincapié en que la RSE en el sector agroalimentario está aún en fase de crecimiento y aunque se constata un aumento significativo de medidas de RSE en grandes grupos empresariales, el principal desafío radica en su introducción en las PYMES.

IX. ALGUNAS HERRAMIENTAS DISPONIBLES

VII. 1 INICIATIVAS DESARROLLADAS

SA 8000

Origen: Social Accountability 8000 (SA8000) es una norma internacional para la responsabilidad social iniciada que fue creada por un Panel de Expertos reunido por la Agencia de Acreditación de Consejo sobre Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities Acreditation Agency, CEPAA) en 1997.

La SA8000 es una certificación voluntaria que fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc. Algunas de las más grandes empresas agrícolas exportadoras de banano, piña, tabaco,

vino, frutas enlatadas y café procesado, cuentan con la certificación SA8000.

Objeto: Asegurar las normas para la producción ética de bienes y servicios. La misión principal de esta norma es la mejora de las condiciones de trabajo.

Ámbito de aplicación: Se trata de una norma de carácter voluntario de aplicación a cualquier organización del campo industrial, aunque también está siendo aplicada en la producción primaria.

Aspectos contemplados: Se basa en acuerdos internacionales sobre condiciones laborales. Recoge, por un lado, aspectos relacionados con la Responsabilidad Social (trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad, la libertad de asociación y el derecho de intercambio colectivo, la discriminación, las prácticas disciplinarias, las horas de trabajo y las compensaciones) y en una segunda parte, aspectos relacionados con la gestión (política, planificación, control de proveedores, comunicación, etc).

Certificación: Certificable por tercera parte bajo acreditación de la Social Accountability International (SAI).

Comentarios: Por tratarse de una norma aplicable principalmente a nivel industrial, no ha tenido demasiada repercusión en la producción primaria, aunque, en estos momentos como es reconocida por otros protocolos de los que se enuncian posteriormente, algunos productores han comenzado a implantarla.

*Más información en: http://**www.sa8000.org** o **http://www.sa-intl.org.***

BSCI (BUSINESS SOCIAL COMPLIANCE INITIATIVE) (Iniciativa para la responsabilidad social de la empresa)

Origen: Promovida por la FTA (Foreign Trade Association) en 2003 con el fin de desarrollar herramientas y procedimientos para el Programa Europeo de Responsabilidad Social de la Empresa (European Bussines Social Compliance Programme). Basada en la norma SA 8000 y Convenciones de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), tanto generales como específicas del ámbito de la agricultura (adaptado en 2006).

Objeto: Promover condiciones de producción socialmente aceptables.

Ámbito de aplicación: Orientada a proveedores de los miembros de BSCI. Aplicable a nivel de planta de manipulado/envasado y a nivel de finca.

Aspectos contemplados: Se trata de un Código de Conducta BSCI. Todos los proveedores de miembros de BSCI, de todas las partes del Mundo, están obligados a cumplir con todos los requisitos de este Código de Conducta. Incluye aspectos sociales (relacionados con sistemas de gestión, documentación, horarios de trabajo, sistemas de compensación, trabajo infantil/joven, discriminación, condiciones de trabajo, etc) y medioambientales (fitosanitarios, etc). Otro de los módulos contempla

Mejores Prácticas en la industria, basadas en SA 8000 y no aplicable a nivel de finca. También debe asegurarse que se cumple por parte de los subcontratistas involucrados en las etapas finales de los procesos de producción.

Certificación: Sólo las empresas auditoras acreditadas por la Social Accountability International (SAI) y seleccionadas por la BSCI, serán encargadas de llevar a cabo las auditorías sociales BSCI.

Comentarios: En 2006 el Código de Conducta BSCI fue adaptado a la producción primaria y se realizaron auditorías experimentales en una serie de países. Entre ellos fue incluido España en que se auditaron Frutas y Hortalizas. Algunos de los miembros de BSCI son: Ahold, Coop Switzerland, ICA, Kesko y Migros.

*Más información en: http://**www.bsci-eu.org**.*

Sedex Supplier Ethical Data Exchange

SEDEX (SUPPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE) (Intercambio de Información Ética de Proveedores)

Origen: Sedex (Intercambio de Información Ética de Proveedores) es una organización sin ánimo de lucro con sede en Londres, abierta a la afiliación de las empresas de cualquier parte del mundo. Sedex fue creado en 2001 por un grupo de minoristas del Reino Unido y sus proveedores de primer nivel. Estas empresas reconocieron la necesidad de colaborar e impulsar la convergencia en estándares de auditorías sociales y cuestionarios de autoevaluación ética.

