

## 8. La Responsabilidad Social Corporativa y la logística

Hace algunas décadas, la responsabilidad a la hora de exigir productos justos y medioambientalmente sostenibles recaía exclusivamente sobre las decisiones de compra del consumidor. En la actualidad, la empresa es quien debe asegurar que sus productos guardan un equilibrio entre el modelo de desarrollo eficaz (que cumpla sus objetivos) y eficiente (al menor coste posible), y un modelo de sostenibilidad desde el punto de vista medioambiental y social. El cumplimiento de este último modelo es lo que se denomina *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*.

Los programas de **Responsabilidad Social Corporativa** en las empresas buscan un equilibrio y refuerzo mutuo entre crecimiento económico, desarrollo social y sostenibilidad medioambiental, en relación a los grupos de interés internos y externos de la empresa.

La RSC responde a la actitud que mantiene la empresa ante las demandas planteadas por los grupos de interés y la sociedad, relacionadas con:

- La actividad de la empresa.
- Sus costes sociales.
- La ampliación de sus objetivos en relación con su función social.

Todo ello tiene una serie de implicaciones importantes:

- Supone una transformación de la forma de gobierno de la empresa, ya que se pasa de una relación bilateral (accionista-directivo) a otra multilateral (todos los grupos de interés).
- Modifica el proceso de decisiones añadiendo criterios sociales (no solo se busca crear valor para los accionistas sino también para los grupos de interés y la sociedad en general).
- Debe aplicarse voluntariamente en la empresa.

En sus orígenes la RSC no era vista con buenos ojos por las empresas, que entendían que solo implicaba incrementos de coste del producto o servicio, sin contraprestación alguna para la empresa. Pero la evolución de la propia sociedad ha implicado un cambio de perspectiva sobre este tema. El lema anglosajón «*Ethics pays*» («la ética da dinero») nos resume muy bien este cambio de opinión, ya que la RSC se entiende hoy como un factor clave de competitividad, e incluso se concibe desde un enfoque comercial. La Responsabilidad Social Corporativa ha pasado de ser un fin ideal a ser un medio para la obtención de beneficios económicos.



**Fig. 1.10.** El punto de partida de la Responsabilidad Social Corporativa es reconocer que, en su actividad corriente, la empresa no solo incurre en costes económicos, sino también en costes sociales. Estos son asumidos sin compensación por personas externas a la empresa, y esta debe corregir la situación asumiendo y reduciendo dichos costes sociales. Uno de los mayores costes sociales que se dan en la logística es la contaminación producida por los medios de transporte.

### A

#### Vocabulario

**Responsabilidad moral:** establece las condiciones desde las que es posible establecer un diálogo justo o moral entre diferentes partes implicadas.

**Responsabilidad social:** conjunto de acciones y decisiones que conforman la respuesta que ofrece cada organización concreta ante las demandas y exigencias de sus correspondientes grupos de interés (proveedores, clientes, empleados, público en general, etc.).

Así, la empresa puede adoptar programas de RSC por diversas razones:

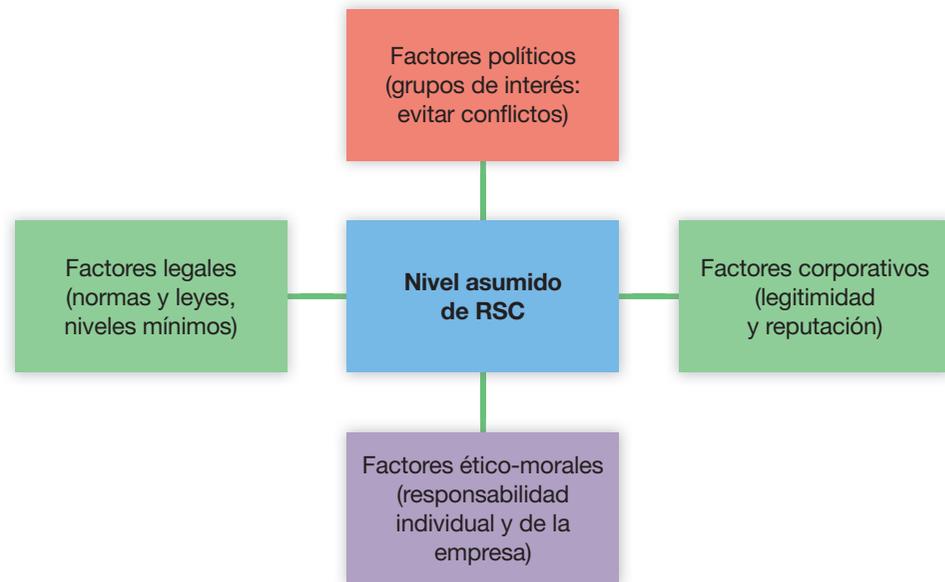


Fig. 1.11. Razones para adoptar programas de RSC.

Sin embargo, el factor más importante para llevar a cabo la RSC desde un punto de vista estratégico es el competitivo, ya que genera valores intangibles para la empresa y mejora la imagen que esta proyecta hacia los grupos de interés y la sociedad. A pesar de que mayoría de los autores no se ponen de acuerdo en la cuantificación de los beneficios económicos que conlleva la RSC, sí coinciden en que no tenerla en cuenta puede llevar a las empresas a costosas pérdidas de imagen y beneficios, de las cuales es muy difícil resarcirse en el futuro.

Hay muchos ejemplos de las consecuencias de poner o no en marcha programas de RSC. Por ejemplo, el grupo textil Inditex ha decidido, a través de su «*apuesta por lo verde*», implantar las energías renovables (eólica y solar) en todos sus centros logísticos, y la aplicación de planes de eficiencia para aprovechar y ahorrar al máximo la energía consumida. Además, la empresa se ha propuesto renovar todos sus vehículos para que cumplan la normativa Euro 5, la norma europea más exigente en materia de emisiones.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que la RSC, como la logística, abarca toda la cadena de suministro. Eso implica que la empresa es responsable no solamente de sus acciones, sino también de las de sus proveedores, distribuidores, contratistas, subcontratistas, etc. La empresa tecnológica Apple, por ejemplo, fue acusada de malas prácticas en RSC porque las empresas subcontratadas por ella explotaban a sus trabajadores con agotadoras jornadas y bajos salarios. La presión social le obligó a aumentar el grado de transparencia en la información acerca de sus proveedores y a crear códigos de conducta al respecto, que están expuestos en una sección específica de su web corporativa.



#### Actividades

Busca información en la prensa o en Internet sobre el caso Nike, relacionado con la RSC, y responde a las siguientes cuestiones:

- ¿Cuáles fueron las malas prácticas en RSC de las que se acusó a Nike?
- ¿Cómo reaccionó Nike a estas acusaciones?
- ¿Qué medidas tomó posteriormente Nike a nivel social y de producción?

Los casos Enron, Forum Filatélico y AFINSA, ¿están relacionados con la RSC o con la responsabilidad moral empresarial? Justifica tu respuesta.



#### Web

El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (<http://observatoriorsc.org>) dispone en su página web de gran cantidad de información básica, especializada y de actualidad sobre esta materia.



# Síntesis

