Globethics Repository



La Responsabilidad Social Empresarial [Corporate Social Responsibility]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Centro Empresarial de Inversión Social;El Pacto Global
Publisher	Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-18 02:51:18
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/202421

La Responsabilidad Social Empresarial: una prioridad del mundo empresarial moderno

Realizado por Centro Empresarial de Inversión Social y
El Pacto Global

Publicado en Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II
http://www.revistafuturos.info

Nuevos paradigmas

Como respuesta a los agravios que emergen y ante la obligación que tienen las economías globales, nace la Responsabilidad Social Empresarial, (RSE) la cual ha evolucionado, haciendo partícipe y responsable a la empresa en la definición del tipo de sociedad a la que aspira. Esta nueva transformación invita a las empresas a desempeñar un papel de líderes en la solución de problemas sociales y a contribuir activamente con iniciativas que den respuestas a los mismos

En esta perspectiva de nuevas realidades, la organización manifiesta que ya no se puede "barrer lo sucio debajo de la alfombra". Explican que lo que hacen las empresas, ya sea positivo o negativo, es conocido inmediatamente alrededor del mundo. Sostienen que la transparencia de las prácticas corporativas implican que la responsabilidad social ya no es un lujo, sino un requisito

Estas tendencias son cada día más evidentes. Hoy, un inversionista considerará seriamente si coloca su dinero en una empresa que mantiene un historial grave de contaminación ambiental, así como un consumidor elegirá una marca sobre otra, si sabe que un porcentaje de su compra será destinada a obras de desarrollo social.

Aunque es deber del Gobierno y demás intituciones, el difundir la definición de los valores y estándares sociales, las empresas también tienen la obligación de comportarse de manera socialmente responsable. No solamente porque la sociedad lo requiere, sino porque forma parte de una base sólida y segura para su estabilidad y éxito a largo plazo.

Definiciones y Conceptos

De acuerdo a Baltazar Caravedo, entendemos por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas.

En otras palabras, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

Se entiende como una empresa socialmente responsable aquella:

- cuyos productos y servicios contribuyen al bienestar de la sociedad,
- cuyo comportamiento vaya más allá del estricto cumplimiento de la normativa vigente y las prácticas de libre mercado,
- cuyos directivos tengan un comportamiento ético,
- cuyas actividades sean respetuosas con el medio ambiente,
- cuyo desarrollo contemple el apoyo a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las

que opera.

En otras palabras, nos referimos a una empresa que se preocupa por:

- la productividad de sus trabajadores para mejorar su competitividad,
- el manejo ambiental resultante de su actividad productiva, y
- la comunidad sobre la cual se asienta la empresa.

Entre los valores fundamentales que embarca la RSE se encuentran temas como:

- Medio Ambiente
- Lugar de Trabajo
- Derechos Humanos
- Inversión Social Comunitaria
- Mercado
- Valores y Ética

La actuación en esos campos asegura la rentabilidad sostenida y genera beneficios para comunidad o sociedad que es influida por la empresa.

Estrategias y aplicaciones: medio ambiente

Muchos son los temas ambientales que han cobrado importancia sobre las prácticas corporativas, desde hace ya algunos años: el consumo de energía y agua, la cantidad de desperdicios sólidos producidos, las emisiones de CO2, radiación, uso de material reciclable, impacto ambiental sobre la cadena de producción, etc. La RSE ambiental es hoy mucho más que iniciativas de reciclaje o de conservación de energía. Ser una empresa ambientalmente responsable es considerar todos los impactos ecológicos que genera la producción y operación de la empresa. Estas consideraciones, como prácticas integrales, van más allá de las regulaciones gubernamentales.

Globalmente, las empresas están considerando los beneficios que conlleva el ser ecológicamente responsable, debido a que no es sólo un compromiso con las futuras generaciones sino que a su vez genera un valor intrínsico y una ventaja competitiva.

Experiencias nacionales como la de la Cervecera Salvadoreña La Constancia, S.A. y su Programa de Protección Ambiental, hasta grandes multinacionales como Unilever, con sus programas de pesca y agricultura sostenible, ilustran cómo el ser ecológicamente responsable genera beneficios tanto para la empresa como para el medio ambiente. Y es que, de acuerdo a información adquirida por la organización Business for Social Responsability, de todos los temas relacionados con RSE las iniciativas ambientales han producido la mayor cantidad de información mesurable vinculando a empresas pro-activas con resultados financieros positivos.

