

## OPINIÓN

## ¿Es rentable la responsabilidad social en los negocios?



01 de septiembre de 2014

**Por Salvador Ruiz-Olloqui Vargas**

Presidente del Comité de Ética y Responsabilidad Social del Grupo IMEF Guadalajara

Correo: [impulssa.sro@gmail.com](mailto:impulssa.sro@gmail.com)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una forma de hacer negocios de manera sustentable en lo económico, ambiental y social. Se manifiesta en acciones voluntarias que rebasan los requerimientos legales. El número de empresas en México con prácticas de RSE está creciendo significativamente, pero cabe preguntarse si están convencidas de su impacto positivo en la rentabilidad o quizás sólo lo hacen por imagen.

Lo anteriormente mencionado permite señalar que hace falta crear y difundir una cultura de medición del impacto financiero de la RSE en cada negocio. Las empresas cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores se evalúan con el Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social (ISRS), el cual mide su compromiso con el medio ambiente, con la sociedad y grupos de interés, ética empresarial y gobierno corporativo. Estas sistematizan sus prácticas de RSE con estrategias de largo plazo, las comunican y miden el costo/beneficio. No cumplir con ello implica un gran costo, hay empresas que por desviarse de sus prácticas de RSE (corrupción, daño ambiental, negocios especulativos, etc.), han tenido pérdidas en sus acciones y en resultados.

Es frecuente que las medianas y pequeñas empresas tengan una visión de corto plazo y presión por mostrar resultados inmediatos, lo cual se contrapone con algunas prácticas de la RSE.

Algunos empresarios creen que la RSE es cara y no rentable, pero con creatividad y actitud se puede hacer mucho, sin la necesidad de contar con grandes recursos. El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sustentable (WBCSD) identifica cinco fuentes de negocio en la RSE:

1. Eficiencia operacional: reducción de desperdicios, venta de productos reciclables, entre otros.
2. Reducción de riesgo: larga permanencia cuidando el ambiente, prácticas anti-corrupción, entre otros.
3. Reclutamiento y retención de personal: más productividad al atraer talento honesto, participativo, alegre, así como la reducción de su rotación.
4. Protección de fuentes de materias primas a largo plazo: desarrollo de proveedores y mejoría de condiciones de precio y forma de pago.
5. Crecimiento de demanda: atracción y lealtad de clientes, así como el cumplimiento de los requerimientos de grandes compradores.

Conviene prestar atención a la preferencia creciente - en Europa y Estados Unidos, principalmente - de comprar productos de empresas distinguidas por su RSE. Las compañías exigen a sus proveedores certificaciones de RSE y descartan clientes con prácticas fuera de ética para minimizar riesgos y garantizar su proveeduría.

La falta de proyectos de RSE también limita el hecho de que las Pymes sean más proactivas en implementar este concepto. Es clave que todas las áreas de la empresa se involucren en la generación e implementación de iniciativas de RSE.

Algunas asociaciones diseñan proyectos e invitan a empresas a desarrollarlos conjuntamente, lo cual tiene un impacto formativo en quienes participan, fomenta el sentido de pertenencia y fortalece el tejido social en nuestra sociedad, en contraste con una mera aportación anual a algún programa social.

En este sentido, existen instituciones que logran captar las necesidades de insumos intensivos en mano de obra, entrenamiento y supervisión de la calidad de los productos o servicios ofrecidos por un tercero y además de financiar sus proyectos, ayudan a quienes participan, en su mayoría personas de bajos recursos, a obtener un ingreso extra sin descuidar a sus familias.

Ante las desigualdades económicas y sociales que prevalecen en México y en el mundo, es fundamental que las empresas incrementen el desarrollo de proyectos de RSE, con visión de rentabilidad y sustentabilidad a largo plazo. Hay mucho por hacer. Los empleados y dueños de los negocios, instituciones educativas, medios de comunicación y consumidores, están llamados a colaborar e incentivar a las compañías proactivas en RSE.