Objeto: Sedex es reconocida en las cadenas de suministros globales como la primera opción para la recogida, gestión, análisis e información de datos éticos. El objetivo es proporcionar a las empresas una base de datos segura para almacenar y compartir la información y las auditorías sobre información ética.

Es una herramienta:

- para promover y permitir la convergencia
- para mejorar la calidad de la información ética
- para reducir la información ética duplicada
- para promover la mejora de los estándares laborales.

Ámbito de aplicación: Sedex es una organización basada en afiliación con tres niveles que reflejan los tipos diferentes de empresas en las cadenas de suministro globales.

Aspectos contemplados: Trata aspectos relacionados con las seguridad y salud, salario, horas de trabajo, trabajo infantil, discriminación, y medioambiente, entre otros.

Certificación: No es certificable, únicamente se realiza una evaluación interna de la empresa y se pone a disposición de quien lo solicite.

Comentarios: Se trata de una herramienta de intercambio de información. Es preciso darse de alta para poder introducir el cuestionario de evaluación en la base de datos de información ética.

*Más información en: http://**www.sedex.org.uk***

ETHICAL TRADING INITIATIVE (ETI) (INICIATIVA DE COMERCIO ÉTICO)

Origen: En los 90 los temas relacionados con el comercio ético comenzaron a ponerse sobre la mesa, por lo que una serie de organizaciones se unieron para definir herramientas prácticas y una guía para que las compañías implantasen su código de buenas prácticas de trabajo a lo largo de la cadena de suministro y que fuera ampliamente reconocido.

Objeto: El objetivo global de esta iniciativa es mejorar la calidad de vida de los trabajadores en las cadenas de abastecimiento.

Ámbito de aplicación: Aplicable a todo tipo de empresas.

Aspectos contemplados: Al igual que otros códigos existentes, el código de conducta promovido por ETI trata 9 aspectos clave: elección libre de empleo, libertad de asociación, seguridad y salud de las condiciones de trabajo, no mano de obra infantil, salario mínimo, horas de trabajo, trabajo regular y trato adecuado en el mismo.

Certificación: Existe la posibilidad de que el código sea auditado como un medio de diagnóstico de problemas y es posible la obtención de un certificado que acredite el cumplimiento del código.

Comentarios: Son miembros de esta iniciativa compañías de la distribución inglesa (Tesco y Sainsbury´s).

*Más información en: http://**www.ethicaltrade.org**.*

RSE COOP

Origen: La Confederació de Cooperatives de Catalunya, junto con el Institut per a la Promoció i la Formació Cooperatives (IPFC) de la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, el Institut Català de la Dona (ICD) de la Generalitat de Catalunya, la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES) y las seis Federaciones de Cooperativas de Cataluña, pusieron en marcha un programa de implantación de la Responsabilidad Social Empresarial en el mundo cooperativo, RSE.COOP. Una vez realizada la herramienta, lo implantaron en 40 cooperativa piloto de diferentes ámbitos.

Objeto: Favorecer el desarrollo sostenible de esta fórmula empresarial y mejorar su competitividad en los mercados. Su principal objetivo es la integración en el sí de la empresa de una serie de mecanismos y comportamientos que la harán socialmente responsable, a través de una guía o herramienta. Esta herramienta, tiene una doble funcionalidad: por una parte, diagnosticar y medir el grado de RSE de la empresa, mediante un procedimiento específico de valoración y por otra, ser una guía de implantación de mejoras en los ámbitos que definen la RSE: **el económico, el social y el medioambiental**.

Ámbito de aplicación: Inicialmente, es aplicable para las empresas de la economía social, porque así se ha considerado en su desarrollo, pero podría ser aplicable a otro tipo de empresa.

Aspectos contemplados: Se tratan los tres ejes de las Responsabilidad Social: económico, social y medioambiental. De modo individualizado, mediante el uso de la herramienta, inicialmente, se realiza un diagnóstico en materia de RSE, posteriormente se debe definir un plan de acciones de mejora, así como sus criterios de aplicación y los indicadores de control. En base a la información obtenida, será posible la realización de una memoria de sostenibilidad de acuerdo a los indicadores de Global Reporting Iniciative y los indicadores específicos estipulados por la misma economía social, del que la propia herramienta facilita un borrador inicial.

