

Análisis de las posibilidades de los agentes vascos para ejercer un papel tractor en la difusión de la responsabilidad social empresarial

M^a Begoña Etxebarria Robledo¹, Francisco Sánchez Fuente¹, Ernesto Cilleruelo Carrasco¹

¹ Dpto. de Organización de Empresas. Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Bilbao. (UPV/EHU). Alameda de Urquijo s/n. 48013 Bilbao. oepetrob@bi.ehu.es, francisco.sanchez@ehu.es, ernesto.cilleruelo@ehu.es

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Ética.

Resumen

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) adquiere protagonismo derivado del hecho del alto grado de competitividad de algunos entornos. Se trata de un concepto que se enmarca dentro de un ámbito con gran proyección y desarrollo a futuro. De hecho, el devenir de los acontecimientos a nivel social, económico y medioambiental, parecen evidenciar que la RSE resultará en un futuro próximo un componente imprescindible en la innovación, constituyendo una ventaja competitiva interesante para aquellos entornos concretos que sean capaces de difundirlo de manera generalizada entre su tejido empresarial. No obstante, la realidad empresarial parece indicar que no se trata de un concepto bien clarificado, que permita establecer pautas metodológicas a seguir por parte de las empresas, para proceder a su implantación. Por el contrario, se trata de un concepto multidimensional, que contiene e integra muy diversos elementos y objetivos económicos, sociales y medioambientales, por lo que puede resultar excesivamente ambiguo, amplio y por lo tanto, poco concreto. De ahí el interés en el desarrollo de investigaciones orientadas al impulso de su aplicación dirigido hacia el ámbito empresarial. En la presente ponencia se analiza el grado de implementación del término RSE en diferentes organismos públicos del País Vasco, así como en la hasta hace poco denominada Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación (RVCTI) y en las entidades financieras más representativas. El estudio empírico parte de la hipótesis de que los agentes considerados tienen un importante papel en la difusión del concepto, concepto a asumir de modo voluntario, y en este sentido, se ha planteado como objetivo su verificación a través de la aplicación de la metodología diseñada al efecto. Los resultados obtenidos son posteriormente contrastados con la hipótesis de partida.

1. Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto de interés para la mayor parte del tejido empresarial, al menos desde un punto de vista teórico y de conocimiento. Sin embargo, la aplicación de dicho concepto resulta compleja siendo un campo de investigación interesante la manera de impulsar la aplicación del mismo en el tejido empresarial. En la presente ponencia se muestran los resultados finales de un trabajo de investigación desarrollado en dos etapas; la primera centrada en el análisis del potencial de la Red Vasca de Ciencia y Tecnología (RVCTI) como tractor del concepto en la CAPV y la segunda centrada en el potencial de la Administración Pública y Cajas de Ahorro. El estudio empírico parte de la hipótesis de que dichas instituciones tienen un importante papel en la difusión del concepto, tanto siendo ejemplos a seguir como teniendo en cuenta criterios de RSE para asignar subvenciones, ayudas, etc.

2. Objeto de la ponencia

El objetivo de la ponencia es mostrar un conjunto de conclusiones derivadas de la realización de un trabajo de investigación. La hipótesis formulada parte del convencimiento de que el concepto de RSE ha de ser asumido de forma voluntaria por las empresas y éstas necesitan tener modelos de referencia, no únicamente modelos teóricos, sino ejemplos por parte de aquellas instituciones que pretenden animar a su implantación. Igualmente, en el trabajo se analiza la utilización de criterios de RSE empleados por dichas instituciones para la aportación de subvenciones o ayudas a las empresas. Los resultados del trabajo de investigación contrastan la hipótesis de partida para el caso del País Vasco y constituirán el objeto de la ponencia.

