

Foro América Latina y el Caribe (ALC) - Unión Europea (UE)

Responsable y competitivo - la contribución de la RSC y las alianzas multisectoriales para una competitividad y el desarrollo sostenible

– 28 y 29 de octubre de 2009, Buenos Aires, Argentina –

Mesa de Trabajo III

¿Cómo instalar un concepto de RSC que involucre a todos los sectores?

Mientras que en la Unión Europea, donde existe una fuerte preocupación por cuestiones como el cambio climático, la tendencia a buscar que las empresas sean más responsables surgió con un sesgo hacia el medio ambiente, en América Latina y El Caribe, donde existe una fuerte preocupación por la pobreza, la desigualdad y la exclusión, su sesgo de origen fue la filantropía.

Actualmente, el concepto en ambas regiones evoluciona –aunque con importantes matices– hacia la responsabilidad con que una empresa realiza sus negocios; es decir, con una perspectiva integral sobre los diversos dominios que hacen a la responsabilidad de las empresas (gobierno empresarial, prácticas laborales, mercadotecnia, gestión ambiental, aprovisionamiento, inversión social). Es evidente que la promoción sobre la responsabilidad de las empresas crece en ambas regiones – también con importantes matices –, y que las expectativas sociales en torno a las empresas aumentan a la par que hay cada vez más agrupaciones empresariales, instituciones académicas, gobiernos nacionales y locales, organismos internacionales, organizaciones de la sociedad civil, consultoras, medios de comunicación que llevan adelante líneas de acción para promover la temática. Pero, frente a esto, aparece la pregunta acerca de si la responsabilidad de las empresas crece en la misma proporción, considerando que a la vez que existen empresas con esfuerzos genuinos y acertados por volverse más responsables, hay numerosas empresas que tienen mayores estándares en su país de origen que en los países en que se encuentran sus filiales o empresas de sus cadenas de valor. Y a ello se suma otro tipo de asuntos a revisar en la promoción de la responsabilidad empresarial, como es el hecho de que numerosas empresas son premiadas por lo que enuncian de sí mismas sin que ello necesariamente refleje lo que hacen; es decir, se premia la reputación más que la responsabilidad.

En ambas regiones hay una opinión creciente acerca de que “RSE” o “RSC” (y sus “derivados”, como “grupos de interés” “colaboradores”, o “consumidores responsables”) son conceptos demasiado centrados en la empresa y que no contemplan un enfoque suficientemente integrador para la cohesión social, como sí serían otros conceptos, tales como “corresponsabilidad” entre los diversos actores sociales, “desarrollo económico sostenible” o “desarrollo de ciudadanía”. En este marco, resulta necesario preguntarse si la RSE/RSC - como es concebida y comunicada actualmente - logra convocar e involucrar a los diversos sectores para encarar procesos de construcción colectiva.

Preguntas claves:

- 1) Para promover la responsabilidad corporativa, ¿qué enfoques existen para fomentar la RSC? ¿Hay un enfoque en especial, que es superior a los otros?
- 2) ¿Los enfoques deben ser diferentes según el entorno (ALC o UE)? ¿Cuál podría ser un enfoque compatible en los negocios entre ambas regiones?
- 3) ¿Cómo se puede lograr una mayor cohesión social en torno a la responsabilidad empresarial, entendiendo cohesión social como inclusión y participación solidaria de los diversos sectores en pos del bien común?