Certificación: Está previsto que, las empresas que sean calificadas como "socialmente responsables" obtengan un certificado que así lo acredite y la concesión de uso de la **Marca de RSE en Economía Cooperativa (ADVALUA)** (en fase de definición). Esta marca permitirá diferenciar las empresas que sean socialmente responsables.

Comentarios: En esta iniciativa ha participado y sigue haciéndolo CCAE, como miembro de CEPES. Tras el éxito de las implantaciones piloto, en la que participaron 40 cooperativas de diferentes ámbitos entre las que se

encontraban una serie de cooperativas catalanas asociadas a FCAC, la iniciativa está en fase de difusión. Se ha editado igualmente un manual del tutor para la implantación de la herramienta.

*Más información en: http://**www.rsecoop.coop**.*

SGE 21: 2005: SISTEMA DE LA GESTIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE

Origen: Surgió en la primera edición en 2002 en el seno de Forética. Se creó un foro multidisciplinar formado por más de 100 expertos (profesionales, empresas, académicos y ONG´s). Este documento soporta el primer Sistema de Gestión Etica y Socialmente Responsable europeo que permite, de manera voluntaria, alcanzar una certificación.

Objeto: Desarrolla los criterios que permiten establecer, implantar y evaluar en las organizaciones el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable. Avanza en aspectos éticos y de responsabilidad social, para una mejor comprensión y colaboración en las relaciones humanas que se originan como consecuencia de las actividades de la Organización.

Ámbito de aplicación: Puede aplicarse tanto a la Organización en general como a determinadas áreas de gestión.

Aspectos contemplados: Se estructura en 9 Áreas de Gestión (alta dirección, clientes, proveedores y subcontratistas, recursos humanos, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia y administraciones competentes) y cada una de ellas en los valores éticos aplicables, cuya implantación es evaluable objetivamente y por lo tanto con posibilidad de someterse a auditoría.

Certificación: Sólo puede ser llevada a cabo por entidades certificadoras que cumplan dos requisitos: Estar acreditadas por la entidad nacional de acreditación en base a la 45012 y disponer de auditores cualificados por Forética para auditar la norma SGE 21 tras superar un curso de formación específico para auditores.

Comentarios: Aún es una norma en base a la cual sólo existen 50 empresas certificadas hasta el momento, entre ellas la Federación de Cooperativas agrarias de Euskiadi (FCAE), aunque es verdad que su trayectoria en el tiempo todavía es corta.

*Más información en: http://**www.foretica.es**.*

ÉTICA. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS (RSE 165010)

Origen: Lo inició AENOR en el año 2000 en el seno del Comité Técnico de Normalización CTN 165 y del Grupo de Trabajo 2 correspondiente, que está

formado por cuarenta representantes de empresas (de entre las más importantes del panorama español), ONG, instituciones académicas, sindicatos y Administración. Inicialmente iba a tener carácter de norma pero posteriormente, por oposición de la CEOE, se estableció a principios de 2008 como guía.

Objeto: Ayudar a las empresas, cualquiera que sea su tamaño, forma jurídica o ámbito sectorial, a establecer sus criterios de actuación sobre RSE, teniendo en cuenta sus especificidades. Distingue los distintos grupos de interés que podría abarcar una política de RSE y qué aspectos deben ser tenidos en cuenta en el comportamiento hacia cada uno de ellos. Estos grupos de interés son: empleados; propietarios, accionistas, inversores y socios; clientes, usuarios y consumidores; proveedores de productos y servicios; competidores; administración; o comunidad/sociedad, entre otros.

Ámbito de aplicación: Aplicable a todas las empresas.

Aspectos contemplados: De manera general se tratan: principios generales básicos en el ámbito de la gestión de la RSE, que se añaden al respeto a los derechos y principios universales, comportamiento de la empresa ante los grupos de interés (accionistas, empleados, clientes, proveedores, Administración…) y un modelo para planificar, implantar y mejorar el sistema de gestión para la RSE.

Certificación: No es un documento certificable.

