

**EMPRESA I UNIVERSITAT:
RESPONSABILITAT SOCIAL**

© del text: l'autor, 2005

© de l'edició: Universitat de les Illes Balears, 2005

Coberta: Jaume Falconer

Edició: Universitat de les Illes Balears. Servei de Publicacions i Intercanvi Científic.

Cas Jai. Campus universitari. Cra. de Valldemossa, km 7.5. 07122 Palma (Balears)

Impressió: JORVICH, SL. C/ del Gremi de Forners, 13. Polígon Son Castelló. 07009 Palma

DL: PM 1889-2005

EMPRESA I UNIVERSITAT: RESPONSABILITAT SOCIAL

0. PREÀMBUL: SENTIMENTS I MOTIVACIONS PER A LA COMESA

En aquests precisos moments, i després d'una volada d'ulls sobre aquesta sala que fa, una vegada més, d'Aula Magna, m'entra un sentiment, entre nostàlgic i agraït, que em provoca calfreds semblants als que han recorregut el meu cos en altres oportunitats d'adreçar-me a un auditori tan distingit i en ocasions semblants.

Les circumstàncies eren unes altres, és cert, però el respecte envers la nostra comunitat universitària continua tan ferm com abans, reconeixent-ne les virtuts i sense negligir-ne els defectes. I aquest reconeixement va més enllà del que va representar per a mi fer de rector d'aquesta universitat durant quasi vuit anys, i vol abraçar tot el seu espectre de servei públic d'ensenyament superior a les Illes Balears. Hi ha una altra institució amb propòsit tan noble i exigent per al futur de la nostra comunitat?

Som conscient que la meva comesa avui no és endinsar-me en els reptes que té la Universitat en general, ni la nostra en particular, que són molts i de molta complexitat, amb l'horitzó que marca la fita de 2010 per a l'espai europeu d'ensenyament superior: fita a la qual em referiré breument i un poc més endavant. Parlar de present i de futur pròxim, segurament ho faran el president i el rector, cadascun des de la seva òptica

de gestor, polític i acadèmic, respectivament. No obstant això, sí que m'agrada palesar que la Universitat, des de la seva autonomia, continua mantenint una relació de diàleg franc amb el Govern, el qual vull agrair a les persones del rector i del conseller d'Educació i Cultura i, evidentment, del president del Govern de les Illes Balears. L'entesa ha de ser sempre el fruit final de la comunicació bidireccional permanent pel que fa a les propostes, deliberacions i preses de decisions per a la Universitat.

Així, doncs, la meva única responsabilitat, avui, és donar resposta a la confiança dipositada en la meva persona, des del Consell de Direcció, per fer la lliçó inaugural d'aquest curs 2005-2006. Precisament quan es compleixen deu anys de la meva primera intervenció, en l'acte d'inauguració del curs 1995-96, des d'aquest mateix faristol, quan vaig assumir la grata responsabilitat d'encapçalar uns equips de gestió acadèmica i d'administració i de serveis per a la nostra universitat. Uns equips als quals vull retre homenatge, pel seu lleial ajut. Com passa el temps...!, com s'acumulen els records...!, com em sent de privilegiat i alhora de deutor amb tots vosaltres!

Segons la tradició, avui us hauria de parlar d'un tema lligat a la meva àrea de coneixement i de continguts que fregassin la meva especialització. Us podria parlar sobre la bellesa i la importància de la matemàtica, i en particular de la criptografia, com a estalons imprescindibles del desenvolupament de la societat de la informació i del coneixement. O contar i cantar les excel·lències d'Internet en l'entorn social, cultural i econòmic d'aquest nou paradigma de societat cibernètica.

Però m'he decidit, i amb aquesta decisió esper no faltar a ningú, a explorar en el context de la responsabilitat social corporativa (RSC), lligant empresa i Universitat. I ho faré des del coneixement que m'ha permès assolir l'exercici del càrrec de rector, primer, i, ara, de president d'una entitat financera, ja més que centenària, que ha exercit aquesta mena de responsabilitat social a l'entorn de les nostres illes; una part de la qual mitjançant, precisament, la Universitat.

Aquesta presidència, d'una banda, m'ha donat, certament, l'oportunitat de gaudir d'una talaià privilegiada que permet seguir el batec de l'entorn econòmic i productiu de les nostres illes Balears i Pitiüses, i, d'altra banda, m'ha permès conèixer una altra realitat de l'entorn social, des de necessitats fins a actuacions, complementària a la que coneixia des de la Universitat.

La doble perspectiva, universitària i economicosocial, m'ha empès a desenvolupar la lliçó proposada: *Empresa i Universitat: responsabilitat social*.

El meu modest propòsit és donar unes pinzellades del nou concepte empresarial de *responsabilitat social*, que, si bé es comença a percebre com a qualitatiu, al llarg dels anys transita cap a valors quantificables, fins i tot en termes de balanç. I pens, i així ho intentaré defensar, que la Universitat pot fer un paper cada vegada més important de sinergia per donar contingut a aquests valors socials comptabilitzables per les empreses.

Després d'aquest preàmbul de sentiments i motivacions, crec que ja he donat prou arguments per abordar el tema proposat i, per dur-lo a terme, desenvoluparé els tres epígrafs següents:

1. La responsabilitat social corporativa (on faré una referència obligada a les caixes d'estalvis com a precursoros d'aquest paradigma d'implicació social).
2. El paper de les universitats en l'Europa del coneixement.
3. Sinergies empresa i Universitat en la responsabilitat social.

Però la conclusió tindrà un format matemàtic: el teorema de la RSE-U (responsabilitat social empresa i Universitat) i el seu corol·lari, com una manera de sintetitzar el que hauré dit i de palesar la matemàtica com a llenguatge universal (annex 1).

1. LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA

1.1. Primera aproximació

Per endinsar-me en aquest epígraf, em sembla prioritari fer una primera aproximació, a manera de simplificació però per fixar les idees, al que és la responsabilitat social corporativa (RSC), altrament dita la responsabilitat social de l'empresa (RSE).

Al meu entendre, i des del meu aprenentatge des del lloc que ara m'ocupa, és la generalització al món empresarial en general del que han anat fent les caixes d'estalvis a través de les obres socials i culturals al llarg d'aquest darrer segle i mig, des que foren creades.

