

“TRABAJO DE INVESTIGACION DOCUMENTAL”

PRESENTADO POR:

Hugo Mendoza Reyes

ALUMNOS DE LA CARRERA DE:
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

VILLAHERMOSA, TAB. MEX.

19 DE NOVIEMBRE DEL 2013



INDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCION..... | 4 |
| OBJETIVOS..... | 5 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 6 |
| CAPITULO1: ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 7 |
| CAPITULO 2: DEFINICION DE RSC o RSE..... | 8 |
| 2.1 Entorno social..... | 8 |
| 2.1 Entorno económico..... | 8 |
| 2.3 Entorno medioambiental..... | 9 |
| CAPITULO 3: ESTANDARES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 10 |
| 3.1 Norma SA 8000..... | 10 |
| 3.2 AA1000..... | 11 |
| 3.3 ISO 26000..... | 11 |
| 3.4 Norma SGE 21..... | 12 |
| 3.5 Norma UNE 165010 EX..... | 13 |
| CAPITULO 3: MOTIVACION DE UNA EMPRESA A SER SOCIALMENTE RESPONSABLE..... | 15 |
| CAPITULO 4: LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 18 |
| 4.1 beneficios para las empresas..... | 19 |
| CAPITULO 5: TEMAS DE IMPORTANCIA DE LA RSC..... | 20 |
| 5.1 Ética, valores y principios de los negocios..... | 20 |
| 5.2 Derechos humanos, trabajo y empleo..... | 20 |
| 5.3 Gobernabilidad corporativa..... | 21 |
| 5.4 Impactos sobre el medio ambiente..... | 21 |
| 5.5 Relaciones con proveedores..... | 21 |
| 5.6 Filantropía e inversión social..... | 22 |
| 5.7 Transparencia y rendición de cuentas..... | 22 |
| CAPITULO 6: ALCANCES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 23 |

| | |
|--|----|
| CAPITULO 7: ENTORNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL..... | 24 |
| 7.1 Entorno interno..... | 24 |
| 7.2 Entorno externo..... | 24 |
| CAPITULO 8: GESTION RESPONSABLE DEL RIESGO..... | 26 |
| 8.1 Riesgo reputacional..... | 26 |
| 8.2 Crediticio y comercial..... | 26 |
| 8.3 Riesgo social..... | 27 |
| 8.4 Riesgo económico..... | 28 |
| 8.5 Riesgo ambiental..... | 29 |
| 8.6 Interconexión entre diferentes tipos de riesgos..... | 30 |
| CAPITULO 9: PRINCIPIOS BASICOS DE LA RSE..... | 32 |
| CAPITULO 10: RAZONES PARA QUE UNA EMPRESA SEA SOCIALMENTE RESPONSABLE..... | 35 |
| CAPITULO 11: DESVENTAJAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 37 |
| 11.1 Costo..... | 37 |
| 11.2 Justicia..... | 37 |
| 11.3 Consecuencias imprevistas..... | 37 |
| 11.4 Mayor escrutinio..... | 38 |
| CAPITULO 12: DISTINTIVO ERS®..... | 39 |
| 12.1 Proceso de obtención del distintivo ESR®..... | 39 |
| 12.2 ¿Que es el Distintivo ESR®?..... | 39 |
| 12.3 ¿Qué categorías participan y como obtener el distintivo?..... | 39 |
| 12.4 Validez del distintivo..... | 40 |
| CAPITULO 13: EL ESTUDIO DE LAS CUATRO VARIABLES DE LA RSC..... | 41 |
| 13.1 La responsabilidad social y la ética empresarial..... | 41 |
| 13.2 La vinculación de la empresa con la comunidad..... | 42 |
| 13.3 La responsabilidad social y la calidad de vida en la empresa..... | 43 |
| 13.4 La responsabilidad social en el cuidado del medio ambiente..... | 44 |
| CONCLUSIONES..... | 46 |
| BIBLIOGRAFIA | |

INTRODUCCION

En el presente trabajo se aborda el papel que juega hoy en día las empresas en la sociedad, la manera en que interactúan y la importancia que estas tienen ante los individuos pertenecientes a los grupos cercanos a cualquier organización.

Así como también, se analiza y describen los aspectos más importantes que forman parte de los preceptos y obligaciones que se tienen ante la sociedad, por lo cual debemos estar pendientes de que si son cumplidas en su totalidad, y de qué forma se llevan a cabo, para mejorarlas o reestructurarlas en beneficio de la entidad y de la comunidad con la que interactúa.

Por tanto, considerando el contexto actual en el que nuestro país se encuentra y teniendo una visión general de los que se ha dado una gran importancia a que las empresas se integran a la responsabilidad social y en conjunto lograr una conciencia en beneficio colectivo.

También la organización como una instancia que contribuye a la sustentabilidad de un país se considera en términos de una política de gestión ambiental que tiene como finalidad preservar los recursos naturales. Ello conlleva la disminución de los impactos negativos en el ambiente (el uso de nuevas tecnologías, el ahorro de recursos naturales agua y energía principalmente), así como la promoción e instrumentación de una cultura ecológica en todos los niveles.

CONTEXTO QUE ORIENTÓ AL PLANTEAMIENTO DE LOS SIGUIENTES OBJETIVOS:

- Conocer los indicadores que se evalúan para una empresa o institución puede ser reconocida como socialmente responsable.}
- Estudiar los beneficios al ser socialmente responsable.
- Verificar el proceso en México para ser reconocido como una empresa socialmente responsable.

OBJETIVOS

1. Objetivos Generales.

- a. Analizar la transformación de la responsabilidad social en una variable competitiva de reconocimiento mundial. Un factor de éxito en los negocios, que se conjuga con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad.
- b. Razonar que la conducción socialmente responsable de una empresa, genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y de marca, y contribuye, en forma cuantitativa, a la rentabilidad corporativa de largo plazo.

2. Objetivos Específicos.

- a. Definir de una manera formal el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, desarrollando un marco teórico que permita comprender el concepto de RSE de una mejor manera, y de esta forma, entregar los conocimientos necesarios para la correcta comprensión del resto del trabajo.
- b. Estudiar la evolución que ha tenido tema, buscar las principales instituciones que fomentan la RSE y de esta manera identificar el escenario actual.
- c. Analizar factores que motivan y justifican la incorporación de prácticas responsabilidad social en la empresa.
- d. Analizar la RSE como paradigma de gestión, su importancia como factor de competitividad y diferenciación en los mercados nacionales e internacionales.
- e. Diseñar una metodología de aplicación de prácticas de responsabilidad social, con pasos secuenciales claramente definidos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas dando por supuesto, su respeto o estricto cumplimiento. En este sentido la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental, el cumplimiento con estas normativas básicas, no se corresponden con la responsabilidad social, si no con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente que una empresa alegara actividades de responsabilidad social si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Luego entonces hay empresas o instituciones que dicen ser socialmente responsable (RSE), pero no cumple con las leyes o normativas adecuadas para el funcionamiento adecuado de este programa, presentando información falsa para aparentar acciones no verídicas.

Conforme a esto se realizan los siguientes cuestionamientos.

- ¿Cuáles son los estándares de la responsabilidad social?
- ¿Qué motiva a una empresa a ser socialmente responsable?
- ¿Por qué la responsabilidad social es tan importante?
- ¿Qué es el distintivo ERS?

ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La historia de la responsabilidad social no tiene un inicio fijo, sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, podríamos decir que hay documentos que datan del siglo XIX y a veces anteriores, y que dan fe de acciones por parte de las compañías en favor de sus trabajadores.

El nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social.

Hechos como la Conferencia de Estocolmo en 1972, el Informe Brundtland en 1987 o el protocolo de Kyoto en 1997; el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF, Greenpeace o Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial; así como el surgimiento de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos, son todos, acontecimientos que han servido como bloques para levantar esta construcción social y medioambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

Hoy, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; hoy se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad; hoy se han realizado grandes documentos como el Libro Verde y el Blanco; y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO26000 que aún no llega pero que ya podemos vislumbrar.

La RSE no es estática y seguirá cambiando y nuevos acontecimientos habrán de sumarse a esta línea de tiempo que pretende ser un esfuerzo sintético de Expok por marcar en un documento cronológico, algunos de los muchos hechos que han forjado esta nueva visión del quehacer empresarial.

Sirva este ejercicio como un ejercicio referente y no absoluto para comprender mejor este fenómeno que sin duda alguna, está cambiando la manera de hacer negocios en el mundo.

DEFINICION DE RSC o RSE

El término responsabilidad social de las empresas (RSE) o “responsabilidad empresarial”, significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa. En otras palabras, satisfacer la demanda de los clientes y gestionar, al mismo tiempo, las expectativas de otras partes interesadas: los trabajadores, proveedores y la comunidad de su entorno. Contribuir de forma positiva a la sociedad gestionando el impacto medioambiental de la empresa. La RSE puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa.

En este contexto, en los últimos años han surgido otros motivos para que a las empresas les resulte ventajoso ser responsables socialmente como: la presión de los clientes, de las comunidades locales, de bancos, de inversores y por parte de las aseguradoras.

Las Empresas Socialmente Responsables tienen una amplia variedad de acciones en materia de RSE, dentro del marco de los tres grandes campos que la teoría del desarrollo sostenible ha elaborado el “Esquema de la Responsabilidad Social Empresarial” que contempla los siguientes aspectos:

Entorno Social

- Dentro del entorno social, el primer campo en el que puede influir la de RSE, es en el ámbito laboral, en donde la empresa debe contemplar el bienestar y satisfacción de sus empleados; procurar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres; ofrecer un marco de flexibilidad laboral; brindar condiciones que no afecten la salud y seguridad de los trabajadores; fomentar la formación y el desarrollo profesional; otorgar programas de apoyo con prestaciones y considerar procesos de consulta y participación de todo el personal involucrado en el desarrollo de la empresa.
- Con respecto a la comunidad en la que la empresa se encuentra localizada; el desempeño de la responsabilidad social trata de responder a las necesidades que la comunidad demanda con programas de buena vecindad, apoyo a la educación local, voluntariado y donaciones.

