

### 2. DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La definición que consideramos más completa y clarificadora de todas las analizadas es la surgida en el año 2005 en el Foro de Expertos de RSC<sup>1</sup> del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. En dicho grupo de trabajo se concluyó que "la RSC de la Empresas implica, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno, gestión y estrategia de 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". En esta definición quedan recogidas las principales características que comprenden el concepto de RSC:

- Carácter voluntario, ya que su desarrollo va mucho más allá del cumplimiento de cualquier legislación vigente en cualquier ámbito de la ges-

ción empresarial. Se configura como un factor diferenciador en la gestión, aportándole a ésta un valor añadido a largo plazo. La empresa que se guíe por principios socialmente responsables será capaz, por tanto, de diferenciarse sobre aquélla que no los contemple en su modelo de gestión.

- Implica la reformulación de los métodos tradicionales de gestión, dejando de ser la satisfacción exclusiva de los intereses del accionariado el fin organizacional último. En la actualidad, la empresa debe prestar atención a muchos otros grupos de interés que se ven influidos por su actuación, los cuales son claves para el éxito a largo plazo de la firma.

- Quedan de manifiesto las principales áreas o dimensiones en las cuales la RSC desarrolla su actuación (preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos).

- El diálogo transparente con los grupos de interés se constituye en pieza fundamental para el desarrollo de una verdadera RSC. La comunicación fluida con los distintos grupos de interés es el medio por el cual se pueden conocer las expectativas que cada uno de ellos tiene puestas en la empresa. Todas aquellas actividades socialmente responsables que no sean adecuadamente comunicadas a los distintos grupos de interés carecerán de valor. La comunicación fluida y constante generará confianza, capacidad de diálogo y posibilidad de colaboración, constituyéndose éstas en herramientas básicas en la gestión de las relaciones con los distintos grupos de interés.

1. Foro de Expertos de RSC (2005): Sesiones I, II, III: Definición y ámbito de la RSC. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