Dit així, i ràpidament, pot semblar poc consistent que sigui jo qui us vulgui convèncer que les empreses han de fer «obra social», però sortosament tenc a la mà altres exemples que us poden ser més convincents, o almenys, més creïbles.

Per començar faré referència a una notícia breu periodística, posada en boca del president de la fundació Forética, senyor Muguruza: «El 49 per cent de les companyies espanyoles considera que les pràctiques responsables en el camp social són rellevants per a l'èxit del seu negoci». O el que va dir Amancio Ortega, president d'Inditex: «Cap empresa internacional, cotitzi en borsa o no, no podrà subsistir en el futur sense un ambiciós pla de responsabilitat social».

I com a tercer apunt per a la convicció, una enquesta que resalta la consideració que tenen, entre els directius d'algunes empreses, alguns factors impulsors de la responsabilitat social corporativa; d'entre els quals destaca la millora de la reputació de la pròpia empresa quan exerceixen la seva responsabilitat social.

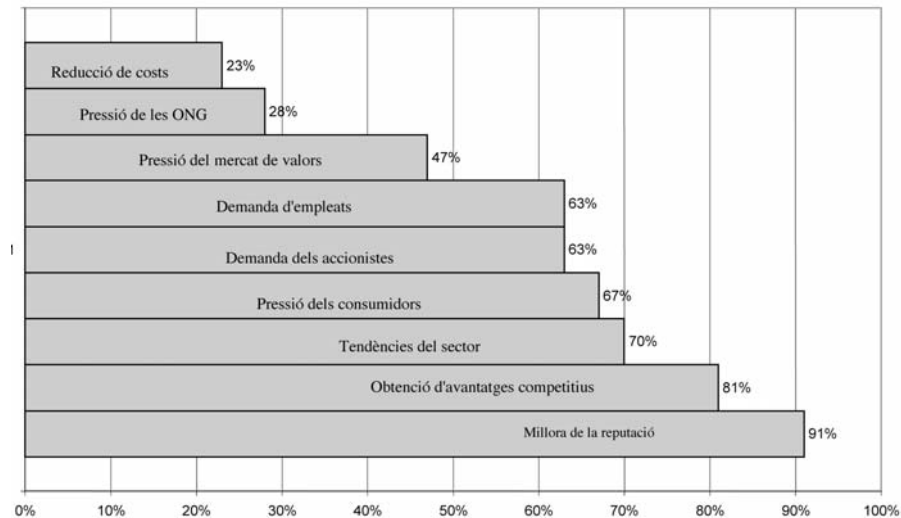


Figura 1: Factors impulsors de la responsabilitat social corporativa.
Font: PriceWaterhouseCoopers (2003).

Aquestes tres constatacions em donen peu per dir-vos que no vull parlar de quimeres més o menys teòriques, sinó de quelcom que comença a fer forat i que en el futur tindrà un guany d'interès ja no sols

qualificable sinó també quantificable, tant pel que fa a la rendibilitat com a la competitivitat de les empreses.

1.2. Les caixes i la responsabilitat social

Alguns autors atribueixen el naixement del concepte de RSC, a finals del segle XIX, als Estats Units, quan alguns empresaris senten la necessitat de fer obres de caritat. Però altres autors donen una data de naixement més propera, als mateixos Estats Units, a principis dels anys seixanta, arran de la guerra del Vietnam i altres conflictes socials com l'apartheid.

Segurament aquests autors, uns i altres, desconeixen els objectius del naixement de les caixes d'estalvis a mitjan segle XIX, com ara: lluitar contra la usura, fomentar l'estalvi per evitar l'exclusió financera i, en general, la protecció als desvalguts. És així com al llarg dels anys s'han convertit en vertaderes precursoras de l'acció social, i alhora s'han convertit en una palanca indispensable per al desenvolupament del país i un gran factor dinamitzador en el marc regional.

Per raons d'història i d'oportunitat em permetreu una petita entrada, a partir d'una publicació recent de la Confederació Espanyola de Caixes d'Estalvis [1], en aquest fet del naixement de les caixes d'estalvis a Espanya, per mitjà d'una Reial ordre, de 3 d'abril de 1835, que donava carta de naturalesa a la creada l'any 1834 pel comte Villacreces a Jerez de la Frontera, que admetia impositons de 4 reials fins a 2.000 reials, a un interès del 4 per cent per als impositors. A Mallorca, l'actual Caixa de Balears, «Sa Nostra», es crea quasi cinquanta anys després, el 18 de març de 1882 (curiosament, la creació de l'actual UIB fou també un 18 de març, però 96 anys més tard).

Els objectius de la creació de Sa Nostra, igual que la majoria de caixes, són:

- Fomentar l'estalvi i lluitar contra la usura que patien les classes socials més necessitades.
- Facilitar préstecs per a l'accés a la propietat rústica i urbana.
- Crear i sostenir obres beneficosocials, de previsió, culturals i de docència.
- Ajudar i col·laborar, moralment i materialment, al

funcionament i desenvolupament d'altres entitats, amb l'esperit de prestar el millor i més eficaç servei a la comunitat en la qual desenvolupa la seva activitat.

— Promoure i realitzar totes les iniciatives i inversions que serveixin per elevar el nivell cultural, social i econòmic en el seu àmbit d'influència.

Les caixes d'estalvis sorgeixen com un instrument idoni per a la solució eficaç de greus problemes socials. El que avui designam com a «exclusió financera» fou, durant segles, una situació totalment generalitzada de les classes populars, en què la pitjor característica de tipus individual era la usura. L'aparició a Espanya a començaments del segle XVIII dels monts de pietat va constituir un primer pas per a l'alliberament de les classes més modestes del flagel de la usura, en facilitar la «inclusió financera» quant a l'endeutament.

En morir el rei Ferran VII, l'any 1833, retornen els liberals de l'exili, i aquests, imbuïts amb un esperit reformador, impulsen la creació d'algunes millores institucionals que havien conegut a Europa, entre les quals les caixes d'estalvis, com a vies de modernització i progrés social per al país. Sota aquesta perspectiva, les caixes són l'instrument per finançar els monts de pietat, ja que resolen el problema dels recursos que en limitava l'expansió, d'una banda, i de l'altra, estimulen, rendibilitzen i movilitzen els estalvis de les classes més modestes i permeten així la seva «inclusió financera».

