

Estableciendo Prioridades - Los desafíos de la RSE en Latinoamérica

Conclusiones de la encuesta en la VI Conferencia sobre RSE del BID

Cartagena de Indias, Colombia. Diciembre 4/5, 2008.

Los encargados de la RSE en Latinoamérica están listos para enfrentar un mundo de desafíos que van desde disminuir la pobreza hasta una mejor gestión de la RSE. Estas son buenas noticias.

Las no tan buenas, quizás, es que pareciera no haber un foco particular en alguno de los muchos desafíos que estos encargados mencionaron como importantes.

Una encuesta de ES Global a los participantes de la VI Conferencia Internacional sobre RSE organizada por el BID en Cartagena de Indias (Colombia) en el mes de Diciembre de 2008, arrojó que los *stakeholders* internos más comprometidos e informados, mejores estrategias de gestión de la RSE y el cambio climático, son los tres desafíos más significativos para una más y mejor RSE en Latinoamérica.¹

Casi un cuarto de los participantes opina que es necesario que los *stakeholders* internos en todos los niveles, desde el personal hasta la junta de directores, esté **mejor informado e involucrado en la gestión de la RSE para obtener mayores beneficios**. Resulta central la introducción de estrategias de gestión de la RSE en el trabajo cotidiano de los ejecutivos del área y las empresas para las cuales trabajan. Luis Cárdenas, uno de los participantes de la encuesta, considera que es fundamental la consistencia y conocimiento interno para el éxito y el crecimiento de las actividades de RSE dentro de una compañía.

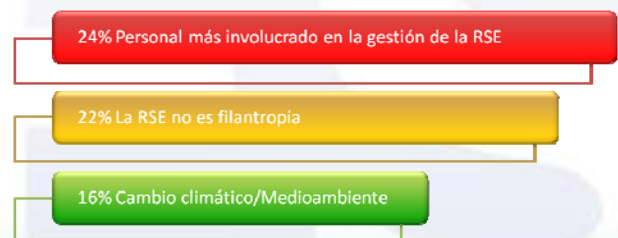
Un desafío clave es la necesidad de integrar la RSE también en la cadena de valor trabajando con los proveedores, cadena de suministro y las relaciones públicas, opinó Fernando Casado, otro de los

encuestados. Este punto de vista se relaciona con el segundo desafío mencionado, que **muchos ejecutivos todavía ven y entienden la RSE como filantropía**.

Este sentimiento que los encuestados han notado, persiste a pesar de que docenas de empresas en la región tienen las más avanzadas estrategias de gestión de la RSE del mundo. Al mismo tiempo, la gran mayoría de las compañías de Latinoamérica tienen por delante un largo camino para alcanzar los estándares internacionales relacionados con la RSE que contribuyen a la creación de valor en la marca corporativa.

El tercer desafío más grande identificado por los participantes es el **cambio climático y el medioambiente**. Esto no causa sorpresa por la gran relevancia que tienen estos temas para la región. Que la disminución de la pobreza haya sido mencionada como menos importante llama de algún modo la atención. En una región donde más del 40% vive con menos de 2 dólares al día, trabajar en pos de aliviar la pobreza aparece generalmente como el tema número uno.

Los 3 retos principales de la RSE en Latinoamérica son:



La RSE debe ir más allá de la filantropía

Uno de los principales desafíos que la RSE enfrenta en la región.

¹ Recibimos 37 opiniones (12 escritas, 25 filmadas).

Más allá de estos temas, la encuesta identifica la necesidad de un enfoque sistemático de la RSE. **13%** de la muestra sostiene que las **alianzas** en distintos sectores (público/privado/sociedad civil) son necesarias para mejorar los proyectos de RSE. Más de un **10%** de los encuestados afirmó que la **ética corporativa** y la **transparencia** junto con un mayor **respeto a las leyes**, son centrales para el éxito de la RSE. Los participantes han hecho notar que muchas de las empresas de la región no cumplen siquiera con leyes sociales y medioambientales básicas -a veces por razones como una mala regulación y otras con la tolerancia a la corrupción.

¿Falta de foco y dispersión en los temas o conciencia de la naturaleza integral de los temas de sustentabilidad? Los encargados de la RSE pueden haber visto las dos o ninguna de las perspectivas, pero la pasión por la RSE es fuerte y es optimista: los encuestados creen que las empresas son centrales para alcanzar la sostenibilidad en Latinoamérica y pueden lograr mucho si toman la práctica cotidiana de la RSE de manera estratégica.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

- 24%** Involucramiento del personal en la RSE.
- 22%** La RSE no debe ser vista como filantropía.
- 16%** Cambio climático / Medioambiente.
- 13%** Alianzas.
- 11%** Educación en RSE.
- 11%** Respeto a las leyes / Transparencia.
- 11%** Pobreza / Inequidad.

Para compartir la pasión de los participantes y escuchar sus puntos de vista, los invitamos a visitar nuestro canal YouTube donde podrán encontrar 25 videos respondiendo a la pregunta ¿Cuáles son los 3 desafíos que la RSE enfrenta en Latinoamérica?

[Presione aquí para ver los videos en YouTube](#)

ES GLOBAL es una compañía global con más de diez años de experiencia trabajando en diferentes sectores de la industria en más de 60 países. Ofrecemos servicios de consultoría en RSE, desarrollo sostenible, gestión de los stakeholders y negocios en países transicionales, emergentes y en desarrollo.

Nuestros Servicios y Productos

Consultoría Estratégica y de Gestión de la RSE

ES Global ofrece servicios de consultoría y gestión de la RSE para la sostenibilidad y el *Triple Bottom Line* para ayudar a las empresas a maximizar su desempeño financiero, medioambiental y social.

CSR Brand Value System[®]

Mejoramiento del valor de la Marca RSE

Los productos, servicios y procesos que constituyen el valor de la marca RSE de una compañía pueden contribuir a aumentar en un 15% la rentabilidad de la empresa, incrementando a su vez el valor corporativo a largo plazo. Nuestro sistema ayuda a nuestros clientes a construir y descubrir su valor inherente con RSE.

Reportes de Sustentabilidad y de RSE

ES Global ayuda a sus clientes a elegir el modo óptimo de entre múltiples opciones para reportar sus actividades de RSE. Nuestro equipo asiste en la definición de los estándares para lograr un reporte consistente y eficiente, maximizando el valor de la marca a través de la RSE.

Engage! Stakeholder System[®]

Sistema de gestión de los Grupos de Interés

Engage! Ayuda a las compañías a calcular y medir las expectativas de los grupos de interés en el corto y largo plazo llevando adelante una planeación estratégica y desarrollando programas de compromiso más eficientes y efectivos.

20 - 20 Performance Donation System[®]

Sistema de Desempeño en las Donaciones

Las donaciones y los programas de filantropía son generalmente piezas centrales del trabajo de RSE de una compañía. Pocas veces las empresas maximizan sus retornos a través de estos programas a sus stakeholders o a la base de su personal. **20 – 20** permite aumentar los retornos de estos proyectos en un 20% a los grupos de interés y en un 20% a la compañía.

BigFoot Economic Footprint Optimization[®]

Optimización del Impacto Económico

Una de las maneras más efectivas y eficientes de aumentar la reputación de la marca RSE de la empresa, es a través de la maximización de su impacto económico. BigFoot mide y calcula los impactos económicos de su compañía, resultando en información estratégica para gestionar un amplio rango de expectativas e intereses que van desde los stakeholders y gobierno hasta los consumidores.