Entorno Económico

El entorno económico se refiere al mercado al que la empresa dirige sus acciones, esto es, el marco general en el que desarrolla su actividad. Las acciones de Responsabilidad Social deberán tener en cuenta los derechos de los

consumidores, establecer precios justos, otorgar información transparente de su actividad, y la implicación responsable de sus proveedores.

Entorno Medioambiental

La empresa puede influir en el cuidado del medio ambiente, con responsabilidad social sí va más allá del cumplimiento de la legislación vigente, además, debe tener presente aspectos relativos a la gestión de residuos, a las características de los envases y embalajes, al reciclaje de todos sus desechos, al transporte de mercancías y al consumo responsable de energía.

Por último, integra el concepto de Gobernanza, término que la Comisión Europea define como “...normas, procesos y comportamientos que influyen en el ejercicio de los poderes a nivel europeo, especialmente desde el punto de vista de la apertura, la participación, la responsabilidad, la eficacia y la coherencia”.³ Ésta se contempla como una categoría transversal que involucra los distintos ámbitos referidos anteriormente —social, económico y medioambiental— y aspectos como la dirección transparente (en todas las áreas de la empresa), los valores y códigos de conducta de las organizaciones, y la inversión socialmente responsable, es decir, aquélla que tiene en cuenta a las empresas que cumplen los requisitos de responsabilidad social en las distintas áreas de su actividad.

ESTÁNDARES SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial se está convirtiendo en uno de los ámbitos de gestión más importantes, dado que a través de sus diferentes modalidades las empresas pretenden diferenciarse respecto a otras en cuestiones relacionadas, por ejemplo, con la protección del medio ambiente, los derechos laborales, la conciliación de la vida familiar y laboral y el respeto de los derechos humanos. Sin olvidar a las partes interesadas que desean estar informadas.

A continuación se indican una serie de estándares a los cuales las organizaciones pueden acceder para implantar la Responsabilidad Social Empresarial.

Norma SA 8000

La norma SA 8000 surgió en 1997 en Estados Unidos con la misión de “mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial”. Se elaboró por un grupo de expertos reunidos por la Agencia de Acreditación del Consejo sobre Prioridades Económicas (*Council on Economic Priorities Accreditation Agency, CEPAA*), compuesto por individuos de organizaciones que representaban a diversas partes interesadas.

En 1998 se fundó la *Social Accountability Internacional* (SAI) agencia de acreditación constituida por la CEPAA, para dirigir la implementación de la SA 8000 y las actividades complementarias de formación. Esta norma, a su vez, se basa en otras normas de derechos humanos internacionales ya existentes, entre otros, por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU y en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Las características fundamentales de este estándar son:

- Es una norma internacional.
- Define los requisitos acerca de las prácticas de empleo sociales de fabricantes y proveedores.
- Es aplicable a instalaciones de cualquier tamaño y ámbito geográfico, así como para todo tipo de sectores de actividad
- Es uniforme y auditable por terceras partes.
- Está sujeta a revisiones periódicas. La última versión es de 2008.
- Está elaborada por partes interesadas (empresas, ONG, sindicatos...)

- Existe una guía de aplicación que se puede consultar en:
- Existe formación específica para auditores y certificadores.
- Entre las áreas cubiertas por la SA 8000 están el trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad, la libertad de asociación y negociación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, compensaciones y sistemas de gestión.
- Es una norma certificable.

AA1000

La serie de normas Accountability 1000 (AA1000) ha sido elaborada por el ISEA (*Institute for Social and Ethical Accountability*), una organización internacional sin ánimo de lucro fundada en 1996 con la participación de multinacionales, organizaciones no gubernamentales, académicos y empresas consultoras.

Esta serie de normas ha sido elaborada para proveer a las organizaciones de cualquier sector, tamaño y región de unos estándares de mejora de la sostenibilidad. La última edición de esta norma data del año 2008.

Las características claves de la serie AA1000 son las siguientes:

- Cubre todos los resultados de la organización, económicos, sociales y ambientales, es decir, el “desempeño sostenible”.
- Examina cómo una organización conoce, comprende e integra a los diferentes grupos de interés.
- Se centra de manera especial en las partes interesadas y en la precisión de la información que se provee, así como en las políticas de la organización y el cumplimiento de las regulaciones obligatorias.
- Establece los criterios para el aseguramiento de las declaraciones públicas, de forma que se fomente la credibilidad de los reportes de sostenibilidad.
- Evalúa la información proporcionada a las partes interesadas con respecto a la capacidad de la organización de dar respuesta a sus inquietudes, puesto que interpreta la acción de reportar como evidencia de un compromiso permanente con ellas.

ISO 26000

Esta norma publicada el pasado año 2010 y desarrollada por ISO (*International Standard Organization*) tiene el objetivo de orientar a las organizaciones sobre cómo implementar la Responsabilidad Social Empresarial. ISO 26000 es una guía que indica directrices en materia de Responsabilidad Social. El documento es el resultado del consenso entre expertos internacionales representantes de los principales grupos de interés y está diseñada para

animar y fomentar la implantación de las mejores prácticas de Responsabilidad Social a nivel internacional.

La norma tiene la siguiente estructura:

- Introducción.
- Alcance.
- Referencias normativas.
- Términos y definiciones.
- El contexto de Responsabilidad Social en el que opera la organización.
- Principios de Responsabilidad Social importantes para las organizaciones.
- Orientación sobre los temas/materias centrales de Responsabilidad Social.
- Orientaciones para implementar la Responsabilidad Social en las organizaciones.
- Anexos de orientación.
- Bibliografía.

En definitiva, el texto recoge un acuerdo global sobre tres cuestiones claves:

1. Definiciones y principios de la Responsabilidad Social.
2. Las principales cuestiones que deberán ser consideradas en la implementación de la Responsabilidad Social.
3. Orientación sobre cómo integrar la Responsabilidad Social en las operaciones de la organización.

Norma SGE 21

En el año 2000 surge esta norma, desarrollada por Fonética, Asociación de Empresas y Profesionales de la Responsabilidad Social Empresarial en España, cuyo fin es fomentar este ámbito de la gestión entre las organizaciones. La norma SGE 21 nace de la demanda por parte de las empresas para contar con herramientas que permitan asegurar un alineamiento entre la gestión y los valores de cada organización. La última versión de esta norma data del año 2008.

Su característica principal es que es una norma que permite establecer, implantar y evaluar en las organizaciones un sistema de gestión ética y socialmente responsable.

La norma está compuesta por una serie de capítulos que la desarrollan. Los primeros cinco capítulos explican los antecedentes y los aspectos generales del documento, siendo el capítulo seis el que desarrolla los requisitos de la norma y, por lo tanto, en el que se basarán tanto la implantación como la auditoría de la organización a evaluar.

El capítulo seis está estructurado en nueve áreas de gestión, las cuales exponen las consideraciones teóricas orientativas del compromiso social a adquirir por las organizaciones, y los requisitos que se consideran adecuados para demostrar las evidencias de la implantación del Sistema de Gestión Ética.

Las nueve áreas de gestión son:

- Alta Dirección
- Clientes
- Proveedores y Subcontratistas
- Recursos Humanos
- Entorno Social
- Entorno Ambiental
- Inversores
- Competencia
- Administraciones competentes

Norma UNE 165010 EX

Esta norma que desarrolla un sistema de gestión de Responsabilidad Social de la Empresa, nace por el interés demostrado por las organizaciones en dar respuesta a la demanda social existente en relación a los impactos generados por sus actividades en la sociedad y en el medio ambiente y los comportamientos éticos, sociales, laborales, ambientales y de respeto de los derechos humanos. Fue desarrollada por AENOR (Asociación Española de Normalización) en 2009.

Se trata de una guía que establece los criterios para mejorar la actividad de la organización en relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Al igual que los anteriores estándares mencionados es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño o sector.

El contenido de la guía está inspirado y deberá considerarse como adicionales a los convenios internacionales, especialmente la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Convención de los Derechos del Niño de la ONU, los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OTI) y tratados internacionales ambientales como los de prevención al cambio climático. La guía pretende ayudar a las empresas a establecer sus criterios de actuación, teniendo en cuenta sus especificaciones, en el campo ético, social, laboral, ambiental, económico y de respeto de los derechos humanos, de una forma transparente responsable, sirviendo de base para un sistema eficaz que les permitan realizar esfuerzos visibles y creíbles en esta área.

La Norma se desarrolla a lo largo de una serie de capítulos. Los cinco primeros explican los antecedentes y los aspectos generales del documento, así como los principios generales y los derechos básicos que deben estar presentes en todas las actuaciones dentro de la gestión de RSE de una empresa. El capítulo cinco desarrolla una serie de recomendaciones que la empresa debería tener en cuenta para implantar y mantener un Sistema de Gestión de RSE, así como poner los medios para mejorar continuamente su eficacia. Por su parte, el capítulo seis desarrolla un modelo de sistema de gestión para la RSE, de aplicación flexible, pudiendo existir otros modelos que posibiliten también el desarrollo de la RSE.