La creació de les primeres caixes fou obra de patrons privats, com ara el cas de Mallorca, i el seu control corresponia als fundadors i als impositors, amb la finalitat d'evitar els abusos de l'Estat.

Malgrat aquesta prevenció, les caixes no s'han estalviat l'afany constrenyedor de l'intervencionisme dels poders públics. Així, un Reial decret de 1853 els impedí la concessió de préstecs hipotecaris, la qual cosa provocà un estancament de la creació de noves caixes, i això mateix va beneficiar que la usura continuàs provocant greus problemes socials. Arran d'aquests problemes, el 1880 s'aprova una llei sobre caixes que possibilitarà la creació de la major part de les que avui existeixen. Aquesta llei ratifica a la societat civil la seva autonomia enfront dels poders públics en la gestió de les caixes, i al mateix temps autoritza l'aplicació de beneficis a finalitats socials i no sols a beneficència, i dóna lloc així a la creació

d'una obra social pròpia. Aquesta nova fórmula va tenir un èxit social aclaparador, tot coincidint amb un entorn econòmic extensiu i de millora per als treballadors i les classes mitjanes. A partir de 1921, amb la llei Cambó, d'ordenació bancària, s'inicia més de mig segle d'intervencionisme públic en el govern de les caixes i d'arraconament de l'àmbit financer.

La democratització política i la liberalització econòmica del país varen marcar l'inici d'una nova etapa, esplendorosa, per a les caixes d'estalvis. El Reial decret 2290/1977, gràcies al ministre Enrique Fuentes Quintana, va donar plena llibertat per al desenvolupament de les funcions pròpies d'entitats financeres, i aquesta llibertat operativa, exercida en competència, constitueix la condició i causa del seu creixement actual. A aquesta primera llibertat operativa, s'hi va sumar la llibertat d'elegir responsablement i amb sentit de l'anticipació el destí dels excedents, retornant a la societat del territori en el qual actuen part dels beneficis, a través de l'obra social. Des d'un bon començament, l'obra social ha constituït la manifestació més genuïna de la vocació original de les caixes, abastant i atenent necessitats que no interessaven a l'acció privada o a les quals no arribava l'acció pública en un país endarrerit, com el nostre.

1.3. Més enllà del concepte de responsabilitat social

Tota aquesta incursió històrica, l'he feta per justificar que, en certa manera, tal com havia enunciat de bon començament, l'obra social de les caixes ha estat precursora en la responsabilitat social, aquest concepte que avui ja constitueix un eix inqüestionable de valoració de l'empresa del segle XXI, perquè la societat mateixa comença a reclamar de les empreses una major vinculació i implicació en el funcionament de la societat.

Tornant a la descripció començada abans, referida al moviment sorgit als Estats Units, respecte de la RSC, els escàndols financers com Enron, WorldCom, Parmalat, etc., o el descobriment que empreses del Primer Món empenen mà d'obra infantil en la fabricació de productes en països del Tercer Món han remogut la consciència social de les empreses, i això ha fet que termes com el de reputació i ètica empresarial, compromís de sostenibilitat i codis de bones pràctiques ja comencin a ser habituals en el disseny i desplegament dels plans estratègics, perquè ja s'accepta que, al marge d'una estratègia d'imatge o de màrqueting, la reputació i l'ètica empresarial es convertirà en el futur, cada vegada més pròxim, en un factor competitiu de l'empresa.

I això serà així perquè en una economia que tendeix a la globalització els consumidors i la societat en general exigiran a les companyies aquests comportaments. Cada vegada amb major freqüència les empreses seran vistes com a ciutadans corporatius pels *stakeholders* o públic d'interès de l'empresa.

És així com la societat comença a demanar canvis en la manera de fer els negocis i una major implicació de l'entorn empresarial en els problemes socials. Els experts afirmen que una empresa que vulgui ser competitiva en el futur no sols haurà de pensar a obtenir beneficis, sinó que també haurà de comptar amb una estratègia que actuï en favor de l'entorn del qual forma part i en el qual desenvolupa la seva activitat, comproment-se amb els valors de la societat de la qual es nodreix i a la qual serveix (annex 2).

Amb aquestes consideracions ja podem establir que, conceptualment, la responsabilitat social corporativa (RSC) és essencialment quelcom pel qual les empreses decideixen contribuir voluntàriament a millorar la societat. O, més precisament, és un terme que fa referència al conjunt d'obligacions i compromisos, legals i ètics, tant nacionals com internacionals, que es deriven dels impactes que l'activitat de les organitzacions produeix en l'àmbit social, laboral, mediambiental i dels drets humans.

En aquest punt, m'heu de deixar que destaquï un pressentiment futurible que, matemàticament, tipificaré en forma de conjectura:

Conjectura 1:

La nova empresa, de manera general, se centrarà més en valors per crear valor.

I, des del punt de vista financer, el fi de l'empresa serà la maximització de la riquesa per als accionistes a llarg termini, sense danyar els interessos de la resta de partícips.

De la mateixa manera que fa mig segle les empreses desenvolupaven la seva activitat sense tenir en compte el màrqueting, o que fa tres dècades la qualitat no formava part de les orientacions principals de l'actuació empresarial, avui les empreses són cada vegada

més conscients de la necessitat d'incorporar les preocupacions socials, laborals, mediambientals i de drets humans com a part de la seva estratègia de negoci. Podríem dir que la RSC vol representar la humanització dels negocis.

Avui en dia, els empresaris estan cada vegada més convençuts que l'èxit comercial i els beneficis duradors per als seus accionistes no s'obtenen únicament amb una maximització dels beneficis a curt termini, sinó amb un comportament orientat pel mercat, però responsable. Tal com he dit fa uns moments, la nova empresa se centrarà en valors per crear valor, creant riquesa per als accionistes i al mateix temps tindrà en compte satisfer els interessos de la resta de partícips.

En termes generals, hom considera que, de la intersecció dels valors funcionals, dels valors socials i dels valors emocionals que pugui posar en joc una empresa, se'n deriva la seva pròpia reputació de marca.