3. Metodología empleada

Debido a los numerosos agentes que conforman la administración vasca, hemos considerado que en el tiempo establecido resultaba inviable realizar el estudio a todos ellos con el mismo grado de profundidad, por lo que hemos procedido a la segmentación del universo en tres grupos: A, B y C

GRUPO A: formado por los agentes públicos de mayor tamaño e influencia en la sociedad vasca, lo que a priori, puede significar una mayor capacidad de tracción: éstos son:

- Gobierno Vasco, a través del departamento de industria, crea y promueve parques tecnológicos, centros de innovación, Sprilur
- Las DIPUTACIONES, a través de los correspondientes departamentos de promoción económica e innovación.
- Los AYUNTAMIENTOS de las tres capitales vascas, a través de los respectivos departamentos de promoción económica y empleo
- Y las tres ENTIDADES FINANCIERAS VASCAS: bbK, Kutxa y Caja Vital, a través de los departamentos de relaciones con la empresa.

GRUPO B: dentro de este grupo se contemplan las agencias redesarrollo que dependen de ayuntamientos (y que no son cabeceras de provincia)

GRUPO C: En este grupo se recogen los behargintzas dependientes de la Diputación de Bizkaia y el resto de agencias de desarrollo de los ayuntamientos de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa

Igualmente hemos procedido a la segmentación del universo que representa a la RVCTI, también en tres grupos A, B y C::

GRUPO A: está formado por los agentes privados de mayor tamaño (tanto por cifras de plantilla como por la facturación).

GRUPO B, en el que se contemplan tres categorías diferentes:

- Unidades I + D empresariales de MCC, por su relación con las empresas de MCC.
- Universidades, por su labor de generación de conocimiento y de formación al servicio de las empresas y de la sociedad y
- Los Parques Tecnológicos, por su relación entre las empresas instaladas en ellos, y por su capacidad de fomentar lazos de cooperación.

GRUPO C, en el que se incluye al resto de los agentes de la RVCTI.

La técnica de recogida de información ha sido diferente en función de la segmentación del universo realizada, de modo que en el GRUPO A, hemos procedido a través de una encuesta elaborada al efecto además de una entrevista personal. En el GRUPO B, hemos procedido a través de la encuesta, con seguimiento de la misma, y a los agentes del grupo C, les hemos hecho llegar la encuesta.

La encuesta elaborada consta de cuatro bloques:

BLOQUE 0. Datos generales del agente, cuya finalidad es simplemente la identificación del agente y del interlocutor asignado.

BLOQUE 1. Situación actual, con lo que se pretende identificar el punto de partida, midiendo el grado de conocimiento y de implantación actual del concepto RSE en cada agente.

BLOQUE II. Interés en el concepto a corto y medio plazo. Independientemente del grado de implantación actual, con la información obtenida en este bloque se pretende medir el grado de interés que suscita la RSE a corto y medio plazo, así como los aspectos de la misma que más interesan.

BLOQUE III. Interés en sensibilizar a corto y medio plazo, directamente relacionado con parte de las hipótesis del estudio. Se pretende medir la predisposición de los agentes para involucrarse en la sensibilización y difusión de la RSE entre sus proveedores, clientes y Partners de sus proyectos de investigación.

En cuanto a las entrevistas, con ellas hemos pretendido obtener información adicional que quisieran aportar los agentes contactados y que no hubieran tenido oportunidad de expresar en las encuestas. Sólo se han realizado entrevistas a los agentes del grupo A por considerarles los más relevantes, como ya se ha mencionado anteriormente.

Dado que los interlocutores asignados eran personas con puestos de responsabilidad y por tanto, agenda apretada, se decidió que las entrevistas debían ser breves, de unos 30 minutos. Se consideró oportuno dedicar los 5 primeros minutos a explicar brevemente qué se entiende por RSE y los aspectos básicos que contempla. El tiempo restante se empleó en buscar el feedback de los agentes con el objetivo de que el interlocutor reflexione acerca de su importante papel en la difusión y sensibilización de este concepto en el tejido empresarial del entorno.

