

RESUMEN

JORNADA ABIERTA DE CAPACITACIÓN - Sábado 28 de Junio de 2014 Aula Magna de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

"Capacitación en Responsabilidad Social Empresaria (RSE)" Disertante invitado: CPN Gabriel Santamarina

Responsabilidad Social Empresaria

Tradicionalmente los negocios se han desarrollado exclusivamente desde una óptica económica-financiera, sin tener en cuenta los recursos naturales más que para apropiarse ilimitadamente de ellos, ni la participación del Hombre, el cual era considerado sólo como un recurso más dentro del proceso productivo.

A partir del reconocimiento de las consecuencias negativas del calentamiento global y cambio climático y como éstas afectan la vida de las poblaciones, se comprende paulatinamente que no basta con ser económicamente rentable, sino que también, es fundamental no eliminar de raíz los recursos naturales para que por los tiempos, las generaciones presentes y las no nacidas, puedan vivir en el planeta.

Este concepto de sustentabilidad se manifiesta en los negocios, incorporando progresivamente en la agenda de las grandes empresas la intención de contribuir positivamente a la Comunidad con su gestión, más allá del cumplimiento de las leyes y regulaciones. Nace entonces la idea del *"accountability"*, la idea de rendir cuentas de acuerdo a la responsabilidad de la posición que se ocupa.

Comprender que es tan importante agregar valor económico como reconocimiento social a la Organización, es adentrarse en el concepto de sustentabilidad.

No es motivo de este artículo dar ideas de cómo agregar valor económico a las empresas, pero es probado que no sólo se incrementa el patrimonio aumentando las ventas sino también mejorando los procesos o, mediante una estructura de financiación acorde e inclusive a través de la construcción de una buena valoración social.

El reconocimiento social se logra a partir de la valoración que los grupos de interés tengan sobre la empresa. Actualmente, se verifican cambios en la opinión pública acerca de la responsabilidad del sector productivo sobre los temas comunitarios y la transparencia de las acciones en temas tales como el consumo responsable, por el cual los ciudadanos eligen no sólo calidad y precio, sino también aprecian cómo las acciones de las empresas impactan ambiental y socialmente. Por otra parte las legislaciones sobre cuestiones ambientales, laborales o de defensa al consumidor, tienden a ser más rígidas y los requisitos de las grandes compañías a sus proveedores sobre su conducta ambiental y social procuran alinear a las cadenas de valor en prácticas socialmente responsables.

Durante décadas muchas empresas han aportado recursos para obras con fines sociales, sin más que la satisfacción filantrópica de los empresarios. Hoy en día, los aportes se alinean con la propia identidad y con los negocios principales de la empresa, generando de esta forma valor tanto para los grupos de interés como para la propia organización.

“Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es la forma de conducir los negocios de la empresa, tratando de generar una triple creación de valor económico, social y ambiental, para la empresa y para la sociedad”. (Fuente: IARSE). La RSE propone la elaboración de planes integrales que identifican a la empresa individual o sectorialmente, realizando acciones alineadas a los objetivos propuestos y mensurando los impactos y resultados. La RSE supone el reconocimiento de que las acciones generan impactos en los entornos económicos, sociales y ambientales, las empresas deben gestionar estos impactos y a su vez, comunicar a los grupos de interés los resultados de su gestión, los avances realizados y los planes para corregir aquellos impactos no deseados.

Veamos en detalle de que se trata:

Asumida la sustentabilidad como un valor fundamental y la valoración social como sostén necesario de este valor, los planes de Responsabilidad Social Empresaria son las herramientas adecuadas para generar y medir la creación de valor económico, social y ambiental.

Para tal fin, es fundamental conocer empáticamente quiénes son los grupos de interés y cuáles son sus necesidades. Así, podemos identificar algunos tales como:

- Accionistas minoritarios y su necesidad de ser escuchado en las decisiones empresarias.
- Empleados y el respeto al desarrollo de su vida privada o familiar.
- Miembros de la Comunidad y el derecho a ser escuchados en sus reclamos.
- Proveedores y Clientes y la relación mediante prácticas comerciales leales.
- El respeto del medioambiente evitando la contaminación de la naturaleza.
- Estado y Organizaciones de la Sociedad Civil, articulando con todos los sectores vinculados a los negocios a fin de generar mayor Capital Social.

