

DE LA RSE A LA SUSTENTABILIDAD

¿Cuál es el cambio de paradigma al que apuntan las empresas social y ambientalmente responsables? ¿Es posible obtener la Agenda de Triple Resultado? ¿Qué es una Empresa B y por qué se consideran vitales para el futuro? ¿Cuál es el compromiso necesario del Estado?

Por Joaquín Javier*

La responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC) se desarrolla en el siglo XX como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. O sea, si las empresas usan recursos de una sociedad, ésta debe devolverle a la sociedad los beneficios que genera por ese uso. Combatir desde una visión empresarial y con los recursos que posee una corporación – económicos o profesionales– se pueden avanzar varios pasos en la búsqueda de soluciones que logren detener problemas de índole global como pobreza extrema, analfabetismo, crisis poblacional, corrupción, violación de los derechos humanos y la crisis medioambiental.

En años 50 y 60 comienza a fortalecerse la instrumentación de la RSE en las empresas, pero desde los años 90 este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras la consolidación de la globalización, el crecimiento económico, la conciencia ecológica y el desarrollo de nue-

vas tecnologías. Hoy algunos deciden llamarla Responsabilidad Social (sin apellido), otros hablan de sostenibilidad o sustentabilidad. Sea cual fuere la definición o nombre elegido, no hay que perder de vista los objetivos que se plantea este ejercicio empresarial y los beneficios que puede traer a la sociedad en su conjunto.

En la investigación “Diez años de RSE en Argentina” realizada en 2008 por el sitio especializado ComunicaRSE, se entrevistó a 63 empresas para develar cuáles eran las principales modalida-

marcaba que el área de RSE se convertiría en una gerencia específica.

A medida que la sustentabilidad fue cobrando mayor importancia dentro de las grandes empresas multinacionales, la figura del ejecutivo a cargo de la RSE también fue creciendo en relevancia y peso específico. En 2004 apareció la figura del *chief sustainability officer*, como un ejecutivo de alto nivel, con reporte directo al CEO y a cargo de ser el ejecutante de la estrategia de sustentabilidad de la empresa dentro del propio negocio.

“Nosotros en los últimos años notamos un cierto amesetamiento en las prácticas de las empresas”, dice Alejandro Roca, director ejecutivo del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (Iarse), una entidad que cumple 15 años.

des de gestión de la RSE, y se desprendieron los siguientes resultados:

- Sólo el 27% de las empresas tenía un área de gestión especializada en RSE, bajo esa denominación.

- Casi el 60% atendía estos temas desde áreas vinculadas a la comunicación o las relaciones institucionales.

- Dentro del área trabajaban entre 3 y 5 personas, la mayoría mujeres y con formación en comunicación y estudios de postgrado en la misma temática.

En cuanto a su estructura, la tendencia

El profesor Alberto Willi (IAE Business School, Universidad Austral) deja a la RSE en el paradigma de lo filantrópico y destaca la sustentabilidad como el intento de las nuevas generaciones por alcanzar un mundo más integral: “Las que lideran este movimiento son las empresas grandes o multinacionales que traen de afuera los estándares”, dice. Pero también recuerda el gran aporte de las pequeñas compañías o pymes del interior: “Mucho antes de que se empezara a hablar de RSE las pymes llevaban en su ADN la importancia de ser parte de la comunidad de manera activa, ayudando al club, los bomberos o comunidades educativas de la zona”.

En el informe de ComunicaRSE tam-

*El autor es periodista.



bién se repasaron los cambios que sufrió el concepto de RSE. “En los Estados Unidos se acuñó el término ‘Ciudadanía Corporativa’ que por varios años utilizaron las empresas de dicho país. Consideraba a la empresa como un ciudadano más, con sus mismos derechos y deberes. Finalmente, quedó supeditado al más abarcador RSC. La RSC tuvo enseguida sus objetores que la consideraban excluyente del universo pyme”. Posteriormente se acuñaría el término desarrollo sostenible, que a su vez mutaría en sustentabilidad, como se define actualmente al que satisface las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones futuras. El objetivo es definir proyectos viables y reconciliar los aspectos económico, social y ambiental de las actividades humanas, que deben entenderse por parte de las personas, las empresas y sobre todo el Estado, que asume el papel de difundir los consensos.

Carlos March, director de comunicación estratégica de la Fundación Avina, entidad latinoamericana enfocada en producir cambios a gran escala para el desarrollo sostenible, resalta la importancia de mutar las acciones

filantrópicas de las compañías al foco social: “La mayoría de las estrategias de responsabilidad empresarial se arman desde una lógica económica, se definen acciones y presupuestos en función de la rentabilidad de los productos en lugar de emplear una lógica que parta del rol social de la empresa, lo que permitiría comprobar a las empresas que muchas veces la rentabilidad no depende de las variables económicas sino del posicionamiento que tenga la empresa en la sociedad”. Para March, “en Argentina las estrategias de RSE están atadas a los vaivenes de la economía. Por lo tanto, lo que hagan las empresas en materia de impacto social –y esto abarca desde sus públicos de interés y sus cadenas de valor hasta la inversión social en general– dependerá de cómo impacte la macroeconomía en el mercado y el mercado en el desenvolvimiento de las empresas”.