Comentarios: Esta guía se estructuró de tal forma que fuera posible introducir la RSE en la gestión empresarial de la empresa.

VII. 2 INICIATIVAS EN PROCESO

GSCP (Global Social Compliance Programme)

Origen: Promovida por la Asociación Internacional de Detallistas de Alimentos (CIES, por sus siglas en inglés).

Objeto: Se trata de un programa dirigido por grandes cadenas de supermercados que tiene como objetivo la creación de un Código de Conducta común a nivel internacional para armonizar las mejores prácticas para la mejora de las condiciones laborales en toda la cadena de suministro. Se basa en estatutos sociales ya existentes en la materia y trata de establecer un nuevo marco de referencia para los derechos laborales.

Ámbito de aplicación: Orientada a los proveedores de las grandes cadenas de supermercados que así lo soliciten, tanto alimentarios como no alimentarios.

Aspectos contemplados: Abarcará temas como salud y seguridad, trabajo infantil, salarios justos y medidas contra las discriminaciones racial y sexual, etc. Se está trabajando, por un lado, en el desarrollo de un código de referencia y por otro, en el de herramientas de auditoría e implantación, así

como competencia del auditor. Cada una de las fases tiene establecido un periodo de revisión y consulta y está previsto que a finales del presente año se tenga la versión definitiva.

Comentarios: El desarrollo de esta iniciativa está respaldada por grandes cadenas de supermercados de todo el mundo, entre ellos Walt Mart (Estados Unidos), Tesco (Reino Unido), Carrefour (Francia), Hipermercados Metro, de la cadena peruana Wong, o la suiza Migros.

Más información en: http://**www.ciesnet.com/2-wwedo/2.2-programmes/2.2.gscp.background.asp**.

Norma ISO 26000 "Guía sobre Responsabilidad Social"

Origen: Iniciada en 2004 por un Grupo Normalizador de ISO que consta de 400 expertos y 132 observadores pertenecientes a 78 países, entre ellos España. El grupo está dividido en 6 grupos de interés que se han identificado: gobierno, industria, trabajadores, ONGs, consumidores, y por último uno denominado servicios, apoyo, investigación y otros.

Objeto: Es una guía, es decir se trata de recomendaciones, orientaciones, y no de requisitos. Tiene como objeto proporcionar una guía práctica que ayude a las organizaciones a abordar y hacer operativa la Responsabilidad Social, fomentando su conocimiento y la concienciación en esta materia.

Ámbito de aplicación: A todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o campo de actividad.

Aspectos contemplados: De manera general tratará los siguientes puntos: el contexto de la Responsabilidad Social en el cual opera la organización, principios de Responsabilidad Social importantes para las organizaciones, orientaciones sobre los temas/materias centrales de la Responsabilidad Social y orientaciones para implementar la Responsabilidad Social en organizaciones.

Certificación: En principio, al tratarse de una guía de recomendaciones, no será certificable. Según la organización ISO, la guía ISO 26000 no debe ser un documento de especificaciones destinado para evaluación de la conformidad.

Comentarios: Está previsto que se publique la versión definitiva a finales de 2008 o principios de 2009.

Más información en: http://www.**iso.org/sr**.

MODELO REFERENCIAL PARA UN COOPERATIVISMO SOSTENIBLE (para empresas de la Economía Social Gallega)

Origen: En Agaca se comienza en 2005 con un Documento de iniciación a la RSC realizado con una subvención de la Conselleria de Industria e Innovación. Posteriormente se continúa con el proyecto Equal NEXUS REDE y se prepara un Referencial de Calidad y RSC. Los implicados: AGACA, tres asociaciones de economia social de Galicia, Consellerías de Traballo y Pesca y la Universidad de Santiago (apoyo informático).

Objeto: En el NEXUS REDE se intenta facilitar a las cooperativas y empresas de economía social de Galicia un modelo Referencial de calidad y RSC con una herramienta informática de apoyo para redactar la Memoria RSC según las indicaciones del GRI.

Ámbito de aplicación: Va dirigido a las cooperativas y empresas de economía social de Galicia.

Aspectos contemplados: Es un modelo Referencial que queremos sirva para que las Asociaciones puedan divulgar la RSC y fomentar la redacción de la Memoria RSC en las cooperativas de cada sector de actividad. La herramienta informática tiene cinco grandes bloques: Principios cooperativos, Balance Social, Responsabilidad Social, Medio Ambiente y Calidad.

