



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



INTRODUCCION A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA. EMPRESAS SOLIDARIAS.

En los años 80 y como consecuencias de las crisis económicas de décadas anteriores, se comenzó ver al Estado ya no como el único administrador del gasto social y responsable de equilibrar las desigualdades sociales existentes.

Surge la idea de sumar a las demás instituciones, tanto privadas como estatales, con o sin fines de lucro, incluyendo a las empresas, como contribuyentes al Bienestar de la Comunidad.

El **Pacto Mundial o Global Compact** propuesto por el secretario general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), publicado en el año 2000; recoge unos principios básicos orientados a promover el compromiso generalizado de todo tipo de empresa y organización con el respeto de los derechos humanos y laborales y con la preservación del medio ambiente.

El nacimiento de la ONU sirvió como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social.

De éste modo la **Responsabilidad Social Empresaria**, nace como un conjunto de obligaciones legales y éticas, nacionales e internacionales con los grupos de interés.

La Responsabilidad Social Empresaria, representa el reconocimiento e integración voluntaria en la gestión y las acciones de las instituciones, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los Derechos Humanos de la comunidad en general.

Define un compromiso con la idea de organización como conjunto de personas que interactúan en la sociedad, es decir, suma de individuos sociales.

Una empresa ciudadana que contribuye a la sociedad cuyo comportamiento va más allá del objetivo básico de obtener beneficio económico.

En éste sentido las organizaciones consideran a las personas como su origen y fin esenciales, representadas en diversos grupos de interés, con peculiaridades y distintos tipos de relación.

Basada en prácticas más honestas, transparencia en la gestión y respeto por el medio ambiente, se ve legitimada en todos los agentes o grupos de interés, conocidos como Stakeholders.

STAKEHOLDERS o Grupos de Interés

Stakeholder significa en español: “participante”, “inversor”, “accionista”. Pero desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés para una empresa.

El término Stakeholder lo acuñó R. Edward Freeman y lo definió como todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa.

Pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa. Así por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde ésta opera y sus proveedores, entre otros forman parte de este grupo.

Existen dos tipos de grupos de interés:

Los grupos Primarios: Son fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a **quienes tienen alguna relación** económica con el negocio, como por ejemplo, los accionistas, los clientes, los proveedores y los trabajadores.

Los grupos Secundarios: Son aquellos que **no participan** directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, los medios de comunicación y las ONG’s, entre otros.

DIMENSIONES:

La **Responsabilidad Social Empresarial RSE**, en términos de Dimensiones, se define en dos tipos:

1. Una **dimensión interna**, que afecta a sus trabajadores, a su impacto medioambiental, a la gestión de las materias primas, a sus condiciones de trabajo o la peligrosidad de sus productos.

2. Una **dimensión externa** que tiene que ver con la sociedad en su conjunto, proveedores, consumidores, clientes, contratistas, es decir los denominados stakeholders.

3. La Dimensión interna:

Implica una síntesis de los diferentes componentes que han creado organizaciones internacionales y que incorpora variables e indicadores que deben ser tenidos en cuenta para definir las relaciones entre: la empresas, los trabajadores y sus respectivas familias, sindicatos y pensionados.

1.1 La Gestión de los Recursos Humanos.

Uno de los principales retos que enfrentan hoy en día las empresas es atraer a trabajadores cualificados y lograr su permanencia. Surge entonces la necesidad de contar con medidas que incluyan la formación continua, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres, la participación en los beneficios y la consideración de la capacidad de inserción profesional y la seguridad en el lugar de trabajo.

Se busca facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas.

Como consecuencia de estas acciones, se lograría una reducción del desempleo, y la lucha contra la exclusión social prevista en la estrategia europea de empleo.

1.2 La Seguridad y salud en el trabajo.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad.

Es así como se definen Protocolos de Higiene y Seguridad que deberán ser cumplidos por todos los empleados de la empresa, incluyendo a los contratistas externos.

Dichos procedimientos se certifican a través de Normas, como las Normas Iso, según estándares internacionales.

