

# LA RSC EN EL PROYECTO EMPRESARIAL

Francisco Lozano Winterhalder

# S

e define la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) 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, valorativa y su valor añadido. Actualmente, esta se concibe como un sistema de triple entrada con una clara superposición de sus elementos, conduciendo, la combinación de los tres al concepto supremo de la RSC: **la sostenibilidad**.



La sostenibilidad implica, por tanto:

- 1.** La protección del medio ambiente o **nivel ecológico**.
- 2.** La consecución de un sistema económico viable (equilibrado) con la naturaleza o **nivel económico**.
- 3.** El equilibrio social o nivel social, al que debe contribuir la riqueza generada en el nivel económico, entre otros factores a tener también muy en cuenta.

Y decimos que la intersección de lo económico y lo social debe ser lo equitativo porque la distribución de la riqueza tiene que ser justa. Pero hay otros factores a considerar. Uno de ellos, muy importante en la intersección de lo social y lo ecológico, es la creación de sistemas sociales soportables por el medio que nos rodea. Pensemos, por ejemplo, en el crecimiento de la población mundial. El medio ambiente es limitado y no podría soportar un crecimiento ilimitado de esta.

Pero, ¿hay consignas prácticas de cómo conseguir la sostenibilidad a nivel empresarial? Ciertamente, y por fortuna, sí. Veámoslas...

## Ahorrando energía

Aplicando todos los sistemas posibles para hacerlo, desde la concienciación de los empleados –“apague las luces cuando no las necesite”– hasta medidas de eficiencia energética en las instalaciones, incluido el edificio, maquinaria, iluminación... Sin olvidar la máxima de la “adaptación”, es decir, en cada clima, su propia vegetación, materiales... Existen sistemas estandarizados (Sistemas de Gestión Energética), con certificación incluida, que pueden optimizar la aplicación de estos criterios a nivel empresarial, además de ser excelentes cartas de presentación para las compañías. También, existen excelentes catálogos de buenas prácticas al respecto.

## Sistemas de transporte

Tanto si estos son privados o de empresa, conviene ser conscientes de la jerarquía que ayuda al medio ambiente, sobre todo en la prevención del cambio climático y, ¿por qué no?, en ciertos casos, contribuyendo además a la mejora de nuestra salud: si puede andar, ande; si no puede, use la bicicleta. Si no es posible, use el transporte público o el privado compartido; y ya en último extremo, el privado usted solo.

## Fomento del reciclaje

Este debe aplicarse tanto a nivel de empleados (papel, cartón, vidrio, metal, plástico...) como a nivel de diseño de la cadena productiva. Tras el reciclaje, volver a obtener materias primas a partir de dichos materiales precisa de menor energía que obtenerlas a partir de materiales extraídos de la naturaleza, amén del expolio de la Tierra que esto último ha significado. Es más, aplicando el reciclaje a la cadena productiva lo traducimos en ahorro: ahorro en materias primas, desechos... ¡A qué empresa no le interesa reducir costos!

## Sistemas de gestión ambiental

Toda empresa que se precie debería aplicar uno de ellos en su modelo de gestión, a fin de optimizar su sistema productivo. Optimizar el sistema productivo significa de nuevo ahorrar, y ahorrar significa reducir costos y, por tanto, incrementar el beneficio que, en definitiva, es el objetivo final de la actividad empresarial. Existen diversos modelos de SGA, desde las famosas ISO hasta el sistema europeo EMAS (Eco-Management and Audit Scheme). Estar certificado por alguno de ellos confiere a nuestra empresa un prestigio distintivo frente a muchas otras de la competencia, representando una ventaja enorme en un mercado cada vez más concienciado acerca de estos temas.

## Creando valor compartido

El gurú de la economía Michael E. Porter introdujo este concepto con el fin de superar el concepto clásico y, en su opinión, restrictivo de RSC. Desde mi punto de vista, si bien afecta a la dimensión ecológica y, sin ninguna duda, a la económica de la sostenibilidad, es al pilar social al que fortalece enormemente. Su esencia es, diferenciándola de la RSC clásica:

- **Los propósitos sociales y económicos de la empresa han de estar integrados, no separados.**
- **Los objetivos del Valor Compartido deben integrarse en los presupuestos corporativos, no ir aparte como sucede en la RSC clásica.**
- **La RSC clásica también habla de un presupuesto limitado. El Valor Compartido moviliza el presupuesto entero de la compañía.**
- **El Valor Compartido es la única vía para legitimar una actividad empresarial.**

Aunque añade: “Los negocios han de actuar como negocios, maximizando el beneficio y no como entes de caridad. Pero maximizando el beneficio también para la comunidad donde se desarrollan y para la sociedad entera”. Esta nueva relación sociedad-empresa-naturaleza ha de ser desarrollada en cuatro niveles:

1. **Dentro de la cadena de valor, a todos los niveles y a través de diferentes prácticas y actividades.**
2. **Concibiendo los productos como propuestas de valor.**
3. **Desarrollando relaciones estrechas en las comunidades donde operamos, apoyando instituciones, organizaciones.**
4. **Centrándonos en aquellas áreas con mayor impacto social.**

El mundo empieza a caminar hacia la sostenibilidad como el sistema más próspero para todos: naturaleza, empresa y sociedad. Quedarse atrás es perder el tren del progreso y de la competitividad. Por el bien del planeta, de su nación y comunidad, de su empresa, de su familia y de usted mismo, no desperdicie esta oportunidad. Mañana puede ser tarde. ©

Lea, comparta y descargue en [www.gestion.com.do](http://www.gestion.com.do)

**Francisco Lozano Winterhalder** es un reconocido experto internacional en medioambiente y sostenibilidad, así como profesor universitario y conferenciante. Es biólogo y tiene un Máster en Humanidades.