MOTIVACION DE UNA EMPRESA A SER SOCIALMENTE RESPONSABLE

Si somos leales, asumimos responsabilidad. Estas dos cualidades andan juntas. No sabemos lo poderosa e importante que es esta cualidad, hasta que empezamos a tratar con personas y empresas desleales. Ser responsable es rendir cuentas, o ser confiable. Salomón dijo "Que esta clase de personas refrescan tanto como un día de brisa en época de verano". Quien es responsable se hace acreedor de confianza. La confianza se gana. Nuestra confianza se basa en la responsabilidad que dicha persona manifieste. Una vez encontremos a personas así, podemos confiar en ellas y construir inmensas organizaciones sobre las bases de gente responsable. Nos damos cuenta que a estos individuos los motiva algo diferente, comparados con el promedio. Estas personas presentan dos factores de motivación que brotan de su carácter y que los hace responsables.

El primer factor es la responsabilidad. Estas personas quieren ser objeto de confianza. Las impulsa cierta Ética y unos Principios por los que lucharán aunque haya pérdidas o carencias de ganancia personal. Se muestran dispuestas a probar que son buenas. Esa es su motivación, no es necesariamente el deseo de llegar a algún lugar. Pronto sabremos si podemos confiar en él o en ella. Así que no es manipulación. Aquí una experiencia. En cierta ocasión me dirigí a solicitar un empleo, y quien me entrevistó dijo: "¿Por qué debo emplearlo a usted?" El trabajo era para vender gasolina en una estación de servicio. El sujeto me preguntó: "¿Ha trabajado vendiendo gasolina?" Contesté "No". "¿Ha cambiado aceites?" "No". "¿Ha cambiado llantas?" "No". "¿Por qué razón debería contratarlo, entonces?" "Porque soy digno de confianza y puedo aprender", respondí. El empleador me miró y dijo: "Nunca he contratado a alguien como usted. Voy a pensarlo". A la mañana siguiente regresé y el hombre me dijo: "He decidido contratarlo a usted". Más tarde me dijo: "Nunca había conocido a un hombre como usted, que dijera, puedo aprender". Y yo le respondí: "Durante las primeras dos semanas, págume lo que usted quiera. Ni le voy a preguntar cuánto me va a pagar. Lo que usted considere que valga mi trabajo y luego decidiremos si puedo o no trabajar para usted". Estas personas se involucran en cuestiones y asuntos correctos. Lo correcto prima sobre quién tiene la razón. Si todo el mundo mira lo correcto, se toman decisiones que, por su carácter, se vuelven la práctica de la ética. Las personas que así actúan, se guían por la ética, el carácter, por principios. A estos individuos los motiva, los impele una valía, una fuerza interior, no los beneficios personales que puedan obtener.

Estos individuos son sólidos. Tienen una constitución firme por la que viven. Los llamamos hombres y mujeres de valía. A estas personas las pueden poner dondequiera: en las empresas, en los negocios o en el campo de la política. Son responsables y se puede confiar en ellas porque se arriesgan a comprometer su reputación. Viven en un mundo de fidelidad, sirviendo a otros y construyendo su nombre y su legado.

El segundo factor de motivación es hacer las cosas, porque son personas responsables y disfrutan del sentimiento de realizar logros. Y, una vez más, no hay beneficios de lucro

para estas personas. Por ejemplo el caso de un millonario quien ya posee todo lo que podría necesitar en su vida. Este individuo podría dedicarse a viajar o a irse de pesca, pero prefiere continuar al frente de sus negocios y trabajar todo el día.

La responsabilidad significa que una persona productiva, no necesariamente es motivada por el dinero. La motivan los principios. Los que hablan por ella, porque a estas personas no les atraen los beneficios específicos que puedan obtener ya que asumen posiciones autónomas de por sí y ante sí. Estos individuos son como pilares. Disfrutan de ser lo que son y de los logros que obtienen por que hacen las cosas por el gusto de hacerlas. Empero las recompensas sí les llegan. Son líderes y reciben mejor paga. Se sienten impulsados y dirigidos por fuerzas interiores y parece que dijeran: “Quiero ser alguien, por Dios. Quiero ser líder. Quiero ser un pilar”. Estas personas pueden hacer lo que otros dicen que no se puede hacer, sencillamente por el gusto de lograrlo.

Les gustan los retos y cuando alguien dice.”Usted no puede hacer esto o aquello” o “No puede hacerse”, se involucran sencillamente para probar que sí puede hacerse lo que otros dicen que no, porque está en su naturaleza la disposición de lograr que las cosas se hagan, Ser responsable es más que aceptar un compromiso, es un verdadero llamado, es un deseo, una fuerza interior que los preserva responsables ante sí mismos. Esto los convierte en verdaderos servidores.

Un caso muy particular y vigente aún al día de hoy; Jesús entregó su reputación para construir su nombre. Fue humillado y rechazado para ganar nuestra confianza. Vio lo que éramos y asumió la responsabilidad de asegurarse de queuviésemos nosotros la oportunidad de ser lo que podríamos ser, por esto pagó el precio, para darnos la oportunidad de ser personas, de ser humanos. Y no para beneficio personal o gusto propio; para beneficio y gusto de otros, El Padre lo envió a cumplir una misión porque sabía que su hijo era responsable y por lo tanto, se podía confiar en Él.

Un viejo dicho reza: “Si deseas algo, solicítalo a la persona que de por sí ya está demasiado ocupada”. Y que no tiene tiempo, añadiríamos, porque esas personas son responsables. Se apuntan y encuentran el tiempo apropiado para ayudar. Serán las escogidas para cumplir una misión. Si deseamos que algo se haga lo pediremos a una persona responsable, no a un irresponsable.

Es uno de los mayores valores en el carácter que una persona pueda tener. Si queremos ir en dirección de algo en la vida, tenemos que aprender a ser responsables. No se trata de cuánta educación o cosas tengamos. Si nos convertimos en personas responsables, iremos a algún lugar. Es todo lo que necesitamos.

Óptica Interna y Externa de la Responsabilidad, Con Proyección Organizacional

Muchas veces cuando se piensa en Latinoamérica o en países del África, se asocian factores de violencia, pobreza, explotación, corrupción y en cierta forma estas miradas se han convertido en barreras para el bienestar social, la productividad, aún más nos hemos acostumbrado a un tipo de mentalidad; mezcla de conformidad, trampa, ingenio, mentira y hace carrera la cultura del avivato, esta condición a frenado muy seriamente nuestro

desarrollo social y económico, con enormes impactos hacia el futuro próximo y generacional.

El comportamiento inapropiado nos genera elevados costos y estos están asociados con problemas de diversa índole colocando en tela de juicio la credibilidad individual, colectiva e institucional, por lo tanto las medidas, esquemas y estrategias que se asuman, debe tener no solo una clara intención de reconstruir, recomponer y transformar la ética en valores reales y no simples enunciados filosóficos que son común escuchar.

La alta dirección y las organizaciones cualesquiera que sea su naturaleza y actividad deben desarrollar un modelo de transformación institucional, teniendo como base fundamental el talento humano, es necesario el afectar el pensamiento de quienes deseen transformar su cultura, su carácter y sus acciones cotidianas, porque si esto no se da, no existirán sociedades y las organizaciones justas y equánimes.

No se trata de darle a la gerencia una estrategia de mejoramiento modal simplemente, sino de involucrar en la cadena de Responsabilidad Social a todos y cada uno de los integrantes: como, La Industria, El Comercio, El Sector Financiero, de Servicios, Educativo, El Gobierno, Los Consumidores, Los Trabajadores en general, Las Organizaciones no Gubernamentales, en fin sin excepción, todo tipo de organización, publica y privada.

Bien vale la pena aclarar que no se trata de conceder prerrogativas especiales para un grupo de personas o instituciones en detrimento de otros, se trata de que haya un equilibrio responsable de acciones conjuntas determinadas en la verdadera productividad, mirándolo desde el punto de vista interno y externo, este plan de acción sugerido tiene que involucrar a toda la organización desde la alta dirección hasta la persona mas sencilla de la institución y de la sociedad, si no es así, son simples paños de agua tibia o una moda gerencial.

Modificar drásticamente nuestros pensamientos: el cambiar nuestras creencias y convicciones y asumir que el estado de las cosas presentes no es el normal.

Empezar a actuar distinto: al elegir el comportamiento éticamente correcto y deseable desde lo personal, lo familiar, lo laboral y lo social.

Establecer costumbres éticas: es decir lograr una mejoría continua tanto en lo personal, empresarial y colectivo.

Transformar nuestro destino: en donde la vivencia de los principios éticos sea una constante y la renovación de mentes, y corazones la base de una cultura sana, alentadora y productiva

IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el contexto en el que se mueven las empresas del siglo XXI, la responsabilidad social empresarial es una necesidad derivada del cambio de valores en la ciudadanía, que ha generado nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles. Por un lado, un papel más activista en los consumidores, que exigen mucho más que localidad en los productos que consumen: esperan que la empresa cuide el medioambiente, que respete los derechos humanos y que sea transparente. Por otro lado, las grandes empresas exigen a sus proveedores contar con un mínimo de información social y medioambiental e incrementar los controles sobre estas últimas para asegurarse que cumplen con los principios de la RSE

Los cambios descritos inciden en la consolidación y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, de ahí que, para la unión europea, la RSE sea un factor clave para lograr un tejido empresarial sólido y con capacidad de desarrollo. La implantación de medidas en materia de responsabilidad social tiene un impacto positivo en los cinco factores que son fuente de ventaja competitiva en las empresas: estructura de costes, recursos humanos, clientes, innovación, gestión del riesgo y la reputación y resultados financieros. Por tanto, ser socialmente responsable genera beneficios a nivel de negocio.

En definitiva, la RSE es una apuesta irrenunciable para toda Pyme que aspire a ser innovadora, a generar beneficio y a mantener un negocio prospero a los largo de muchos años

El desarrollo económico y social mejora las condiciones de vida de las comunidades. En el caso de México, es claro que aun existen innumerables asuntos por resolver para construir un entorno que ofrezca a toda la sociedad los satisfactores que necesita. Al ser el proceso de globalización una realidad en el mundo, las comunidades de negocios disfrutan, día con día, de mayor influencia, y sus portes son cada vez más significativos en la construcción de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenible que permite aminorar y erradicar la miseria y la pobreza que enfrenta un importante segmento de la población.