Desde este último término, gracias a la intervención la ONU se ha avanzado mucho en el compromiso de los estados con la responsabilidad social. En 2000, por ejemplo, se promulgó la Declaración del Milenio, aprobada por 189

países y firmada por 147 jefes de estado y de gobierno. El 25 de septiembre de 2015, aquella “Agenda del Milenio” fue ampliada y sucedida por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Esos objetivos -una agenda de 17 puntos firmada por 193 líderes mundiales- buscan lograr tres metas extraordinarias en los próximos 15 años: Erradicar la pobreza extrema. Combatir la desigualdad y la injusticia. Solucionar el cambio climático”.

“Nosotros en los últimos años notamos un cierto amesetamiento en las prácticas de las empresas”, dice Alejandro Roca, director ejecutivo del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (Iarse), una entidad que cumple 15 años, casi contemporánea a la Declaración del Milenio. Roca comenta que “hay que llevar el compromiso un poco más allá y darle una vuelta de tuerca a desafíos importantes, como los ambientales o la educación”.

En este aspecto Willi decide verlo de manera positiva y destaca acciones como la XXI Conferencia Internacional sobre Cambio Climático celebrada en París a fines del año pasado o la encíclica sobre el medio ambiente y el cambio

climático del papa Francisco, Laudato si, donde el sumo pontífice llamó a “proteger a nuestro planeta de la degradación medioambiental” y cargó contra el actual sistema económico que explota los recursos naturales sin consideraciones éticas o morales. “Hay una tendencia mundial de preocupación por el cambio climático y de algún cambio de conciencia. El mundo va hacia acá. Se avanza para insertar la RSE en la estrategia de la compañía, afirmó Willi”

El triple resultado y empresas B

La Agenda de Triple Resultado hace referencia al desempeño de una empresa expresado en tres dimensiones: social, económica y ambiental. “Las empresas están tomando conciencia gracias a las nuevas generaciones que les demuestran que es posible tener una agenda de triple resultado:

puedo trabajar, hacer plata y tener un producto social y ambientalmente responsable”, sostiene Willi.

Para Roca, del Iarse, “es un buen negocio usar herramientas y planificar una Agenda de Triple Resultado. Las empresas empezarán a descubrir que es muy rentable y necesario pensar los procesos con otra lógica. Tener una mirada social y ambiental además de económica”.

Por otro lado, surgieron en los Estados Unidos bajo la denominación BCorp y se extendieron a Brasil, Chile, Argentina y Colombia como Empresas B o Sistema B. Son aquellas compañías no determinadas exclusivamente por su facturación, cantidad de empleados o impacto en la Bolsa de Valores. Están comprometidas a generar un cambio, que contemple en sus decisiones a los consumidores, a los trabajadores, a la comunidad, a los inversores y al am-

biente. Su objetivo es combinar el negocio con aportes sociales y el cuidado del hábitat en el ámbito en el que se desarrolla.

El profesor Willi ve con mucho entusiasmo el trabajo de estas empresas, pero advierte una falta de control en aquellas que eligen seguir contaminando, lo que provoca un retroceso: “Hoy estamos viviendo en un rango muy amplio; están las empresas que funcionan mal, contaminan o evitan generar un valor social y están las otras, aquellas que eligen cambiar el paradigma y tienen como misión central, por ejemplo, reducir la pobreza. Lo más llamativo de éstas es que no lo hacen como una ONG sino como una empresa”

El Sistema B plantea un compromiso real, que se renueva cada dos años y debe figurar en los estatutos de la compañía.

El año pasado certificó Natura, la empresa más grande hasta el momento que se ha incorporado al sistema. “Hoy somos la mayor empresa del mundo en tornarse Bcorp y la primera de capital abierto en América latina. La certificación nos dará una gran oportunidad para evolucionar constantemente en nuestra estrategia, pues creemos que podremos contribuir influyendo en empresas y organizaciones en la construcción conjunta de nuevas soluciones de negocios sustentables”, contó Sabina Zaffora, gerenta de Sustentabilidad de Natura en una entrevista con el diario La Nación.