Sin importar el tamaño, sector o ubicación geográfica, la creatividad de las empresas en el desarrollo de prácticas eco-eficientes y de conservación han demostrado que la protección del medio ambiente es, últimamente, beneficiosa para todos

Los Beneficios de la RSE Ambiental:

- Aumento del rendimiento económico y financiero
- Reducción de costos de producción a través de control de desechos y eficiencia en el uso de la energía, entre otros.
- Mejor calidad de productos y condiciones favorables en el proceso de manufacturación
- Estimula la innovación y la competitividad hacia la creación y diseño de nuevos

productos, servicios y procesos ambientalmente conscientes.
- Aumenta la reputación e imagen de la marca

Derechos Humanos

La organización inglesa Business Impact define los derechos humanos como principios fundamentales que permiten la libertad individual de llevar una vida digna, libre de abusos y violaciones. Adicionalmente, consideran que son reglas comunes del comportamiento humano, a través de diversas culturas, que conforman sociedades estables, pacíficas y equitativas.

El respeto y la aplicación de los principios fundamentales de los derechos humanos no se limitan únicamente a las acciones de gobiernos o grupos radicales, sino también a las acciones de las empresas. El acceso rápido a las comunicaciones ha hecho que las empresas estén bajo la observación y escrutinio permanente, tanto del consumidor como de organismos internacionales. De este modo, mientras que los consumidores e inversionistas aplauden la conducta responsable de aquellas empresas con un buen historial en el ámbito de los derechos humanos, también son capaces de castigar severamente a aquéllas que excluyen estos principios dentro de sus prácticas corporativas. Hay muchos casos, desde las atroces acusaciones contra la Shell por su apoyo a los militares en Nigeria, hasta las denuncias de abuso físico en los talleres de sudor "sweat shops" de las manufactureras asiáticas de Nike y Disney. Estas empresas hoy en día, entre otras, se han tenido que replantear sus acciones sociales con la incorporación de estándares laborales y de derechos humanos, exigiendo normas similares a sus colaboradores y socios.

Un informe reciente del Alto Comisionado de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas indica que estas prácticas se deben a 1) la proliferación de códigos corporativos de conducta que protegen los derechos humanos y laborales de los empleados; 2) la inclusión de los derechos humanos, definidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en los principios y ética corporativa de las empresas a nivel global; 3) la creciente atención por parte de organizaciones, consumidores y medios de comunicación al impacto que produce el manejo de los derechos humanos en las empresas; 4) el debate generado por la imposición de sanciones comerciales a aquellos países que ignoran los estándares internacionales de derechos humanos.

Los Beneficios de la RSE y los Derechos Humanos:

- Protección de los activos de la empresa: recursos humanos, propiedad, marca y reputación
- Cumplimiento y respeto de leyes nacionales e internacionales
- Promoción de los estándares laborales para la realización de negocios transparentes y justos
- Evitar las sanciones comerciales, campañas negativas y boicots
- Aumento en la productividad, rendimiento y retención del personal
- Satisfacción de las preocupaciones sociales del consumidor
- Mejoramiento de bienestar en la comunidad donde opera

Lugar de Trabajo

Danone en Francia ofrece cuidado domiciliario a niños enfermos para que los padres puedan ir al trabajo. McDonald’s en Dinamarca apoya el entrenamiento educativo de los empleados que desean superarse más allá de las posiciones de gerentes de turno y desde 1994 Volkswagen ha reducido la semana laboral de 36 horas a 28.8 horas en todas sus plantas y en diferentes divisiones.

De esta manera, las empresas líderes han logrado fortalecer las exigencias de un mercado laboral competitivo siendo responsables, respetuosos y conscientes de las necesidades de sus empleados.

La responsabilidad social en el lugar de trabajo corresponde a métodos y políticas establecidas por la empresa que impactan positivamente en la vida profesional y personal del empleado. Estas políticas de recursos humanos incluye temas como: compensación, beneficios, desarrollo humano y profesional, horas laborables flexibles, balance entre vida y trabajo, bienestar y salud, cuidado de dependientes y diversidad de género y raza.

Así como la globalización y el desarrollo de nuevas tecnologías han cambiado la manera en que las empresas hacen sus negocios, del mismo modo han influido en las prácticas laborales. Las empresas alrededor del mundo se han visto obligadas a sustituir sistemas tradicionales de trabajo, por aquéllos que se destaquen por su originalidad, innovación y flexibilidad.

El Corporate Social Responsibility Newswire indica el sentir de los empleados con respecto a sus trabajos, el cual va mucho más allá de un oficio. Es imposible divorciar un empleo de su ambiente. La salud mental de la empresa y la salud mental de su personal son uno mismo.

Los Beneficios de la RSE en el Lugar de Trabajo:

- Mayor productividad del personal y la empresa
- Reducción de costos de operación
- Aumento del rendimiento financiero de la empresa
- Capacidad de atraer y retener a un personal de calidad
- Aumento en el compromiso, empeño y lealtad del personal
- Disminución de ausencias y tardanzas del personal
- Personal más capacitado y entrenado
- Mejor imagen ante los empleados, clientes y proveedores

Inversión Social Comunitaria

Tradicionalmente la inversión social ha sido percibida como caridad o beneficencia; sin embargo, hoy las empresas comprenden el inmenso valor detrás de su participación comunitaria. No es extraño, entonces, descubrir que el 80% de las páginas web de las compañías Fortune 500 incluyen en sus sitios información sobre la inversión social de la empresa.

Está comprobado que para garantizar el éxito empresarial, las empresas han de incorporar una visión pro-activa y estratégica sobre la resolución de los problemas de sus comunidades. La inversión social o la práctica por la cual se lleva a cabo esta filosofía, tiene como fundamento el que las empresas retribuyan a la sociedad lo que éstas toman de ella. Las empresas no sólo comprenden que la inversión social es necesaria, sino que su práctica conlleva beneficios y ganancias para sus compañías. Es más, el papel y la ejecución de programas sociales se consideran hoy en día un factor importante en el fortalecimiento de la imagen, el reconocimiento de marca y la lealtad tanto del consumidor como del personal de la empresa.

Muchos empresarios se preguntarán ¿de qué manera puede su empresa colaborar en un cambio significativo y de impacto en la sociedad? La inversión social se puede llevar a cabo de diversas y creativas maneras, que varían dependiendo de la afinidad entre la empresa y la causa. No hay un manera fija de llevarla a cabo, pero se distingue por encontrarle soluciones innovadores a problemas sociales por medio de la participación empresarial.

¿Qué es la Filantropía Estratégica?
No son muchas las empresas que piensan estratégicamente sobre cómo incrementar el impacto de los recursos y donativos que aportan a la sociedad. Generalmente, como las empresas realizan sus acciones filantrópicas de una manera desorganizada y dispersa, ignoran el potencial del valor agregado detrás de una relación más

cercana y duradera.
La filantropía estratégica involucra alianzas entre la empresa y la causa que va más allá de una simple donación de dinero o en especie. Es un compromiso de mediano a largo plazo, como lo son: diseño y ejecución de proyectos comunitarios, alianzas público-privadas, campañas de mercadeo con causa social, entre otros.

¿Qué es el Voluntariado Corporativo?
Los programas de voluntariado corporativo ofrecen la plataforma dentro de las empresas para que el personal participe activamente en obras sociales. De este modo, las inversiones sociales de la empresa no se ven como una acción aislada al personal sino que forman parte de ella. La Fundación Points Of Light indica que los programas de voluntariado corporativo tienen la capacidad de demostrar las habilidades y naturaleza sensata del sector privado. Adicionalmente, las empresas están comprendiendo que, a través de los programas de voluntariado, no sólo apoyan a las comunidades o los proyectos sociales sino que a su vez respaldan y le dan continuidad a las contribuciones monetarias aportadas por la empresa. Finalmente, cabe destacar, que a pesar de que los programas de voluntariado corporativo nacieron como iniciativas de buena voluntad y solidaridad, hoy en día se ha comprobado que su organización dentro de la empresa genera grandes beneficios como lo son: mayor lealtad y compromiso del personal hacia la empresa, menor ausentismo y mayor productividad, mejor retención del personal e inclusión de jubilados.

Los Beneficios de la Inversión Social Comunitaria:

- Aumento en la actividad financiera de la empresa
- Mejores relaciones comunitarias
- Capacidad de atraer y retener personal de calidad
- Aumento en el compromiso, empeño y lealtad del personal
- Disminución de ausencias y tardanzas del personal
- Mejor imagen ante los consumidores
- Aumento en la lealtad de marca
- Atracción de nuevos consumidores e inversionistas

Mercado

Business for Social Responsibility, indica que los temas relacionados con el mercado y la responsabilidad social incluyen diversos aspectos entre la actividad comercial y el trato hacia el consumidor: 1) integridad en la fabricación del producto, 2) honestidad y transparencia en el uso de información, rotulación y empaque del producto, 3) mercadeo y publicidad efectiva y clara, 4) métodos de venta, 5) colocación de precio y 6) distribución.

Antes, el precio, la calidad y el servicio eran condiciones suficientes para ser competitivos; sin embargo, con la globalización y el crecimiento del internet se ha incrementado el valor de los intangibles de las empresas. Es por ello que existe una creciente preocupación de las empresas de administrar los aspectos emocionales, además del producto y le genera la lealtad y confianza del consumidor. Esta estrecha relación entre la marca y el consumidor se puede obtener re-evaluando la percepción externa por medio de la atención al cliente, las relaciones comunitarias y las campañas de mercadeo con causa social.

¿Qué es Mercadeo Relacionado con Causa Social (MRCS)?
El mercadeo relacionado con causa social es una actividad comercial en la cual las empresas y las organizaciones, sin fines de lucro, crean una alianza, mutuamente benéfica, en vías de facilitar que cada parte alcance sus respectivos objetivos de comunicación, recursos humanos, mercadeo y relaciones públicas. Como promoción de ventas, una campaña de mercadeo con causa social se enfoca en realizar una donación

a una organización sin fines de lucro, basado en una transacción de sus ventas, o sea que, cuando se realiza una compra, un porcentaje del precio del producto es donado a una causa social. Esta estrategia, por lo general, es acompañada de promoción y publicidad teniendo así un impacto sobre la imagen de la empresa y la marca del producto. Esto ofrece nuevas posibilidades de mercadeo que definitivamente le dan un valor adicional a la marca y rinde grandes beneficios a la causa.

Los Beneficios de la RSE en el Mercado:

- Protección y fortalecimiento de imagen, reputación y marca
- Diferenciación y distinción de marca en el mercado
- Atracción y retención de nuevos consumidores
- Fortalecimiento de la lealtad del consumidor hacia la marca del producto o servicio
- Aumento de ventas
- Motivación del personal
- Implementar métodos para comunicar –eficientemente- la misión corporativa de la empresa
- Mejor imagen ante los empleados, clientes, proveedores y accionistas

Valores y Ética

El tema de la ética corporativa, o el arte de aplicar las normas y valores morales - honestidad, justicia, transparencia y respeto- a las actividades y objetivos de la empresa, ha sido una tendencia global de las últimas dos décadas. La ética corporativa también involucra el que la empresa obedezca los estándares legales y que el personal se adhiera a las normas y regulaciones internas. El Instituto ETHOS en su informe "Indicadores de Responsabilidad Social-2000" define el código de ética como un instrumento para la ejecución de la misión y visión, que orienta las acciones y explica la postura social a todos los que tienen algún vínculo o relación con la empresa.

Las implicaciones morales de las empresas cubren desde la producción, distribución hasta mercadeo del producto o servicio. Asuntos como publicidad falsa, alimentos genéticamente modificados, productos inseguros o perjudiciales, violación de los derechos humanos y atrocidades ambientales pueden significar un alto precio sobre la credibilidad de una empresa. Sin importar el tamaño o sector, muchas empresas han pagado un alto costo debido a los escándalos corporativos, además de la pérdida de la reputación de la marca, pérdidas y desvalorización de acciones, por el empleo de prácticas corruptas, inmorales e ilegales.

Una encuesta realizada por la revista Fortune entre 500 empresas del sector manufacturero y 500 del sector de servicio, indicaron que el 91% tenían un código de ética manifiesto, 49% tenían un entrenamiento ético para todo el personal y un 87% señaló creer que el público hoy en día está mucho más atento al comportamiento ético corporativo que en el pasado.

Los Beneficios de la RSE y la Ética Corporativa:

- Brinda una ventaja competitiva por su posicionamiento confiable y honesto
- Aumento del rendimiento financiero de la empresa

- Integración a los valores corporativos y refuerzo de misión
- Mejor imagen ante los empleados, clientes, proveedores y accionistas
- Fortalecimiento de la lealtad y compromiso del personal hacia la empresa
- Disminuyen las probabilidades de sufrir demandas legales, criminales y boicots comerciales.

Información Adicional

Centro Empresarial de Inversión Social www.cedis.org.pa

El Pacto Global www.unglobalcompact.org

Centro Mexicano para la Filantropía www.cemefi.org.

Business for Social Responsability www.bsr.org

CSR Europe www.ebnsc.org

The Corporate Social Responsibility Forum www.iblf.org

Instituto Ethos www.ethos.org.br

Business in the Community www.bitc.org.uk

World Business Council for Sustainable Development www.wbcsd.ch