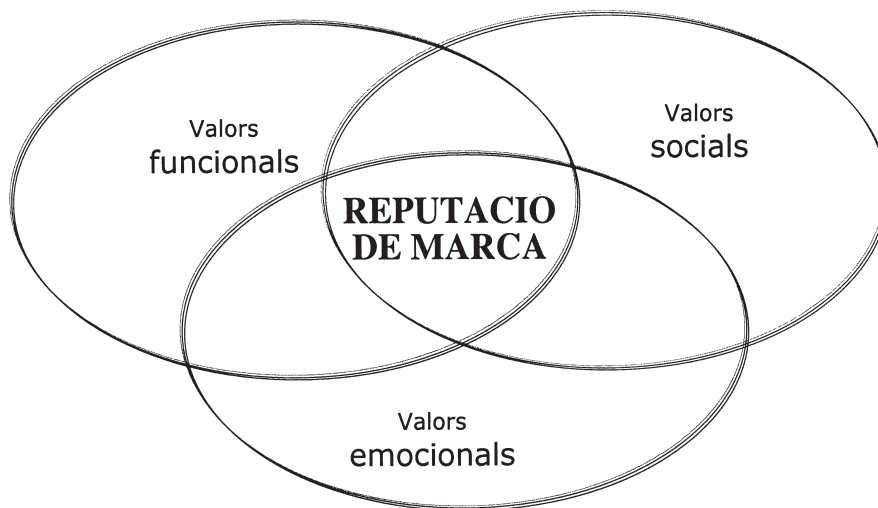


Figura 2: Reputació de marca en termes de valors.
Font: Villafañe&Asociados.

A tall d'exemple podem il·lustrar l'impacte d'aquests valors com a factors que incideixen en la reputació d'una marca financera.

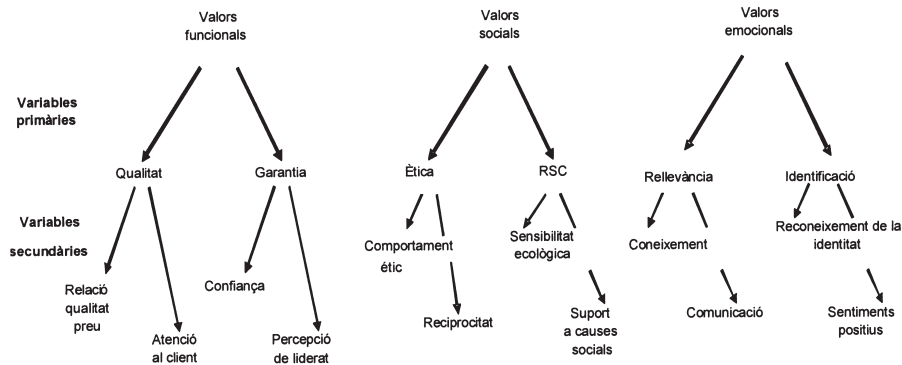


Figura 3: Arbre de variables de reconeixement de marca.
 Font: Villafañe&Asociados.

Importància dels factors de reputació

La qualitat de servei en un sentit ampli i el comportament ètic són les variables que més incideixen en la reputació d'una marca financera

A. VALORS FUNCIONALS:

- I. Qualitat
- II. Garantia

B. VALORS SOCIALS:

- III. Ètica
- IV. RSC

C. VALORS EMOCIONALS:

- V. Relevància
- VI. Identificació

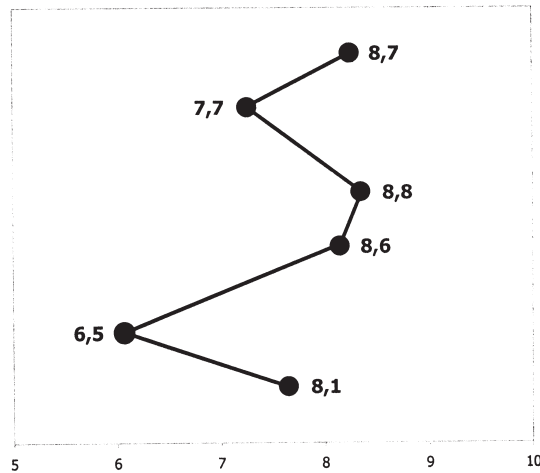


Figura 4: Valors i variables que determinen la fidelització.
 Font: Villafañe&Asociados.

Observació: D'aquestes dues darreres figures es desprèn que les entitats financeres s'han de preocupar de la manera com poden avançar cap a un major lideratge en les variables que determinen la fidelització: qualitat de servei i ètica, sense perdre les senyes d'identitat, aquí referenciades per la RSC i la identificació.

I, de manera general, hom pot extrapolar aquestes dades al món de la nova empresa conjecturant aquest comportament:

Conjectura 2

La reputació i l'ètica empresarial seran uns factors competitius qualificables i quantificables.
--

1.4. Memòries de sostenibilitat i organismes impulsors de la RSC

Progressivament, un major nombre d'empreses són conscients que poden contribuir al desenvolupament sostenible orientant les seves operacions amb la finalitat d'afavorir el creixement econòmic i augmentar la seva competitivitat, al mateix temps que fomenten la responsabilitat social, inclosos els interessos dels consumidors.

Això, juntament amb les recents tendències de transparència i informació que, en l'actualitat, s'exigeixen a les empreses (principalment a aquelles que cotitzen en borsa), ha fet que moltes d'aquestes hagin començat a elaborar i publicar informes amb les actuacions responsables en els àmbits laboral, social i mediambiental que han dut a terme durant l'any.

Aquests informes, com a primera passa d'explicitar la RSC, reben generalment el nom de *memòries de sostenibilitat*. En l'actualitat la majoria de les empreses segueixen els criteris d'elaboració de la GRI (*Global Reporting Initiative*).

La GRI és una iniciativa creada amb l'objectiu de fomentar la qualitat, el rigor i la utilitat de les memòries de sostenibilitat. Fou creada el 1997 per l'organització no governamental CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) juntament amb el PNUMA (Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient), amb el suport de nombroses institucions privades, empreses, sindicats, ONG i altres organitzacions: <www.globalreporting.org>. Més de quaranta empreses espanyoles ja s'han adherit a la iniciativa GRI.

Els darrers anys han sorgit diferents iniciatives d'àmbit mundial que han impulsat la incorporació de la responsabilitat social en l'estratègia empresarial. Generalment totes aquestes iniciatives inclouen

una sèrie de normes o recomanacions que, si bé no són de compliment obligat, sí que incorporen un compromís dels Estats adherits per fomentar el seu desenvolupament en l'entramat empresarial dels països respectius.

