

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA RSE Y SOSTENIBILIDAD CON MIRAS AL BICENTENARIO?

Ante las dificultades por implementar mayores iniciativas o programas de RSE, los especialistas argumentan que el desarrollo integral debe estar siempre vinculado al valor agregado que las organizaciones implementen dentro de sus sistemas de gestión organizacional. Frente a ello, la innovación es una alternativa que permitirá adaptarse a los cambios que demanda el contexto actual con miras al bicentenario.

POR MARCO MINAYA

mminaya@stakeholders.com.pe

Sostenibilidad con miras al bicentenario. No hay duda que la responsabilidad social empresarial ha ido tomando mayor fuerza en los últimos años. Mayores son las empresas que implementan acciones o programas de RSE que alcancen impactos positivos dentro de sus diversos grupos de interés, y que esto permita agregarles valor dentro de su sistema de gestión. Del mismo modo, se habla mucho de la sostenibilidad que puede lograr una organización en medida que tenga en cuenta todos los impactos que ocasiona, y como esta misma puede administrarlos acorde a una buena relación con sus diferentes grupos de interés, alcanzando objetivos no solo comerciales, sino sociales y ambientales a largo plazo.

Sin embargo, es preciso mencionar que el concepto de la RSE, pese a los esfuerzos de diversas empresas, aún falta mucho por desarrollar, sobre todo si se tiene en cuenta que las distintas acepciones que origina dicho término influye y dirigen las acciones de las organizaciones en general, llevándolas a la implementación de prácticas; desde la filantropía, acciones sociales, obras por impuestos, hasta los voluntariados corporativos, iniciativas de gestión del talento humano, actividades de relaciones comunitarias,



JOSÉ SALAZAR

Especialista en Responsabilidad Social Empresarial

negocios inclusivos, programas de desarrollo sostenible, entre otros. En ese sentido, ¿cuál es la situación actual de la RSE y sostenibilidad con miras al bicentenario? ¿cuánto se ha avanzado al respecto?

Para José Salazar, Especialista en Responsabilidad Social Empresarial, los avances en RSE han sido notables, debido a la cantidad de empresas que están creciendo o reforzando sus áreas de RSE, por la cantidad de profesionales involucrados en el tema y hasta por el número de universidades que,

rápidamente, se adecuaron a esta tendencia creando programas o cursos específicos sobre el tema. Sin embargo, “aún falta mucho por hacer, siendo la más importante transitar hacia una verdadera política de sostenibilidad, basada fundamentalmente en la transparencia”, acotó Salazar. El especialista explica que es necesario que las empresas asuman, desde su misión, visión, principios y valores, un real compromiso con la sostenibilidad, evitando así que sus prácticas de responsabilidad social interna y externa se vean aisladas.

Dicha opinión comparte también la Dra. Julianna Ramírez, Docente y asesora del área de Responsabilidad Social de la Universidad de Lima, quien consideró que existe una mayor sensibilización y preocupación por el tema, desde los diversos sectores, privado, tercer sector y público. No obstante, “aún creo que estamos lejos de crear un modelo de sostenibilidad. Las empresas de tipo B son una realidad, un buen ejemplo, pero aún en el país los casos son contados”, detalló Ramírez.

Desde su experiencia, la asesora y docente de la UL precisó que es necesario enfocarnos en trabajar temas de interés para el país y sumar esfuerzos, como la desnutrición crónica, el acceso a servicios básicos, la me-

jora de la calidad educativa, emprendimientos sociales, etc. Por ello, “las alianzas que se realicen con la academia, sector privado, ongs y sector público son importantes”, puntualizó.

CIFRAS EN LA MIRA

En la actualidad, no existen muchos estudios científicos o académicos que determinen con cifras el avance de la RSE y sostenibilidad en nuestro país. Hasta la fecha se han realizado algunas encuestas importantes para identificar el grado de importancia de la RSE para los altos directivos de las principales empresas que operan en nuestro país. Una de ellas es la Encuesta sobre el Estado de la Sostenibilidad en el Perú, realizada por KPMG, y aplicada a los CEO de las 100 empresas más importantes del país. Este estudio muestra que el 90% de los entrevistados considera la sostenibilidad como relevante en su estrategia empresarial. Muchas de estas empresas tienen incluido en su misión, visión, valores estos criterios. Del mismo modo, la encuesta indica que el 69% de las empresas cuentan con un reporte no financiero, sin ser de carácter obligatorio en nuestro país.