4. Resultados y conclusiones

4.1. Resultados y conclusiones en la Administración Vasca

En cuanto a los agentes de la administración, como se observa en la Figura 1, los resultados indican que todos los agentes encuestados conocen e identifican el concepto de RSE y que además, el 75% de los mismos expresan un conocimiento medio-alto. La Figura 2 indica que el grado de conocimiento alto se concentra en el grupo A, el grado medio se distribuye entre los tres grupos (A, B y C) con una posición destacada para el grupo B y el conocimiento bajo se concentra en los grupos B y C, con clara predominancia en el grupo C.

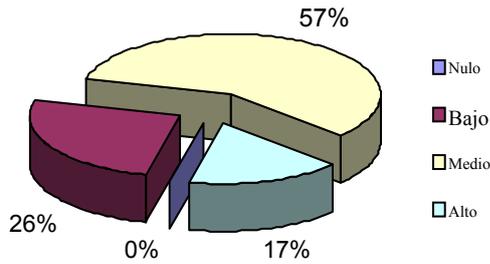


Figura 1. Grado de conocimiento del concepto por parte de los agentes de la administración contactados

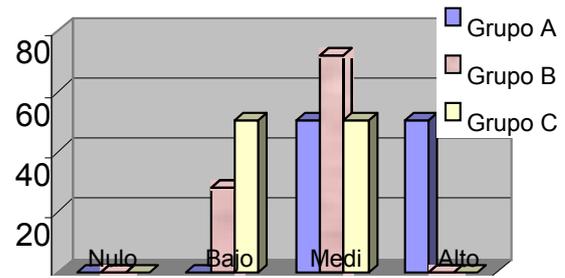


Figura 2. Grado de conocimiento del concepto por parte de los grupos de agentes de la administración contactados

En cuanto a la implantación, como se observa en la Figura 3, el grado medio-alto se expresa en un 28% de los agentes entrevistados y/o encuestados. No obstante, como indica la Figura 4, se ha comprobado que los agentes del grupo A se encuentran en una clara progresión hacia estándares de implantación altos, mientras que aquéllos incluidos en los grupos B y C muestran una situación mas estacionaria.

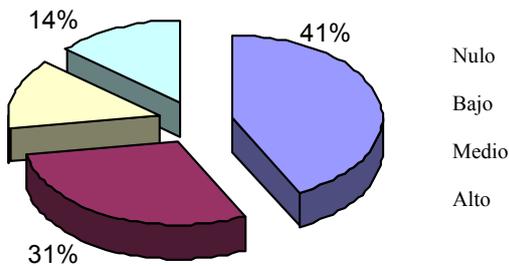


Figura 3. Grado de implantación del concepto por parte de los agentes de la administración contactados

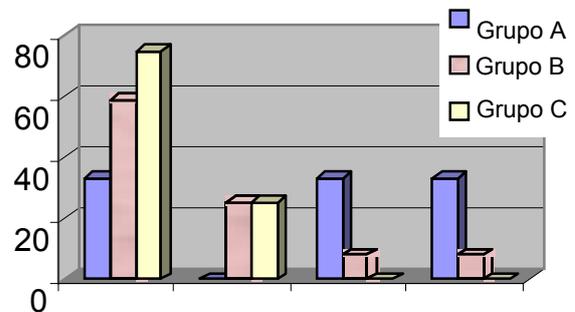


Figura 4. Grado de implantación del concepto por parte de los grupos de agentes de la administración contactados

A nivel general, la información obtenida indica que el 80% de los agentes contactados muestran disposición e interés para adquirir un conocimiento mas profundo en lo que respecta a la RSE. No obstante, se distinguen dos grupos: por un lado, el 47% del total, quienes además de expresar un alto grado de interés en el concepto, quisieran trasladarlo a su implantación íntegra, y por otro, el 30% del total, quienes expresan una disponibilidad a corto y medio plazo hacia una implantación parcial. El grupo A es el que expresa un grado de interés mas alto, pues el 90% de éstos indican un interés alto-medio, a diferencia de los grupos B y C, de los que un 60% admite tener un interés medio-bajo. En este sentido, dentro del grupo A cabe mencionar a aquellos agentes que, teniendo conocimiento de la materia, no se han decidido a desarrollarla, como es el caso del Gobierno Vasco, si bien merece decir que éste, a través de diferentes sociedades y fundaciones como son Spri, Euskalit, Cluster,...participa en iniciativas para impulsar la excelencia en la gestión, en las que se incluyen elementos de Responsabilidad Social.