La inversión que realizan las empresas en éste campo, redundan en beneficios tangibles para sus empleados y para la comunidad en general. Ya que éstos protocolos afectan la calidad de producción de la organización.

1.3 La Adaptación al cambio

Como consecuencia del ritmo de crecimiento económico del país en las últimas décadas, son pocas las empresas que no han necesitado una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la nómina de empleados.

La principal consecuencia del logro de objetivos en la reducción de costos, incremento de la productividad o la mejora de la calidad y del servicio al consumidor, generalmente, acarrea daños en la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable. En la práctica debe prepararse adecuadamente todo el proceso. Identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costos directos e indirectos de las estrategias así como medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios, atenuando las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión.

1.4 La Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

Por lo general, la baja del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes incrementa la competitividad y reduce el impacto sobre el medio ambiente al disminuir sus gastos energéticos, de eliminación de residuos o de descontaminación. Una alternativa de responsabilidad social de las empresas es el sistema comunitario de gestión (EMAS o ISO 14001) y de auditoría de calidad y medioambiente, ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico. Periódicamente se publican informes sobre dicho rendimiento, verificados por organismos acreditados.

1.5 Los Trabajadores

Los trabajadores son todas aquellas personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y a cambio de una retribución dineraria y/o en especie, ya sean directivos o no. Incluye a empleados y a subcontratistas, o trabajadores temporales. Sin embargo, los trabajadores o

profesionales que facturan sus servicios a la empresa se consideran en el grupo de interés de los proveedores, salvo que la relación contractual implique exclusividad. Los empleados se encuentran habitualmente representados por los delegados, los comités de empresa y/o los sindicatos de trabajadores.

1.6 Los Accionistas o propietarios.

Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Si se tratara de una sociedad de capital, en función del porcentaje del aporte, se puede distinguir entre accionistas mayoritario y accionistas minoritarios. Los empleados, por su parte, pueden ser también accionistas. Según la personalidad jurídica de éstos se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales. El accionista con vocación de permanencia en la organización se acerca al concepto de propiedad o empresario, normalmente implicado en la gestión y en la marcha del negocio. Mientras que aquellos accionistas que solo buscan rentabilidad económica a su aporte, se los denomina Inversor externo.

4. La Dimensión externa:

La responsabilidad social también se extiende a un amplio colectivo de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

2.1 Las Comunidades locales: La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, e internacional. Generando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Las empresas invierten en el bienestar de dichas comunidades, realizando mejoras en su sistema de salud, escuelas, comunicación y medio ambiente. Favoreciendo al capital social Sin embargo, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: contaminación del aire, del suelo y el agua y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Se pretende equilibrar ésta ecuación: Beneficios para la comunidad local y Disminución del impacto de producción.

2.2 Los Socios comerciales, proveedores y consumidores

Pequeñas y grandes empresas se vuelven **socios comerciales**, sea como clientes, proveedores, consumidores o subcontratistas. Los resultados sociales de las intervenciones de las empresas a través de las medidas de responsabilidad social

afectarán también a sus socios económicos, puesto que el bienestar económico de los proveedores depende mayoritariamente o totalmente de una única gran empresa.

2.3 Los Derechos humanos

Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está vinculada a los **derechos humanos**, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Los derechos humanos abarcan cuestiones de índole políticas, jurídicas y éticas. Es por esto que se definen códigos de conducta, aplicación de normas éticas que no solo considera las condiciones laborales de sus empleados, sino de la comunidad en general.

2.4 Problemas ecológicos mundiales

Las empresas son también actores en el medio ambiente. En ocasiones, la emisión de gases de efecto invernadero o la contaminación de los mares, afectan a todo el planeta. La visión de la RSE implica fomentar medidas para la reducción del impacto ambiental de sus actividades a lo largo de su cadena de producción. Esta inversión y las actividades de control de efectos nocivos para el medio ambiente generan una ecuación favorable para las comunidades locales y el planeta en general.