Certificación: En principio, será supervisado por cada Asociación de Cooperativas y empresas de economía social, aunque se intentará contar con la "aprobación" de la Consellería de Traballo, una vez su puesta en marcha sea definitiva.

Comentarios: Se está elaborando la versión definitiva de la herramienta informática. Posteriormente, será probada en varias cooperativas y empresas de economía social antes de dar el paso definitivo de su utilización masiva.

X. ¿QUÉ SE LE ESTÁ PIDIENDO A LAS COOPERATIVAS?

Actualmente, al igual que ocurre con el concepto de RSE, también existe "indefinición" en los requisitos que el cliente le está exigiendo a nuestras cooperativas a la hora de comprar sus productos.

Tras un análisis en los diferentes ámbitos geográficos se han recopilado una serie de afirmaciones:

- **Sectores:** Frutas y Hortalizas es el sector en que más se están demandando requisitos relacionados con esta materia, evidentemente por su carácter exportador.

- **Normas solicitadas:**
  - Normas en materia de Responsabilidad Social: BSCI (Suiza, principalmente), Sedex (Reino Unido) y ETHICAL TRADING INITIATIVE (ETI) (Reino Unido).
  - Normas existentes en otras materias: Aunque algunas cadenas de distribución están aceptando el cumplimiento de algunos de los requisitos recogidos ya en otros estándares de certificación, como es el caso de GLOBALGAP, que ya contempla aspectos relacionados con la salud, seguridad y bienestar del trabajador y Nature Choice.

- Normas propias: Otras empresas, como es el Grupo Florette, tienen su propio referencial en que contemplan aspectos de calidad y de Ética y Responsabilidad Social en que indican los protocolos en esta materia que aceptan, en este caso Sedex.
- La mayor parte de los protocolos que están apareciendo están basados en SA 8000 y además es reconocida por los mismos.

- **Conclusiones:** Lo cierto es que hasta el momento, la dimensión que se está evaluando en materia de RSE por parte de la distribución es la social. En España, la legislación vigente en relación a la seguridad y salud de los trabajadores cubre los aspectos que exigen todo este tipo de normas, por lo que para algunos clientes la evaluación de su cumplimiento también está siendo aceptada, a modo de certificado que lo acreditase o algo similar. No puede igualarse la situación laboral española a la de terceros países.

XI. ¿QUÉ OPINA LA DISTRIBUCIÓN?

A nivel internacional se ha avanzado más rápidamente en este concepto y, a pesar de que no existe definición común, sí que han surgido iniciativas, algunas de ellas recogidas en los puntos anteriores, para armonizar los criterios en esta materia. Sí es verdad que casi en todos ellos se contempla más ampliamente la dimensión social, pero se piensa que evolucionará hacia las otras dos dimensiones, medioambiental y económica. La mayoría de los esquemas propuestos se basan en la norma SA 8000, que es una de las primeras que surgió, pero aplicada a las industrias.

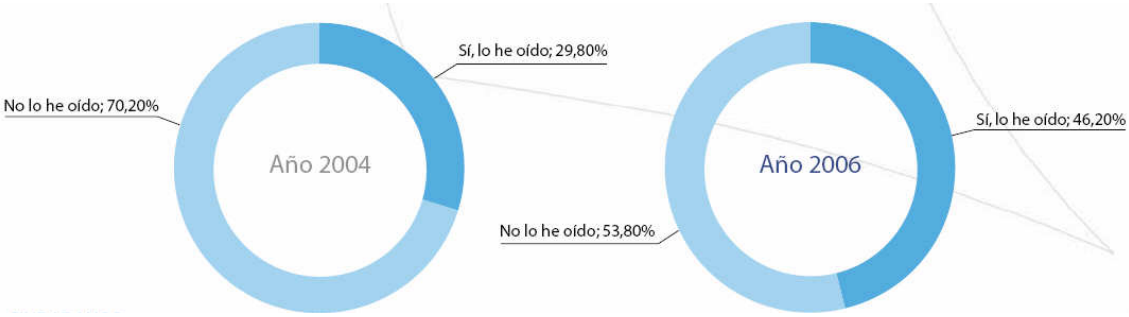
Hasta la fecha, la distribución en España ha tomado la RSE desde el punto de vista de las actuaciones de carácter interno en sus organizaciones, de cara al marketing tanto interno, para sus trabajadores, como externo, sobre todo para los consumidores. Pero lo cierto es que ha comenzado a tomar otra visión en la que se tienen en cuenta todos los grupos de interés, incluidos los proveedores. Además de aspectos tales como la calidad, la seguridad alimentaria y el medioambiente, se va a tomar en consideración que los productos hayan sido producidos en unas condiciones socialmente responsables.