En cuanto a las prioridades de implantación, y a la hora de plantearse estrategias para impulsar el concepto establecen criterios de prioridad. Sitúan en primer lugar la necesidad de una dirección comprometida. A posteriori, su aplicación en el contacto con el cliente y ya en última instancia, en la relación con los proveedores. Esta consideración, unida a que quieren avanzar en la implantación, conduce a afirmar que serán aquellos aspectos de RS aplicables a nivel interno los primeros en ser implantados.

Así, y también dentro del grupo A, encontramos agentes que, teniendo conocimiento de la materia, han iniciado procesos de integración de metodologías de la RSE en su gestión, como es el caso de la Diputación de Álava, que participa activamente en el desarrollo de Foarse y como es el caso, aún mas avanzado, de la Diputación de Guipúzcoa, que se encuentra en un claro proceso de elaboración de metodologías propias. También hay que mencionar a aquellas instituciones que, además de desarrollar metodologías reconocidas de RSE, incluyen en sus memorias de gestión las acciones acometidas en esta materia. En esta situación se encuentran las tres entidades de ahorro mas representativas del País Vasco: Caja Vital, BBK y Kutxa.

Como se aprecia en la Figura 5, en un 50% de los agentes consultados se indica que se tiende, cada vez más, a considerar aspectos de RS en la relación con los proveedores, e incluso en un 25% de los casos, se habla de considerar criterios de exigencia. Esto indica que los agentes de la administración, independientemente de que procedan en primera instancia a una implantación interna, ya entran en planteamientos que inducen un efecto de tracción, en este caso hacia sus proveedores, preestableciendo criterios al efecto.

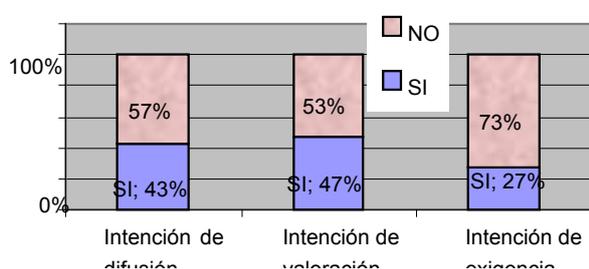


Figura 5. Intención de la Administración Vasca en sensibilizar a sus proveedores a corto y medio plazo

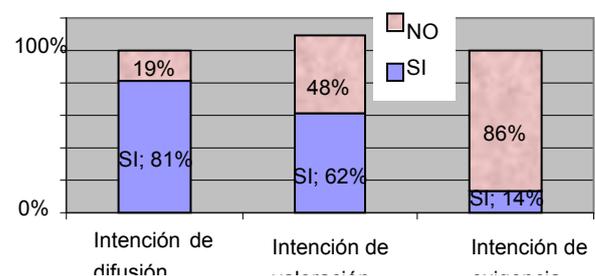


Figura 6. Intención de la Administración Vasca en sensibilizar a clientes y ciudadanos a corto y medio plazo

Incluso hay instituciones que se encuentran, no ya en fase de propuesta, sino de desarrollo de metodologías propias que induzcan a la difusión y aplicabilidad de la RSE en el tejido empresarial del entorno.

Este es el caso del Departamento de Promoción Económica y Empleo de la Diputación de Bizkaia, desde donde también se establece una línea de ayudas para aquellas empresas que decidan incorporar sistemas de desarrollo de la RSE en sus procesos de gestión. Contextualizando estas acciones se encuentra Xertatu, el Foro Bizkaia para la RSE y la Fundación Novia Salcedo a través de los proyectos CSR-Vaderegio.

En cuanto a la intervención que los agentes de la administración tienen en múltiples procesos de creación y desarrollo de empresas, su intención de difundir el significado y sentido de la RSE entre los emprendedores y en los procesos de desarrollo empresarial se muestra por encima del 60%, mientras que a la hora de exigir, el porcentaje desciende hasta casi el 30%.