El caràcter internacional d'aquestes iniciatives permet la uniformitat de principis, actuacions i elements de mesura de la RSC, de tal forma que es puguin reconèixer les tasques fetes per les empreses en aquest àmbit. Les iniciatives mundials més destacades són:

Pacte mundial de l'ONU (www.pactomundial.org): iniciativa de l'organització de les Nacions Unides, llançada el 1999, amb l'objectiu de promoure la conciliació dels interessos empresarials amb els valors i demandes socials. L'any 2002 més de 120 grans empreses s'havien sumat a aquesta iniciativa.

Línies directrius de l'OCDE per a empreses multinacionals: iniciativa de l'Organització per a la Cooperació Econòmica i el Desenvolupament, de l'any 2000, que té per finalitat promoure la cooperació de les multinacionals al desenvolupament sostenible, com també fomentar les actuacions responsables d'aquestes empreses a les comunitats on operen.

Llibre Verd: iniciativa de la Comissió Europea amb l'objectiu de fomentar el desenvolupament de la responsabilitat social a les empreses europees, i també a les internacionals, per tal d'augmentar la transparència i la qualitat informatives de les societats i millorar la contribució de les empreses al desenvolupament sostenible. Iniciativa llançada l'any 2001.

En l'àmbit espanyol cal assenyalar:

Fundación Entorno (www.fundacionentorno.org):

Fundación Empresa y Sociedad (www.empresaysociedad.org):

Foro de Reputación Corporativa (www.reputacioncorporativa.org):

Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa

(www.obrsc.org):

Fundación Ecología y Desarrollo (www.ecodes.org)

2. EL PAPER DE LES UNIVERSITATS A L'EUROPA DEL CONEIXEMENT

Començaré amb una evidència que, matemàticament, tipificaré com a axioma.

Axioma 1:

Les universitats fan un paper fonamental en els àmbits de la investigació i l'educació.

Hom sap que el creixement de la societat del coneixement no sols depèn de la producció de nous sabers sinó també de la transmissió d'aquests a través de l'educació i la formació, de la divulgació a través de les tecnologies de la informació i la comunicació, com també del seu ús mitjançant nous procediments, tant industrials com de serveis.

És un fet constatable que les universitats cada vegada participen més en tots aquests processos, a través del paper fonamental que desenvolupen en l'àmbit de la investigació i l'explotació dels seus resultats, d'una banda, i en l'àmbit de l'educació i la formació, de l'altra. Dos àmbits d'actuació que situen les universitats en un lloc prominent per contribuir de manera efectiva al desenvolupament econòmic i social al seu entorn d'influència.

És des d'aquesta òptica que la Unió Europea propicia, des de fa ja uns quants anys, un debat sobre el paper de les universitats en la societat i l'economia del coneixement a Europa i, també, sobre les condicions en què aquestes podran desenvolupar efectivament el seu paper de dinamització social.

Al Consell Europeu de Lisboa es fixà com a objectiu convertir l'economia europea en la més competitiva i dinàmica del món basada en el coneixement, capaç de sustentar el creixement econòmic, crear un major nombre de llocs de treball de millor qualitat i una major cohesió social. I situava com a element bàsic per assolir aquest objectiu un aprofundiment en l'anàlisi i en les actuacions per a la millora del sistema universitari.

Posteriorment, el Consell Europeu de Barcelona reconegué que el món universitari europeu no és orfe de problemes i que, en termes

generals, les universitats europees actualment no són prou competitives malgrat els treballs científics d'elevada qualitat que publiquen.

Des del reconeixement d'aquesta necessitat d'excel·lència, i des de la voluntat de superar les debilitats, es va apostar perquè els sistemes europeus educatius es convertissin en una «referència de qualitat mundial» per 2010. És el prou conegut i debatut desenvolupament de l'espai europeu d'ensenyament superior que ens ocupa i preocupa a tots.

I no sols hauria d'ocupar-nos i preocupar-nos als universitaris i a la Conselleria d'Educació i Cultura, sinó a tota la societat en general, i a l'empresariat en particular.

Per continuar, i motivar l'al·ludida implicació empresarial, vull palesar una altra evidència que també desenvoluparé a partir d'una declaració axiomàtica.

Axioma 2:

Les universitats s'han convertit en instruments de desenvolupament regional.
--

Les activitats de la Universitat tenen un impacte local econòmic, social i cultural freqüentment important, la qual cosa la converteix en un instrument de desenvolupament regional (entenent regió en l'accepció de la nomenclatura de la Unió Europea). El desenvolupament de parcs científics, la multiplicació de les estructures de col·laboració regional entre empreses i universitats, l'expansió cada vegada major d'estratègies universitàries de desenvolupament regional i la creació de xarxes d'universitats representen alguns exemples d'aquesta dimensió socioeconòmica de l'activitat universitària.

La dimensió regional de les activitats de les universitats està destinada a reforçar-se, sobretot tenint en compte el seu paper fonamental en la materialització de l'Europa del coneixement. A més, el paper desenvolupat per les universitats com a font de coneixements tècnics i catalitzador de col·laboracions múltiples entre agents econòmics i socials, a través de distintes xarxes, revesteix un interès especial a escala local i regional, però també europea.

No obstant això, la major participació de les universitats al nivell local i regional no hauria de fer-se minvant l'obertura internacional i la millora constant de la seva excel·lència en investigació i en educació. Aquestes segueixen sent fonamentals i permetran de fet a les universitats contribuir més eficaçment al desenvolupament del seu entorn.

Malgrat les transformacions que experimenten les universitats, de forma cada vegada més intensa des de fa alguns anys, susciten encara avui un interrogant fonamental: poden les universitats europees esperar, tal com estan organitzades actualment, conservar en el futur el seu lloc en la societat i en el món? En tot cas, Europa necessita imperativament un sistema universitari de primer rang, per convertir-se en l'economia i la societat del coneixement, competitives i dinàmiques, que té l'ambició de ser.

Per tot això, el tema de debat se centra, i cal que localment hi participem, a esbrinar les respostes als interrogants següents:

- En quins sectors i de quina manera poden les universitats reforçar la seva contribució al desenvolupament local i regional?
- Com es pot reforçar el desenvolupament de pols de coneixement associant al nivell regional els distints agents de la producció i la transferència de coneixements?
- Com es pot reforçar la integració de la dimensió regional en els projectes i programes europeus d'investigació, educació i formació?

