



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Con la Responsabilidad Social Empresarial todos ganan¹

No le tema a la RSE. Implementarla en su compañía es mucho más sencillo de lo que parece y los beneficios, a futuro, justifican los recursos invertidos.



Sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) existe un sinnúmero de definiciones que, a pesar de evidenciar un amplio espectro de acción para las empresas, no permite definir el término con certeza. De hecho, los conceptos emitidos por quienes se han abanderado del tema en el país permiten establecer que la RSE no es un tema cerrado con límites estrictos, o que se pueda concretar en una única gran premisa.

Sin embargo, en desarrollar ese concepto han trabajado entidades como el Instituto Colombiano de Normas Técnicas Icontec y el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial CCRE. Ellos, además, han estudiado las experiencias registradas por los programas de RSE más importantes que existen en el país, con el fin de llegar a una definición más exacta sobre el tema.

La definición depende, entre muchos factores, del sector en el cual la empresa se encuentre inscrita, del tamaño de la compañía y de lo que su actividad represente en la sociedad. Esto porque cualquier empresa puede implementar un programa de responsabilidad social. Ahora, si pretende hacerlo bien, debe evaluar algunos factores y estudiar hacia dónde quiere enfocar su esquema.

¹ Fuente: <http://revistaalimentos.com/ediciones/edicion6/especial-responsabilidad-social/con-la-responsabilidad-social-empresarial-todos-ganan.htm>

Los primeros pasos

Si ha decidido implementar un programa de responsabilidad social en su empresa, tenga claro que, además de los recursos, se necesita planeación y por supuesto, voluntad. De ahí que deba estar convencido de que más allá de lograr beneficios económicos para su empresa, la motivación para desarrollar un programa de RSE es generar una repercusión positiva en la comunidad.

Una vez determinado este objetivo, la planeación puede empezar por determinar el modelo de sociedad que desea crear o fortalecer con su intervención. Para que ese modelo responda a su objetivo, establezca el grupo de interés que involucra su iniciativa y las relaciones que los vinculan.

Como segundo paso, identifique el enfoque de sus esfuerzos: económico, social o ambiental. Éstas son áreas de interés general en las que, por la naturaleza de su actividad, la empresa puede generar impacto. Entonces desarrolle una estrategia basada en principios éticos y corporativos, que confirmen que el aspecto social no es ajeno a su ámbito empresarial. Luego, identifique en cuáles sectores la empresa puede participar o aportar.

Es imprescindible que el campo de ejecución de su programa sea identificado mediante un diagnóstico concienzudo, previo a la elaboración de sus proyectos de RSE. De este modo, evitará la destinación de recursos al azar y una continuidad no asegurada del programa. A la vez, mediante esta herramienta sus grupos de interés también tendrán claro cuál es el enfoque de su iniciativa y cuáles son las metas propuestas.

El mito de los gastos injustificables

Generalmente se asocia responsabilidad social empresarial con programas ambiciosos que requieren de grandes recursos para volverse realidad. Pero aunque existen iniciativas que destinan generosas sumas de dinero e involucran grandes esfuerzos de planificación, ejecución y compromiso, ésta no es la única alternativa que tiene una empresa para ser socialmente responsable.

Las empresas productoras de alimentos, por ejemplo, tienen la oportunidad de realizar donaciones en especie de los excedentes de producción o de los productos aptos para el consumo, que por condiciones de empaque o fecha de vencimiento, etc. no pueden ser comercializados. Así mismo, las estrategias para la protección contra prácticas vinculadas a la corrupción, o a la competencia injusta, también se convierten en campañas de responsabilidad.

Por otro lado, y con un enfoque social, están las buenas prácticas de contratación. “Pues si bien la legislación colombiana regula y establece los parámetros y compromisos que debe tener el empleador con su empleado, el país aún presenta deficiencias en este sentido”, opina Javier Torres, Director del CCRE.

Es así como aspectos considerados básicos e inquebrantables como el respeto por los derechos humanos y laborales, el cumplimiento y mejoramiento de las condiciones contractuales y el establecimiento de un Gobierno Corporativo justo son características que pueden clasificarse dentro de la Responsabilidad Social Empresarial.

Claro está que una buena parte de los empresarios del país supera estos requerimientos elementales, otorgando beneficios adicionales a su fuerza de trabajo. Tal es el caso de programas complementarios de salud, primas extralegales, capacitación o subsidios. Sin embargo, si su empresa no puede destinar los recursos o la logística para asegurar este tipo de ventajas, un buen paso hacia la responsabilidad social es garantizarle a su personal lo mínimo que indica la ley.

Desde otra perspectiva, se constituye como una gestión empresarial responsable, acatar las normas y promover conciencia ambiental, tanto en quienes representan la organización como en las partes interesadas. Recuerde que su empresa no necesariamente debe destinar recursos; también se trata de potenciar el uso de los mismos. Por ejemplo, si su compañía necesita utilizar agua de la fuente primaria porque no cuenta con calderas o tecnología similar, su compromiso recae en hacerlo de manera responsable; es decir, sin contaminar afluentes alternos o agotar las fuentes naturales del recurso.

