

Competitividad al día

La Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad

Este boletín se basa en la presentación del Doctor Roberto Rabouin, en representación de la Escuela de Negocios de Alta Dirección ADEN, realizada en el CADE 2010.

Resumen

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), durante la última década un creciente número de compañías ha reconocido los beneficios comerciales de las políticas y prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Sus experiencias se ven resaltadas por un creciente conjunto de estudios empíricos que demuestra que la RSE tiene un impacto positivo en el desempeño económico de la empresa y no va en detrimento de su valor para el accionista. También se ha alentado a las empresas a adoptar o ampliar los esfuerzos de RSE debido a las presiones de clientes, abastecedores, empleados, comunidades, inversionistas, organizaciones activistas y otros interesados. Como resultado, la RSE ha tenido un aumento notable en los últimos años y empresas de todos los tamaños y sectores han comenzado a desarrollar estrategias innovadoras. Las compañías han comprobado que la RSE es positiva para sus negocios, ya que aumenta la productividad, contribuye a la competitividad y crea una imagen empresarial positiva a los ojos de los consumidores, los inversionistas, los empleados y la comunidad en general. De la misma forma, las empresas con responsabilidad social cuyo objetivo va más allá del lucro, pueden tener un impacto social, económico y ambiental positivo al ayudar a mejorar las condiciones de trabajo y de ambiente circundante, incluyendo las de sus abastecedores que son pequeñas empresas.

¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC)?

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha definido la RSE como un conjunto integral de políticas,

prácticas y programas que conforman operaciones y actividades en el marco de la ética, conservación del medio ambiente, fomento del desarrollo en la comunidad, marketing responsable, fomento de la salud y seguridad en el trabajo, promoción de los derechos humanos y transparencia. Es una estrategia integral que aumenta el valor agregado y de esa manera se mejora la posición competitiva de la empresa.

Las empresas son el eje de la productividad y competitividad del país. El desempeño de las mismas es un factor determinante en los sectores y regiones donde se encuentran. Es por ello que las empresas mantienen una posición de liderazgo en la comunidad donde se desempeñan. Las medidas de RSE fortalecen y diferencian su situación, haciéndolas más competitivas, además que permite transmitir un efecto demostración en el ámbito empresarial. En este sentido, facilitar la adopción de medidas de RSE contribuirá al desarrollo sostenible y ello tendrá como resultado beneficios concretos directos para las compañías y para el resto del país.

Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad

Durante la última década, un creciente número de compañías ha reconocido los beneficios comerciales de las políticas y prácticas de la RSE, apoyadas por diferentes estudios de organismos internacionales que demuestran el impacto positivo que tiene la RSE en el desempeño económico de las empresas, el país y consecuentemente en el bienestar y calidad de vida de las personas. Las empresas han comprobado que la RSE es positiva para sus negocios, ya que aumenta la productividad que contribuye a la competitividad y crea una imagen empresarial positiva ante los consumidores, inversionistas, empleados y la comunidad en general.

Aquellas empresas dedicadas a ofrecer bienes y servicios internacionales y dedicadas a las exportaciones, son las que más se benefician de la RSE, su competitividad se incrementa al aplicar normas de

responsabilidad social, por ejemplo, en los procesos de exportación de ciertos productos, ya que al integrarse a mercados mundiales se hace necesaria la implementación de acuerdos en beneficio del medio ambiente y el desarrollo social. Según el BID, los beneficios conseguidos por las firmas que aplican medidas de RSE figuran los siguientes: i) mejor rendimiento financiero; ii) reducción de costos de operaciones; iii) realce de la imagen y la reputación de la empresa —con frecuencia los clientes se sienten atraídos por marcas y compañías que se consideran de gran prestigio en áreas vinculadas a la RSE; iv) mayores ventas y mayor lealtad de los clientes— los estudios han señalado la existencia de un mercado amplio y creciente para productos y servicios de empresas a las que se consideran socialmente responsables; v) mayor productividad y calidad; vi) mayor capacidad para atraer y retener empleados; vii) menor vigilancia normativa —en muchas ocasiones, las compañías que demuestran llevar a cabo prácticas que satisfacen y van más allá del cumplimiento de los requisitos normativos se benefician de un menor escrutinio y una menor vigilancia de parte de las dependencias oficiales tanto nacionales como locales; y viii) acceso al capital— existe un creciente volumen de interés y oportunidades vinculadas a la inversión socialmente responsable.

Las positivas contribuciones de carácter general de la RSE a la competitividad empresarial, son el reflejo de las aportaciones directas de cada grupo de interés a las empresas que impulsan las políticas de RSE como contrapartida a la mayor atención que la compañía responsable dispensa a las necesidades y expectativas de cada parte interesada.

La RSE, en efecto, contribuye a que la actividad empresarial cree valor —resulte más útil y beneficiosa— para sus grupos de interés. Pero desde el punto de vista de la empresa, estos efectos —aunque puedan deberse también a razones éticas— deben estar básicamente orientados a potenciar una paralela generación de valor para ella. En esta perspectiva radica la novedad esencial del enfoque de la RSE: en que, frente al juego de suma cero de la visión liberal, entiende la actividad empresarial como un juego en el que todos los participantes pueden ganar.

Más aún, un juego en el que todos deben ganar para mantener la sostenibilidad temporal de la empresa y para asegurar su supervivencia a largo plazo en el mercado. Desde esta perspectiva, el enfoque de la RSE no supone sino el reconocimiento de la inviabilidad a la larga de la estrategia centrada únicamente en la maximización inmediateista del valor para el accionista.