Trobar respostes i dotar-les de contingut, des de la implicació institucional i empresarial, pot ser una manera de palesar una visió de la responsabilitat social de la Universitat (RSU).

Puc donar fe que la UIB ha encetat aquest camí. Va aprovar el seu Pla estratègic 2002-2006 (vegeu l'annex 3), el desplegament del qual pot encaminar respostes als primers dels interrogants previs, i s'ha dotat d'instruments per canalitzar-les, com la mateixa Fundació Universitat-Empresa, o la creació de càtedres de coneixements específics suportades per institucions i empreses. D'altra banda, el Pla de ciència, tecnologia i innovació de les Illes Balears 2005-2008, que s'impulsa des del Govern balear, pot ser, i ha de ser, el coadjuvant de les sinergies amb els programes europeus d'investigació, fent participar cada vegada més el sector productiu.

Fa falta insistir, i insistir fins al convenciment, en la necessitat de la implicació del món empresarial per assolir amb èxit aquests reptes. L'empresa és usuària de recursos humans amb una qualificació superior, sortits de la Universitat, i alhora, d'una banda, ha de ser promotora de la formació al llarg de la vida i, d'altra banda, s'ha de convertir en receptora de la transferència de coneixements produïts des de les universitats o des dels centres d'investigació; i tant de bon dia les empreses balears es converteixen en promotores de la creació de coneixements.

I aquest desideratú és per a mi, acudint una vegada més a la terminologia matemàtica, una condició necessària per aconseguir l'objectiu de les sinergies empresa i Universitat en general, i pel que fa la responsabilitat social en particular.

Condició necessària

L'empresa no pot donar l'espatlla a la Universitat, ni la Universitat pot menystenir les necessitats de l'empresa.
--

Una condició que comença a donar-se cada vegada amb més freqüència, i en diferents vessants, al nostre àmbit, com palesen bé les memòries que, any rere any, elabora la Fundació Universitat-Empresa.

3. SINERGIES EMPRESA I UNIVERSITAT EN LA RESPONSABILITAT SOCIAL

Donats per evidents els dos axiomes precedents i si se satisfà la condició necessària acabada de formular, és clar que puc afrontar l'enunciat d'aquest tercer epígraf amb cert optimisme de futur pel que fa la responsabilitat social corporativa.

Un optimisme que es fonamenta, també, en el fet de saber que els directius espanyols, en una enquesta recent, han identificat l'ètica i la responsabilitat corporativa com les variables més rellevants, després de la qualitat de l'oferta comercial, per assentar la reputació de les empreses (reforçament de la conjectura 2).

El passat 24 d'abril, el suplement dominical de negocis d'un diari d'àmbit espanyol [2] incloïa un extra amb el títol genèric d'*Empreses*

Comprometidas, que vaig guardar-me com si presentís que algun dia m'atreviria a parlar d'aquest tema. Evidentment no tenia l'encàrrec al qual avui don compliment, però ja era una temàtica que gaudia de la meva atenció.

En aquest suplement, es posava de manifest que la RSC és la nova frontera empresarial on la rendibilitat també es defensa amb el compromís social, i s'anunciava, entre altres temàtiques també interessants, que la gestió corporativa formarà part de la gestió empresarial del segle XXI. Entre altres dades, crec rellevants les expressades en la taula següent:

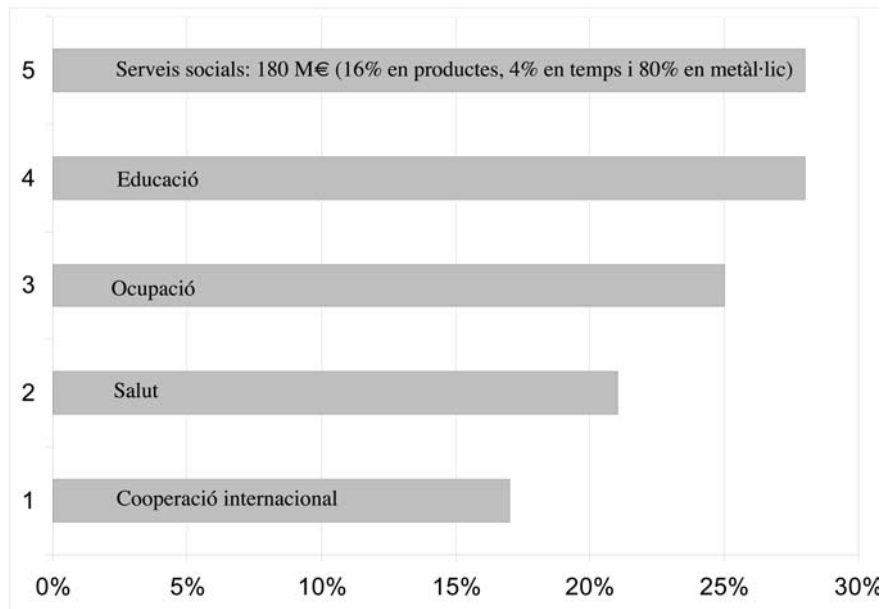


Figura 5: Àrees d'actuació de la RSC empresarial (sobre 607 projectes).
Font: Fundació Empresa i Societat.

D'aquesta figura 5 es pot deduir la importància de la sinergia que es pot canalitzar entre la Universitat i les empreses per posar en marxa aquestes àrees d'actuació, per incipients que siguin al nostre àmbit territorial. Valgui aquí com a reforç dir que, des del meu coneixement, les entitats financeres que col·laboren amb la UIB ho fan, precisament, en major o menor mesura en aquestes mateixes àrees.

Vull fer èmfasi en el fet que la Universitat, en general, i la UIB, en particular, aconsegueix la funció social per excel·lència que és l'educació, però al llarg del temps s'ha destacat per la realització d'actuacions més de caire social, dins el que s'havia anat denominant «extensió universitària», i que actualment és innegable la tasca ingent duta a terme sota el paraigua d'activitat cultural, en el sentit més ampli: social, artística, literària i humanística; però també científica i tecnològica. I això constitueix també una part de la RSU.

