

Responsabilidad social corporativa

¿Qué es la 'responsabilidad social corporativa'?

La responsabilidad social corporativa, a menudo abreviado "RSC", son las iniciativas de la corporación de evaluar y asumir la responsabilidad de los efectos de la empresa en el bienestar social y ambiental. El término se aplica generalmente a los esfuerzos que van más allá de lo que puede ser requerido por los reguladores o los grupos de protección del medio ambiente.

RSC también puede ser referido como "ciudadanía corporativa" y puede llegar a incurrir en costos a corto plazo que no proporcionan un beneficio financiero inmediato a la empresa, sino que promueven el cambio social y ambiental positivo.

Definición de "responsabilidad social"

La responsabilidad social es la idea de que las empresas deben equilibrar las actividades con ánimo de lucro con actividades que benefician a la sociedad; que implica el desarrollo de las empresas con una relación positiva a la sociedad en la que operan. La Organización Internacional de Estandarización (ISO), hace hincapié en que la relación de la sociedad con el entorno en el que operan las empresas es "un factor crítico en su capacidad para seguir funcionando con eficacia. Está también cada vez más utilizado como una medida de su rendimiento general".

Análisis de Responsabilidad Social Corporativa

Las grandes empresas son entidades inmensamente poderosas, hasta el punto de que con frecuencia han superado los intereses de las naciones soberanas. Los hombres de negocios americanos se cansaron de la reina de Hawái en 1893, ya que se indignaron con sus políticas de tarifas. El país antes independiente se convirtió en un territorio americano unos años más tarde. Los intereses empresariales con frecuencia dañan a las comunidades locales, al igual que en 1928, cuando el ejército colombiano masacró a un número desconocido de trabajadores en huelga de la United Fruit Company. Los EE.UU. habían amenazado con una invasión militar en Colombia para proteger los intereses de la compañía.

Las corporaciones pueden tener efectos enormemente perjudiciales sobre el medio ambiente. Los derrames de petróleo son algunos de los ejemplos más llamativos, pero las industrias tan variadas como la fabricación de productos químicos, la minería, la agricultura y la pesca pueden hacer daño permanente a los ecosistemas locales. El cambio climático también se puede atribuir en gran parte a las empresas. Mientras que su responsabilidad es difícil de desenredar de la de los consumidores que demandan electricidad y el transporte, es difícil negar que muchas empresas se hayan beneficiado del deterioro del medio ambiente mundial.

En muchos casos, el daño al medio ambiente y el daño a las comunidades vulnerables van mano a mano: los grupos indígenas en la selva tropical del Amazonas, por ejemplo,

han sido diezmados e incluso eliminados, tanto intencionalmente o no, con el fin de hacer espacio para el registro, la ganadería, la minería de oro, de perforación de petróleo y gas y generación de energía hidroeléctrica.

A la luz de este legado a menudo oscuro, algunas áreas de la cultura corporativa han comenzado a adoptar una filosofía que equilibra la búsqueda de beneficios con un compromiso con la conducta ética. El lema de Google Inc. (GOOG) resume la idea de la responsabilidad social corporativa muy bien: "No seas malvado".

La misma cantidad de dinero y la influencia que permiten a las grandes empresas causar daños a las personas y el medio ambiente les permite para efectuar un cambio positivo. En su forma más simple, una corporación puede dar dinero a la caridad. Las empresas también pueden utilizar su influencia para presionar a los gobiernos y otras compañías para tratar a las personas y los recursos de manera más ética. Cuando Martin Luther King, Jr. ganó el Premio Nobel de la Paz en 1964, los líderes de negocios de Atlanta inicialmente se negaron a asistir a una cena para celebrar el logro de los nativos de Atlanta. El CEO de Coca Cola Co., reconociendo el daño que una pantalla de actitudes segregacionistas de este tipo podría hacer para la marca internacional de la firma, la amenaza con que Coca-Cola fuera de la ciudad, causaría un cambio inmediato de corazón en la élite empresarial local.