El reconocimiento, en esa medida, se basa en la necesidad de contemplar otros objetivos complementarios y de compaginar los intereses de todas las partes interesadas como lo son los accionistas e inversores, los clientes, los proveedores, los empleados, los reguladores y la sociedad.

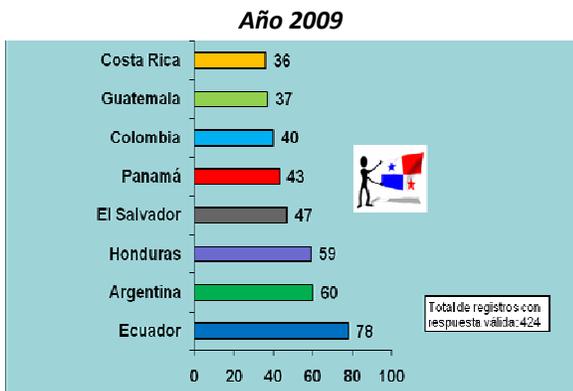
Responsabilidad Social Empresarial en Panamá

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en Panamá las iniciativas de RSE han sido una práctica de tipo asistencial, con acciones aisladas, no formales y esporádicas, donde la RSE no se considera una herramienta de negocio. Aunque en los últimos años algunas empresas han empezado a mostrar interés en el tema e iniciado algunas prácticas al respecto, como acciones hacia el desarrollo de la comunidad y el medio ambiente.

En Panamá se encuentra la Red de Pacto Global ahora fusionada con IntegraRSE ha creado la organización SumaRSE, cuyo propósito es promover la incorporación de valores y principios a la visión estratégica y a las prácticas corporativas de las empresas y así promover una mayor Responsabilidad Social.

En el año 2009 cuarenta y tres empresas adoptaron la responsabilidad social como una herramienta de negocio en Panamá, como se puede observar en el siguiente gráfico algunos países latinoamericanos están más avanzados en ese sentido.

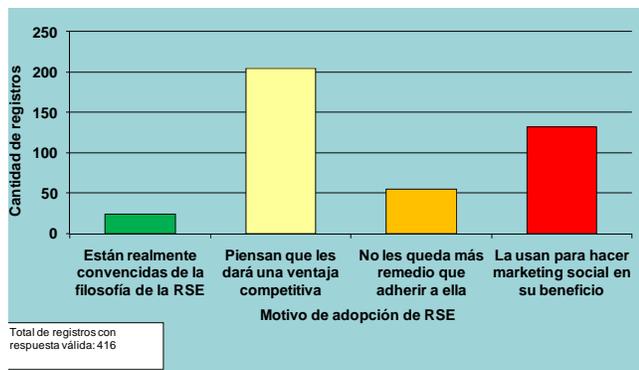
Gráfico 1: Cantidad de registros por país de origen.



Fuente: Presentación de la conferencia del CADE del candidato a PhD. Roberto Rabouin, Vice-Presidente Académico de ADEN Business School.

Al consultar a directivos, gerentes y empresarios sobre la razón que los motivó a adoptar las medidas de responsabilidad social empresarial, la gran mayoría respondió que lo consideraban una ventaja competitiva (ver gráfico 2).

Gráfico 2: Motivo de adopción de la RSE, principales países de Hispanoamérica. Año 2009.



Tendencias

El doctor Rabouin en su intervención enfatiza, que a pesar de los avances en esta materia, aún falta mucho por recorrer. La RSE tiene algunas décadas de estarse manejando, pero sin alcanzar los resultados masivos que todos esperamos. Es por ello, que se hace necesario una evolución del concepto, de la Responsabilidad Social Empresarial a la Responsabilidad Social Directiva, para reforzar los compromisos y hacer más factible su ejecución y por ende su éxito. A

continuación se detallan las diferencias entre los dos conceptos:

- RSE se centra en la empresa por sí misma, RSD en los directivos y gerentes.
- RSE pone foco en las normas y procesos, RSD en la ética y los valores.
- RSE se instrumenta como modelo de gestión, RSD como filosofía de vida.
- RSE se consolida en el control del cumplimiento, RSD se consolida al ser incorporada por la gente.
- RSE se conduce desde el management, RSD desde el liderazgo trascendente.

Con relación a las respuestas de la misma encuesta a directivos, gerentes y empresarios, se nota una perspectiva positiva en cuanto a este cambio, el 20.4% respondió que es altamente probable el cambio de enfoque y el 57.7% contestó que es moderadamente factible que se logre.

Conclusiones

Aun cuando la RSE cuenta con un importante número de seguidores, su progreso es todavía algo incipiente. Sin embargo, el creciente interés por la RSE en el mundo está ejerciendo una creciente presión sobre las empresas para que incorporen programas que los hagan más competitivos a través de la Responsabilidad Social Empresarial.

Es necesario superar la idea que la RSE es sólo para empresas grandes, ya que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), que forman parte de la cadena de abastecimiento de las grandes compañías, se les está pidiendo que apliquen medidas vinculadas a la RSE. Es de mucha importancia que las pequeñas y medianas empresas apliquen este tipo de políticas dado que es una herramienta fundamental para acceder a los mercados internacionales y ser más competitivas.

Competitividad al día es producido por la Unidad de Monitoreo y Análisis de la Competitividad (UMAC) del Centro Nacional de Competitividad (CNC) Panamá, Rep. de Panamá como un aporte a la concienciación nacional sobre la importancia, métodos y cultura de la competitividad.