Al respecto, Remy Balarezo, Magister y profesor de Estrategia Empresarial del Departamento de Gobierno de la Empresa de la Universidad de Piura, expresó que lo interesante de dicho estudio sería saber si realmente las empresas están introduciendo prácticas de desarrollo sostenible dentro de su modelo de negocio, producción y operaciones. Balarezo cita el estudio del Sloan Management Review (MIT) junto con BCG (2016) para ilustrar lo anteriormente comentado. En ello se encuestaron a 3,057 CEO en 113 países; el 60% de los encuestados indicó que la empresa poseía una estrategia de sostenibilidad y el 58% indica que esa estrategia debe ser competitiva. “Lo resaltante es que de los mismos encuestados, solo el 37% indicó que el modelo de negocio de la empresa ha variado producto de la estrategia de sostenibilidad y que lo tienen como el primer punto de la agenda”, detalló el docente de la Universidad de Piura.

Finalmente, solo el 25% indican que han podido hacer el *business case* en sus empresas. “Esto nos debería hacer reflexionar si realmente esa importancia que nos indican



JULIANNA RAMÍREZ

Docente y asesora del área de Responsabilidad Social de la Universidad de Lima



REMY BALAREZO

Magister y profesor de Estrategia Empresarial del Departamento de Gobierno de la Empresa de la Universidad de Piura



YOCA ARDITI-ROCHA

Directora Ejecutiva de No Planeta B

los directivos acerca de la sostenibilidad se está llevando a la práctica en la realidad”, recaló Balarezo, quien argumentó que es por ello la importancia de realizar estudios científicos rigurosos desde la academia, con la finalidad de poder tener una foto de la realidad de la sostenibilidad en el Perú y qué acciones se deben llevar a cabo para ayudar a los empresarios a obtener rentabilidad y a la vez mejorar el resultado social y ambiental de la organización.

Otra encuesta refleja que el 98% de empresas peruanas tienen políticas o desarrolla iniciativas de responsabilidad social corporativa y el 68% las considera muy relevantes. Ambas cifras superan significativamente a las registradas en el 2015 (66% y 51% respectivamente), según un reciente estudio elaborado por Global Research Marketing¹. A simple vista, la tendencia por implementar políticas de RSE o sostenibilidad va ganando mayor fuerza en los últimos años. En palabras de Yoca Arditi-Rocha, Directora Ejecutiva de No Planeta B, la tendencia es alentadora; sin embargo, las diferencias se deben probablemente al poco compromiso de la gerencia general o a la mala definición del concepto de RSE. En ese sentido, “las empresas deben invertir en la sostenibilidad y capital humano de sus operaciones y grupos de interés e integrarlos de manera transversal en sus agendas”, precisó Arditi-Rocha.

Por su parte, Ramírez precisó que estas cifras nos demuestran que estamos avanzando, que existe interés y sobre todo que estamos apreciando resultados. Empero, “hay que revisar que dichas políticas de responsabilidad social vayan más allá del cumplimiento de la ley o sólo sean acciones filantrópicas — donaciones— que no son sostenibles en el tiempo”, puntualizó la asesora de la Universidad de Lima. En esa línea, detalló que lo importante es concebir programas que generen un ganar — ganar compartido, para la empresa y su grupo de interés. Sólo de esta manera será sostenible en el tiempo, y traerá verdaderos resultados. “En nuestro país el apellido de la responsabilidad social se debe entender como desarrollo, que busque la mejora de la calidad de vida”, agregó la especialista.

