

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN

LA GESTION DEL NEGOCIO Y SU CADENA DE VALOR

"La RSE corresponde a un camino estratégico que busca generar mayor valor para las empresas promoviendo relaciones beneficiosas a largo plazo, donde no sólo importa cuánto gano sino cómo lo obtengo" expresaba Stanley Motta, presidente de SumaRSE, a fines del 2010.

Todas las empresas que han incorporado las buenas prácticas de Responsabilidad Social han obtenido importantes beneficios y en muchos casos han servido de impulso para su crecimiento y desarrollo sostenible. Por el contrario, a nivel global, no se ha reportado ningún caso en el que incorporar la Responsabilidad Social en la Gestión del Negocio haya sido un factor de fracaso organizacional.

En la medida en que aumenta la presión sobre las Grandes Empresas también aumenta la presión sobre los proveedores y distribuidores que participan en su **Cadena de Valor** y que frecuentemente son Pymes⁽¹⁾

La versión G4 del GRI - Global Reporting Initiative - incluye también como tema central, además de la Materialidad, el análisis de la **Cadena de Valor**, a fin de identificar impactos indirectos.

En la norma ISO 26000, en la temática de prácticas justas de operación, se promueve que una organización pueda influir sobre otras organizaciones a través de sus decisiones sobre adquisiciones y compras, así como promover principios y prácticas de Responsabilidad Social en su **Cadena de Valor**.

Los beneficios de la Responsabilidad Social que consiguen las **pymes** proveedoras van más allá de la rentabilidad a corto plazo. También se transforman en **empresas más productivas**, más competitivas y más humanas. La Responsabilidad Social es un modo de hacer negocios que invita a la mejora continua, lo cual favorecerá su permanencia a largo plazo.

Beneficios de implementar la Responsabilidad Social en las Organizaciones

La RS ofrece posibilidades de **diferenciación** y **competitividad**, que pueden resultar importantes para el **éxito empresarial** en una economía globalizada y competitiva, en la que los **atributos intangibles** resultan de importancia para diferenciarse de la competencia.

La comisión Europea resaltó que "las **pequeñas empresas** no son típicamente menos responsables que las grandes". Además tienen un **gran potencial** y habilidades naturales para incorporarla a la gestión de su negocio.

A modo de ejemplo, la gestión responsable puede ofrecer los siguientes beneficios:

- *Facilita la retención y atracción de clientes y consumidores*
- *Mejora la eficiencia operacional*
- *Mejora la atracción, retención y productividad de los recursos humanos*
- *Mejora la gestión de riesgos*
- *Expande las posibilidades de financiación*
- *Mejora la licencia social para operar*
- *Facilita la identificación y aprovechamiento de oportunidades*
- *Incentiva la innovación*
- *Mejora la imagen y reputación*



El auge de los medios sociales favorece el acceso a la información y aumenta los canales para participar, por lo que el tema de la reputación corporativa se tornará cada vez más sensible.

Se estima que la Responsabilidad Social Empresaria impacta en más del 40% a la Reputación Corporativa.⁽²⁾

Cuando las empresas enfocan sus actividades de RSE en **actividades de tipo externo** (relaciones con la comunidad) y tales actividades **no** están **relacionadas con el negocio**, obtienen **escaso impacto** sobre la competitividad de la empresa.

Las empresas que enfocan sus acciones de Responsabilidad Social Empresaria en **actividades de tipo interno** o de tipo ambiental (dirigidas al ahorro de consumo de agua y energía por ej.) muchas veces impulsadas por motivos económicos (aumentar ingresos o disminuir costos) en la mayoría de los casos tienden a realizar actividades vinculadas a la **estrategia** de la organización. Adquieren una visión más pragmática y generalmente **logran adquirir ventajas competitivas** vinculadas a mejoras de la productividad y/o de la reputación.

¿Por qué la RSE es importante para las PYME?

RESPONSABILIDAD SOCIAL

¿SOLO PARA LAS GRANDES EMPRESAS?

Cabe mencionar que las buenas prácticas de la Responsabilidad Social Empresaria son aplicables a todas las empresas, sin distinción de sector y tamaño de la organización.

Todos pueden obtener resultados favorables tanto para la organización como para sus Grupos de Interés.

Según Michael Porter, la **competitividad** es la capacidad de una empresa de alcanzar una determinada posición en el mercado mediante la adquisición de ventajas competitivas basadas en el precio o en la diferenciación de sus productos y servicios.

A través de la **incorporación transversal de las buenas prácticas**, las empresas pueden incorporar factores de competitividad vinculadas a la estrategia y estructura organizativa; reflejadas en su **cadena de valor** por ejemplo, organizada de manera más eficiente que sus competidores, incorporando diferencias y mitigando riesgos con inversiones menores al valor final que agregan.

En la actual **economía globalizada**, la incorporación de **ventajas competitivas** se ha convertido en una necesidad a fin de mejorar el posicionamiento de la empresa y mantenerse exitosamente en el mercado.

Si se realiza un **análisis integrador** y se diseñan **planes de acción transversales y estratégicos**, los esfuerzos y acciones proporcionarán los **beneficios** esperados.

Cabe destacar que la escasez de recursos financieros no es un impedimento para llevarlo a cabo. Se puede apelar a la creatividad y particularidad de cada organización que cuenta con recursos y potencial para implementar acciones estratégicas en esta línea.



Es importante que las empresas conozcan los beneficios tangibles e intangibles que les puede aportar incorporar la Responsabilidad Social en la Gestión del Negocio.

Mejorar la **Cadena de Valor** y fomentar el desarrollo de proveedores locales permite contribuir a fortalecer el país.

Es un **ganar-ganar para la empresa y para sus proveedores** porque a ambos les permitirá ahorrar, gestionar sus riesgos y seguir siendo competitivos en el mercado, entre otros destacados beneficios.

⁽¹⁾ FOMIN, B. . (2009). *Guía de aprendizaje sobre la implementación de RSE en pymes*.

⁽²⁾ Kliksberg, B. (2013). *Ética para empresarios*. Buenos Aires: Ediciones Ética y Economía.

Dra. Elda E. Almeida - Contadora Pública, Miembro de la Comisión Estudios sobre Sustentabilidad Económica, Social y Medioambiental.