En la actualidad, se encuentran inmersos en un periodo de diálogo abierto con la distribución a nivel europeo, así como a nivel interno desde el marco nacional, para determinar la orientación y los requisitos que van a enmarcar las exigencias en esta materia.

XII. ¿QUÉ OPINA EL CONSUMIDOR?

Forética editó en 2006 un informe acerca de la Evolución de la Responsabilidad Social de las Empresas en España, en el que constata que ha habido una evolución entre 2004 y 2006. El concepto de RSE se ha introducido en estos dos años, experimentado un avance que se espera que vaya en aumento en los años sucesivos. Así se muestra en la siguiente gráfica:

¿Ha oído alguna vez la expresión "Responsabilidad social de la empresa"?



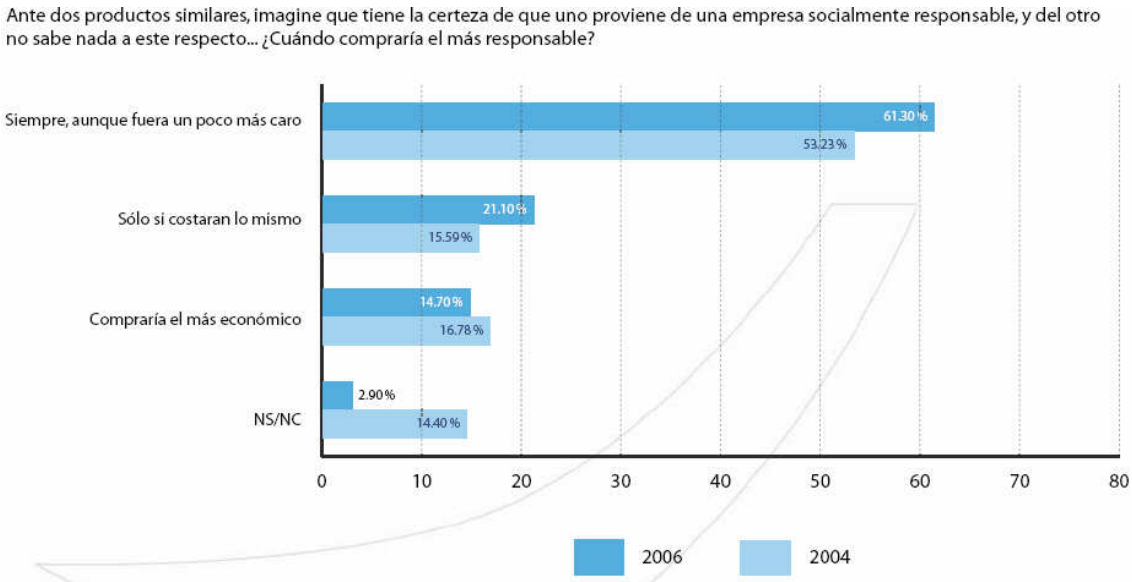
Fuente: Informe Forética 2006. Evaluación de la Responsabilidad Social de las Empresas en España.

Aunque todavía sólo una muestra de los encuestados conoce en qué consiste el concepto de RSE, de ahí la importancia de las actuaciones de comunicación que es preciso emprender o reforzar.

Como se comentó al inicio del informe, el consumidor además de productos sanos y seguros, ha incorporado una variable más que puede condicionar su decisión de compra, aboga por un consumo responsable, de productos que además cuente con esta componente.

Efectúa una discriminación positiva de productos responsables, como se muestra en la gráfica siguiente. No obstante Forética reseña en su informe que aunque el consumidor dice estar concienciado, no confía en que la sociedad a nivel global lo esté. Remarca por tanto la necesidad de información y, es más, para cada tipo de producto, puesto que la reacción sería diferente.

Discriminación positiva de productos responsables



Fuente: Informe Forética 2006. Evaluación de la Responsabilidad Social de las Empresas en España.