Los grupos de interés se manifiestan de múltiples formas y es necesario que la empresa pueda identificarlos y tienda los puentes de diálogo adecuados para relevar sus reclamos e inquietudes.

Para desarrollar un plan de RSE, es fundamental que la alta dirección de la empresa se convenza de los aportes del mismo y que con entusiasmo, transmita ese convencimiento a todos los miembros de la Organización. Es muy importante que la concepción de ser socialmente responsable se plasme en la misión, visión, valores, objetivos y estrategias organizacionales para que se sostenga tanto como el negocio principal objeto de la empresa.

Con el convencimiento de la dirección e identificados los grupos de interés, sólo resta armar un buen plan, el cual puede ser elaborado libremente o alinearlos a las normas internacionales GRI4 del Global Reporting Initiative que respetan lo establecido en la ISO26000.

Este plan supone el relevamiento de distintas áreas tales como el Gobierno Corporativo, el Público Interno, los Proveedores y Clientes, el Estado, la Comunidad o el Ambiente. Un consultor profesional puede orientar en la elaboración y seguimiento del plan, pero es necesario tener en cuenta que se trata de una actividad interdisciplinaria donde es importante la conformación de un equipo con profesionales de distintas áreas.

Se reconocen que existen tres puertas abiertas para ingresar al concepto de Responsabilidad Social Empresaria:

- La puerta de la Coerción; por la cual por presiones estatales, sindicales o de la cadena de valor, entre otras; la empresa debe realizar planes de RSE. En este caso, se accionará en forma reactiva ante la presión recibida y seguramente se improvisarán esbozos de planes para atender la demanda exigida.
- La puerta de la Convicción; entrada por la cual posiblemente ingresen quienes por años estuvieron motivados en realizar filantropía y hoy ven que pueden planificar su colaboración a la comunidad a través de la RSE.
- La puerta de la Conveniencia; ingreso de aquellos que pueden comprender la RSE dentro de la misión de la Organización y lo asumen como parte del todo del desarrollo de sus negocios. Encuentran un interés en cumplir con los postulados de la RSE pero lo alinean a sus estrategias organizacionales, anticipándose a las necesidades y reclamos de sus grupos de interés.

Posiblemente, no sea una sola de las puertas la que motive a los hombres de negocios a adentrarse en la RSE, todos somos seres complejos y podemos reconocernos en todas y cada una de estas motivaciones.

En los comienzos del presente artículo, nos referíamos a la valoración social como fundamento para la sustentabilidad de la empresa. El conocimiento para elaborar e implementar los planes, llevarlos a cabo con convicción, desemboca en poder comunicar periódicamente a los grupos de interés y a la Comunidad toda en forma transparente, los resultados positivos de la gestión y los temas pendientes de resolución mediante una Memoria de Sostenibilidad. La aceptación de las acciones de la empresa plasmada en un documento público como la Memoria, será un indicador indiscutible de la valoración social de la empresa.

Finalmente, la RSE es un camino que nunca termina porque refiere a la vida misma. Se puede comenzar gradualmente, no hace falta una gran inversión, se trata en principio de afirmar buenos hábitos y desalentar otras conductas no adecuadas, sumar la convicción de la Alta Dirección, la buena voluntad de los mandos medios, una comunicación permeable a toda la empresa y el asesoramiento de un equipo profesional interdisciplinario. El éxito está en el camino....

Gabriel Santamarina

Contador Público, egresado de la Universidad de Buenos Aires. Fundador de la consultora ***Foco y Gestión, Estrategias Sustentables***. Se ha desempeñado en la conducción de filiales argentinas de empresas multinacionales. Ha desarrollado una importante trayectoria en finanzas y administración en empresas industriales, de servicios, petrolera e informática. Observador de cuestiones sociales y ambientales ha realizado estudios de posgrado en Organizaciones con Fines Sociales en la Universidad del Salvador (Buenos Aires) y sobre Responsabilidad Social Empresaria en el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (Buenos Aires). Ha sido certificado por Bureau Veritas como Auditor Interno en Sistemas de Gestión Integrados, según Normas ISO9001, ISO 14001 y OSHAS 18001. Ha sido miembro de la Comisión de Cambio y Competitividad Organizacional del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad de Buenos Aires.

Actualmente es Coordinador del curso Gestión en PyMEs en la UCIP Unión de Comercio, la Industria y la Producción de Mar del Plata. En el desarrollo de su carrera profesional ha visitado países latinoamericanos, los Estados Unidos y Europa.