2.5 Grupos de opinión, administraciones públicas, comunidades locales y sociedad y público en general.

Son representaciones del colectivo social que se ven beneficiadas o afectadas por las intervenciones y decisiones estratégicas que asumen las grandes empresas.

Necesidades compartidas: Si recapacitamos sobre las necesidades y expectativas de los grupos de interés todos ellos tienen tres necesidades genéricas básicas compartidas: transparencia informativa, participación y beneficio mutuo.



- **Transparencia informativa**, se traduce en el hecho de que las políticas de la organización, sin exclusión de ningún tipo, pongan a disposición del ciudadano toda la información que esté en su poder a fin de transparentar las misma y evitar que se realicen acciones que afecten a la comunidad o al medio ambiente.
- **Participación** y sus elementos componentes, La comunicación y el diálogo, son sumamente importantes cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de los grupos involucrados.
- **Beneficio mutuo**. Los Stakeholders que se relacionan con las empresas, esperan obtener retribuciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada para el presente y el futuro.

Plan de RSE en 10 pasos:

Para comenzar a trazar los lineamientos que nos permitirán elaborar un Plan de RSE, seguiremos diversos pasos estratégicos:

Primer paso: INVENTARIO DE ACCIONES DE RSE:

Primero deberemos realizar un listado de aquellas acciones que está realizando en la actualidad nuestra empresa y que afectan positivamente a la comunidad. Por ejemplo, fomentar el uso de las bicicletas como vehículo ecológico, entre los empleados de la firma. Redundando en beneficios para la salud y el medio ambiente.

Segundo paso: FOCUS GROUP:

Realizamos encuentros con los diferentes grupos de stakeholders que se encuentran relacionados con la empresa, a fin de conversar con ellos sobre los puntos de interés que tengan en común y que aspectos de la gestión empresarial ciudadana pueden ser mejorados.

Tercer paso: SONDEAR NECESIDADES:

Establezcamos contacto con las asociaciones, ong's y demás entidades intermedias de la sociedad, a fin de relevar si existen necesidades que su organización a través de sus competencias podría solventar.

Cuarto paso: PETICIONES VIABLES:

Realizamos un análisis del tipo de vínculo que mantiene entre su organización y los grupos de interés institucionalizados o no. Consideramos cuales de sus peticiones son realizables y cuáles no. Proseguiremos con la definición según el caso.

Quinto paso: SUMAMOS A TODOS:

Procuramos que todos los integrantes de la organización estén involucrados e informados sobre las medidas de RSE que desarrollará la compañía. Trabajemos sobre la motivación, el entusiasmo y el interés de los equipos de trabajo.

Sexto paso: ACCIONES CONCRETAS:

Es importante que defina acciones concretas. Designamos responsables de hacer que las cosas sucedan, informando que autoridad tienen para su realización, los recursos a utilizar, las etapas, los plazos y las prioridades que deben perseguirse.

Séptimo paso: COMPATIBILIDAD RSE- MARCA:

El enfoque de responsabilidad social de la compañía debe reflejar la manera como la compañía hace negocios, mostrando complementariedad entre la marca y las definiciones de RSE. Ésta última no debería rebajar el valor de su marca.

Octavo paso: CUANTO TIENES, CUANTO INVIERTES.

Las acciones de RSE deben ser proporcionales con los recursos de la empresa, para que sean viables y sostenibles en el tiempo. Es importante que realicemos un buen presupuesto.

Noveno paso: IMPACTO SIGNIFICATIVO:

Seleccione un grupo de beneficencia, que sea compatible con sus principales competencias, para brindarle soporte. Esto redundará en un impacto significativo en la comunidad y en su empresa.

Décimo paso: EVALUAR, MEDIR, RECTIFICAR.

Finalmente, debe haber forma de evaluar el plan de responsabilidad social. Realicemos mediciones periódicas y evaluemos los resultados con honestidad, a fin de poder hacer las rectificaciones y cambios necesarios a tiempo. Una adecuada evaluación pondrá de manifiesto el valor de todo el proceso.



CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida