

RS: Responsabilidad Social – Modelos de aplicación Parte y 10. RS 10 de AENOR y conclusiones finales de la serie

La RS 10 es un documento que establece los requisitos de un sistema de gestión de la Responsabilidad Social en las organizaciones, para implantar los principios y recomendaciones sobre responsabilidad social existentes; en particular, los contenidos en la norma internacional ISO 26000, y en la norma UNE 165010: 2009 EX.

Para finalizar la serie de artículos en los que hemos tratado los diferentes sistemas de gestión de la responsabilidad social en las organizaciones, comentamos una de las últimas incorporaciones, en concreto el documento RS 10 – Sistema de gestión de la responsabilidad social. Requisitos (Fig. 1).

Se trata de otro sistema de gestión que surge en 2009 en España, y que contempla los requisitos para gestionar un sistema de gestión de la responsabilidad social en una organización, y alinear todas las acciones realizadas que tengan un impacto directo o indirecto en las partes interesadas (stakeholders). Se trata de un sistema certificable (por AENOR) y compatible con otros sistemas de gestión (calidad, medio ambiente, seguridad,...).

Según AENOR, las primeras empresas en obtener el certificado RS 10 han sido Red Eléctrica Corporación, Red Eléctrica de España, S.A.U (REE), Red Eléctrica del Sur, S.A. (Redesur, RDS), Transportadora de Electricidad, S.A. (TDE). El futuro de este sistema de gestión (como pasa también con otras propuestas españolas como la gestión de la innovación y las normas de la serie UNE 166000) pasa por su internacionalización, es decir que se pueda convertir en un referente y sea validado en otros países.

La implantación de un sistema de gestión de responsabilidad de social según RS 10 supone para la organización que lo implanta:

- Identificar los grupos de interés para las actividades de desempeña la organización (empleados, proveedores, consumidores, clientes, sociedad, administración pública, accionistas).
- Identificar sus necesidades y expectativas mediante metodologías que permitan la participación de los mismos en la definición.

- Dar respuestas a estas expectativas y necesidades mediante el cumplimiento de la legislación asociada, los requisitos de la RS 10 y todos los requisitos internos necesarios que necesite la organización.
- Verificación que se cumplen las necesidades y expectativas de los grupos de interés.
- Comunicación de los resultados a los grupos de interés.
- Definición de todos los requisitos necesarios propios de un sistema de gestión para dar soporte a estas actividades y poder estructurarlas con la secuencia de un ciclo de mejora continua como: política, objetivos, auditoría interna, revisión por la dirección, etc.



Fig. 1: Objetivo de la RS 10.

Requisitos de RS 10:

La RS 10 tiene una estructura similar a la mayoría de las normas de otros sistemas de gestión:

4.1 Requisitos generales

La organización debe establecer, documentar, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la responsabilidad social, y:

- a) Determinar los impactos (directos e indirectos) asociados a la responsabilidad social y relacionados con las actividades y actuaciones de la organización.
- b) Identificar los grupos de interés significativos asociados a los impactos causados por las actividades y decisiones de la organización.
- c) Determinar los requisitos en materia de responsabilidad social para cada grupo de interés identificado.

- d) Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de los requisitos en materia de responsabilidad social sean eficaces.
- e) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de los requisitos en materia de responsabilidad social.
- f) Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos requisitos.
- g) Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua del sistema de gestión.

4.2 Requisitos de documentación

Requisito similar al de ISO 9001.

5. Responsabilidad de la dirección

Requisito similar al de ISO 9001, pero enfocado a la política y organización de la responsabilidad social en la organización

6. Gestión de Recursos

Requisito similar al de ISO 9001.

7. Requisitos del sistema de gestión de responsabilidad social ante los grupos de interés

La organización debe identificar todos los impactos derivados de sus actividades y decisiones en materia de responsabilidad social, y asegurarse de que ha identificado todos los grupos de interés significativos dentro del alcance definido del sistema de gestión de la responsabilidad social (Fig. 2).



The slide features the INGECAL logo in the top right corner. The main title is 'Requisitos del sistema de gestión de responsabilidad social ante los grupos de interés'. Below the title is a bulleted list of stakeholder groups. In the bottom right corner, there is an image of a green road sign with the word 'Ethics' written on it, set against a blue sky with clouds.

