



Por Jorge Melo Vega Castro
Responde, consultora en RSE

A muchos peruanos cuando se les menciona el concepto de responsabilidad social empresarial, piensan inmediatamente en la actividad minera. Si bien no podemos negar que hoy las empresas de mayor facturación del país realizan actividades extractivas, ellas por su número y por el nivel de empleo que generan, no representan la realidad empresarial del país, donde la actividad económica es desarrollada por miles de empresas, en su mayoría PYMES, que ofrecen bienes y servicios para el mercado local.

Esta distorsión de pensar que esos temas le corresponden a las empresas mineras, limitan las posibilidades de desarrollar la responsabilidad social e involucrar a nuevos actores, especialmente a los consumidores, en esta importante tarea. Mientras tanto, a las mineras que suelen ser líderes en gestión ambiental, les cuesta hacer el deslinde de sus relaciones comunitarias y el papel que le corresponde al Estado como canalizador de las reivindicaciones ciudadanas legítimas; al final todo deviene en crisis y la denuncia por supuestos impactos ambientales se convierte en la bandera de lucha.

Hemos señalado muchas veces que la comunidad, si bien es importante, no es el principal grupo de interés para las empresas y más bien, es un factor de distracción y el enfocarse en ella resulta per-

A “DESMINERALIZAR” LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

nicioso para la RS, porque termina convirtiéndose en una fuente de gasto que lleva a los ejecutivos de las empresas a tomar distancia, ya que todo ello es sinónimo de afectar sus presupuestos. El tema de la comunidad y medio ambiente es una agenda focalizada en las empresas que desarrollan actividades extractivas como la minería, hidrocarburos, pesca o actividades forestales; pero la RSE es mucho más amplia.

Cada empresa tiene una realidad distinta y priorizar los grupos de interés en su gestión es un tema muy delicado, ya que los riesgos que estos generan muchas veces no son adecuadamente identificados. Un primer balance que nos arrojan los estudios internacionales sobre RSE, es que el grupo de interés de mayor relevancia es el de los colaboradores, por el alto impacto que tiene para la marcha de la empresa y el efecto que ellos generan en la mejora de la relación con los otros grupos de interés.

Esta percepción no prima necesariamente en nuestra realidad, aquí la población valora más las relaciones con la comunidad o las acciones filantrópicas que puedan realizar las empresas. No nos importa tanto la buena o mala gestión que las organizaciones tengan con sus proveedores, clientes, colaboradores, accionistas o el ambiente. Lo que nos agrada es la canchita del barrio, el regalo y la foto.

¿Nos hemos puesto acaso a pensar el importante impacto que tienen para las empresas sus proveedores? Cuánto pueden éstas a ayudar a que la cadena de valor mejore al contar con proveedores calificados, que ayuden a la competitividad de la empresa debido

a la adecuada capacitación recibida y se sumen en el proceso innovador; asimismo, cuán cuidadosas son con el pago adecuado y a tiempo por los servicios recibidos y no creer que por comprar más barato se hace más eficiente a la organización. Otro requisito de buena gestión es exigirle a los proveedores buenas prácticas en sus relaciones laborales, tributarias, ambientales y así ir contribuyendo en la creación de un círculo virtuoso en el proceso industrial. A esto se denomina promoción de la RSE.

Poco sabemos en el Perú sobre indicadores de las empresas en su relación con los clientes y hemos terminado desarrollando una cultura de precio, donde el cliente valora más a las empresas que ofrecen sus servicios más baratos. Los niveles de atención en el servicio al cliente, la identificación de un libro de reclamos, las colas para los pagos, entre otros indicadores, no somos capaces de interiorizarlas como prácticas socialmente responsables. Cómo se comporta esa empresa con sus trabajadores o la procedencia y calidad de los productos que ofrecen no importan mucho, si es que conseguimos un buen descuento.

Debemos colaborar todos aquellos que promovemos la responsabilidad social a “desmineralizarla”. Desarrollar iniciativas para asociar buenas prácticas con clientes y proveedores podría ayudar a reposicionar la RSE en el Perú. Este fenómeno de mirar en base al referente de la minería no ocurre en otros países y podemos quedarnos con el estigma de no lograr replantear y por tanto promover buenas prácticas empresariales que se dirijan a la sostenibilidad de la empresa.