



Mercedes Occhi Ducote
Directora Ejecutiva
ReporteSocial.com

RSE: hacia la sustentabilidad del negocio

El concepto de prácticas social y ambientalmente responsables está en constante evolución. Pero se trata mucho más que de una simple cuestión léxica.

No hay duda que la Responsabilidad Social Empresaria se ha consolidado como una tendencia mundial, de la que no hay vuelta atrás. Más gradualmente aún, esta tendencia va fortaleciéndose en nuestro país, en donde comienza a comprenderse que las empresas tienen un impacto en la sociedad en la que están insertas que va más allá del ámbito económico-financiero, incorporando aspectos sociales y ambientales que también deben gestionarse. Podemos decir que en Argentina, ya se ha comenzado a entender y a vivir RSE como una gestión transversal en el negocio. Pero mientras nosotros evolucionamos hacia mejores prácticas, el mundo también lo hizo. Y ahora se habla de un concepto más macro y abarcativo: la sustentabilidad.

Conceptos de RSE: ¿confusión o evolución?

Existe una pluralidad de conceptos que buscan darle un nombre a esta nueva forma de hacer negocios, que a simples palabras habla del equilibrio entre el desempeño económico, social y ambiental de las empresas, o la triple cuenta de resultados (*triple bottom line*). Responsabilidad Social Empresaria (RSE), Responsabilidad Empresaria (RE), Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o simplemente Corporativa (RC), Sostenibilidad y Sustentabilidad son los conceptos que más se escuchan.

Son pocas las empresas que siguen hablando únicamente de Responsabilidad "Social". Incluso en muchos casos las empresas gradualmente comienzan a descartar la palabra "social" de la terminología para enfatizar que la Responsabilidad Empresaria implica un nuevo enfoque de negocios que incluye la relación de la empresa con todos sus públi-



cos clave, o los llamados grupos de interés, incluyendo el medio ambiente. En este enfoque, las relaciones de la empresa con la comunidad (o lo social) son uno de los tantos aspectos implicados en el *triple bottom line* de las compañías.

A nivel internacional, esta tendencia también existe y se está avanzando en la mayoría de las estrategias corporativas a largo plazo, el concepto de "sustentabilidad". Un concepto que nació en la década del 70, pero que es relativamente novedoso en las empresas. La migración de un concepto (RSE) hacia el otro (Sustentabilidad) busca enfatizar una responsabilidad empresaria actual enfocada en el futuro, más global y abarcativa que no solo involucra a todos los públicos de la empresa, sino que también analiza la sustentabilidad y competitividad del negocio a largo plazo.

Esta nueva tendencia, fue impulsada en gran parte por las crecientes demandas de los grupos de interés por una mejora continua en el desempeño económico, social y medioambiental de las empresas. Estas demandas exigen del empresariado un rol proactivo y activo, en el desarrollo sustentable ("cuidar hoy el mundo del mañana").

A su vez, las empresas también comprendieron, que esta evolución, hacia prácticas cada vez más responsables y transparentes, si bien implica la gestión de riesgos que antes no se contemplaban, como los riesgos sociales y ambientales, supone una diferenciación que las coloca en una situación de ventaja competitiva que ya empieza a vislumbrarse. La mirada orientada hacia el futuro es vital para el éxito y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Esta pluralidad de conceptos relacionados a la RSE, si bien suelen generar confusión al debate, muestran en realidad la evolución que está ocurriendo a nivel mundial sobre la responsabilidad de las empresas frente a los desafíos mundiales.

El desarrollo sustentable: responsabilidad de todos

Consumo responsable, fondos de inversión socialmente responsables, índices bursátiles de sustentabilidad, productos verdes y turismo sustentable son solo algunos ejemplos de las múltiples tendencias actuales, que integran y exceden el mundo de la RSE. Estamos dejando de hablar de empresa responsable para hablar de ciudadano responsable, un mundo en el cual cada persona tiene un rol en el desarrollo sustentable, en el mundo del mañana.

Los desastres de un modelo de producción orientado únicamente a la maximización de ganancias económicas ya son visibles: el cambio climático y la inequidad son sus mayores exponentes. Por supuesto, la empresa es solo uno de los tantos actores frente a estos desafíos. Los ciudadanos, la sociedad civil y fundamentalmente el Estado, deberían seguir la misma tendencia.