Carlos March habla de “avances interesantes” cuando se refiere a las Empresas B y afirma que “si bien es un movimiento aún incipiente, van sumando empresas de envergadura como la brasileña Natura. A nivel provincial, también veo un esfuerzo de las empresas por avanzar sobre conceptos superadores de la RSE, como por ejemplo Comunidad Empresaria de Córdoba, que acaba de definir como objetivo para el espacio promover la ciudadanía

Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 1) Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
- 2) Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
- 3) Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
- 4) Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
- 5) Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
- 6) Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
- 7) Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
- 8) Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
- 9) Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
- 10) Reducir la desigualdad en y entre los países
- 11) Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
- 12) Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- 13) Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
- 14) Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
- 15) Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica
- 16) Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
- 17) Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Coca-Cola® Argentina

empresaria para impactar en la generación de bienes públicos de calidad. Estas son iniciativas alentadoras que tal vez saquen a la agenda de la RSE del amesetamiento en la que se encuentra” Otros que trabajan en esa misma línea son los de la Red de Activos –creada en 2006– con 18 talleres de producción, empleando actualmente a más de 600 trabajadores con discapacidad y desarrollando productos y servicios para más de 90 empresas o clientes, entre ellos la multinacional Unilever o la cadena Walmart. “Se puede ser rentable alcanzando un valor ambiental y social. Aún sin ser Empresa B se puede innovar. El mercado reclama otro tipo de valores y compromiso ambiental” dice Alejandro Roca. March reclama un cambio por parte de las empresas y recomienda “invertir en las organizaciones sociales que se dedican a la transformación social, a la promoción de nuevos liderazgos. En el Estado, ideología con valores es ideología e ideología sin valores, es corrupción. En el mercado, inversión económica con sentido social es distribución de riqueza, pero inversión económica sin sentido social es promoción de inequidad”. El director de comunicación estratégica de la Fundación Avina también se refiere a la importancia de que “los desafíos empresariales tengan la dimensión de las necesidades sociales”

En la web oficial del Sistema B las empresas que lo componen dicen ser aquellas que “combinan el lucro con la solución a problemas sociales y ambientales aspirando a ser la mejor empresa para el mundo y no sólo del mundo”

El papel del Estado

El Estado debe asumir la responsabilidad de la administración económica, social y ambiental de un territorio o

de un país. Sin embargo, la responsabilidad social (tanto como la ambiental) ha sufrido de la permanente omisión política de muchos gobiernos.

“Si pensamos que la calidad de vida se define desde los bienes públicos de calidad, así como las organizaciones

“Las empresas están tomando conciencia gracias a las nuevas generaciones que les demuestran que es posible tener una agenda de triple resultado: puedo trabajar, hacer plata y tener un producto social y ambientalmente responsable”, sostiene Alberto Willi, profesor de IAE Business School

de la sociedad civil aportan especificidad a la producción de bienes públicos y las empresas calidad, el Estado debería aportar escala, es decir, ser el garante de que el acceso a los bienes públicos sea para todos”, dice Carlos March, de Avina.

Alejandro Roca del Iarse habla de una recuperación necesaria por parte del Estado en el atraso de los últimos años: “Es una pena que se haya perdido tanto tiempo. Recién están por abrir las licitaciones para

“Si pensamos que la calidad de vida se define desde los bienes públicos de calidad, así como las organizaciones de la sociedad civil aportan especificidad a la producción de bienes públicos y las empresas calidad, el Estado debería aportar escala, es decir, ser el garante de que el acceso a los bienes públicos sea para todos”, dice Carlos March, de la Fundación Avina

energías renovables y limpias en el país. Hoy menos del 2% por ciento proviene de energías limpias y se espera un 8% para 2020. Uruguay, en cambio, se encuentra por arriba del 70%”. Desde el Gobierno nacional apuntan a subir ese porcentaje dentro de nueve años. En el marco del lanzamiento del proceso de convocatoria abierta de licitación del programa RenovAr, el presidente

Mauricio Macri señaló el deseo de que para 2025 el 20% de la energía que produce el país provenga de fuentes renovables”.

Willi, en cambio, enfoca en la falta de revisión: “De a poco el Estado está pensando en mayores regulaciones,

pero el problema de hoy es el control a empresas que infringen la ley” y amplía “la agenda de sustentabilidad está poniendo en tela de juicio el sistema de acumulación que pensaba que los recursos naturales eran infinitos. Hoy la sociedad es mucho más exigente, la vara está mucho más alta”

March también aporta su visión: “La inversión social en Argentina avanza sobre agendas que no la pongan en conflicto con el Estado, como, por ejemplo, aportar a salud, educación, juventud, ciencia, tecnología, medio ambiente en lo que hace a mejorar sus prácticas y estándares. No invierte en construcción de institucionalidad, en transparencia pública, en promover participación para el control de la gestión pública. Y tampoco aprovecha

a las cámaras empresariales para articular la inversión social. Las cámaras empresariales son espacios de lobby que muchas veces van en contra de lo que sus miembros difunden desde sus estrategias de responsabilidad social. La verdadera responsabilidad social debería empezar por terminar

con el lobby irresponsable, y muchas veces ilegal”

Estamos frente a un contexto global que reclama un compromiso sustentable por parte de grandes actores de la economía, donde el futuro socio-ambiental del planeta depende de un necesario cambio de paradigma y el acompañamiento de los ciudadanos, las empresas y un Estado presente. 