Referente al contacto de la administración con la ciudadanía, a partir de los datos reflejados en la Figura 6 se concluye que el 81% de los agentes expresa un elevado interés en las labores de sensibilización frente a exigibilidad, de donde se concluye que la estructuración de ayudas y subvenciones además de los procesos educativos y divulgativos, son muy importantes para introducir conceptos y metodologías de RS en un contexto empresarial que presenta ciertas susceptibilidades y reticencias.

Asimismo, se debe decir que en la administración, el tamaño del agente no es relevante. Si bien en un primer momento, a la hora de segmentar el colectivo a estudiar, se consideró el tamaño de los agentes a contactar como un probable criterio indicativo de la potencialidad de las diferentes administraciones a la hora de desarrollar la RSE, tras el análisis de resultados no

se afirma con contundencia. En este sentido, se constata que por ejemplo el Gobierno Vasco, aunque participa en iniciativas que apoyan la Responsabilidad Social, no tiene claro el desarrollo de una metodología o un plan de aplicabilidad al respecto. Sin embargo, se han identificado agentes locales de un tamaño reducido y con medios muy limitados que se han interesado por iniciativas que desarrollen metodologías de integración de la RSE en la micropyme.

4.2. Resultados y conclusiones en la Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación

A raíz de los datos que aparecen en la Figura 7, de forma general se puede afirmar que el 55% de los agentes consultados Express un grado de conocimiento alto-medio, identificándose aún un 8% que todavía no lo conocen.

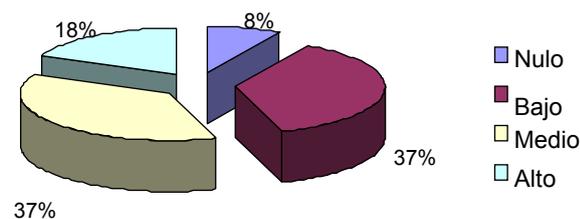


Figura 7. Grado de conocimiento del concepto por parte de los agentes de la RVCTI contactados

En función del grado de conocimiento, expresado en la Figura 8, los agentes expresan su grado de implantación, alcanzando una baremo alto-medio en un 21% de los casos. A raíz de los datos representados en la Figura 9, en la que se diferencian las respuestas en función de los grupos de clasificación inicial, parece que es el grupo B el que contribuye primordialmente a grados de implantación alto-medio.

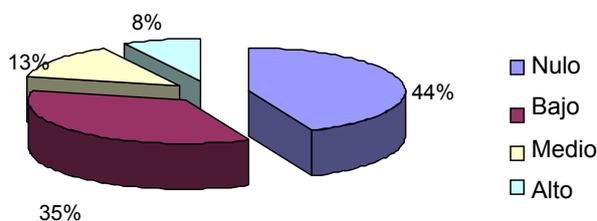


Figura 8. Grado de implantación del concepto por parte de los agentes de la RVCTI contactados

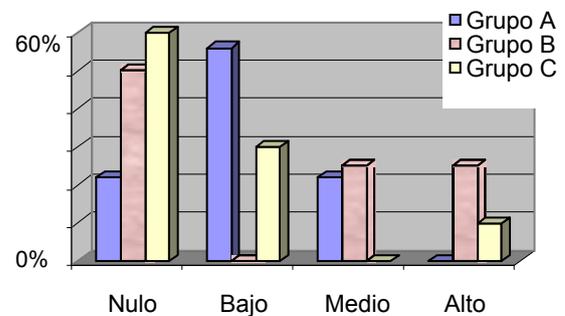


Figura 9. Grado de implantación del concepto por parte de los grupos de agentes de la RVCTI contactados

En este aspecto merece destacar la dificultad de los agentes analizados para asignar al interlocutor que responda a la entrevista y a los ítems de la encuesta. Tal y como queda reflejado en la Figura 10, el departamento procedente de respuesta ha sido muy heterogéneo, siendo abordado en cada caso bajo diferentes enfoques (dirección, marketing, finanzas,...). Esto denota una falta de ubicación del concepto, lo que en muchas ocasiones dificulta una correlación adecuada y precisa entre actividades efectuadas y RS y de hecho, las entrevistas efectuadas revelan que en un 80% de los agentes del grupo A tienen implantada alguna medida relacionada con la RSE.

