



¿CÓMO SOBREVIVIRÁ LA RSE EN ESTA ETAPA DE RECESIÓN ECONÓMICA?

La respuesta es sencilla, saldrá reforzada, ya que en esta época de crisis es, precisamente, cuando la RSE se convierte en solución.

Para ello, es necesario discernir que la acción social solamente es una de las partes de la responsabilidad social y que se puede hacer responsabilidad social sin centrarse exclusivamente en la acción social.

Por otro lado, en respuesta a visiones un tanto burocratizadas de la RSE, es necesario entender que es un concepto dinámico. Cumplir los puntos de Compact Global o seguir las directrices de Global Reporting Initiative no lo es todo. Hay algo más, y es mucho más innovador.

Hoy, las empresas están perdidas ante su nuevo horizonte. Se acerca, si no ha llegado ya, una crisis importante, de largo alcance: crisis de petróleo, crisis energética, subida del precio de alimentos, flujos demográficos importantes, etc. Todos ellos a tener en cuenta en la planificación estratégica de cualquier empresa.

Ha surgido también un nuevo consumidor concienciado. Aunque todavía es minoría, sus organizaciones son suficientemente importantes para lanzar denuncias que las empresas se ven obligadas a responder.

Se encienden chispas sin tregua, hay premios-denuncia instituidos, o la ONG de turno denuncia acciones generando noticias que dan la vuelta al mundo, como el reciente ataque-denuncia de Greenpeace a la pesca de atún en aguas del Índico, precisamente a una empresa vasca.

Para responder a este nuevo horizonte debemos preguntarnos qué puede hacer nuestra empresa en clave de

responsabilidad social o de sostenibilidad, en aspectos medioambientales y sociales. Para ello podemos optar por poner la responsabilidad social en el centro de nuestra estrategia o comenzar con alguna actuación parcial.

Son numerosas las innovaciones realizadas en esta dirección (es importante reducir el porcentaje de papel, lograr avances en pequeñas actuaciones...) pero es más importante preguntarse qué hacer en clave de responsabilidad.

Pensar en clave de innovación responsable nos permitirá realizar cambios en profundidad y en la dirección correcta. Es importante hacer Memorias de Sostenibilidad, pero es más importante dar saltos cualitativos en todas las claves de la sostenibilidad.

Una acción responsable bien enfocada puede hacernos pensar qué podemos hacer para satisfacer la base de la pirámide, es decir, esos millones de pobres que hay en el planeta. Por ejemplo, una empresa de ropa vaquera que, en la India, en vez de vender pantalones confeccionados a 30 dólares los vende en kit para que uno mismo se los confeccione por 5 dólares, consiguiendo así un porcentaje importante del mercado.

Se puede innovar en el producto cambiando el proceso o los materiales, también en la cadena de suministro. Actualmente, se ofrecen a las grandes superficies bases de datos que gestionan la sostenibilidad de los proveedores, y quien no cumple unos parámetros concretos, queda fuera de la base.

Todos los sectores son susceptibles

de avanzar por esta vía de responsabilidad-sostenibilidad, incluso si hablamos de uno de los sectores que más está sufriendo con la crisis, el de la construcción.

Todas las áreas de la empresa pueden avanzar e innovar en clave de responsabilidad social. Un ejemplo es el marketing, que debe entender el nuevo paradigma, el nuevo consumidor, el poder de internet y las nuevas tecnologías, las redes sociales y el construir comunidades. En definitiva, desarrollar una nueva relación con los grupos de interés.

Busquemos nuestra "identidad responsable", definamos el producto o servicio, y abramos el campo. Entonces habremos innovado.

Iñaki Azkoaga Bastida
Director de Verbax Consultores de Comunicación

Erantzuna erraza da: indartuta aterako da, krisi garai honetan EGEEa konponbide bilakatzen baita. Gaur egun, enpresak galduta daude aurretik daukaten bide berriaren aurrean. Gainera datorkigu krisi garrantzitsu eta zabalak, dagoeneko gainean ez badaukagu: petrolioaren krisia, energiaren krisia, elikagaien prezioaren igoera, mugimendu demografiko garrantzitsuak, etab. Edozein enpresaren planifikazio estrategikoan kontuan hartu beharrekoak denak ere.

Aurretik daukagun bide honi aurre egiteko, ingurumen edo gizarte-arloetan, gizarte-erantzukizunaren edo iraunkortasunaren ildotik, gure enpresak zer egin dezakeen galdetu behar diogu geure buruari.

Bila dezagun gure "nortasun arduratsua", zehaztu dezagun produktua edo zerbitzua eta zabal ditzagun esparru berriak. Horrela, berrikuntzaren bideari ekingo diogu.