Como bien lo mencionó la directora ejecutiva de No Planeta B, existen señales

¹ Fuente: GRM Global Research Marketing. Técnica: Encuesta online. Universo: Ejecutivos y profesionales que ocupan posiciones gerenciales de empresas grandes y medianas de Lima Metropolitana. Muestra: 200 casos. Fecha de campo: 15 de junio al 8 de julio del 2016.

claras de no tener una definición del concepto de RSE, sumado al comentario de Ramírez, que enfatizó que los esfuerzos que realicen por parte del empresariado deben ser programas sostenibles en el tiempo, alejándose del concepto de iniciativas filantrópicas aplicadas a corto plazo.

Más aún si lo que se busca es integrar programas de sostenibilidad a largo plazo y que impliquen un esfuerzo gerencial con retorno de inversión, y cubra las expectativas de los distintos grupos de interés que posee toda organización. Independientemente del potencial que tienen las acciones filantrópicas para abordar a corto plazo las distintas problemáticas que afronta la sociedad, la empresa, dentro de su cadena de producción, debe buscar un desarrollo sostenible como modelo de estrategia de negocio, que le permita redefinir sus procesos tanto internos y externos y sean durables en el tiempo.

¿UN SOLO CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD?

¿Cómo explicar que existan diferentes maneras de entender la RSE y sostenibilidad, cuyas prácticas o implementaciones sean tan distintas las unas de las otras? En la opinión de Baltazar Caravedo, Presidente de Sistema B Perú, se ha pasado de una mirada filantrópica a una orientación que si bien no se comprende de manera total, sí incorpora la necesidad de la sostenibilidad, aunque parcialmente. Caravedo detalló que se ha dado un tránsito, cuya aceleración del concepto de RSE ha tomado mayor forma y empezó a moverse con mayor velocidad la concepción de empresas que trabajan con propósito también social o de valor comparativo.

Y es que es sabido que muchas empre-



BALTAZAR CARAVEDO
Presidente de Sistema B Perú



JOSÉ ANTONIO CABRERA
Jefe de Contenido e Investigación de Perú 2021

sas desarrollan iniciativas de RSE vinculadas a acciones filantrópicas, ayuda social, entre otras. También es conocido que muchas de estas trabajan pensando única y exclusivamente en la imagen corporativa y reputación, y que desarrollan iniciativas de carácter social o con las comunidades con

el fin de ser aceptadas como “empresas socialmente responsables”. Desde la lógica del Presidente de Sistemas B Perú, las prácticas de RSE en el Perú son inconsistentes. “Nuestra sociedad es incongruente, persiste una falta de coherencia, de consistencia, por lo mismo que existe una sucesión de contradicciones de lo que uno hace exactamente”, precisó Caravedo.

Lamentablemente, alegó José Antonio Cabrera, Jefe de Contenido e Investigación de Perú 2021, en muchos casos, las empresas han realizado actividades de responsabilidad social que no han estado orientadas a contribuir a los objetivos del negocio; esto ha originado que las actividades de responsabilidad social sean percibidas como de ayuda social, que efectivamente tienen un impacto sobre la comunidad, el entorno, los colaboradores, sobre todo en caso del voluntariado, pero que no tienen un impacto relevante sobre los propios objetivos del negocio.

¿PERSISTENCIA A LO SOCIAL?

En relación al estudio de GRM, uno de los principales hallazgos que muestra es que la mayoría de acciones de RS realizadas por las empresas encuestadas se asocia a donaciones o apoyo a instituciones educativas, aspecto que desde el inicio de las mediciones ocupa el primer lugar. Entonces, ¿por qué se considera que realizar RSE implica un asunto de donaciones o ayuda social? En palabras de José Salazar, sin duda, todavía existen muchas empresas que no asumen la RSE como una estrategia de largo plazo, dado que no descubren aún que una política de RSE genuina agrega mucho valor a las empresas y a sus diversos stakeholders. “Ven a la responsabilidad social empresarial más como una estrategia de posicionamiento antes que una filosofía arraigada dentro de la empresa”, sostuvo el experto en RSE.