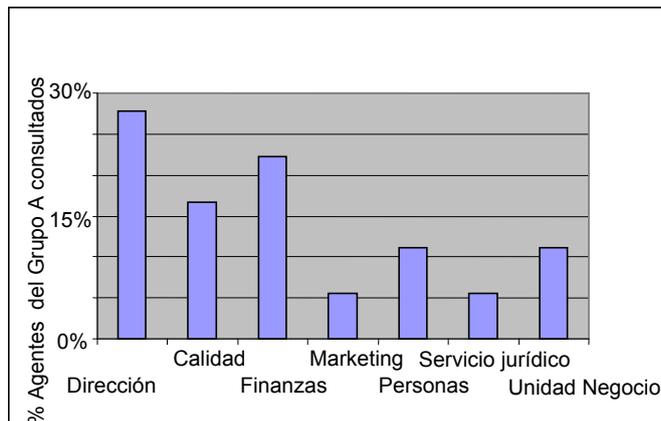


Figura 10. Departamento al que pertenecen los interlocutores contactados de los agentes del grupo A de la RVCTI

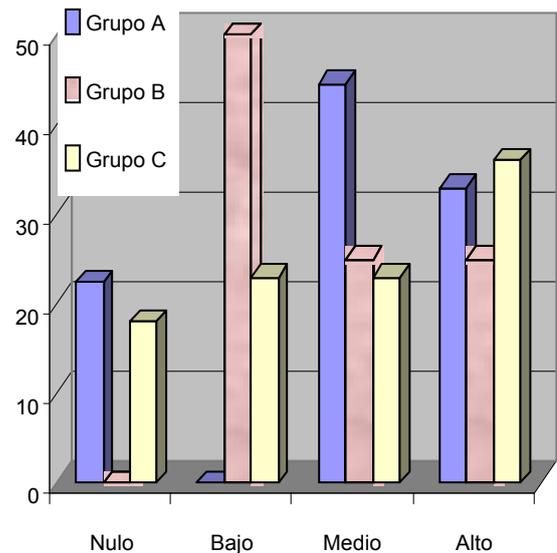


Figura 11. Grado de interés a corto y medio plazo entre los grupos A, B y C de la RVCTI

Lo que además se corrobora y sustenta en la Figura 11 con la respuesta obtenida a la hora de evaluar el grado de interés de los agentes a corto y medio plazo y es que efectivamente, el mayor grado de interés viene reflejado en la respuesta ofrecida por los agentes del grupo A.

Si nos referimos a los criterios a considerar a la hora de establecer estrategias de implantación, consideran prioritario el compromiso por parte de la dirección, igualmente que la administración. El siguiente criterio a priorizar se refiere a la implantación interna y a continuación, a la aplicación en las relaciones con la administración. En este sentido, es oportuno señalar que se afanarán por aplicar el concepto internamente de modo mas prioritario que en la administración.

En cualquier caso, los agentes de la RVCTI del grupo A son entidades sin ánimo de lucro orientadas a la mejora de la competitividad de las empresas y de la sociedad en general, por lo que actualmente ya tienen un compromiso social reflejado en su misión y tienen implantados alguno de los aspectos que integran la RSE, como pueden ser el desarrollo de tecnologías limpias, que contribuyen al fortalecimiento del desarrollo económico, la cohesión social y la sostenibilidad ambiental, la promoción del conocimiento en la sociedad, la aplicación interna de la RSE apoyando criterios tales como la flexibilidad horaria, como ayuda a la conciliación entre la vida profesional y personal, la igualdad de oportunidades intergénero o la formación, como impulso hacia el desarrollo profesional de sus empleados.