La única forma de atacar a la pobreza es generando riqueza. La pobreza es asunto de todos. Las empresas no podrán ser prosperas en un país que no crece y no genera empleos

Beneficios para las empresas

- Mayor capacidad de respuesta a las demandas sociales y mejora de la competitividad.
- Aumentos de contratos a largo plazo.
- Establecimiento de relaciones estables y fluidas con proveedores.
- Mejora del proceso de producción, y por tanto, mejora en la gestión interna de las empresas.
- Disminución del riesgo de denuncia por malas prácticas.
- Impacto positivo en la imagen y reputación de la empresa.
- Reducción de costes de producción mediante la asociación con proveedores que intervienen en la cadena de suministros.
- Incremento de la capacidad de innovación como resultados de una mayor cooperación con los proveedores.
- Incrementa el prestigio de la empresa y su credibilidad en el entorno en que se mueve, principalmente frente a los clientes y las administraciones publicas.
- Aumenta la posibilidad de generar mas acuerdos de colaboración, que redundan en la calidad del servicio o producto prestado, la diversificación de negocio, el ahorro de costes y la introducción en nuevos mercados.
- Mayor capacidad de respuestas ante situaciones imprevistas que puedan hacer peligrar una oportunidad comercial, al poder acudir a una empresa competidora para que nos ayude a resolverla.
- Incremento de los flujos de información, conocimiento, y, por tanto, las posibilidades de generar innovación.
- Prioridad en el acceso a ayudas publicas
- Reducción en las primas de seguros.
- Mayor oportunidad de contratos con grandes empresas que priorizan a proveedores que tengan un comportamiento ambiental responsable.
- Acceso a beneficios fiscales que favorecen la protección del medioambiente.
- Mayor capacidad de atracción y retención del talento, pues las personas prefieren trabajar en empresas socialmente responsables.

TEMAS DE IMPORTANCIA DE LA RSC

La RSC toca varias áreas de gestión de la empresa. A continuación se presenta un resumen de los temas que la empresa que aspire para ser socialmente responsable debe considerar cuando diseñe su propia estrategia de responsabilidad social.

Ética, valores y principios de los negocios

La ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores. Según la organización Business for Social Responsibility (BSR), “el espectro de la ética empresarial se ha expandido no solo para incluir la manera como una empresa trata a sus empleados o cumple con la ley, sino también la naturaleza y la calidad de las relaciones del negocio con sus accionistas”. Los valores éticos deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la forma como establece sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la apertura.

Derechos humanos, trabajo y empleo

Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la RSC debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados. Los estándares de trabajo de la OIT formulados en 1919 y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son:

- El respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.
- La eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.
- La abolición efectiva del trabajo infantil.
- La eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.

Gobernabilidad corporativa

El tema de la gobernabilidad corporativa ha adquirido particular relevancia a partir de la rotura de la burbuja financiera y los desastres de Eron y WorldCom, que han reforzado la preocupación pública por el creciente poder de las empresas. Se refiere al sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas. La estructura de gobernabilidad define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas (junta directiva, accionistas, administradores, y otros públicos interesados), así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones

Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia, y la redición de cuentas que son un pre-requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados

Impactos sobre el medio ambiente

El tema ambiental es un componente intrínseco de la RSC. La administración del impacto ambiental directo de las empresas se ha enfocado, tradicionalmente, a la administración del uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

Actualmente se busca que las empresas vayan mas allá de la mera administración de sus impactos ambientales (por los cuales son inmediata y directamente responsables), y que reconozcan como dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno.

A las compañías se les insta entonces a participara activamente en los Asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la RSC motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol e los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

Relaciones con proveedores

La RSC motiva a las empresas a descubrir de que manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo de producto o cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final. Algunas compañías han tomado la

delantera al establecer estándares sociales y sistemas de monitoreo para sus proveedores.

Este tema ha sido especialmente crítico en el sector de textiles. Luego de ser objeto de grandes críticas por hacer uso de maquiladoras en Asia, Nike estableció una división interna para verificar que se apliquen estándares laborales aceptables en toda su cadena de producción, y contrato a una firma independiente para que verifique el cumplimiento de sus estándares en materia de RSC (olivero 2000)

Filantropía e inversión social

Muchas compañías han descubierto que una política filantrópica paternalista y estrecha, basada en realizar donaciones e dinero, no responde a lo que la sociedad espera de ellas e materia de responsabilidad, ni garantiza que esas contribuciones voluntarias produzcan resultados sostenibles. La RSC motiva a las compañías a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de materiales y servicios disponibles en el medio, el subcontrato laboral y otras prácticas similares que coadyuden al bienestar económico y social de las comunidades vecinas. Asimismo se sugiere sustituir las donaciones en dinero por aportes en especie o e servicios, apoyo a proyectos específicos y vinculación de los empleados mediante trabajo voluntario a los procesos de la comunidad. La consulta a los públicos interesados juega un importante papel, y es entre estos y las empresas quienes deben identificar la mejor forma de colaborar con la comunidad.

Transparencia y rendición de cuentas

La RSC insta a las compañías a asegurarse de que todos los niveles de las jerarquía de la empresa (desde los empleados hasta la junta directiva) adopten los valores y principios establecidos y se responsabilice de su cumplimiento. Los sistemas a través de los cuales se gobierna la empresa deberán dar seguimiento a las acciones tendientes a alcanzar las metas en materia de RSC y medir y reportar sus efectos. Parte de la responsabilidad de rendir cuentas consiste en proporcionar los medios adecuados para que la gran mayoría de los públicos interesados en la empresa puedan verificar, tanto externa como internamente, los resultados reportados.

ALCANCES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En este escenario cambiante, donde aparece la responsabilidad Social empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales:

§ Alcance social y de desarrollo: Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.

§ Alcance solidario e igualitario: En esta noción la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.

§ Alcance de auto referencia: Esta noción considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.

§ Alcance ético sistémico: Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus stake holders o grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.

§ Alcance ético y de valores: ésta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la RSE como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

ENTORNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

En el contexto global de las acciones empresariales y bajo la identificación de las dimensiones de desarrollo de la responsabilidad social, las empresas fundamentan su actuación en el compromiso de mantener la coherencia de sus acciones tanto dentro como fuera de ella, entregando a la vez transparencia y certidumbre en sus relaciones. La influencia de la RSE en su entorno se puede apreciar a continuación:

a. Entorno Interno.

Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de las empresas, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la empresa, como es el proceso productivo o la toma de decisiones.

En las acciones que la empresa realiza dentro de este escenario interno y considerando el grupo de interés que lo conforma, manifiesta una serie de compromisos, como por ejemplo los de mantener la seguridad en el trabajo o disponibilidad de información para sus dueños y accionistas. En este entorno se puede reconocer:

§ La Comunidad Interna: Que comprende empleados, dueños y accionistas, para los cuales la Responsabilidad Social va a actuar proporcionando una mejor calidad de vida, un entorno seguro y más atractivo para desarrollar sus funciones entre otros beneficios.

§ Conducta Empresarial: Se refiere a la manifestación de los principios y valores que mueven a la empresa, bajo los cuales desarrolla sus funciones, una gestión y acción ética que es expuesta para un mejor entendimiento de los grupos de interés que conforman este entorno empresarial y un reflejo positivo hacia la comunidad externa.

§ Relación con los recursos naturales: En éste sentido se puede hacer referencia a la responsabilidad con que la empresa debe desarrollar sus procesos, de manera de lograr la eficiencia en el manejo de los recursos, esto para reducir los efectos nocivos en la comunidad y el medio ambiente.

b. Entorno Externo.

El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil. En el ámbito ambiental la relación se

fomenta en el trabajo por el cuidado y preservación de éste. Algunas de las relaciones que se pueden mencionar son:

§ Relación con los Proveedores: Las empresas incorporan en sus acciones criterios de responsabilidad social para elegir a sus proveedores, ya que consideran el cumplimiento por parte de éstos, de acciones sociales y medioambientales. Esto para mantener la coherencia de sus prácticas y las de sus socios comerciales.

§ Relación con los Clientes: La relación con los clientes se ve reflejada en el trabajo por parte de las empresas en satisfacer las necesidades de éstos. A la vez los clientes exigen un buen trato y el cumplimiento de sus expectativas así como el respeto por el medio ambiente. Esto llevará a mantener buenas relaciones y la confianza en la empresa.

§ Relación con los Competidores: La relación que se establece entre empresas competidoras al trabajar en conjunto puede producir un mayor impacto en sus prácticas de RSE que si trabajaran individualmente.

§ Organizaciones no gubernamentales (ONG): "Entidades o estructuras jurídicas orientadas al bien común, sin fines de lucro, y cuyo soporte financiero se basa en aportes y donaciones efectuados por distintos actores (personas físicas o jurídicas) de la sociedad civil", (Ignacio González García 2003)

GESTION RESPONSABLE DEL RIESGO

El riesgo es una característica necesariamente unida al desarrollo empresarial. Sin asumir riesgos no es posible lograr crecimiento, no puede haber innovación, no se perfeccionan las prácticas empresariales existentes y, por tanto, no hay desarrollo. Cualquiera de las decisiones empresariales, incluso las de menor importancia, tienen siempre un componente de riesgo, por mucho que éste pueda limitarse. Asumida esta premisa, es decir, que una empresa debe asumir riesgos, la correcta gestión de éstos será determinante para el éxito de su proyecto.