Las empresas pueden invertir en las comunidades locales con el fin de compensar el impacto negativo que sus operaciones puedan tener. Una firma de recursos naturales que comienza a operar en una comunidad pobre podría construir una escuela, ofrecer servicios médicos o mejorar el riego y equipo de saneamiento. Del mismo modo, una empresa podría invertir en investigación y desarrollo en tecnologías sostenibles, a pesar de que el proyecto podría no dar lugar inmediatamente a una mayor rentabilidad.

Con el fin de dar cuenta de la importancia de los aspectos sociales y ecológicos en hacer negocios, algunas organizaciones abogan por el concepto del "triple balance": social, ambiental y económico o "personas, el planeta, el beneficio".

En los últimos años, las cadenas de suministro se han convertido en un foco central de la responsabilidad social de las empresas. La gestión de la empresa X podría hacer esfuerzos extraordinarios para contratar, promover y potenciar una mano de obra diversa. Podrían ofrecer pagar por maternidad y paternidad generosa. Podrían patrocinar programas después de la escuela en los barrios afectados por la delincuencia, financiar la limpieza de los sistemas fluviales locales y ejercer presión sobre los funcionarios elegidos en cuenta de las necesidades de todos los ciudadanos, en lugar de simplemente la búsqueda de la conveniencia política. Nada de eso cambiaría el hecho de que obtienen sus materias primas, aunque sea indirectamente, como trajes que utilizan mano de obra esclava.

La industria del diamante, por ejemplo, ha sido objeto de críticas para beneficiarse de las injusticias a lo largo de su cadena de suministro. "Diamantes de sangre" o "diamantes de conflicto" son diamantes que son proveídos por las zonas de guerra, donde los grupos

rebeldes a menudo financian sus campañas a través de la minería, con frecuencia utilizando trabajo infantil forzado. Tales situaciones han surgido en Angola, Liberia, Costa de Marfil, Mozambique, Zimbawe, la República Democrática del Congo y la República del Congo. La internación de los consumidores y la presión de las ONG han provocado que las empresas de diamantes controlen su cadena de suministro, y se ha reducido el número de diamantes que llegan al mercado desde las zonas de conflicto.

Hoy en día, se ha producido un cambio en la forma de conceptualizar la responsabilidad social corporativa. Durante décadas, se ha asumido que los modelos de negocio de las empresas tienen que ser necesariamente perjudiciales para ciertas comunidades y recursos. La intención era, por tanto, mitigar o revertir el daño inherente al hacer negocios. Ahora muchos empresarios consideran el beneficio y el beneficio social-ambiental al ser inextricable. Pocas nuevas empresas de tecnología presentan sus ideas sin describir cómo van a cambiar el mundo para mejor. Las plataformas de medios sociales creen que van a facilitar la democracia y el libre intercambio de información; las empresas de energías renovables creen que van a ganar dinero mediante la venta de soluciones sostenibles compartiendo aplicaciones económicas que creen que van a reducir el desperdicio y la ineficiencia de una economía post-guerra miope orientada hacia el consumidor individual.

Sin duda, algunas empresas están facultadas para realizar el lavado verde, o fingiendo interés en la responsabilidad corporativa. Las empresas pueden revender contribuciones escaparate para "el bien común", mientras que participar en una conducta moralmente cuestionable o inherentemente es insostenible en el fondo. El lema de Google "no seas malvado" puede parecer hipócrita cuando se ve en términos de la colaboración de la empresa con los regímenes represivos, por no hablar de la práctica cuestionable de recopilar grandes cantidades de datos personales de cada cliente.

Algunos piensan que la responsabilidad social de las empresas es un oxímoron. Otros ven la responsabilidad social corporativa como una distracción de una especie diferente, es decir, de la búsqueda legítima de ganancias. Para ellos, la única responsabilidad de una empresa es generar rentabilidad para sus accionistas, no para tratar de salvar el mundo o para preocuparse por su propio impacto. Las leyes y reglamentos deben seguirse en todas las jurisdicciones en las que opera la compañía, pero la dirección no debe ir más allá de eso, ya que ello podría lastimar a su cuenta de resultados y violar sus obligaciones a los propietarios. Algunos están conscientes de que esta cuestión está fuera de lugar, ya que las iniciativas responsables pueden aumentar la lealtad a la marca y por lo tanto los beneficios. Esto hace que pueda llegar a ser cada vez más cierto que la cultura del consumo ético gana una aceptación más amplia.