Como bien lo expresó el estudio, no hay duda que para algunas empresas la responsabilidad social aún es un tema filantrópico. La docente y asesora del área de Responsabilidad Social de la Universidad de Lima, señaló que la responsabilidad social no es asistencialismo, es ejecución de programas y proyectos que sean sostenibles en el tiempo y la única manera de hacerlo es cuando están asociadas al negocio de la empresa. “Es necesario convencer a las cabezas de las organizaciones, a la alta dirección, al CEO, gerente general, y en general a los líderes de la empresa”, concluyó Ramírez.

Los líderes principales de cada empresa deben hacer un trabajo de sensibilización entre todos los que forman la empresa, para incluirlos dentro de sus estrategias empresariales.

INFORMALIDAD: CUENTA PENDIENTE

Por otra parte, Caravedo expresó que en materia de RSE falta mucho por hacer. Que si bien existen iniciativas que han alcanzado buenos resultados, también existe energía negativa que desorganiza a la propia sociedad, o que podrían llevarla al colapso. “Es en este segundo grupo que, elementos claves como la informalidad, es un aspecto a tratar con mayor detenimiento”, analizó el Presidente de Sistema B Perú. Si analizamos las palabras de Baltazar, cuesta demasiado trabajo pensar que una empresa sea socialmente responsable si no cumple con las condiciones laborales básicas dentro de un estado de formalidad laboral.

Al respecto, un reporte² del Banco Mundial sobre el emprendimiento en América Latina señala que las pequeñas empresas se han estancado. El 65% de las empresas que trabajan los peruanos son informales y la mayoría de ellas tiene menos de cinco trabajadores. “Y es que mientras exista informalidad y se pretenda ser integrales y coherentes a nivel organizacional es difícil hablar de RSE”, precisó Caravedo.

FACTORES A TOMAR EN CUENTA

Frente al actual contexto que afrontamos de cara el bicentenario, ¿qué factores deben ser promovidos para incentivar a las empresas de gestionar mejores sus recursos? El Jefe de Contenido e Investigación de Perú 2021 afirmó, como punto de partida, que la cultura de las empresas debe ser lo suficientemente flexible para permitirles adaptarse a las nuevas tendencias empresariales e integrarlas en su gestión. “Una cultura que fomente valores como la ética, el compromiso, integridad o la innovación va a permitir adoptar de manera más rápida a la sostenibilidad dentro de la gestión de la empresa, y esto va a dar como resultado una gestión de recursos, de cualquier tipo, mucho más eficiente”, explicó Cabrera.