Cada empresa, independientemente de su tamaño, localización geográfica o tipo de industria a la que se dedica, debe conocer, evaluar y controlar los riesgos que asume. Sólo de esta manera tomará las adecuadas decisiones en su política de inversión, de crecimiento, de innovación y de relación con empleados y clientes. La tipología de los riesgos existentes es muy amplia, pero una serie de ellos guardan una enorme relación con la existencia de políticas de RC que contribuyen a una correcta gestión empresarial.

A continuación se tratan algunos de estos riesgos y se proponen algunas alternativas para su adecuado tratamiento.

Riesgo reputacional

Todas las decisiones que toma una empresa pueden afectar a su reputación. Este tipo de riesgo es especialmente importante para algunos sectores, si bien en función de los productos o servicios en cuestión, el riesgo puede tener un efecto diferente. Los numerosos ejemplos que suelen utilizarse para ilustrar el efecto de este riesgo son comportamientos en forma de castigo de los clientes a las empresas cuya reputación ha sido cuestionada por su actuación en terceros países, por las condiciones laborales de sus empleados, por su falta de respeto por el medio ambiente o por otros motivos.

El riesgo reputacional es, en definitiva, el que se deriva de la mala gestión de otros tipos de riesgos y tiene que ver con la percepción que tienen los consumidores y el público en general del comportamiento de una empresa, de sus dirigentes y empleados.

Riesgo crediticio y comercial

Estos dos riesgos empresariales están estrechamente unidos, por lo que los factores que influyen en uno pueden hacerlo también en el otro. El riesgo crediticio se puede definir como la incapacidad de pagar las obligaciones financieras contraídas y de desarrollar las actividades de la empresa. Por su parte, el riesgo comercial está relacionado con los precios de los productos y el acceso a los mercados en determinados momentos, algo que en muchos casos se puede ver complicado por la existencia de incertidumbres en el entorno macroeconómico o

en los cambios legislativos, pero también por la actuación de la competencia o de los reguladores de los mercados, por la insolvencia financiera de terceros o por otros factores que pueden causar un deterioro en las ventas o en el crecimiento que se esperaba de ellas. Una empresa responsable deberá tener muy en cuenta estos riesgos, siendo la comunicación y el conocimiento de la sociedad un punto de partida esencial.

Riesgo social

Al referirnos a riesgos sociales debemos considerar tanto los impactos de la empresa en la sociedad en general como los impactos sobre las personas de la empresa. Ambos conceptos están muy ligados, de manera que las actuaciones de una empresa pueden afectar a una zona geográfica concreta y, por tanto, a sus habitantes, tanto cuando toma decisiones de inversión como cuando las decisiones son en sentido contrario, esto es, de desinversión.

Cuando una empresa decide invertir en un determinado país está influyendo en su desarrollo futuro. La creación de empleo, la innovación asociada a las inversiones, el desarrollo de infraestructuras, la formación del personal, etc., son factores muy positivos en todas las sociedades, pero lo son especialmente en las menos desarrolladas. De nuevo, se trata de decisiones que influyen a largo plazo, por lo que el diálogo con los grupos de interés afectados y la colaboración con las autoridades locales suponen una mayor garantía de éxito. Por otra parte, la gestión de las personas, uno de los grupos de interés clave en cualquier organización, implica una alta posibilidad de riesgo social.

La firma Price Waterhouse Coopers agrupa los riesgos relacionados con los empleados de la siguiente forma:

- ☐ Riesgo de las personas. Son riesgos inherentes a la gestión de los recursos humanos, como la incapacidad de realizar sus trabajos, un inadecuado plan de sucesión, mala gestión del talento, incumplimiento de los requerimientos legales, o la falta de motivación y retención.
- ☐ Riesgo en las políticas y los procesos. Son los derivados de la forma en la que la empresa actúa con sus empleados, la inclusión de requerimientos legales en las políticas de cumplimiento, las políticas de remuneración que pueden no estar alineadas con la estrategia empresarial, las malas comunicaciones entre empleados que pueden generar falta de motivación o la discriminación que puede existir en los procesos de selección.
- ☐ Riesgo en las funciones. Son los relativos a la gestión del día a día, como la mala gestión de los costes laborales, un bajo nivel de información compartida o errores en la gestión de nóminas.

El establecimiento de códigos de conducta, las políticas de atracción y retención del talento, de formación de empleados, de conocimiento y análisis de los errores en la gestión, y la realización de encuestas de clima laboral pueden favorecer la correcta gestión de estos riesgos. Un factor decisivo es la existencia de políticas de prevención de riesgos laborales, un aspecto regulado por numerosos países pero que no siempre se ha logrado aplicar con éxito en las empresas.

Riesgo económico

El riesgo económico y el riesgo de mercado obedecen a la variación de los factores externos (tipos de interés, tipo de cambio, volatilidad de los mercados, etc.) así como a la solvencia y liquidez de los distintos mercados en los que opera una empresa. El riesgo de mercado implica la posibilidad de que una inversión de una empresa pierda el valor que se pagó por ella. Numerosos factores pueden influir en el valor de una inversión:

- La tasa de inflación. La tasa de inflación reduce el rendimiento que generan las inversiones. Si con el transcurso del tiempo, la tasa de inflación es mayor al rendimiento que genera la inversión, el dinero que se invierte tendrá un poder de compra menor, resultando en un retorno real negativo.

- El tipo de interés. La capacidad de inversión de las empresas está directamente afectada por el tipo de interés. En escenarios de tipos de interés bajo y estable, las inversiones ofrecen un mayor atractivo. Por el contrario, en entornos de tipos de interés crecientes, un elevado apalancamiento financiero puede causar problemas derivados de la carga financiera de la deuda.

- El riesgo de liquidez. La posibilidad de que un activo no pueda venderse también debe considerarse en las decisiones de inversión ya que podría suponer una merma importante en la valoración de una empresa. En ese caso, el inversor podría verse en la necesidad de vender las inversiones por debajo de su precio teórico o podría verse forzado a retener su inversión, algo que podría generar costes adicionales.

- El riesgo de mora. Existe el peligro de que los clientes no paguen sus obligaciones comerciales o financieras, o de que no lo hagan a tiempo, lo que puede suponer un desfase financiero con algún coste.

- El ciclo económico. La diversificación del riesgo empresarial tiene como potenciales ventajas la de compensar la presencia de las empresas en países con un ciclo económico creciente con otras en ciclos económicos menos favorables. Esta ventaja, no obstante, puede convertirse en un problema cuando se produce una coincidencia de ciclos negativos.

Riesgo ambiental

Ante el creciente consenso sobre la necesidad de preservar el medio ambiente a escala mundial, las consideraciones sobre los riesgos medioambientales se están integrando, cada vez en mayor medida, en los procesos de toma de decisiones a todos los niveles y ámbitos sociales, desde la definición de políticas, hasta la concesión de un crédito. Existen numerosas metodologías, implantadas y contrastadas para valorar el riesgo medioambiental de un proyecto o de una firma concreta. Sin embargo, no es frecuente encontrar sistemas que nos permitan valorar de forma masiva proyectos o empresas, capaces de discriminar aquellos con riesgo medioambiental bajo de los que pueden originar impactos significativos.

El concepto de riesgo medioambiental ha sido tradicionalmente asumido por determinados sectores, como el industrial, pero el reciente establecimiento de legislación al respecto y el impulso de la RC supone el punto de inicio para su incorporación por otros sectores. Los riesgos medioambientales relacionados con el funcionamiento habitual de una empresa son fácilmente previsibles y evitables. En cambio, los riesgos relacionados con situaciones excepcionales asociadas a la financiación de proyectos o a la internacionalización empresarial son más difíciles de prever y sus consecuencias más graves.

El riesgo medioambiental se debe valorar en función de la probabilidad de que se produzca un impacto negativo sobre el entorno. Es muy importante tener en cuenta que la mala gestión de este tipo de riesgo puede derivar en un proceso civil, administrativo o penal en función de la legislación aplicable en cada momento en cada mercado.

Es posible distinguir varios tipos de riesgos medioambientales:

- ☐ Los que están asociados a actividades industriales.
- ☐ Los relacionados con el transporte y la comercialización de productos.
- ☐ Los asociados a operaciones financieras.

En su valoración se deberán tener en cuenta consideraciones legales, éticas, financieras y las exigencias de las partes interesadas. Una consecuencia lógica, al analizar estas consideraciones, es la necesidad de contratación de seguros, algo que proporciona una garantía adicional para limitar el impacto de problemas ambientales sobre las empresas. Asimismo, una serie de medidas preventivas pueden incorporarse a las políticas de responsabilidad corporativa de las empresas: entre estas cabría destacar los sistemas de seguridad y detección, vigilancia, formación del personal, comunicación a la comunidad, etc. Además de la prevención, la incorporación de políticas de responsabilidad corporativa relacionadas con el medioambiente exige la medición y el control de consumos, el reciclaje y la reutilización de materiales y el establecimiento de objetivos permanentes de mejora.

Una de las respuestas de las entidades financieras a los nuevos retos planteados por los problemas medioambientales es la de realizar análisis de créditos teniendo en cuenta este tipo de comportamientos y el efecto que pueden tener sobre la empresa. De esta forma, los analistas financieros han añadido los criterios medioambientales a sus procesos de análisis de operaciones. Aunque no existe unanimidad en los métodos para la evaluación de riesgos medioambientales asociados a proyectos, el proceso de evaluación tiene las siguientes fases:

- Diseño. Recopilación de información de la actividad comercial e instalaciones.
- Análisis. En este proceso se identifican, analizan y tipifican riesgos, estimando el riesgo asociado según su probabilidad y consecuencias.
- Evaluación. Con los datos obtenidos se cuantifica el riesgo y se emite un juicio sobre su tolerabilidad.

Algunas entidades financieras participan en iniciativas internacionales que evalúan las operaciones de *project finance* (financiación de operaciones) teniendo en cuenta su impacto sobre el medio ambiente. Entre estas iniciativas destaca la conocida como Principios de Ecuador (Equator Principles), desarrollada por la Corporación Financiera Internacional (IFC), a la que se han sumado varias entidades financieras internacionales.

La contratación de seguros medioambientales y de servicios de consultoría externa constituye una opción muy ventajosa a la hora de afrontar la gestión de riesgos medioambientales en operaciones internacionales. Entre los diferentes tipos de seguros destacan:

- Seguros de limitación. Enfocados a cubrir aquella parte de la limpieza ecológica que ha superado el gasto previsto por la empresa.
- Seguros de riesgo finito. Cubren gastos imprevistos en un horizonte temporal a medio y largo plazo.
- Seguros de capital contingente. Destinados a cubrir las indemnizaciones en caso de desastre producido por una catástrofe.

Interconexión entre diferentes tipos de riesgos

Los diferentes tipos de riesgos tienen distintas consideraciones dependiendo del grupo de interés afectado. Algunos riesgos, como el económico o el de crédito, reciben el premio o el castigo de los accionistas. De esta manera, es el mercado quien reacciona a las diferentes actuaciones de las empresas en relación con estos posibles riesgos. En otras ocasiones, es la sociedad, los ciudadanos o la administración quien premia o, más frecuentemente, castiga comportamientos. Este sería el caso de los riesgos medioambientales y de los riesgos sociales.

Una característica de la gestión de los riesgos es su interconexión. Los riesgos económicos, como una disminución del ciclo económico, pueden hacer aumentar el riesgo crediticio, lo que a la postre puede producir reducciones de plantilla, deslocalizaciones o cierres empresariales que generan un riesgo social.

En las tomas de decisión de las empresas deben tenerse en cuenta estas incidencias que tienen, como complejidad añadida, la posibilidad de que existan fuerzas contrarias. Nos referimos a la posibilidad de que un grupo de interés se muestre satisfecho con una medida y otro, sin embargo, se sienta perjudicado. Esta incoherencia se produce, por ejemplo, cuando una empresa acomete una reducción de plantilla. Es frecuente en este caso que los mercados financieros premien la medida. Sin embargo, la sociedad y, en muchos casos los consumidores, suelen tener una reacción contraria.

PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA RSE

La implementación de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial se está extendiendo progresivamente en las empresas como consecuencia de las diferentes presiones que reciben del entorno social así como de la propia conciencia empresarial.

La gestión de la misma no debe quedarse en una mera gestión a nivel operativo sino que debe integrarse en la gestión estratégica como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas.

Las entidades que sepan integrar adecuadamente la RSE en su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento estratégico.

El proceso estratégico centrado en los grupos de interés (Stakeholders Strategy Process) es un modelo de dirección estratégica que sirve para analizar la importancia de dichos grupos en la consecución de los objetivos marcados, así como los riesgos de no alcanzar éstos por la influencia de aquellos. Este proceso estratégico parte de la misión, visión y objetivos (pensamiento estratégico) enunciados desde una perspectiva social para, a continuación, formular, programar, implantar y controlar la estrategia social.

La gestión o comportamiento socialmente responsable implantará estrategias y sistemas de gestión que contemplen no sólo aspectos económicos, sino también sociales y medioambientales, que satisfagan las necesidades y expectativas de los grupos de interés. La aplicación de sistemas de gestión medioambiental (ISO 14001) y sociales (SA 8000) generalmente aceptados pueden resultar de gran ayuda para una efectiva implantación de la estrategia social.

Atendiendo a la distinción adoptada para los grupos de interés, se pueden diferenciar también comportamientos socialmente responsables de carácter interno y externo.

El control interno se encargará de medir el grado de cumplimiento de las estrategias sociales y medioambientales a través de los mecanismos de diagnóstico más objetivos y fiables posible. Por ejemplo el sistema de indicadores cuantitativos y cualitativos puede ser un instrumento eficaz para el control del comportamiento social cuando se orienta a la medición de las variables de la responsabilidad social.

En la medida que el principal instrumento del principio de transparencia es la información, la organización deberá orientar parte de sus esfuerzos a proporcionar información externa relativa a su impacto económico, social y medioambiental.

El contenido y formato de presentación de la información sobre RSE puede variar sustancialmente de una empresa a otra, de ahí los problemas actuales de comparación informativa. La utilización de modelos reconocidos internacionalmente, como la guía para la elaboración de Informes de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), aminora estos problemas de comparación, proponiendo un marco para la normalización de la información social y medioambiental.

La información elaborada debe responder a los principios básicos de la RSE, por lo que además de promover la transparencia, materialidad y visión amplia de la empresa debe ser verificable.

La evaluación de la información por expertos independientes externos es aconsejable para alcanzar mayores cotas de fiabilidad y compromiso. De la misma forma que la auditoria financiera aporta credibilidad a las cuentas anuales de cara a sus usuarios, la verificación debe hacer lo propio con el Informe de Sostenibilidad respecto a los grupos de interés.

La certificación confirma el grado de cumplimiento de una serie de requisitos y especificaciones, una vez realizadas las correspondientes comprobaciones de acuerdo a unos sistemas y metodología específicos. Las certificaciones en materia de RSE tienen un doble objetivo; de un lado pretenden, a nivel interno, consolidar los sistemas de gestión con los que cuenta la empresa; y de otro, intentan servir de garante frente a terceros del cumplimiento de determinados comportamientos corporativos.

Aunque son numerosas las certificaciones en lo que se refiere a la relación de la compañía con un único grupo de interés, como son los casos de la calidad (ISO 9000), gestión medioambiental (ISO 14001, EMAS) o gestión de salud y seguridad en el empleo (SA 8000), no existe un grado aceptable de armonización internacional en la materia, y menos aún si se pretende certificar el sistema de gestión integral de la RSE, y no sólo aspectos parciales.

La inversión socialmente responsable es la expresión más extendida del apoyo de los mercados financieros a las buenas prácticas en RSE. Inversión socialmente responsable (ISR) es aquella que incorpora consideraciones éticas, sociales o medioambientales junto a las financieras en la toma de decisiones de inversión, tanto por la empresa como por los agentes inversores externos.

Dos argumentos refuerzan la ISR, el primero es que permite el refuerzo de los derechos de propiedad de los inversores, que en un momento determinado pueden rechazar la financiación de actividades que consideren reprobables; el segundo es que contar con empresas socialmente responsables sería un buen indicador para los grupos de interés acerca de la calidad en la gestión y gobierno de la empresa.

El conocimiento y el grado de implantación de la RSE van a depender directamente de la divulgación y reconocimiento público otorgados a las mejores prácticas. La institucionalización de canales de comunicación de reconocida solvencia, dedicados a valorizar los mejores comportamientos socialmente responsables, se convierte en un objetivo prioritario en cualquier estrategia de impulso a la RSE.

Tras el correcto gobierno corporativo, el diseño e implantación de una estrategia social, la medición y control de las variables de gestión socialmente responsable, la elaboración de la información y su verificación, y la certificación de procesos conforme a los estándares de sostenibilidad, corresponde establecer una política de comunicación bien enfocada que traslade a la opinión pública los logros conseguidos; al mismo tiempo corresponde a esta voz pública reconocer la valía de dichos esfuerzos por los cauces más apropiados. Uno de estos cauces, que permite a su vez la mejora de la reputación e imagen de las empresas, es la organización de Premios de prestigio que destaquen comportamientos socialmente responsables en cualquiera de sus ámbitos.

RAZONES PARA QUE UNA EMPRESA SEA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Responsabilidad Social Empresaria es el nombre que define un nuevo vínculo entre las empresas y la sociedad, que consiste en acciones del sector empresarial destinadas a paliar los problemas sociales y ambientales de las comunidades de las cuales forman parte.

A pesar de cierta literatura suponga que la responsabilidad social no sea patrimonio de las empresas y que solo suponga un incremento de los gastos del sector, lo cierto es que las acciones de RSE aumentan la reputación de las empresas y le ofrecen grandes beneficios cuali y cuantitativos. Durante la última década, la tendencia de incluir programas de RSE en las empresas se fue extendiendo de los países del Primer Mundo a los países subdesarrollados

1-Fideliza a sus clientes: Una empresa considerada socialmente responsable aumenta la imagen positiva que tienen sus consumidores y clientes. Es probable que los clientes de una empresa con buena reputación renueven su compromiso. Según un estudio de Hill and Knowlton and Yankelevich Partners, el público estadounidense prefiere a las empresas que realizan sus acciones filantrópicas y estimulan el voluntariado.

2-Atrae a inversionistas. Las acciones responsables también mejoran la imagen de la empresa frente a la comunidad empresarial y los inversionistas: las empresas líderes son frecuentemente destacadas en los medios de comunicación, incluidos en fondos éticos y recomendadas a los fondos de inversión. Es de esperar que un inversionista descarte la posibilidad de colocar su dinero en una empresa que mantiene un historial grave de contaminación ambiental y opte por otra que se preocupe por el cuidado ambiental.

3-Aumenta los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados. Las acciones socialmente comprometidas también promueven la estabilidad y el bienestar del público interno: un estudio reciente realizado por Cherenson Group señala que casi el 80 % de los empleados prefieren trabajar para una compañía que tiene una excelente reputación y paga un salario suficiente para cubrir sus necesidades que para una compañía que pague un mejor salario pero que tiene una mala reputación en general.

4-Mejora la relación con el entorno e incrementa la influencia de la empresa en la sociedad. Organizaciones de la sociedad civil como Greenpeace tienden a denunciar a compañías que esconden información sobre sus productos y

procesos. Publicar información honesta y precisa y emprender acciones socialmente comprometidas mejora la imagen de la empresa frente a la sociedad civil y genera nexos que pueden desencadenar en proyectos sociales conjuntas. En Latinoamérica es muy frecuente que las empresas financien propuestas y participen de la ejecución de programas sociales en conjunto con ONGs especializadas.