Concluimos por tanto que, está en nuestra mano incitar al consumidor al consumo responsable de nuestros productos. La alimentación, por su carácter de primera necesidad, representa un alto porcentaje del gasto y si es discriminado

positivamente desde el punto de vista social, las cooperativas estamos muy bien posicionadas por nuestro carácter.

XIII. CONCLUSIONES GLOBALES

- La RSE lleva demasiado tiempo en el panorama empresarial como para descartarlo en el futuro como un elemento de competitividad. La evolución del sector agroalimentario en los últimos años, en lo referente a la introducción de políticas similares como la certificación de calidad, trazabilidad o medioambiente, invita a **tener en cuenta a la RSE en las estrategias empresariales y comerciales**
- El concepto de RSE debe procurarse que se aplique en sus **tres dimensiones: económica, social y medioambiental** y que no quede sólo en la social o en el beneficio de la imagen y marca. Debe introducirse en las actividades habituales de la empresa.
- A nivel social, los productores españoles y particularmente las cooperativas por su régimen especial, ya cumplen con los **requisitos legales** establecidos por el estado y están en consonancia con la dimensión social de la RSE. En este sentido España no puede ser comparada con países terceros como India, China, Marruecos. En principio la RSE debería servir para **resaltar a nuestro favor esas deferencias**
- La **Administración** tiene un papel importante en la promoción de la RSE, aplicándola internamente, facilitando instrumentos a las empresas para una gestión responsable, reconociendo y difundiendo las buenas prácticas de RSE y fomentando redes que faciliten la cooperación entre las empresas.
- La **implicación de los órganos directivos** de las cooperativas es muy importante para respaldar la RSE, tiene que haber un compromiso, de esta forma podrán dotarse de credibilidad las actuaciones emprendidas.
- Los **problemas** fundamentales a los que nos enfrentamos en lo que a efectividad se refiere son la falta de reconocimiento mutuo entre los numerosos esquemas existentes, falta de flexibilidad y altos costes de implantación.
- En este momento del desarrollo de la RSE, es necesario un trabajo para la armonización de los sistemas existentes y su adaptación al sector agroalimentario de manera que se estimule su participación y se tengan en cuenta los diferentes contextos en los que operan, adaptándolos también a sus especificidades. Debemos buscar **nuestro propio modelo de RSE**.

XIV. FUENTES CONSULTADAS

Páginas web:

- http://www.unglobalcompact.org
- http://ec.europa.eu
- http://www.obrsc.org

- http://www.observatoriorsc.org
- http://www.ecodes.org
- http://www.empresaysociedad.org
- http://www.fundacionentorno.org
- http://www.consumer.es
- http://www.globalreporting.org
- http://www.oecdwatch.org
- http://www.responsables.biz
- http://www.sa8000.org o http://www.sa-intl.org.
- http://www.bsci-eu.org
- http://www.sedex.org.uk
- http://www.ethicaltrade.org
- http://www.rsecoop.coop
- http://www.foretica.es
- http://www.ciesnet.com
- http://www.iso.org/sr
- http://www.juntadeandalucia.es/empleo/carl/observatorio/paginaEstatica/lstContenidos.asp?obs=56&menu=13&submenu=14
- http://www.rsecoop.coop
- www.gaif08.org

Documentos:

- Libro Verde de la Comisión Europea: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. 2001.
- Informe Forética 2006. Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en España.
- Monográfico: Responsabilidad Social Corporativa. Una nueva forma de entender la empresa y conciliar sus fines económicos con los aspectos sociales y medioambientales. Revista APD. Asociación para el progreso de la Dirección. Número 212. Septiembre 2006.
- La responsabilidad social empresarial y la economía social. Cuadernos de Economía Social. Nº 4. 2007.
- Foro Mundial Sobre Agroindustrias 2008 - Ciudadanía global y responsabilidad social corporativa en el sector agroalimentario.
- I Jornadas Corresponsables: Punto de encuentro de la RSE. El Consejo Estatal de la RSE. Aenor publica una guía de implantación de una sistema de gestión de la RSE. Revista CORRESPONSABLES. Nº9. Abril – Mayo 2008.
- La Responsabilidad social corporativa en España. Suplemento de La Gaceta de los negocios. 29 de abril de 2008.