



ESR en México:

oportunidades y dilemas

{ Cada vez son más las Empresas Socialmente Responsables que atienden el llamado de las necesidades de la población }

***Bertha Eugenia Sotres Mora**

Es un error pensar y siquiera sugerir que la Responsabilidad Social es un asunto de moda. Es ante todo un tema de actualidad, una tendencia que debería estar integrada a la formación y la educación de cualquier persona.

Basta irnos a lo que su definición implica y que no es otra cosa que aprender a responder por el impacto de lo que se dice y se hace; es aprender a ser conscientes de que lo que decimos y hacemos a cada instante. Tiene en mayor o menor medida un impacto, positivo o negativo, en los demás y en todo aquello que nos

rodea. Responder por el impacto de lo que decimos y hacemos, significa entender que hacerlo es construir destino, el propio y el de la colectividad con la que convivimos, con aquella que nos rodea en el entorno inmediato o lejano; es impactar desde a un individuo hasta toda la humanidad y la vida en el planeta.



Es en esto donde adquiere relevancia el denominado Efecto Mariposa, “el batir de las alas de una mariposa puede provocar un huracán en otra parte del mundo”.

Si bien la Responsabilidad Social fue puesta al descubierto en nuestro país a finales del siglo XX, cobró sentido en la reunión Cumbre del Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, en 1999, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, convocó a las empresas a tener un buen comportamiento como ciudadanos globales ante el problema del deterioro ambiental.

Su propuesta a los líderes económicos fue el establecimiento del Pacto Mundial, que se lanzó, el 26 de julio de 2000, en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York (CINU, 2017). El Pacto Mundial 2015-2030, se resume en los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible.

¿De qué se trata todo esto? De que todos los países y con ellos, ciudadanos corporativos, en específico las empresas, entendieran que estábamos entrando a una nueva era, no sólo un cambio de siglo. Esta etapa de la humanidad exigía unirnos e integrarnos en torno a un nuevo comportamiento que terminó en denominarse Responsabilidad Social.

Con esta iniciativa, el Pacto Mundial ha buscado promover, a través de la acción colectiva, el civismo empresarial responsable orientado a propiciar que los negocios, formen parte de la solución con respecto a los retos que plantea la globalización. Esto conduce a que el sector privado, en colaboración con otros agentes sociales y apoyo de los gobiernos, pueda contribuir a generar una economía mundial más sostenible e incluyente.

El 2017, seguramente será una año que los mexicanos recordaremos como una espina dolorosa y amarga que nos clavó la reacción firme de la naturaleza. Lo que sucedió este año ya nos lo habían venido anunciando otros acontecimientos, como inundaciones en Houston a causa del huracán Harvey.

En el caso de la ciudad de México fue un primer sismo días antes del terremoto del 19 de septiembre. La intensa lluvia que cayó en Coyoacán, Xochimilco y Tlalpan derivó en varios puntos con inundaciones que catapultaron automóviles y afectaron severamente las plantas bajas de casas y edificios, a lo que se sumaron afectaciones al transporte público, el 6 de septiembre. Nadie hubiera imaginado que después de un simulacro el 19 de septiembre, habría un terremoto que impactó y desquició social y económicamente, de manera contundente la ciudad de México, el Estado de México, Morelos, Puebla, Guerrero, Oaxaca, Tlaxcala, Michoacán y Guerrero, principalmente.

Todo esto, tiene que ver con el cambio climático y con un comportamiento irresponsable que ciudadanos corporativos e individuales hemos venido observando en más de medio siglo, ¿desde la década de los cincuenta?

Lo hecho, hecho está, pero ya no podemos seguir diciendo que asumimos un comportamiento responsable cuando en los hechos distamos mucho de comprometernos con ello.

OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsables
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianzas para lograr los objetivos



Es inadecuado con facilidad se diga que la Responsabilidad Social ya pasó de moda, y que lo de hoy es la sostenibilidad y la sustentabilidad.

EJE CENTRAL

Ya no hay tiempo para seguir actuando con inconsciencia. Hace unos años, reuní a un grupo de empresarios y ejecutivos, con objeto de explotar su potencial creativo en torno a encontrar soluciones que llevaran a las empresas a encontrar lo que necesitaban para asumir, de una vez por todas, la Responsabilidad Social.

Todas sus propuestas fueron sujetas a análisis con base a lo planteado y a metodologías desarrolladas, específicamente la DNA (Deep Needs Analysis) por el doctor George Land en su teoría de la Teoría de la Transformación, Cambio y Crecimiento Organizacional y que recurrentemente utiliza Indica Consultores, para llevar a grupos de trabajo de empresas a explotar el potencial creativo de directores y ejecutivos, para encontrar soluciones a diversos retos y problemas.

En el caso de la Responsabilidad Social, mediante esta metodología se condujo a dos grupos de trabajo, que sumaron 61 directores y ejecutivos en total –entre los dos talleres– con el perfil indicado, en el marco del Encuentro de Empresas Socialmente Responsables de Cemefi, a trabajar en el diseño del modelo ideal de la Empresa Socialmente Responsable del futuro.

Para lograr lo requerido, fue necesario sensibilizar a los integrantes de cada grupo; con ello se logró explotar su potencial creativo, para que fueran capaces de trabajar en la definición y jerarquización, en términos de importancia relativa, nivel de desempeño (satisfacción actual) y potencial de innovación, todas aquellas necesidades presentes y futuras que el Modelo de la Empresa Socialmente Responsable (ESR) satisface o debiera satisfacer para los participantes, todos ellos especialistas (expertos) por parte de las empresas, en Responsabilidad Social Empresarial.

La Metodología DNA, aplicada a un taller de pensamiento estratégico creativo, permite hacer demografías y conocer, de manera discriminada, las necesidades actuales y emergentes de un grupo representativo. En este caso, lo fueron ejecutivos de niveles directivo y gerencial, que venían ejerciendo funciones de RS en empresas de México, desde 1995. Incluso algunos de ellos habían venido trabajando con este tema tan relevante por más de 20 años.

El objetivo fue ayudar a las empresas a crear el futuro deseado y a dirigir creativamente su transformación, es decir, saber determinar qué requerían hacer en cuanto a su toma de decisiones para asumir de una vez por todas la RSE. Los resultados se resumen en diez atributos. ➤

**Doctora en Administración y Ciencias Sociales. Este artículo se deriva de la investigación realizada para obtener su grado de Doctor. El título de la tesis es La Empresa Socialmente Responsable en México. Desafíos y áreas de oportunidad.*

10 ATRIBUTOS DE LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

- 1 Implementa prácticas responsables en los aspectos ambiental, social y económico.
- 2 Genera riqueza éticamente.
- 3 Promueve e impulsa una cultura de Responsabilidad Social entre sus colaboradores y grupos de interés.
- 4 Los principios de Responsabilidad Social incorporados en su toma de decisiones, ponen a su alcance áreas de oportunidad.
- 5 Establece alianzas estratégicas que generan valor compartido entre empresa, gobierno y comunidad.
- 6 Promueve e impulsa alianzas estratégicas, integradas en su plan de negocios que potencializan el impacto de sus acciones.
- 7 Cuenta con un líder y colaboradores capacitados en RS que le permiten distinguir continuamente áreas de oportunidad.
- 8 Vive la Responsabilidad Social como una necesidad.
- 9 Está convencida que las personas son el eje de sus funciones, operaciones y acciones.
- 10 Centra su éxito en el desarrollo socialmente responsable de sus colaboradores y sus grupos de interés.