Unos ejecutivos cínicos, inevitablemente, tratan de presentarse como responsables cuando decididamente no lo son. Y para algunos críticos, nada menos que una revisión masiva del sistema mundial será suficiente. La verdad es que muchas grandes empresas están dedicando tiempo real y dinero para los programas de sostenibilidad ambiental y diversas iniciativas de bienestar social. Estas actividades deben ser alentadas, pero al mismo tiempo, continuamente cuestionadas y reevaluadas.

En 2010, la Organización Internacional de Estandarización ISO 26000 lanzaba, un conjunto de normas voluntarias destinadas a ayudar a las empresas a implementar la responsabilidad social corporativa.

El desglose de "responsabilidad social"

La responsabilidad social como se ha dicho significa que los individuos y las empresas tienen el deber de actuar en el mejor interés de su entorno y la sociedad en su conjunto. La responsabilidad social que se aplica a los negocios se conoce como responsabilidad social empresarial (RSC). Muchas empresas, como las que tienen las políticas "verdes", han hecho de la responsabilidad social una parte integral de sus modelos de negocio.

Además, algunos inversores utilizan la responsabilidad social de una empresa, o falta de ella, como un criterio de inversión. Como tal, una dedicación a la responsabilidad social se puede convertir en realidad de los beneficios, ya que la idea inspira a los inversores a invertir y a los consumidores para adquirir bienes y servicios de la compañía. En pocas palabras, la responsabilidad social ayuda a las compañías a desarrollar una buena reputación.

En general, la responsabilidad social es más eficaz en una compañía cuando se hace en forma voluntaria, en lugar de ser requerido por el gobierno para hacerlo a través de la regulación. La responsabilidad social aumenta la moral de la empresa, y esto es especialmente cierto cuando una empresa es capaz de conseguir la aceptación entre sus empleados y hacerlos participar activamente en su causa social.

Responsabilidad Social en la Práctica

La responsabilidad social adquiere diferentes significados dentro de las industrias y empresas. Por ejemplo, Starbucks Corporation y Ben & Jerry Homemade Holdings Inc. han mezclado la responsabilidad social en el centro de sus operaciones. Ambas compañías compran los ingredientes en el comercio justo certificado para la fabricación de sus productos y apoyan activamente la agricultura sostenible en las regiones de origen de los ingredientes. Por el contrario, la caja grande minorista Target Corporation, también conocida por sus programas de responsabilidad social, ha donado más de \$ 875 millones en subvenciones a las comunidades en las que operan las tiendas, incluyendo los subsidios de educación, desde 2010.

Las preocupaciones de Responsabilidad Social

No todo el mundo cree que las empresas deben tener una conciencia social. El economista Friedman (1957) afirmó las "responsabilidades sociales de las empresas son notables por su flojedad analítica y falta de rigor". Friedman cree que sólo los individuos pueden tener un sentido de responsabilidad social. Las empresas, por su propia naturaleza, no pueden. Algunos expertos creen que la responsabilidad social desafía el punto de estar en el negocio: el beneficio por encima de todo.

Inversiones responsables

Una inversión se considera socialmente responsable, debido a la naturaleza del negocio de la empresa que esta lleva a cabo. Los temas comunes para las inversiones socialmente responsables incluyen evitar la inversión en empresas que producen o venden sustancias adictivas (como el alcohol, el juego y el tabaco) y la búsqueda de empresas dedicadas a la justicia social, la sostenibilidad ambiental y los esfuerzos alternativos / tecnología limpia de energía. Las inversiones socialmente responsables se pueden hacer en las empresas individuales o a través de un fondo de inversión con conciencia social o fondo cotizado (ETF).