- propietarios, accionistas, inversores y socios
- empleados
- clientes, usuarios y consumidores
- proveedores
- alianzas o colaboraciones
- competidores
- administración
- comunidad/sociedad
- medio ambiente

Fig. 2: Requisitos de la RS respecto a los grupos de interés.

Además es necesario cumplir toda la legislación aplicable a los siguientes conceptos:

7.2. Requisitos de la organización ante los propietarios, accionistas, inversores y socios

Eficacia y eficiencia en la gestión: la eficacia y eficiencia en la gestión para asegurar el máximo beneficio de forma sostenible.

Gobierno de la organización: debe establecer los mecanismos y sistemas de control necesarios para asegurar que los directivos desempeñan sus funciones con honestidad, rigor y lealtad hacia los intereses de los accionistas, inversores, socios y donantes, de manera compatible con los del resto de los grupos de interés significativos.

También se debe fomentar la igualdad de oportunidades en la promoción hacia los puestos de los órganos de gobierno de la organización.

Transparencia informativa: se debe asumir un compromiso público con la fiabilidad, el rigor, la oportunidad y relevancia de la información que transmite al público en general, y a los mercados financieros en particular cuando se trate de una organización que cotice en mercados financieros.

Derechos de voto y representación: la organización debe garantizar, los derechos de voto y representación asegurando que son utilizados de buena fe y siempre en defensa del objeto social de la organización.

7.3. Requisitos de la organización ante los empleados

No-discriminación: respeto a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato, independientemente de raza, sexo, maternidad-paternidad, creencias, ideología, orientación sexual, nacionalidad, origen social, salud, edad, discapacidad u otras características distintivas.

Derecho a la intimidad: asegurar que los comportamientos de la organización no infrinjan el derecho a la intimidad de los empleados y de sus familias. Así como el cumplimiento de la legislación respecto a los datos personales (LOPD).

Trabajo forzoso: no utilizar el trabajo forzoso, incluyendo el trabajo en servidumbre y el trabajo carcelario no voluntario y/o no remunerado.

Trabajo infantil: se debe fomentar la erradicación del trabajo infantil, directa o indirectamente, en toda la cadena de suministro.

Salud y seguridad: gestionar la prevención de riesgos para la salud y la seguridad de sus empleados mediante la integración de la actividad preventiva en la organización y la adopción de las medidas necesarias dirigidas a prevenir accidentes, lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo. Cumplimiento de la ley de prevención de riesgos laborales.

Entornos accesibles: diseño de los entornos laborales y los puestos de trabajo, en la medida de lo posible, bajo los criterios de diseño universal y accesibilidad global, de modo que sean accesibles para el mayor número de personas, con el fin de evitar discriminación por razón de discapacidad.

Asociación y negociación: respeto al derecho de afiliación sindical y representación colectiva de los empleados, y a la negociación colectiva.

Salario: definición de una política retributiva para satisfacer un nivel de vida digno.

Contrato de trabajo: cumplimiento de la legislación en la contratación y protección social (seguro de enfermedad y accidentes, jubilación, seguro de desempleo, etc.).

Formación, empleabilidad y carrera profesional: definición de los programas de actualización de conocimientos y competencias.

Conciliación de la vida personal, familiar y laboral: favorecer el equilibrio entre la vida privada y profesional.

Respeto a la dignidad del trabajador: fomento del respeto a la dignidad, y emprender actuaciones ante comportamientos que supongan un atentado directo a esa dignidad, especialmente aquellos que se circunscriben en los conceptos de acoso sexual, violencia en el lugar de trabajo o acoso moral.

Mecanismos de comunicación: favorecer la comunicación interna, incluyendo cauces de reclamaciones, quejas o denuncias, que permitan una mejora en la relación con el empleado y en su caso, valorar el nivel de satisfacción de los mismos

7.4 Requisitos de la organización ante los clientes, usuarios y consumidores

Promociones y publicidad: utilización de publicidad respetuosa con la dignidad humana, la salud y la seguridad que no sean engañosas ni inciten a conductas ilegales o peligrosas.

Contratos: elaboración de contratos de acuerdo con los principios de transparencia, veracidad, confianza y buena fe, así como evitar actuaciones abusivas derivadas de posibles posiciones dominantes. Información clara, veraz y completa para los clientes, usuarios y consumidores sobre la procedencia, composición, de los productos.

