

# Responsabilidad Social Corporativa

## Objetivos claros

Por C.P.C. Javier Soní Ocampo  
Socio Director General de PricewaterhouseCoopers.

Hay muchas definiciones y acepciones de Responsabilidad Social Corporativa, que muchas veces se usan de manera intercambiable: ciudadanía corporativa, ética empresarial, sustentabilidad y otras.

Una definición que, me parece, engloba los elementos más importantes de este concepto es la dada por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sustentable (WBCSD, por sus siglas en inglés): “Compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sustentable por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objetivo de mejorar la calidad de vida”.

En PricewaterhouseCoopers, entendemos la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como la forma en que los intereses sociales, ambientales y económicos se integran con nuestros valores, cultura y toma de decisiones en cuanto a nuestra manera de operar y rendir cuentas con transparencia. Así, establecemos mejores prácticas dentro de la firma y tenemos un impacto positivo en la sociedad.

### Importancia creciente

Hace unas décadas, casi todas las compañías sólo estaban interesadas en producir utilidades. Ahora, debido a que la evidencia de los beneficios de la RSC crece exponencialmente, cada vez más empresas han comprendido la importancia de la misma y están incorporándola a sus estrategias de gestión. Debe quedar claro: no estoy en contra de que las compañías tengan utilidades.

El primer objetivo de una empresa es maximizar el valor para los accionistas, pero ¿cómo se logra este objetivo? La respuesta es: maximizando el valor presente de las utilidades futuras. Por ello, para que un negocio sea exitoso, debe tener utilidades sustentables. De ahí que la firma tenga que tomar en consideración todos los factores que ayuden a lograrlas. Entonces, Los empleados, la comunidad y el medio ambiente tienen un papel muy importante.

### Tumbar mitos

El principal obstáculo de la RSC es la falta de conocimiento de qué significa. Uno de los ataques más comunes, especialmente en épocas difíciles como la actual, es que las empresas están muy ocupadas sobreviviendo que no pueden *distraerse* o dedicar recursos a la RSC. Éste, considero, es tal vez uno de los ataques más *miopes*.

Muchos de los ataques o los mitos contra la RSC son resultado de una mala aplicación de la misma. Es importante que la empresa incluya a la RSC como parte de sus estrategias de gestión y de generación de valor. Para lograrlo, la empresa debe definir:

- Su visión corporativa de la RSC y qué beneficios espera obtener.
- En qué ámbitos considera relevante operar.
- Qué grupos de interés son prioritarios.
- Qué objetivos persigue con cada grupo de interés.
- Cómo se va a controlar y evaluar su eficacia.
- Cómo se va a comunicar con los grupos de interés.

Asimismo, los beneficios que ofrece la RSC a las empresas son múltiples:

- Mejor desempeño financiero.
- Menores costos de operación.
- Mejor imagen de la marca y, por ende, mejor reputación.
- Mejores ventas y lealtad de los clientes.
- Mejor productividad y calidad.
- Mejor habilidad para atraer y retener empleados.
- Reducción en supervisión regulatoria.
- Acceso a capital.

Podemos apreciar a simple vista muchos de estos beneficios; por ejemplo, menores costos de operación vía programas de eliminación de desperdicios o mayor productividad, a través de entrenamiento a los trabajadores. Hay muchos estudios y encuestas que prueban lo anterior, por lo cual la RSC se vuelve un gran generador de valor.

### Cuarto Estado Financiero

Por la importancia que tiene la RSC, es muy importante para las empresas presentar a los principales grupos de interés



## El principal obstáculo de la RSC es la falta de conocimiento de qué significa y los mitos contruidos a su alrededor, como el que es sólo para empresas grandes y sin problemas económicos.

o *stakeholders* qué están haciendo en su área de la RSC. Ya se han desarrollado varios estándares de cómo hacerlo; por ejemplo, los del GRI, del Pacto Global, del WBCSD y varios más. El problema es que cada organismo ha desarrollado diferentes índices o formas de reportar, los cuales en algunos casos son muy laboriosos y complejos.

Ante esto, se vio la necesidad de elaborar un formato estandarizado, objetivo, verificable y comparable. Esto llevó a PricewaterhouseCoopers Chile a la concepción del Cuarto Estado Financiero o Cuarto Reporte, una valiosa herramienta de evaluación, gestión y planeación estratégica empresarial que permite identificar oportunidades para mejorar los resultados sociales, ambientales y financieros.

El Cuarto Estado facilita el entendimiento de la dimensión social de la empresa y sirve como revelación cuantitativa y cualitativa de la riqueza generada por la misma en beneficio de la sociedad. Utiliza, para ello, un lenguaje contable claro y sencillo.

Se persigue el objetivo de presentar el valor agregado generado por la empresa –la diferencia entre los ingresos y los costos directos de los bienes tangibles– y cómo éste se dis-

tribuye entre sus seis grupos de interés: empleados, comunidad, Estado, accionistas, proveedores de financiamiento y la empresa misma. De esta manera, puede borrarse la idea de que los empresarios sólo trabajan para ellos, pues normalmente resultará que la parte del valor agregado que se da a los accionistas es una parte muy pequeña comparada con lo que se da a empleados, Estado y comunidad.

### Respeto ante todo

En este contexto, los Contadores tenemos el reto de ayudar a las empresas a entender su sentido de Responsabilidad Integral, al demostrarles, de forma clara y transparente, que el desempeño va más allá de un beneficio económico y que deben incorporar principios éticos, el respeto por las personas y el medio ambiente, la responsabilidad sobre sus productos y la cadena de valor, así como la participación social.

El compromiso adquirido para llevar a cabo las estrategias asegurará los beneficios a corto plazo, porque una administración orientada al Desarrollo Sustentable tendrá como resultado un buen manejo del negocio. Para ello, la sustentabilidad no debe quedarse en palabras y frases bonitas, sino demostrarse con acciones, medirse y comunicarse oportunamente a los diferentes grupos de interés. 🌸