Quan es parla de RSC hom creu que això només tindrà repercussió al nivell de grans empreses, però el cert és que com més va més s'estén a les PIME, tal com es posa de manifest a l'*Anuario sobre Responsabilidad Social Corporativa en Espanya, 2005*, editat per la Fundación Ecología y Desarrollo [3].

És cert que, en aquests moments, la implementació de sistemes de gestió sobre RSC adaptats a PIME encara resulta massa complicada i moltes vegades es veu com una tudada d'esforços per a aquelles empreses que viuen condicionades per les demandes d'un actor principal.

En molts de casos, les primeres passes que han de seguir les PIME en la gestió RSC passen principalment per la posada al dia quant al compliment de la legislació mediambiental. D'altra banda, els models sobre RSC ja existents i implementats en grans empreses comencen a indicar quins són els requisits que elles mateixes comencen a recomanar, i fins i tot exigir, als proveïdors. I el coneixement d'aquests models permet avançar-se a futurs requeriments, bé legals bé de clients corporatius.

En aquest context, les PIME poden trobar la major oportunitat associada al coneixement dels continguts RSC de les grans companyies com a pistes i referents per als processos d'innovació. Unes de les demandes RSC més habituals són les de béns i serveis amb valor afegit, des del punt de vista social i també mediambiental.

L'any 2006, a Espanya es posarà en marxa una política de foment i promoció en sintonia amb el repte europeu que, segurament, no s'escaparà d'una reglamentació o, fins i tot, una legislació a l'efecte, de la utilitat de la qual no n'estic convençut. En tot cas aquest foment consistirà, en part, a determinar de quina manera la responsabilitat social de les empreses pot contribuir positivament a l'objectiu estratègic establert a

Lisboa: una economia basada en el coneixement, capaç de créixer de manera sostenible amb més i millors ocupacions i amb major cohesió social.

Una de les grans àrees d'actuació que marcaran el futur de la societat, als vessants econòmic i social, serà la de la modernització del teixit productiu per sustentar-lo en el coneixement, la innovació, la creativitat i el valor afegit. En aquest horitzó cal situar l'esforç en educació i formació, i és precisament aquí on la Universitat, juntament amb organitzacions empresarials, pot fer un paper bàsic en la difusió d'aquests continguts i a detectar les oportunitats d'aplicació de les agendes de RSC.

En aquest punt vull fer una proposta concreta: crear un *observatori de la responsabilitat social*, com a primer pas de la creació d'una càtedra específica, com ja comencen a fer en altres universitats arreu del món (per exemple, la Universitat Antonio de Nebrija té una càtedra d'«anàlisi de la responsabilitat social de l'empresa»: <www.nebrija.com/responsabilidad-social>). Des de la càtedra UNESCO Sa Nostra-UIB, podríem sumar esforços amb altres institucions i associacions empresarials per aconseguir-ho.

Sense ànim de ser extensiu, trobarem possibilitats i realitats de sinergies empresa i Universitat, conformant part de la responsabilitat social corporativa, en els àmbits de:

— *la inserció laboral*, mitjançant:

- l'estímul d'actituds emprenedores en els estudiants,
- els programes de cooperació educativa que permeten desenvolupar part de la formació acadèmica en una empresa o institució,
- l'adequació del doctorat per donar sortides professionals més enllà dels centres d'investigació, introduint mecanismes per contribuir al desenvolupament de la innovació en les empreses.

— *la formació continuada*, mitjançant:

- l'oferta pròpia de la Universitat,
- l'oferta mixta empresa i Universitat (formació cooperativa), en què els professionals de l'empresa participen en la definició d'objectius i de continguts, alhora que formen part del cos docent,
- la utilització de les tecnologies de la informació i comunicació; formació en línia o mixta (presencial i en línia).

— *la investigació i transferència de tecnologia*, mitjançant:

— la coordinació dels diferents plans d'I+D+i, europeus, nacionals i regionals, per garantir la investigació bàsica i alhora adequar la investigació aplicada a les necessitats del teixit productiu, amb la implicació activa d'aquest,

— l'impuls a la col·laboració entre empresa i Universitat per a la realització de tesis doctorals cooperatives,

— la creació d'empreses mixtes especialitzades en l'explotació i la comercialització dels resultats de la investigació. El foment d'aquest tipus d'empreses, empreses derivades o *spin-offs* universitàries, pot incidir en la regeneració del teixit productiu.

— *les activitats culturals i socials*, mitjançant:

— el suport a les activitats de tipus artístic, literari, esportiu, etc., com a promotors o col·laboradors,

— la coordinació d'esforços i dotacions per a la cooperació al desenvolupament de països empobrits i el foment de la solidaritat,

— la coparticipació en la recuperació i el manteniment del patrimoni històric, cultural i lingüístic de la nostra comunitat.

Tot això que acab d'enumerar no són novetats, són línies d'actuació de moltes de les quals trobarem exemples al nostre entorn, per poc que ens hi parem a pensar, o que fullegem l'opuscle que la Universitat mateixa va distribuir en la cerimònia de graduació.

Podria continuar llistant altres possibles sinergies específiques empresa i Universitat, però només us indicaré que, si creuàssim les vint-i-quatre recomanacions de l'informe CYD 2004 de la Fundación Conocimiento y Desarrollo [4], amb els nou eixos i les quatre línies preferents del Pla estratègic de la UIB (annex 3), en retrobaríeu part de les ja ressenyades però, sobretot, conclouríeu amb mi que no sols s'acompliria la missió i la visió de la UIB sinó que es promouria una vertadera responsabilitat social empresa i Universitat (RSE-U).

Bona part del camí està traçat; només cal que cada vegada siguem més els pelegrins, no tant per recordar o celebrar un passat sinó per adreçar les nostres petjades cap al futur.

4. CONCLUSIÓ

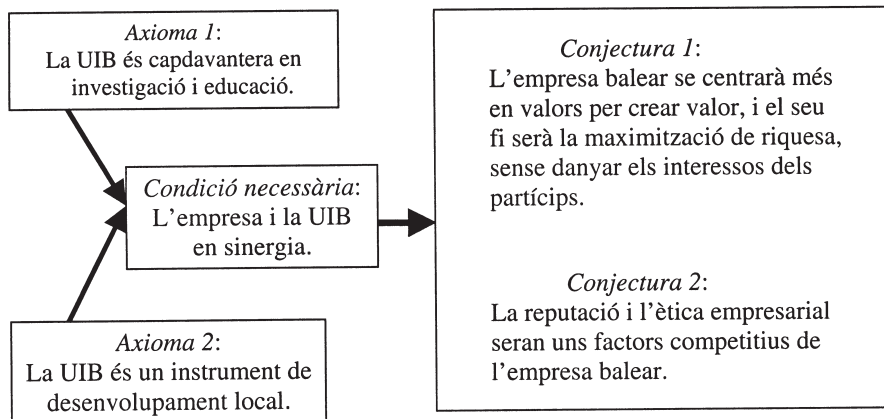
Com a única llicència matemàtica d'aquesta lliçó em permetré fer la conclusió del meu plantejament amb un teorema i un corol·lari, particularitzats a les Illes Balears, aprofitant que, com aquell qui res, us he introduït dos axiomes, una condició necessària i dues conjetures (vegeu l'annex 1).

Teorema de la RSE-U

Donant per certs els axiomes 1 i 2 i si se satisfà la condició necessària, aleshores això és suficient perquè a les Illes Balears siguin certes les conjetures 1 i 2.

Demostració: per la seva evidència, es deixa al lector.

Corol·lari:



En tot cas, desig que el temps em doni la raó.

Moltes gràcies.

Annex 1

Glossari matemàtic

Axioma:

Veritat que admetem sense demostració com a evident per ella mateixa.
Proposició indiscutible admesa per tothom.

Conjectura:

Judici que hom es forma de quelcom pels indicis o senyals que en té.
Suposició que hom fa per explicar com deu haver passar o deurà passar alguna cosa.

Corol·lari:

Conseqüència més o menys immediata d'una proposició demostrada.

Teorema:

Proposició que afirma una veritat demostrable.

Annex 2: Marc conceptual de la responsabilitat social corporativa

Font: AECA (Associació Espanyola de Comptabilitat i Administració d'Empreses).

Acció social: Ajuda voluntària, expressada en recursos econòmics o d'altre tipus, donada per les empreses a projectes externs de caràcter filantròpic i desenvolupament socioeconòmic (assistència social, salut, educació, etc.).	Ètica empresarial: És l'empresa (coneixement + recursos) a la recerca intel·ligent de la felicitat (benestar) de les persones (el públic d'interès o <i>stakeholder</i>).
Capital relacional social: Expressió del grau de responsabilitat i integració social de les organitzacions, mesurat en termes de capacitat relacional amb els distints grups d'interès.	Filantropia estratègica: Acció social de l'empresa formulada i implantada sobre la base d'un plantejament estratègic de negoci, associant l'acció filantròpica a uns beneficis determinats en termes econòmics i d'avantatge competitiu.
Codi de conducta: Expressió formal de valors i bones pràctiques de l'organització, enunciat amb caràcter orientador i normatiu i amb rang de precepte que han de complir tots els integrants de l'empresa. També s'aplica als proveïdors i a altres subministradors de serveis	Codi de bon govern: Pronunciament formal de valors i bones pràctiques dels òrgans de gestió i administració de l'organització, enunciat amb el rang de precepte que han de complir totes les persones que componen aquests òrgans, de manera molt especial el Consell d'Administració.
Desenvolupament sostenible: Cerca compatibilitzar l'explotació racional de recursos naturals i la regeneració d'aquests eliminant l'impacte nociu de l'acció de l'ésser humà, en general, i dels processos productius, en particular, per satisfer les necessitats de les generacions presents sense posar en perill que les generacions futures puguin satisfer les seves.	Sostenibilitat: Expressió de l'impacte de l'activitat de l'empresa en la triple dimensió econòmica, social i mediambiental. Compromís amb el model de desenvolupament sostenible, el qual es pot aconseguir mitjançant la responsabilitat social corporativa.
Reputació corporativa: Reconeixement públic aconseguit com a expressió, en certa mesura, de legitimitat social.	

Annex 3: Resum del Pla estratègic de la UIB 2002-2006

Aprovat pel Claustre el 16.12.2002

Missió de la UIB	Visió de la UIB
<p>Assegurar i impulsar la docència i la investigació bàsica i aplicada i promoure la creació i difusió de la cultura, sobre sòlids fonaments de qualitat.</p> <p>La UIB ha de contribuir a la millora de la societat a través de la formació, la reflexió i la crítica.</p>	<p>Ser una universitat pública arrelada al territori pluriinsular de les Illes Balears, capdavantera, innovadora i emprenedora, atenta al desenvolupament de la societat del coneixement.</p> <p>La UIB vol ser motor de la societat que l'envolta i a qui serveix, i contribuir a la transformació social i al desenvolupament de les persones, compromesa amb els principis de llibertat individual, solidaritat, respecte a la diversitat i protecció del medi.</p>
Eixos d'actuació	Línies preferents
<p>I. De la formació</p> <p>II. De la recerca i de la innovació</p> <p>III. De la llengua</p> <p>IV. De les persones (alumnat, PDI i PAS)</p> <p>V. Dels campus</p> <p>VI. De la captació de recursos i de la gestió</p> <p>VII. De les relacions amb la societat de les Illes Balears</p> <p>VIII. De les relacions exteriors i internacionalització</p> <p>IX. Del desenvolupament de valors culturals i socials</p>	<p>I. Turisme</p> <p>II. Medi ambient</p> <p>III. Qualitat de vida</p> <p>IV. Tecnologies de la informació i la comunicació (TIC)</p>

Llorenç Huguet i Rotger

Catedràtic de Ciència de la Computació
i Intel·ligència Artificial

Departament de Ciències Matemàtiques i Informàtica
Universitat de les Illes Balears

BIBLIOGRAFIA

- [1] *Las Cajas de Ahorros y su Obra Social: pasado, presente y futuro.* Confederación Española de Cajas de Ahorro. 2005.
- [2] *Empresas Comprometidas.* Suplement d' *El País*, 24.04.05.
- [3] *Anuario sobre Responsabilidad Social Corporativa en España,* 2005. Fundación Ecología y Desarrollo.
- [4] *La contribución de las universidades españolas al desarrollo.* Fundación Conocimiento y Desarrollo. Informe CyD 2004.

Google. m'ha proporcionat una gran quantitat d'informació.