Inversión Socialmente Responsable - SRI

"Conciencia social" la inversión se está convirtiendo en una práctica ampliamente seguida, ya que hay decenas de nuevos fondos y vehículos de inversión conjuntas disponibles para los inversores minoristas. Los fondos mutuos y ETF's proporcionan una ventaja añadida, de que los inversores pueden obtener exposición a múltiples empresas en muchos sectores con una sola inversión. Los inversores deben leer detenidamente los prospectos a través de fondos para determinar las filosofías exactas siendo empleadas por los gestores de fondos.

Hay dos objetivos inherentes a la inversión socialmente responsable: impacto social y beneficio económico. Los dos no necesariamente van de la mano; sólo porque una inversión se anuncia como socialmente responsable no significa que va a proporcionar a los inversores un buen rendimiento. Un inversor aún debe evaluar el panorama financiero de la inversión.

Un ejemplo de la inversión socialmente responsable es la inversión de la comunidad, que va directamente hacia las organizaciones que tienen un historial de responsabilidad social a través de ayudar a la comunidad y no han podido reunir fondos de otras fuentes, tales como los bancos e instituciones financieras. Los fondos permiten a estas organizaciones proporcionar servicios a sus comunidades, como la vivienda asequible y préstamos. El objetivo es mejorar la calidad de la comunidad mediante la reducción de su dependencia de la ayuda del gobierno, tales como el bienestar, que a su vez tiene un impacto positivo en la economía de la comunidad.

Historia de la Inversión Socialmente Responsable

Las inversiones socialmente responsables tienden a imitar el clima político y social de la época. En la década de 1960, los inversores se referían principalmente a contribuir a causas como los derechos de la mujer, los derechos civiles y el movimiento anti-guerra. Por ejemplo, Martin Luther King, Jr. jugó un papel importante en la sensibilización para el movimiento de los derechos civiles, por las empresas que se opusieron a la causa con una orientación socialmente irresponsable.

Mientras que el conocimiento ha crecido en los últimos años por el calentamiento global y el cambio climático, la inversión socialmente responsable ha mostrado una tendencia hacia empresas que impactan positivamente en el medio ambiente mediante la reducción de las emisiones o la inversión en fuentes de energía renovables o limpias. En consecuencia, estas inversiones evitan industrias como la minería de carbón, debido al impacto ambiental negativo de sus prácticas de negocio.

La inversión de impacto

La inversión de impacto tiene como objetivo generar efectos sociales o medioambientales beneficiosos específicos además de la ganancia financiera. La inversión de impacto es un subconjunto de la inversión socialmente responsable (ISR), pero mientras que la definición de la inversión socialmente responsable abarca la evitación del daño, la inversión de impacto activamente busca hacer un impacto positivo mediante la inversión, por ejemplo, en las organizaciones no lucrativas que benefician a la comunidad o en las empresas de tecnología limpia.

El término "inversión de impacto" fue acuñado por primera vez en 2007, aunque la práctica desarrollada durante años antes. El objetivo básico de la inversión de impacto es ayudar a reducir los efectos negativos de la actividad empresarial en el entorno social, y se puede considerar una extensión de la filantropía.

¿Cómo afecta el trabajo Invertir?

La inversión de impacto obliga a los inversores a considerar el compromiso de la compañía con la responsabilidad social corporativa (RSC), o el sentido del deber de servir positivamente la sociedad en su conjunto, antes de involucrarse con esa compañía. Este impacto social difiere dependiendo de la industria y la empresa específica dentro de esa industria, pero algunos ejemplos comunes incluyen devolver a la comunidad ayudando a los menos afortunados o invertir en prácticas sostenibles de energía.

La inversión de impacto incluye muchas formas diferentes de vehículos de capital y de inversión. La extensión de la inversión de impacto se lleva a cabo por los inversores institucionales, pero una serie de empresas con conciencia social de servicios financieros, plataformas de inversión basadas en la Web y redes de inversores ahora ofrecen a los individuos la oportunidad de participar en ella. Un lugar importante es los microcréditos, por lo que puede proporcionar a los propietarios de pequeñas empresas en los países emergentes el inicio o el crecimiento. Las mujeres son a menudo las beneficiarias de dichos préstamos. La inversión de impacto no siempre tiene que ser rentable; los inversores a menudo toman en cuenta la ganancia o metas sociales.

