



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida





la buena empresa

Un blog sobre empresa y sociedad

10 pasos para iniciar un programa de responsabilidad social¹

Poner en marcha un programa de responsabilidad social es una tarea que requiere dedicación, reflexión y una mirada de conjunto. Iniciar un esfuerzo en este sentido puede parecer muy retador para quienes apenas se están familiarizando con el término. Algunas pequeñas y medianas empresas pueden sentir que este empeño está más allá de sus posibilidades. Sin embargo, esto no es cierto, la responsabilidad social es un enfoque de gestión que todas las empresas, sin importar su tamaño o el sector del que hagan parte, pueden abrazar.

Para ofrecer una ilustración sobre algunos primeros pasos que pueden darse para empezar esta importante tarea, a continuación se presentan **10 pasos para iniciar un programa de responsabilidad social**. Estos pasos fueron elaborados por *Rick Goossen* y publicados en el [blog de Make Good](#). Se han traducido del inglés y publicado aquí con el permiso de Rick.

1. Prepare un “inventario de responsabilidad social” de lo que su compañía está haciendo ahora. Aquí hay unos pocos ejemplos: donar tiempo y dinero a causas y beneficencia, reciclando, uso de bicicleta para ir al trabajo, promover trabajo saludable y vida saludable en los trabajadores. Piense en su inventario de responsabilidad social como un resumen de sus actividades de las actividades llevadas a cabo por su empresa, aún si está incompleto.
2. Entre en un diálogo con los grupos de interés de su compañía, y averigüe lo que es significativo para ellos. Los grupos de interés pueden incluir cualquier grupo impactado por la empresa, aún si no hay una relación comercial directa (por ejemplo, puede ir mas allá de los proveedores e incluir a la comunidad local).
3. Establezca relaciones con los miembros clave de su comunidad (por ejemplo, asociaciones de comercio, comercio, principales organizaciones benéficas) para ver si hay necesidades que su compañía debido a sus competencias específicas podría abordar.

¹ Fuente: <http://labuenaempresa.com/> - 12 de febrero de 2009 – Autor: Jenny Melo

4. Revise las relaciones con los grupos de interés y evalúe como ellos afectan a la compañía y viceversa. Considere cuidadosamente sus peticiones y cuáles de ellas son razonables.
5. Asegúrese de que todos los niveles de la compañía están involucrados en el programa de responsabilidad social, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea. Anime y motive a cada uno para hacer parte de un equipo que hace la diferencia.
6. Un plan de responsabilidad social debe traducirse en acciones concretas, identificando a los responsables de hacer que las cosas sucedan, la autoridad que tienen para su realización, los recursos a utilizar, las etapas, los plazos y las prioridades que deben perseguirse.
7. El enfoque de responsabilidad social de la compañía debe reflejar la manera como la compañía hace negocios. Por ejemplo, el enfoque de responsabilidad social de una compañía no debería rebajar el valor de su marca.
8. Las acciones deben llevarse a cabo de forma proporcional con los recursos de la empresa, de lo contrario, éstas no serían sostenibles y terminarían convirtiéndose en el corto plazo en una moda pasajera, o en un ejercicio de relaciones públicas mal concebido.
9. Una empresa debe seleccionar un grupo de beneficencia, que encaje con sus principales competencias, para brindarle soporte. Esto le permitirá a la empresa tener un impacto más significativo en la comunidad.
10. Finalmente, debe haber forma de evaluar el plan de responsabilidad social. Una compañía puede evaluar su plan a la luz de metas específicas y medibles establecidas desde el principio. Una adecuada evaluación pondrá de manifiesto el valor de todo el proceso.

Empezar una ruta como la descrita puede ayudar a los interesados en el tema a ganar en experiencia y entendimiento sobre la puesta en marcha de acciones de responsabilidad social, condiciones necesarias para avanzar en la incorporación consciente de nuevos elementos, más complejos y en respuesta a las necesidades y requerimientos específicos de los grupos de interés.