Precios, presupuestos, plazos, garantías, seguros e impuestos: cumplimiento de las condiciones acordadas con los clientes, usuarios y consumidores.

Confidencialidad: protección de la confidencialidad en las relaciones con sus clientes y el respeto a la privacidad de sus datos.

Honestidad: garantizar que las relaciones con los clientes, usuarios y consumidores excluyen prácticas de corrupción, extorsión y soborno que condicionen la objetividad e independencia de las partes.

Atención al cliente y postventa: establecer procedimientos para el tratamiento y resolución, de las sugerencias, quejas y reclamaciones de los clientes.

Bienes y servicios socialmente responsables: facilitar bienes y servicios que respondan a criterios de calidad, seguridad, fiabilidad y, progresivamente, accesibilidad universal.

7.5. Requisitos de la organización ante los proveedores de productos y servicios

Fomento de los principios de la responsabilidad social en la cadena de suministro: promover los principios y requisitos de la responsabilidad social en su cadena de proveedores, con especial atención a los proveedores directos con los que tenga una mayor capacidad de influencia.

Formalización y cumplimiento del contrato: de acuerdo con los principios de transparencia, veracidad, confianza y buena fe, con especial atención a los proveedores directos. La organización debe seleccionar y contratar proveedores que hayan implantado prácticas de responsabilidad social.

Honestidad: garantizar que las relaciones con los proveedores excluyen prácticas de corrupción y soborno que condicionan la objetividad e independencia de ambas partes, y que se respetan los derechos de propiedad (por ejemplo: la propiedad intelectual) de los proveedores.

7.6. Requisitos de la organización en sus alianzas o colaboraciones

Elección de socios para las alianzas o colaboraciones que hayan implantado prácticas de responsabilidad social.

7.7 Requisitos de la organización ante los competidores

Definición de políticas y estrategias comerciales que garanticen la no realización de prácticas de competencia desleal, respetando los derechos de propiedad de los competidores, sin recurrir a prácticas como el espionaje industrial.

7.8. Requisitos de la organización ante la administración

Colaboración y transparencia: mantenimiento de relaciones de transparencia y colaboración con las Administraciones Públicas.

No-injerencia: no realizar injerencias ilegítimas en el ámbito político.

Obligaciones fiscales: cumplimiento de las obligaciones fiscales, en todos los territorios en donde lleve a cabo sus actividades, evitando prácticas fiscales injustificables.

Honestidad: evitar prácticas de corrupción y soborno en las relaciones con la administración y/o autoridades políticas que condicionan la objetividad e independencia de ambas partes.

7.9. Requisitos de la organización ante la comunidad/sociedad

Compromiso: contribución al desarrollo sostenible de la comunidad y el entorno donde opera mediante las actividades que le sean propias y otras adicionales en la medida de sus posibilidades.

Promoción del desarrollo local: capacidad dinamizadora y generadora de riqueza para mejorar el entorno en el que opera, teniendo en cuenta el desarrollo local mediante políticas que promuevan y potencien la contratación local, tanto de empleados en los distintos niveles de preparación, en la medida de lo posible, como mediante la utilización de proveedores locales cuando el tipo de producto-servicio lo permita.

Comunidades indígenas: respecto del patrimonio y formas de vida de las comunidades indígenas afectadas por las actividades de la organización y particularmente el derecho a no sufrir la asimilación forzosa o la destrucción de su cultura, siempre que no entren en contradicción con los principios universales recogidos en este documento.

Seguridad del producto y servicio: evaluación de los riesgos para la salud y seguridad de estos a lo largo de su ciclo de vida, y adoptar las medidas posibles para evitarlos o minimizar su efectos.

Respeto a los animales: cumplimiento de la normativa vigente en lo que atañe al bienestar, manejo y cuidado de los animales.

7.10. Requisitos de la organización ante el medio ambiente

Prevención de la contaminación: identificación i evaluación de los aspectos ambientales de su actividad para su correcta gestión.

Cambio climático: adopción de las medidas de actuación para reducir sus efectos en el cambio climático.

Uso eficiente de los recursos: optimización en la utilización de materiales, combustibles y energía.

Preservación de los ecosistemas y de la biodiversidad: prevención en el ámbito de su competencia los impactos negativos sobre los ecosistemas.