5- Reduce los costos operativos. Las acciones de RSE focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logra reducir los gastos y la improductividad. El reciclaje es una alternativa de amplia utilización por parte de las empresas de servicios, ya sea para extender la vida útil de equipos como para ahorrar costos de reemplazo. Por otro lado, las empresas que se propusieron reducir sus emisiones de gases contribuyeron a optimizar la capacidad energética y reducir los gastos innecesarios.

6- Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia. Una empresa que destine recursos en realizar emprendimientos sociales, o bien que realice acciones destinadas a paliar la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado por sobre los productos de la competencia.

7- Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión. Una empresa que destine parte de su presupuesto en acciones sociales o ambientales y no esconda información será destacada en los medios de comunicación y permitirá influir positivamente en los líderes de opinión.

8- Mejora la performance financiera de la empresa. Según un estudio de Business and Society Review de 1999 las corporaciones que honran los códigos de ética tienen una performance de dos a tres veces superior de aquellas que no. Otro estudio demostró que las compañías con prácticas sociales filantrópicas obtienen tasas de retorno a sus inversiones muy superiores a sus expectativas.

9- Acceso al capital. Los informes del Foro de Inversión Social revelan que los recursos financieros orientados a la ética, la mejora de medio ambiente y los programas de responsabilidad social en Estados Unidos se incrementa notablemente año tras año. Este crecimiento permite advertir que estas iniciativas tienen un acceso al capital, que de otro modo no hubiese sido sencillo obtener.

Para incluir en las metas y políticas de una organización acciones de RSE no es necesario ser una empresa grande o multinacional.

DESVENTAJAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas sirven como vínculos económicos vitales en la sociedad, proporcionan puestos de trabajo para sus empleados, pagan impuestos de negocios y producen bienes y servicios que los consumidores pueden optar por comprar. Sin embargo, muchas empresas también tienen una función social: realizan actividades de voluntariado en un intento de mejorar su imagen o mejorar sus comunidades. La responsabilidad social corporativa o RSC, puede causar algunos problemas a menos que las empresas se comprometan en esto con cuidado y planificación.

Costo

Uno de los inconvenientes principales de un programa de responsabilidad social de las empresas es el costo que esto conlleva. Esfuerzos como el patrocinio de eventos, donaciones de caridad, donaciones de productos y el compromiso con las normas ambientales voluntariamente cuestan dinero que una compañía es poco probable que recupere en el corto plazo. A pesar de los efectos positivos a largo plazo de una imagen corporativa mejorada, es imposible para las empresas poder medir el valor de la responsabilidad corporativa, en lugar de tomar su costo para obtener ganancias. Esto significa menos dinero para los accionistas y menos dinero para invertir en la compañía para el crecimiento futuro. También sitúa a las empresas que invierten mucho en la responsabilidad corporativa en una desventaja competitiva frente a otras empresas que no lo hacen.

Justicia

Cuando una empresa decide invertir en la responsabilidad corporativa, se puede gastar el dinero de la manera que desee. A menudo esto significa seleccionar de entre una larga lista de organizaciones benéficas dignas y otras organizaciones, o de un grupo relativo a problemas sociales, como el ecologismo, las libertades civiles o de una causa política. Como tal, los miembros del consejo y los ejecutivos que toman las decisiones de gasto son libres de expresar su opinión y sus sesgos personales en el proceso. Los dólares de la responsabilidad corporativa pueden llegar a donde están más visibles para el público en lugar de llegar al punto más necesario o mejor capaz de marcar la diferencia.

Consecuencias imprevistas

La responsabilidad social puede tener consecuencias imprevistas e inesperadas para las empresas, independientemente de cómo o dónde gasten su dinero. Esto ocurre cuando un negocio intenta ejercer la responsabilidad social para resolver los conflictos junto a los esfuerzos del gobierno haciendo lo mismo, confundiendo a los miembros del público, ofreciendo una nueva opción, y tal vez temporal, para resolver un problema social específico. Este tipo de responsabilidad social puede

hacer que los contribuyentes se resientan del gobierno por el suministro de un servicio y que también pagan a una empresa privada por hacer lo mismo. Otro tipo de consecuencia no deseada es una inversión a la responsabilidad social en un programa o una organización que resulte ser ineficiente o ilegítima.

Un mayor escrutinio

Una empresa que realiza un curso de responsabilidad social cae bajo un mayor escrutinio de los críticos, clientes y competidores. Por ejemplo, si una empresa invierte en los métodos de fabricación de eficiencia energética y en una campaña de sensibilización pública para promover el reciclaje, los competidores pueden intentar desacreditar el comportamiento señalando otras partes de la operación del negocio que sean menos beneficiosas ambientalmente. Una empresa que regularmente apoya una organización de caridad local, pero que retira su patrocinio durante un período de dificultades financieras puede parecer demasiado preocupada con su línea de fondo o insensible a las preocupaciones del público.

PROCESO DE OBTENCION DEL DISTINTIVO ESR®, EN MEXICO

En México, 495 empresas ostentan actualmente el distintivo ESR® y son la vanguardia de una tendencia empresarial que se extiende a escala global, dicho proceso está a cargo del Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI)

¿Qué es el distintivo ESR?

El distintivo ESR® es un elemento gráfico que se alcanza por medio de un proceso de autodiagnostico, sustentado documentalmente por la empresa, a través de un sistema electrónico, y verificado por el Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI).

Es adicionalmente un ejercicio de confianza, honestidad y transparencia empresarial, que permite a las empresas sistematizar en un solo proceso sus acciones y gestión de negocio. El distintivo ESR® acredita a la empresa ante empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable, como parte de su cultura y estrategia de negocio.

El distintivo ESR® compromete a la empresa para el cumplimiento de los estándares propuestos en “Calidad de vida en la empresa”, “Ética empresarial”, “vinculación de la empresa con la comunidad” y “Cuidado y preservación del medio ambiente”.

¿Qué categorías participan y como obtener el distintivo?

Podrán participar todas empresas legalmente constituidas, que operen en México, de cualquier tamaño y sector productivo.

- Empresas grandes.
- Empresas micro, pequeñas y medianas.
- Cadena de Valor (proveedores PyMes).
- Consumo Responsable.

La obtención del dicho distintivo es la consecuencia de la implantación de una gestión socialmente responsable en cuatro ámbitos de la responsabilidad social empresarial

- Ética y gobernabilidad empresarial.
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.

Validez del distintivo

El distintivo ESR ® para las empresas que lo reciben de 1 a 5 años tiene vigencia de un año y es renovable. Es decir que cada año se puede realizar la inscripción administrativa y contestar el cuestionario diagnóstico Distintivo ESR® con las nuevas evidencias.

Para las empresas que lo reciben por 6 años e adelante tiene vigencia de dos años, condicionado a un índice de RSE superior al 80% y a una visita de aseguramiento y es renovable. La inscripción administrativa se realizaría cada dos años, así como la aplicación del cuestionario diagnóstico Distintivo ESR® con las nuevas evidencias.

Para las empresas que lo reciben por 10 años en adelante tiene vigencia de dos años condicionado a la aplicación del cuestionario Distintivo ESR® y a una visita de aseguramiento y es renovable la inscripción administrativa se realizaría cada dos años.

Si en el periodo de vigencia se producen cambios en las conductas u organización de la empresa que afecten los resultados obtenidos en el diagnóstico, se podrá suspender el uso del Distintivo ESR® hasta que el comité de responsabilidad social empresarial se pronuncie al respecto.

El CEMEFI puede retirar el distintivo ESR® a la empresa que deje de cumplir con los criterios por los cuales se le otorgó, en caso de comprobarse la interrupción en la vigencia o la falta de veracidad en la información presentada. Queda prohibido cualquier tipo de mensaje y publicidad que pueda conducir engaño respecto al sentido del Distintivo ESR®, la empresa será sancionada con el retiro del mismo.

EL ESTUDIO DE LAS CUATRO VARIABLES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las categorías que el CEMEFI considera para la obtención del Distintivo ESR® deben ser conocidos por las empresas que están interesadas en incorporarse. Dichas categorías comprenden los siguientes puntos:

- Las condiciones internas de trabajo: capacitación y oportunidades de desarrollo personal, aumento de la seguridad e higiene, combate el acoso sexual, respeto de honorarios y tiempos de descanso, ausencia de despidos injustificados, etc.
- Calidad de vida para las familias de los trabajadores y la comunidad en general: servicios de salud, culturales, deportivos, acceso de becas de estudio, prestaciones en casos de incapacidad o muerte del jefe de familia, etc.
- La cuestión ambiental: educación y motivación de los empleados e el tema, minimización de desperdicios, reciclaje de papel, reducción del empleo de productos tóxicos y disposición segura de sus desperdicios, uso racional de la energía y el agua, etc.

La responsabilidad social y la ética empresarial.

La responsabilidad empresarial es la base de las relaciones solidas entre la empresa, sus proveedores, clientes, accionistas y otros públicos; permite la interpretación y solución de controversias de acuerdo a los principios que guían la toma de decisiones, la formulación y evaluación del personal, y la forma en que se debe conducir el negocio. “Una empresa ética y socialmente responsable debe contar con mecanismos que asegures un trato igualitario a todos los accionistas, grandes o pequeños, así como a los terceros interesados, sustentados en un buen sistema de gobierno corporativo.

La gobernabilidad corporativa es el sistema por el cual las empresas son dirigidas y manejadas. Determina como los objetivos de la empresa se logran, cómo se monitorea y evalúa el riesgo, y cómo se optimiza el desempeño. Es por ello que se convierte en un elemento clave y sensible para orientar el desempeño empresarial de forma responsable.