Como éste, existen otros ejemplos que derrumban el mito de que para ser socialmente responsable, su empresa debe destinar grandes sumas de dinero. La RSE le puede costar cero pesos o varios millones; eso depende de la dirección que cada organización le trace

a sus esfuerzos y de los beneficios que pretenda generar, tanto para la sociedad como para su negocio.

Industria alimenticia responsable

Las empresas del sector han desarrollado proyectos enfocados primordialmente a contribuir con los bancos de alimentos, a promover y apoyar la alimentación saludable, a subsanar situaciones de crisis como los desastres naturales y a intervenir en organizaciones sociales. Pero las compañías prefieren no ser tan visibles, bien porque les interesa mantener su trabajo con un bajo perfil, o porque les hace falta mercadeo social.

Sin embargo, el impacto generado por el sector ha resultado altamente positivo en la comunidad. Según un estudio realizado por el CCRE, “los consumidores reconocen las acciones de Responsabilidad Social Empresarial llevadas a cabo por empresas del sector de alimentos y bebidas y por las grandes superficies”. Este dato significa que implementar un programa de RSE puede contribuir a mejorar la credibilidad de su compañía y el posicionamiento de sus productos frente a los consumidores.

No obstante, a pesar de la labor adelantada por las empresas de la industria de alimentos, Javier Torres sostiene que “los estudios no reportan a este sector como uno de los más comprometidos con la RSE”. Y es que de acuerdo con estos expertos, tal situación puede presentarse por la naturaleza del negocio de alimentos, por las dinámicas propias de su actividad comercial o simplemente por falta de promoción. Por el contrario, entre los sectores más reconocidos se encuentran otros como hidrocarburos, minería, explotación, tecnología y confecciones.

“Aun así, el hecho de ser reconocido como responsable socialmente por los consumidores, puede constituirse en una invitación para que la industria de alimentos se comprometa de lleno con programas necesarios para el país”, añade Torres.

Proveedores, ¿cómo vincularlos

A medida en que las empresas trabajan por ser socialmente responsables, se van creando cadenas de valor que involucran a todos los actores involucrados en su gestión.

Y eso también incluye a los proveedores. En algunas compañías, las partes formalizan alianzas para cubrir las necesidades alimentarias de los sectores más vulnerables o crean alimentos con alto contenido nutricional, entre otras posibilidades.

Sin embargo, el compromiso de la empresa debe ir más allá. Por ejemplo, si su organización se dedica al procesamiento de materias primas, su responsabilidad social debe contemplar no sólo los procesos de gestión y calidad que le competen directamente, sino los que involucran a su línea productiva. Es decir, usted debe constatar, por ejemplo, que el transportador que su proveedor contrata no trabaja con niños para cargar y descargar los camiones; no impone condiciones laborales deficientes o estrategias ilegales de negociación.

Los beneficios

El retorno de su inversión, pocas veces dará frutos económicos directos para su compañía. Esto porque generalmente, el camino de vuelta de sus recursos es a través de otros elementos y porque, además, el espíritu de los programas de RSE está encaminado a ayudar a la sociedad, en lugar de propender por beneficios económicos.

Sin embargo, esto tampoco significa que ser socialmente responsable no es negocio. Con estos programas su compañía siembra fidelidad, confianza, recordación, posicionamiento y futuros consumidores para sus productos. Genera satisfacción constante con sus grupos de interés, además de un modelo de desarrollo sostenible, cultura organizacional basada en principios éticos y buena reputación.

RSE en Colombia y el mundo

El interés porque las empresas tengan un manejo responsable de sus actividades es una preocupación mundial y Colombia no es ajena a esta inquietud. Sin embargo, cada país enfoca sus iniciativas hacia el cubrimiento de las deficiencias económicas, sociales o ambientales específicas de su contexto.

En naciones como Francia, los esfuerzos realizados por las empresas en materia de RSE, están enfocados hacia la inclusión social de los inmigrantes en las cadenas productivas y hacia el fortalecimiento de la relación trabajo-capital. China, por su parte, trabaja en el mejoramiento de las condiciones laborales de su fuerza de trabajo y en la extinción del uso de mano de obra infantil. Mientras tanto, Colombia pretende sofocar las consecuencias del conflicto armado, el cual afecta las industrias y el ritmo de la inversión.

Generalmente, el mercado es imparcial con las empresas que no son socialmente responsables. Hoy son de conocimiento público las consecuencias económicas y de reputación que para los productores significó la fabricación de juguetes con insumos que contenían plomo; las casas fabricadas con asbesto; los graves casos de violación de derechos humanos perpetrados con el fin de instaurar una planta de producción más económica, así como la vinculación de las empresas con grupos delincuenciales.

El mercado actual exige transparencia, gestiones responsables y actuaciones impecables que puedan dar cuenta de productos sensibles ambientalmente, certificables laboralmente y responsables a lo largo de toda la cadena productiva. En conclusión, cuando usted elabore un balance entre las consecuencias o externalidades negativas y positivas de sus acciones, el resultado siempre debe ser satisfactorio. Esa es la forma de determinar si el método de compensación que su empresa eligió para ser socialmente responsable, es el correcto.

Es ser líder de tu vida