Beneficios financieros de la inversión de impacto

Debido a que las prácticas social y ambientalmente responsables tienden a atraer a los inversores de impacto, las empresas pueden beneficiarse económicamente de comprometerse con prácticas socialmente responsables, y los inversores también tienden a beneficiarse. Un estudio de GIIN (2013) y JP Morgan (2013) encontró que más del 90%

de los inversores de impacto informó de que sus inversiones estaban cumpliendo o superando sus proyecciones.

El futuro de la inversión de impacto

La inversión de impacto apela en gran medida a las generaciones más jóvenes, tales como la generación del milenio, que quieren devolver a la sociedad, por lo que esta tendencia es probable que aumente ya que estos inversores ganan más influencia en el mercado. Por la inversión de impacto, las personas o entidades esencialmente afirman que apoyan el mensaje y la misión de la empresa en la que están invirtiendo, y tienen un interés en el bienestar de la empresa. A medida que más personas se dan cuenta de los beneficios sociales y económicos de la inversión de impacto, más empresas participarán en la responsabilidad social.

Auditoria social

Una auditoría social es una revisión formal de los esfuerzos de la compañía en materia de responsabilidad social. Una auditoría social se ve en factores tales como el historial de una empresa de donaciones de caridad, la actividad voluntaria, el uso de energía, la transparencia, ambiente de trabajo, y el salario de los trabajadores y beneficios para evaluar qué tipo de impacto social y ambiental de una compañía está teniendo en los lugares en los que opera .

Las auditorías sociales son opcionales. Las empresas pueden elegir si llevar a cabo estas, si lanzar los resultados al público o sólo utilizarlos internamente.

Una auditoría social es un examen interno de cómo un negocio en particular está afectando a una sociedad. Sirve como una manera para que un negocio vea si las acciones tomadas están siendo recibidas de manera positiva o negativa y se refiera dicha información a la imagen pública global de la empresa.

En la era de la responsabilidad social de las empresas, cuando a menudo se espera que las empresas ofrezcan valor a los consumidores y accionistas, así como el cumplimiento de las normas ambientales y sociales considerados deseables por parte de algunos miembros del público en general, las auditorías sociales pueden ayudar a las empresas a crear, mejorar y mantener una imagen positiva de relaciones públicas. Las buenas relaciones públicas son clave; la forma en que se percibe una empresa suele tener un impacto en su cuenta de resultados.

Los productos examinados en una auditoría social

En una auditoría social se examinan las cuestiones relacionadas con las prácticas o políticas internas y cómo afectan a la sociedad identificada. Las actividades incluidas tienden a referirse a los conceptos de responsabilidad social. Esto puede incluir actividades que afectan a la estabilidad financiera de una región, el impacto ambiental derivado de las operaciones y las cuestiones de transparencia en los informes estándar.

No existe una norma en relación con lo que debe considerarse como la sociedad durante la auditoría. Esto permite a una empresa ampliar o reducir el alcance en función de sus objetivos. Mientras que una empresa puede desear entender el impacto que tiene en una sociedad a pequeña escala, como una ciudad en particular, otros pueden optar por ampliar la gama para incluir todo un estado, país o del mundo en su conjunto.

Uso de Resultados de Auditoría Social

Como una auditoría social es totalmente voluntaria, no son necesarios los resultados de la auditoría para ser lanzados al público en general o cualquier agencia reguladora. Si bien los resultados positivos pueden ser revelados de manera voluntaria, los resultados negativos pueden mantenerse internos y se utilizan para identificar las posibles mejoras que pueden hacer que los resultados de la próxima auditoría social sean más favorables. Por ejemplo, si una empresa descubrió que la sociedad examinada no creía que estaba involucrada adecuadamente en actividades de caridad dentro de la comunidad, la empresa puede optar por aumentar los esfuerzos en esta área con la esperanza de mejorar la percepción pública.

Referencias

Friedman, M. (1957). *Una teoría de la función de consumo*.

GIIN. (2013). *Inversión de impacto*.

Morgan, J. P. (2013). *Inversión de impacto*.