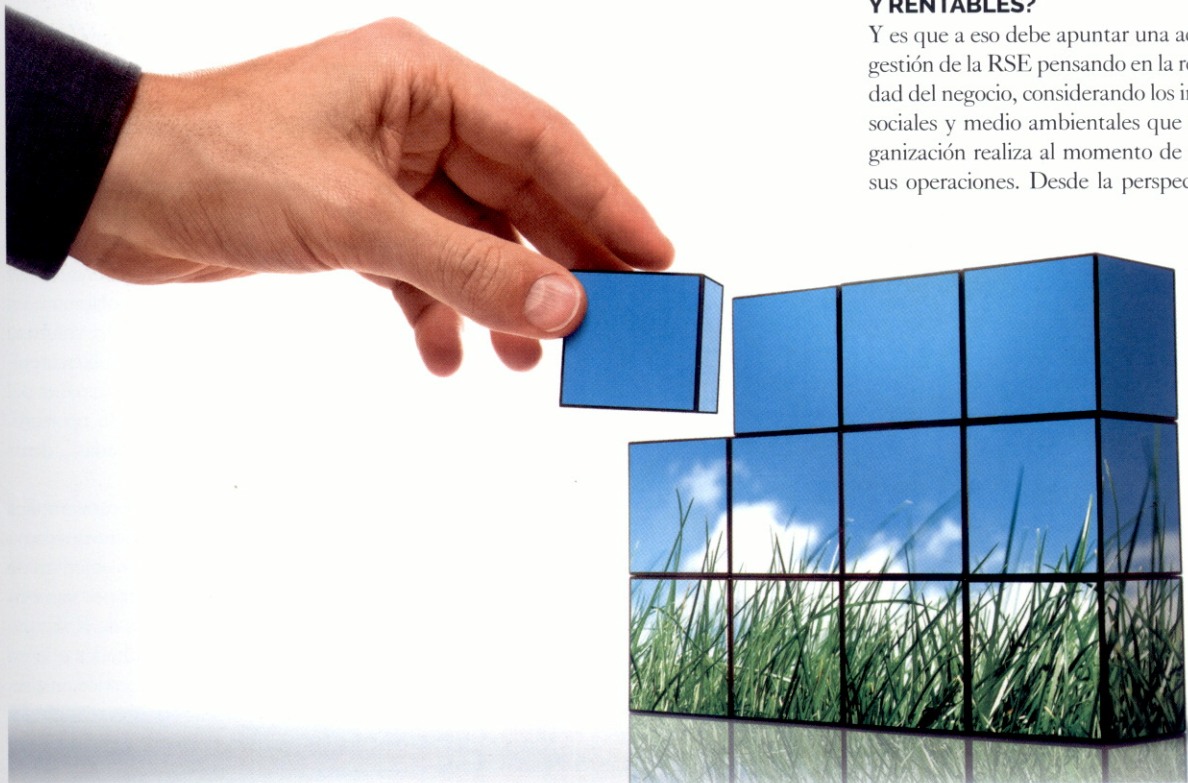
Si bien muchas veces las actividades ligadas a la RSE son externas, también existen iniciativas que fortalecen y se centran en los stakeholders internos, como los propios colaboradores, accionistas, alta dirección, mando medios, entre otros. Para Salazar, experto en RSE, el trabajo tiene que ser más interno; es decir, debe partir de las propias empresas. Desde la lógica del especialista, es necesario implementar

la filosofía y prácticas de sostenibilidad desde el interior mismo de las organizaciones. Para ello, “los líderes principales de cada empresa deben hacer un trabajo de sensibilización entre todos los que forman la empresa, para incluirlos dentro de sus estrategias empresariales”, agregó Salazar. La responsabilidad social empresarial empieza desde adentro.

Y es que antes de pensar en las posibles iniciativas de RSE que la empresa desarrolle, es importante mapear y analizar nuestros respectivos grupos de interés, con el fin de medir las expectativas que tanto la organización como sus distintos stakeholders tienen. Al respecto, Ramírez precisó que fundamentalmente se tienen que conocer los impactos negativos que generan en sus grupos de interés, y de esta manera desarrollar programas que respondan a satisfacer las necesidades de estos; además de estar alineadas al negocio de la empresa. “Es la única manera de garantizar la sostenibilidad en los programas”, enfatizó la especialista y docente de la UL.

¿SOCIALMENTE RESPONSABLES Y RENTABLES?

Y es que a eso debe apuntar una adecuada gestión de la RSE pensando en la rentabilidad del negocio, considerando los impactos sociales y medio ambientales que toda organización realiza al momento de ejecutar sus operaciones. Desde la perspectiva del



² El reporte tiene el nombre de “El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación”



Jefe de Contenido e Investigación de Perú 2021, otro factor importante que deben adoptar las empresas es la innovación, a través de la cual van a poder encontrar soluciones que permitan obtener un retorno económico de las inversiones en sostenibilidad que son realizadas, cuyo retorno a la fecha es complicado de determinar, o para dar solución a los aspectos que realmente van a tener impactos sobre la empresa en el futuro.

Frente a ello, ¿de qué forma el incremento de la rentabilidad se ve reflejado cuando se implementa programas de RSE? Para Remy Balarezo, Magister y profesor de Estrategia Empresarial del Departamento de Gobierno de la Empresa de la Universidad de Piura consideró los siguientes puntos:

- **Incremento de Ingresos:** Desarrollar y diseñar nuevos productos medioambiental y socialmente responsables como mejorar los atributos sociales y medioambientales de la cartera de productos actuales, le permite a la empresa ingresar a nuevos mercados, cobrar un precio Premium gracias a la diferenciación.
- **Reducción de Costes:** Debido a las mejoras en los procesos de producción u operaciones con la finalidad de disminuir los impactos medioambientales la empresa obtiene ahorro en costes en producción. Además, al reducir riesgos medioambientales y sociales, las primas de seguro disminuyen, etc.
- **Coste de Capital:** En el caso de tasas de interés de instrumentos del pasivo (deuda

de bancos, emisión de bonos) la empresa al implementar prácticas medioambientales y sociales puede acceder a préstamos “verdes” o “sociales” a menores tasas de interés. Por otro lado, al disminuir su riesgo social y medioambiental, los prestamistas e inversionistas ven con menos riesgo a la empresa. Finalmente, muchos fondos de inversión están dispuestos a adquirir acciones de empresas que sean medioambiental y socialmente responsables.

Y es que para el profesor de la Universidad de Piura, se debe promover que la empresa obtendrá rentabilidad al implementar estas acciones económicas, sociales y medio ambientales con el factor de innovación. Para ello, agrega el docente, se deben realizar estudios científicos desde la academia con la finalidad de demostrar de manera científica y sin ningún tinte político o ideológico que el desarrollo sostenible es rentable para las empresas y para el país. “Solo así se podrá convencer a los directivos y empresarios que es posible que sus empresas u organizaciones logren el beneficio económico, social y medio ambiental de manera simultánea”, acotó Balarezo.

SOSTENIBILIDAD AL BICENTENARIO

Ya el presidente de Consejo de Ministros, Fernando Zavala, expresó que para tener un país moderno debemos cuidar la sostenibilidad de nuestros recursos naturales. En ese sentido, ¿qué medidas se deben realizar para alcanzar una sostenibilidad con visión a largo plazo de cara al bicentenario? Tanto Salazar como Yoca Ardití-Rocha coinciden en que

los Objetivos de Desarrollo Sostenible son claves para enmarcar un camino hacia la sostenibilidad que alcance el país. La Directora Ejecutiva de No Planeta B determinó que los ODS marcan una hoja de ruta que todos los países y a la vez las empresas pueden y deben adoptarlas.

Por su parte, Salazar comentó que todas las organizaciones deberían elegir cuál es aquel ODS que mejor se relaciona con su materialidad y, en función de ello, contribuir a gestionar mejor los recursos naturales. Por ejemplo, desde el punto de vista de los recursos naturales, “la eco-eficiencia debe ser premiada a través de reducciones tributarias para incentivar a las empresas a hacer más con menos”, puntualizó Ardití-Rocha.

De cara al 2021, ¿es posible estar alineados con los ODS? “Es difícil, pero posible”, alegó Cabrera de Perú 2021, quien argumentó que para estar alineados hacia los ODS se requiere compromiso de toda la ciudadanía, no solo del Estado o las empresas. Para ello, “debemos tener claro que desde nuestra posición todos podemos contribuir a que el Perú sea un país desarrollado, que pueda asegurar el bienestar de todos los peruanos y que sea sostenible”, determinó Cabrera.

Por más que la RSE sea ejercida en su gran mayoría por las empresas de los diversos sectores empresariales, también es una responsabilidad de la sociedad civil en general contribuir para un mayor avance de cara a los próximos 5 años. Frente a ello, “el gran reto que tiene el gobierno es el de multiplicar las actividades de todo tipo de organización”, puntualizó Caravedo. Por ende, no se trata de una tarea que recae solamente en el sector empresarial, sino que “la voluntad política es esencial para el desarrollo sostenible del país, ya que debe marcar la pauta del futuro que queremos ofreciendo oportunidades e iniciativas público-privadas”, desarrolló Ardití-Rocha.

Si bien la tarea es ardua porque implica que todos los esfuerzos que realicemos como sociedad civil estén ligados a los objetivos de desarrollo sostenible, poco a poco se van evidenciando mayores iniciativas de RSE que con el tiempo alcanzarán resultados que no solo generen mayor valor a la gestión empresarial de cada organización, sino tendrán en cuenta los posibles impactos tanto sociales, económicos y ambientales que estas generen para el buen desarrollo con sus respectivos grupos de interés.