En cuanto a la relación con sus proveedores, y como se refleja en la Figura 12, el 40% de los agentes lo valora como un criterio más de selección, quedando los criterios de exigencia relegados a un 20%. Estos datos, aunque son inferiores a los expresados por los agentes de la administración, no dejan de ser elevados. Con ello se constata la hipótesis de partida basada en la capacidad tractora de estos agentes.

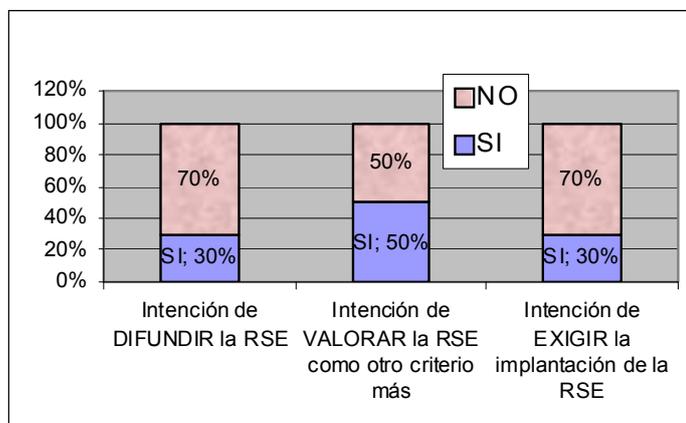


Figura 12. Intención de los agentes de la RVCTI en sensibilizar a sus proveedores a corto y medio plazo

Y en las relaciones con los Partners de los proyectos de investigación en los que coparticipan, también consideran importante y posible llevar a cabo una labor de difusión y valoración, si bien los criterios de exigencia apenas se manifiestan perceptibles, lo que se pone de manifiesto en la Figura 13.

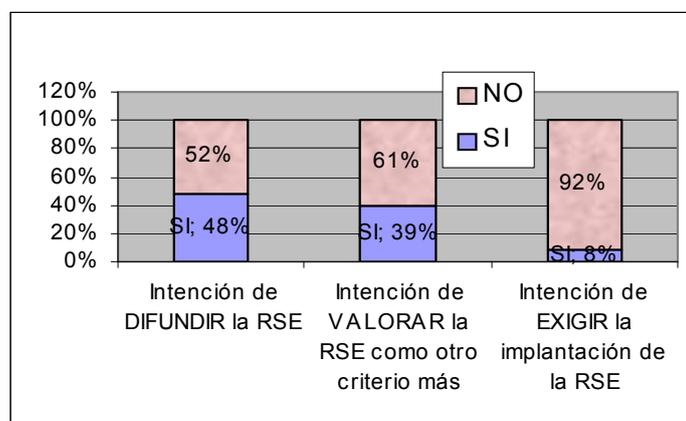


Figura 13. Intención de los agentes de la RVCTI en sensibilizar a sus Partners de sus proyectos de investigación a corto y medio plazo

Puesto que en la priorización de criterios a la hora de elaborar estrategias de implantación, apuestan en cuarto lugar por la incidencia en la cadena de valor; de nuevo se pone de manifiesto su actitud favorable hacia la extensión del concepto a lo largo de su cadena de valor.

Asimismo, consideran que la sensibilización externa entre el tejido empresarial es una tarea difícil que requiere de la participación de una red de agentes, donde además de la RVCTI, se encuentren otros entes como la administración pública, grandes empresas, medios de comunicación...

Referencias

De la Cuesta, M. (2004). “El porqué de la responsabilidad social corporativa”, Boletín ICE Económico: Información Comercial Española, AGO-SEP 2-5

Fernández Gajo, R. (2005). Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Ed.Paraninfo. España

Kotler, P y Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility. Doing the most good for your company and your cause. John Wiley & Sons. New Jersey

Unceta, A; Gurrea, I. (2005)“RSCPVB: Responsabilidad Social Corporativa las PYMEs de Bizkaia”. Diputación Foral de Bizkaia. Bilbao