

TITULO: "RSE EN EUSKADI"

NOMBRE: D. ANDER GURRUTXAGA

FECHA: 17/05/2006

FORO: III ENCUENTRO DE RSE

CURRÍCULO VITAE

Nombre: Ander Gurrutxaga Abad.

Catedrático de Sociología en la Universidad del País Vasco.

Ha sido Vicerrector de Profesorado de la Universidad del País Vasco, Director del departamento de Sociología de la citada Universidad, Viceconsejero de Universidades e Investigación del Gobierno Vasco (1996-2001), Miembro del Consejo de Universidades, Miembro de la Comisión Nacional de la Actividad Evaluadora.

Publicaciones: destacan los siguientes libros: "El Código Nacionalista en el País Vasco durante el Franquismo" (1985); "La Refundación del Nacionalismo Vasco" (1991); "Las Transformaciones del Nacionalismo" (1996); "La Perplejidad Sociológica" (1996); "La Mirada Difusa" (2002); "El Presente del Estado-Nación" (2004); "La Producción de la Idea del Nosotros" (2005); Spanish and Latin American Transitions to Democracy" (2005); "El Malestar en la Democracia" (2005). "La Responsabilidad Social Corporativa en el País Vasco" (2005).

Es autor de más de ochenta artículos especializados.

Ha dirigido como investigador principal más de veinticinco proyectos de investigación.

Ha impartido, como profesor invitado, cursos en varias universidades extranjeras y españolas.

PONENCIA

La Responsabilidad Social Corporativa en el País Vasco..

La investigación que sobre la RSC hemos llevado a cabo en el País Vasco apunta algunas características fundamentales:

1. Lo primero que hay que decir, tal y como señalamos en la investigación, es que "el hecho de que las políticas responsables constituyan un bien deseable, no significa que su impulso haya venido dado, en el caso vasco, por una fractura entre empresa y sociedad, ni tampoco por una pérdida generalizada de confianza en la forma de hacer del empresariado vasco".
2. Es evidente que el tamaño de nuestras empresas están limitando y condicionando el impacto que las prácticas de la responsabilidad social corporativa tiene.
3. Podría establecerse que a mayor tamaño de la empresa mayor penetración de las prácticas de la RSC.
4. Esto no puede llevarnos a perder de vista otro hecho; la vinculación de las empresas con los escenarios y medios sociales de referencia.
5. En la práctica, el grado de inserción de las empresas en la comunidad vasca les lleva a la generalidad de ellas no sólo a preocuparse por la ética en los negocios sino a fundamentar parte de su reconocimiento y su identidad social corporativa precisamente en su compromiso con la sociedad en y su imagen ética.

Pero como puede leerse en las páginas de nuestra investigación, la RSC no atañe solo a la empresa, existen otros muchos agentes sociales implicados de cuya capacidad de compromiso y participación depende también el futuro de este concepto, teniendo en cuenta que no debemos acercarnos a contemplar este conjunto de prácticas con una visión monolítica porque, como es lógico y natural, el ritmo de implantación de la RSC es diferente en unas y otras empresas.

Si, como indica el estudio, la RSC es una realidad extendida y disfruta de buena salud, es evidente que hay etapas que todavía quedan por recorrer. Hay todavía, tal y como constata este estudio, casos de desinformación, una escala limitada de motivaciones, desigual aplicación práctica de los principios responsables y una actitud expectante en relación al recorrido futuro de este concepto. Las empresas están indicando que, en ocasiones, entre los discursos de la RSC y las prácticas concretas hay barreras difíciles de romper. Es como si el compromiso unánime que expresan nuestros empresarios de comportarse de forma ética en los negocios y de realizar prácticas de responsabilidad y la comunicación de ellas a la opinión pública tuviera, en ocasiones, dificultades para que se visualizara de una manera clara y rotunda.

En todos los casos, lo que estos aspectos señalan es que la RSC se está generalizando, que vive su proceso de implantación y que como tal proceso está sujeto a ritmos distintos y a problemas de ubicación de las propias prácticas, pero, y esto es lo más importante, la RSC es una realidad que ha penetrado en nuestras empresas, que forma parte de las estrategias empresariales y que es un signo manifiesto de la identidad de nuestro tejido empresarial. Pero no podemos por ello perder la perspectiva de dos hechos. El primero es que el aspecto determinante para el futuro de la RSC va a ser la forma en la que los distintos agentes entiendan su papel y utilicen su capacidad de convicción sobre los mercados y sobre las propias empresas y, en segundo lugar, es que la RSC, pese a su grado de implantación, es un concepto emergente, joven que requiere de un impulso institucional de las administraciones públicas cuando por otra parte, sabemos que detrás de la RSC se adivina la opción empresarial por la implantación de la cultura de la innovación en el tejido económico vasco y el peso, cada vez más relevante, de los valores intangibles, tanto en el interior de las empresas como en las relaciones que establecen éstas con los medios sociales en los que desarrollan su actividad.