

Fecha: 14 de febrero de 2008.

Autor: Lic. Irina Francioni

Consultor en comunicaciones estratégicas y Responsabilidad Social

La moda de la Responsabilidad Social

¿Qué es realmente y para qué lo hacemos?

Con preocupación observo que el término de Responsabilidad Social es empleado con mucha frecuencia fuera de su contexto real. La ignorancia sobre el mismo se palpa en la cantidad de fotos en los diarios, donde gentes de bien, que representan a grandes empresas, cumplen con su “compromiso con los más pobres” al donar abultados cheques a organizaciones de caridad.

Debo aclarar que no se debe generalizar, pero en aras de dar a conocer el verdadero concepto de responsabilidad social daré un ejemplo que se repite en muchos lugares. Muchas de esas empresas de las fotos, en su desempeño diario no cumplen con sus empleados, el ambiente y sus vecinos, ámbitos concretos donde se desarrolla la RSE.

Qué es y para qué se desarrollan procesos en el marco de la RSE es una larga discusión que aún se está dando en un marco global. Sin embargo, para dar un breve acercamiento, en éste artículo daremos algunas ideas al respecto.

**La Responsabilidad Social Empresarial =
Coherencia**

Responsabilidad, según el diccionario de la real Academia de la Lengua Española, tiene cuatro acepciones:

1. f. Cualidad de responsable.
2. f. Deuda, obligación de reparar y satisfacer, por sí o por otra persona, a consecuencia de un delito, de una culpa o de otra causa legal.
3. f. Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible yerro en cosa o asunto determinado.
4. f. Der. Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

¿Fuerte, verdad?, está asociado a la deuda, moral y la culpa.

Según el consultor e investigador Steven D. Lydenberg, la responsabilidad social empresarial abarca cuatro ámbitos:

- “Inversión es invertir los activos financieros siguiendo unos criterios sociales y medioambientales.
- Compromiso es utilizar al accionariado para implicar a la dirección de las empresas en el diálogo y la comunicación que lleven a promover el cambio social positivo.
- Transparencia es recopilar, publicar y evaluar los datos sobre los efectos de las empresas en nuestra vida cotidiana.
- Colaboración es la cooperación entre el gobierno y las empresas en proyectos sociales y medioambientales. Se trata de que el gobierno utilice medios distintos de las leyes y normativas para influir en que las empresas emprendan el cambio social positivo.”

Esto nos lleva a que el tema de la RSE es un tema complejo, que abarca el interior y el exterior de las empresas, su impacto real en las sociedades y el verdadero poder que tienen de transformarla.

Para que una empresa hable con propiedad de cumplir con la RSE debe iniciarse un proceso de análisis y reflexión, partiendo desde la alta directiva, para identificar sus fortalezas y oportunidades de mejora. Ese análisis se inicia

desde su marco filosófico en el cual opera y los resultados operacionales del manejo de la empresa.

¿Hacia dónde quieren ir? ¿Hasta dónde llegar en el ámbito de la RSE?. Eso depende de la dirigencia de la empresa, sus valores, compromiso con el entorno, nivel de consciencia de las consecuencias positivas y negativas de sus acciones, y en especial por su COHERENCIA.

¿Cómo saber si vamos en un buen camino y podemos decir a los cuatro vientos que somos una empresa socialmente responsable?. Existen diversas metodologías que se complementan para evaluar a las empresas y tomar acciones. Muchas ya son conocidas y aplicadas, como las normas de calidad, las ISO en sus diversas tendencias, inclusive la nueva ISO 26.000 que se está creando para RSE. Ser responsable socialmente es cómo lo hacemos, entonces hablamos de sistemas y procesos.

El que le venda que su empresa es socialmente responsable porque regala dinero a una causa benéfica, sepa que no lo está orientando por el camino que es. Y tampoco es aplicar una encuesta para identificar unos indicadores y al final publicar un “balance social”, en toda una plataforma publicitaria. Ni que en cada pasillo coloque un póster con sus valores corporativos que la gerencia se salta olímpicamente.

Algunas de las cosas que le permiten saber que su empresa es responsable socialmente son:

- Integrar sus sistemas de producción para ser más eficientes en el consumo y producción
- Que su recurso humano se sienta comprometido e identificado, y que sea beneficiario directo de su empresa.
- Que realmente usted sepa a dónde van los desechos finalmente y qué puede hacer para mejorar sus disposición o disminución.
- Que su empresa no se preste al soborno

- Que sus vecinos más cercanos lo aprecien porque no les hace daño tenerlo al lado y por el contrario es una buena noticia.

¿Para qué nos convertimos en una empresa socialmente responsable?, para generar CAPITAL. En el próximo artículo trataremos el tema.