Respecto a estos requisitos, la organización de aspire a obtener la certificación del sistema de gestión de la responsabilidad social debe demostrar la ausencia de sanciones en firme en los dos últimos años, relacionadas con los puntos anteriores e incluso prever la posibilidad de que el equipo auditor contacte con algún grupo de interés para confrontar las informaciones obtenidas.

8 Medición, análisis y mejora

Requisito similar al de ISO 9001, incorporando la evaluación satisfacción de los grupos de interés.

Ventajas e inconvenientes:

Una vez analizado los requisitos de la RS 10, y aunque se trata de un modelo de reciente creación, podemos argumentar algunas ventajas:

- Documento muy completo que aborda todos los requisitos de un sistema de gestión de la responsabilidad social, en el capítulo 7.
- Posibilidad de integración con otros sistemas de gestión existentes.
- Posibilidad de obtener una certificación para validar los esfuerzos de una organización en este campo.

Algunos de los inconvenientes pueden ser:

- Enfocado a grandes organizaciones, que pueden disponer de los recursos necesarios para cumplir todos los requisitos.
- Modelo de alcance estatal, si no es refrendado internacionalmente su aplicación puede verse frenada.
- Dificultad para cumplir todos los requisitos, tanto internamente en la organización, como en toda la cadena de suministro.

CONCLUSIONES DE LA SERIE:

Tras la redacción y publicación de los diez artículos de la serie sobre sistemas de gestión de la responsabilidad social y los modelos de aplicación que hemos realizado durante 2010, podemos aportar como conclusiones finales:

El gran potencial de la responsabilidad social:

Durante el periodo de publicación de estos artículos, han acaecido importantes novedades, relacionadas con los sistemas de gestión expuestos:

- **Aprobación de la ISO 26000**, tal como adelantábamos la ISO 26000 se aprobó definitivamente el 1 de noviembre de 2010, como una herramienta, no certificable, para ayudar a las organizaciones a fomentar las actividades de responsabilidad social.
- **Ley de economía sostenible**, (Fig 3) que incorpora el Capítulo VI: Responsabilidad social de las empresas, con el objetivo de facilitar la incorporación de criterios de responsabilidad social en las empresas, y en el artículo 37 sobre Promoción de la responsabilidad social de las empresas, la necesidad de disponer de un conjunto de indicadores para la autoevaluación en materia de RS, basado en estándares internacionales.

Además, las empresas que cumplan un nivel mínimo en los anteriores indicadores podrán solicitar voluntariamente ser reconocidas como empresas socialmente responsables.

- **36 empresas acreditadas con el distintivo Igualdad en la empresa**, la desaparición del Ministerio de Igualdad, no ha paralizado el proceso de otorgamiento del distintivo de igualdad en la empresa, definido en la Ley 3/2007, 36 organizaciones han sido reconocidas con este distintivo.



Fig. 3: Referencias de la Ley de economía sostenible a la RS.

Responsabilidad social vs situación económica actual:

No cabe duda de que la situación actual de los mercados, no favorece un incremento de las acciones de las organizaciones en el campo de la responsabilidad social, y algunas empresas han reducido o eliminado, sus presupuestos en este tema. No obstante las organizaciones verdaderamente comprometidas con la responsabilidad social, siguen apostando por mantener esta filosofía en su política empresarial e impulsar proyectos concretos para desplegar sus líneas estratégicas en este entorno.

Demanda del mercado:

Cada vez es más conocida la demanda de los clientes y usuarios sobre acciones en el ámbito de la sostenibilidad, la ética, la transparencia, el cumplimiento de los derechos humanos en toda la cadena de suministro, etc. Las organizaciones que lideren con sus estrategias estos requisitos, dispondrán de importantes ventajas competitivas respecto a sus competidores. Durante los artículos de la serie hemos desarrollado los principales modelos de aplicación de la RS, en la Fig. 4, aparecen estos modelos clasificados bajo dos criterios: la posibilidad de obtener un reconocimiento externo (certificación) y la obligación de transparencia de los resultados obtenidos (comunicación externa), lo que puede facilitar la adopción de un determinado modelo.



Fig. 4: Clasificación de los modelos de RS

En definitiva, creemos que la aplicación de la responsabilidad social en las organizaciones, es un camino sin retorno y un planteamiento a nivel estratégico que puede marcar la evolución de las mismas.

+ Info:

www.aenor.es

Autor:

Evaristo Gutiérrez
Director de Ingecal
egj@e-ingecal.com