



EMPRESAS | INDICA EXPERTA

RSE pasó de ser una tendencia a una necesidad

El concepto de Responsabilidad Social está instalado en el mundo, Chile y también en nuestra Región. Especialmente, en las grandes compañías y organizaciones que tienen una filial en la zona.

Así lo estima Margarita Ducci, directora ejecutiva del Pacto Global-UNAB, quien sostiene que la clave de las prácticas empresariales socialmente responsables que traigan beneficio al Bío Bío, deberían analizarse en los cinco niveles de la responsabilidad social: medio ambiente, ética, relaciones laborales, compromiso con la comunidad, marketing y comercio responsable.

"Si las compañías logran avanzar en estos tópicos podrían, automáticamente, percibir beneficios en estas mismas áreas", manifiesta.

Dice que para que una región como Bío Bío comience a ver frutos en la práctica, el primer punto lo conformaría el análisis de las características de los stakeholders y la comunidad. No pocas empresas han desarrollado buenas prácticas de ciudadanía corporativa, que van más allá de la filantropía y apuestan por el desarrollo. "Otras no lo han hecho con consecuencias graves en la imagen de la compañía, y afectan el empleo y la sostenibilidad, sobre todo en una Región donde el tema ambiental junto con el trato a la comunidad son puntos de suma importancia".

PERCEPCIÓN Y PRÁCTICA

En las diferentes empresas de la zona y del país, la RSE se puede confundir con otras iniciativas como la filantropía. "Quizás puede ser sólo una parte de la estrategia global de la compañía. Sin embargo, cuando éstas tienden a centralizar su accionar en este tipo de conductas, el foco estratégico de la empresa —respecto de estos temas— se pierde porque debe existir una relación con el foco del negocio de las empresas", expone Margarita Ducci.

Aquellos elementos que indican que una organización está llevando a la práctica la RSE son, por ejemplo, un reporte público. Este es una radiografía completa y exhaustiva de su comportamiento, abierta a ser conocida por los distintos grupos de interés y por el público en general.

"Sin duda, que no siempre abarcan todos los aspectos (del reporte), pero es notable observar que se ha comenzado a tratar temas antes considerados "conflictivos", explicándose en mayor profundidad causas y soluciones", agrega.

En este sentido, señala que el balance es muy positivo, impulsado por las exigencias del sector y de la opinión pública, "que hoy intervienen con más fuerza en decisiones que puedan afectar la extracción de recursos naturales y la preservación del entorno

geográfico.

Las empresas se ven en cierta forma, "presionadas" a crear soluciones y demostrar que ellas funcionan, transformándose en ejemplo de buenas prácticas. Sin embargo, todas estas acciones deben estar en el ADN de la empresa, lo cual debe ser motivado desde los accionistas, directorio y gerencias hacia el resto de la organización para así fortalecer la identidad e imagen corporativa de la organización".

GATILLANTE

Aquello que impulsa a las compañías a incorporar la RSE a su cultura organizacional es que "ha pasado de ser una tendencia, a una necesidad. La comunicación con los respectivos stakeholders es de suma importancia para las organizaciones debido a que también son parte del foco estratégico del negocio, y por ende, deben ser escuchados para después invertir en ellos".

Este tipo de iniciativas son a largo plazo, dado que la relación con los grupos de interés es constante y debe ser gestionada como cualquier otra área de la organización, porque es parte de la estrategia del negocio y "ahí es cuando pasa a ser parte del ADN, en base al control y mejoramiento continuo que ejerce la gerencia de asuntos corporativos de la cual depende el área de sostenibilidad".