Las empresas existen como consecuencia del aporte de capital de sus dueños (licencia económica), ya sea que estén organizados como accionistas o de otra manera. El segundo tipo de licencia, la legal, es la que a otorga la autoridad como permiso para operar después de cubrir los requisitos previamente establecidos; hay un tercer tipo de licencia que quizá es la más difícil de obtener y la más fácil de perder, esta es la licencia moral, que “otorga” la sociedad cuando considera a la empresa y sus productos o servicios convenientes y pertinentes para ella.

Cuando hablamos de gobierno en las empresas nos referimos a la estructura que dirige y ala conducción que se hace de ella. En este ámbito resultan altamente sensibles los siguientes temas: transparencia, equidad corporativa, cumplimiento de responsabilidades y prevención de conflictos de interés. Estos temas aplican a las relaciones tanto internas como externas de la empresa, sin olvidar la importancia que merecen los que conforman grupos minoritarios en esas relaciones.

La responsabilidad social en la vinculación de la empresa con la comunidad.

La empresa percibe e instrumenta el compromiso y la responsabilidad con su comunidad. Identifica y monitorea la expectativas publicas que la comunidad tiene acerca de ella; la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones de la comunidad deben estar incluidos en este monitoreo.

La existencia de una relación reciproca entre sociedad y empresa, obliga a ambas a ser solidarias en las tareas que realiza cada una de ellas, pues una empresa que mantenga una mala comunicación con la comunidad en donde se encuentra establecida, puede llegar afectar de manera grave la permanencia de la organización.

Establecer los límites geográficos de una comunidad residencial local (pueblo, vecindario, etc.) no es fácil. Los miembros que residen en una localidad pueden tener ideas diferentes entre ellos, aun respecto de sus límites geográficos. Por lo tanto, definir esos límites es primordial antes de medir en forma exacta los aspectos sociales de la comunidad.

El conocimiento de la comunidad y sus características es fundamental para desarrollar con éxito cualquier negocio. Muchos empresarios estim que si la comunidad en la cual operan no es sana, entonces la actividad de negocios que

pretenden desarrollar se verá afectada, por lo cual se estima que la empresa tiene la responsabilidad de contribuir a la salud y prosperidad de la comunidad.

Hay varias formas de contribuir con la localidad por parte de la empresa, desde apoyos menores a proyectos hasta apoyos que engloben su desarrollo integral; esto último puede incluir una variedad de aspectos, tales como prácticas ambientales, políticas sobre ética, asuntos relativos al trabajo y la familia, temas de salud, etc.

En términos generales, los beneficios incluyen:

- Mayor educación y, por ende, mayores posibilidades de tener una comunidad sustentable, con una mejor calidad de vida.
- Mayor facultamiento de las personas (empowerment), que genera oportunidades de desarrollo económico.
- Mejor salud, que implica una comunidad más fuerte.
- Mayor comunicación, una comunidad que se comunica con la empresa es capaz de prevenir conflictos y ser proactiva en la búsqueda de soluciones.

La responsabilidad social y la calidad de vida en la empresa

La gestión del capital humano, enfocada con la visión de una empresa socialmente responsable, crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminativo y participativo en el que todos sus miembros interactúan a partir de bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional, contribuyendo para que alcancen una mejor calidad de vida.

La empresa recibe por ello beneficios como la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un balance entre la vida personal y laboral; un impacto positivo en la rentabilidad, eficiencia y productividad; mejores relaciones obrero-patronales; y la percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable.

En términos puntuales, se pueden enumerar otros beneficios.

- Reduce el ausentismo laboral.
- Disminuye la rotación de personal.
- Reduce el estrés y motiva a los trabajadores.
- Mejora la eficiencia y el rendimiento en el trabajo
- Crea líderes proactivos al interior de la empresa.
- Mejora la imagen de la compañía.
- Genera identificación con la empresa e integración del personal.
- Mejora el clima organizacional al interior de la empresa.
- Brinda un aspecto humano a la empresa y la pone en contacto directo con la sociedad.
- Desarrolla a las personas, tanto en el plano personal como en el profesional, al abrirles más posibilidades de participación en las actividades de la empresa, acumulando más experiencia y ofreciéndoles más oportunidades de realización personal a los empleados y trabajadores.

La responsabilidad social en el cuidado y preservación del medio ambiente.

Uno de los grandes retos de la empresa es combinar la generación de riqueza y la preservación del medio ambiente. Estas prácticas demuestran como la empresa respeta el medio ambiente, promueve la optimización de recursos, prevé la generación de desperdicios y desarrolla procesos de reciclaje o reaprovechamiento de recursos o incorporación de sus productos y procesos a los ciclos naturales.

La empresa debe considerar los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones, y reflejar claramente su liderazgo alcanzando la máxima calidad en su manejo y en su relación con el entorno. El medio ambiente es todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales derivados de las relaciones entre la cultura, la ideología y la economía.

Actualmente, el concepto de medio ambiente está ligado al concepto de desarrollo; esta relación nos permite entender los problemas ambientales y su vínculo con el desarrollo sustentable, el cual debe garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presentes y futuras.

La importancia del medio ambiente en general para las actividades de negocios es fundamental, ya que muchos, si no la gran mayoría, de los recursos y servicios necesarios para llevar a cabo estas actividades son parte del ambiente biofísico y social; además, hay que encontrar la manera en que el proceso de producción de bienes y servicios siga el concepto de generar, a un precio competitivo, bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas y contribuyan a aumentar la calidad de vida; al mismo tiempo, se busca reducir progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad en el consumo de recursos durante la vida del productos o servicio

CONCLUSIONES

La empresa socialmente responsable es un factor de primer orden para el desarrollo económico y social, por lo que se deben ampliar sus alcances, profundizar sus orientaciones, afinar sus principios e integrar el compromiso con la sociedad a la estrategia de negocios. En otras palabras, se trata de hacer de la RSE el pedestal de la gestión de la compañía, actividad que se tiene que conocer e implementar dentro de la organización.

Más allá de reconocimientos, distintivos o certificaciones que mas de las veces son premios a la autocomplacencia, el nucleó central de la Responsabilidad Social Empresarial tiene que ser la conceptualización de la empresa privada como cosa pública, es decir, se debe integrar la firma al ágora (plaza). Para decirlo en otros términos: la empresa privada tiene que ser cosa pública.

Además la importancia de la RSE en la sociedad contemporánea consiste no solo en la producción de bienes y servicios, sino también formar una institución proveedora de valores. Ya que al formar parte de una empresa en donde esta e juego los destinos y la vida de varias personas, y aun mas, el medio ambiente, que equivale a decir, la vida del planeta.

En estas circunstancias, no podemos dejar que ejecutivos de familia corporativa, ambición excesiva y ociosa sensibilidad social determinen los orígenes, las formas, los parámetros y en general la política de responsabilidad social de las firmas.

En México la Responsabilidad Social Empresarial es una materia pendiente; como hemos observado en este trabajo, las empresas que ostentan algún distintivo que las signifique como socialmente responsables son muy pocas y casi siempre son filiales de transnacionales o firmas de gran tamaño. La empresa micro, pequeña y mediana, que constituyen la mayoría e nuestro país, aun no participa de esta tendencia cuyos alcances y perspectivas hay que estimarlos a escala internacional.

En nuestro país pareciera que la responsabilidad social en una moda, pero cada vez en más importante el valor que tiene esta tanto para las empresas como para las comunidades en que se encuentre inserta. Pues es una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta sus objetivos económicos y compatibilizándolos con los impactos sociales y medioambientales. Se trata de integrar a la gestión empresarial el respeto por los valores y principios éticos, trabajadores, comunidad

y medio ambiente; crear un interés propio e inteligente que produzca beneficios a la misma empresa y quienes la rodean.

Algunos de los beneficios que se obtienen al ser socialmente responsable y en conjunto son tareas correspondientes a la empresa son las siguientes:

- A partir de una buena gestión de la RSE, se puede percibir aumento en la productividad de la empresas, así como también una mayor competitividad y la posibilidad de ingresar a nuevos mercados.
- Por otra parte, cada día es más importante el comportamiento social de las empresas, por lo que en la actualidad los organismos internacionales y bancos, para determinar el valor de una empresa, ya no se preocupan de evaluar solamente el capital y los valores económicos.
- La RSE permite mejorar la imagen corporativa de las empresas, de esta forma sus productos, servicios y marca logran un mayor fortalecimiento ante el mercado y la comunidad.
- Puede realizarse un mejoramiento del clima laboral, por tanto un mayor rendimiento y compromiso por parte de los empleados en las tareas que se emprendan.
- Por último, partir de la RSE se puede colaborar en la reducción de problemas sociales graves, por lo que a través de la realización de algunas actividades, se puede lograr un pequeño pero significativo cambio social.

BIBLIOGRAFIA

Historia de la responsabilidad social.

espoknews.com/ RECUPERADO DE

<http://www.expoknews.com/2009/12/01/historia-de-la-responsabilidad-social/>

Valdez Villa, Rubén Enrique (2010).Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial en México. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad veracruzana, facultad de contaduría v administración

Responsabilidad social empresarial.

monografias.com/ RECUPERADO DE

<http://www.monografias.com/trabajos63/responsabilidad-social-empresarial/responsabilidad-social-empresarial2.shtml#ixzz2kfduB7>

GONZALEZ RODRIGUEZ, CONSUELO (2011). EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES Y MERCADO VERDE INTERNACIONAL. ECONOMIA INFORMA num 366 enero-febrero 2011

Ecascales (2011). Estándares sobre Responsabilidad Social Empresarial. Centro Nacional de Información a la Calidad

Responsabilidad social.

www.gerencie.com RECUPERADO DE <http://www.gerencie.com/factores-motivantes-para-ser-socialmente-responsable.html>