En el caso del consumo responsable, podemos ver que dos de cada 10 personas argentinas han castigado a empresas por no ser responsables, no comprándoles el servicio o producto y hablando mal de ellas. (TNS Gallup). En Europa, los consumidores comienzan a ser proactivos, informándose sobre las prácticas de las empresas para sus decisiones de compra.

Nuevos índices bursátiles relacionados a la RSE están aumentando sus exigencias sobre criterios de sustentabilidad a aquellas empresas que desean participar del mismo. Y ya han llegado a nuestra región: el índice de sostenibilidad empresarial del Bovespa muestra uno de los más altos rendimientos económicos en la Bolsa de Comercio de San Pablo (Brasil). Paralelamente, los ejemplos de acciones que como individuos podemos realizar para ser responsable, son cada vez más difundidas. Acciones que cada uno de nosotros podemos desarrollar en nuestros hogares para mitigar nuestro impacto ambiental y social.

¿Hacia la sustentabilidad corporativa?

Cómo ser partes de un desarrollo sustentable es un tema que nos involucra a todos y que comienza a surgir en distintos aspectos de nuestra vida cotidiana. Ante este contexto, ¿cuál es el rol de las empresas? Hay quienes ven el tema desde un enfoque de la ética, enfatizando que es una obligación moral de las empresas contribuir con la sociedad en la cual desarrollan sus negocios. Otros resaltan los beneficios que un comportamiento responsable trae a las empresas, afirmando que "ser responsable es buen negocio".

La realidad es que no importa de qué lado del debate uno se encuentre, lo cierto es que las empresas hoy en día operan en un contexto con nuevos desafíos que indefectiblemente impactarán en el desarrollo de su negocio en el largo plazo. Y a esto es a lo que deben anticiparse. Estos desafíos las están llevando a desarrollar estrategias integradas en sus objetivos de negocio para gestionar los aspectos sociales y ambientales de sus actividades, además de los económico-financieros.

Según una encuesta global realizada por IBM este año a consejeros delegados y alta dirección, el 83% de las compañías consideran necesarios cambios sustanciales para afrontar el futuro; tres de cada cuatro empresas consideran la aparición de clientes más exigentes como oportunidad para diferenciarse, en vez de una amenaza; y casi todos los consejeros delegados (98%) están impulsando innovaciones en el modelo de negocio de sus compañías.

La RSE o el enfoque sustentable de los negocios está llevando a que las empresas líderes capten nuevos mercados, mejorando la competitividad de sus negocios y contribuyendo con el desarrollo sustentable. La sustentabilidad es un concepto mucho más amplio que involucra a casi todos los ámbitos imaginables. Todo puede ser más sustentable y todo puede contribuir más al desarrollo sustentable.

Las empresas han comenzado a migrar desde la RSE hacia estrategias de sustentabilidad que les permitan gestionar riesgos sociales y ambientales, detectar oportunidades de mejora y trabajar en compromisos a largo plazo con sus grupos de interés. Sea como quiera que se lo denomine, lo importante es que las empresas identifiquen estos nuevos desafíos y desarrollen una estrategia de negocios para el beneficio de la compañía en el largo plazo que implicará también el beneficio de la sociedad en su conjunto.

Cómo integrar prácticas sustentables

- Desarrollar a la RSE como un sistema de gestión a largo plazo, sistematizado y medible.
- Incorporar la gestión del impacto ambiental y social en la estrategia del negocio.
- Crear una estructura para la toma de decisiones en materia de RSE (desempeño social y ambiental)
- Comprometer a los niveles jerárquicos de la compañía a analizar el desempeño social y ambiental de la empresa.
- Desarrollar un sistema de gestión de riesgo que incorpore aspectos sociales y ambientales.
- Desarrollar nuevos indicadores y sistematizar existentes para medir el desempeño social y ambiental de la compañía.
- Identificar nuevas líneas de negocios que afronten los desafíos sociales y ambientales actuales y a futuro.
- Generar mecanismos de diálogo para conocer las expectativas de los grupos de interés clave de la empresa e incorporarlas en la gestión del negocio.
- Elaborar reportes para rendir cuenta del triple desempeño de la compañía- económico, social y ambiental.