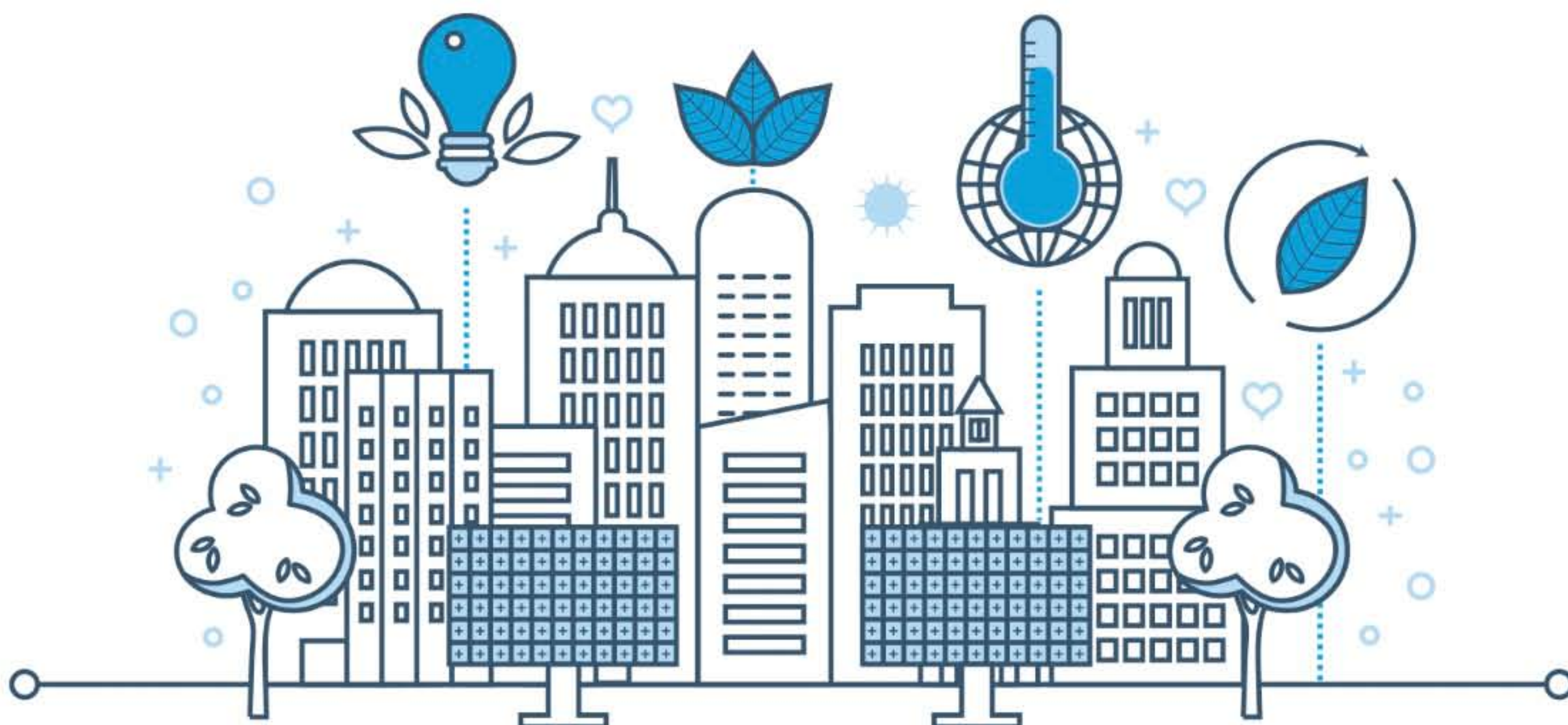




LA RSE DEJARÁ DE SER OPCIONAL

REDACCIÓN

LO QUE ANTES SE CONSIDERABAN PAUTAS VOLUNTARIAS A SEGUIR, DE ACUERDO CON EL ESTUDIO "THE ROAD AHEAD" DE KPMG, SE ESTÁN TRANSFORMANDO EN REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA EMPRESAS Y ORGANIZACIONES A NIVEL GLOBAL

Gobiernos, instituciones y bolsas de valores alrededor del mundo implementan nuevas regulaciones en criterios medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG). Este aceleramiento se debe no sólo a la presión de las autoridades, sino al incremento del compromiso por parte del sector privado.

Existe una tendencia que empuja a las empresas a tratar los asuntos ambientales y sociales como negocio. Esto significa que tendrán que tomar postura, ejercer acción y comunicar su desempeño sobre problemas urgentes como el cambio climático, la escasez de agua, la diversidad, la inclusión y hasta los derechos humanos en sus cadenas de suministro. En síntesis, deberán abordar los riesgos y oportunidades que como marca encaran en esta nueva realidad.

COMPRENSIÓN, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN

A fin de insertarse en este nuevo paradigma, las compañías necesitan una profunda comprensión de temas medioambientales y sociales, en especial de aquellos que afectan su rendimiento económico, que significan un riesgo para el negocio o incluso una oportunidad.

Mantener la comprensión, transparencia y la comunicación de estos temas, garantiza a sus stakeholders o grupos de interés, que la compañía conoce y entiende el entorno actual.

Ya no se trata de un tema que sólo interesa a los inversores, reguladores. Desde la publicación de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, los consumidores quieren ver cómo los negocios coadyuvan a la consecución de las metas de sostenibilidad y qué resultados obtienen.

BENEFICIOS DE SER UNA EMPRESA RESPONSABLE

De acuerdo con Expok, consultora experta en responsabilidad social empresarial (RSE), los principales beneficios de incorporar estos programas en las operaciones son:

- **Mejora de la imagen pública.** Los consumidores están tomando decisiones de productos y servicios con base en la percepción de la reputación. Si la marca mantiene iniciativas de desarrollo de comunidades, protección animal u otras causas que valoren, es más probable que se inclinen a favor de ella. El estudio 2018 Cone/Porter Novelli Purpose explica cómo el propósito de una compañía comienza a pesar tanto en los consumidores como la calidad o el precio.
- **Se obtiene un mejor posicionamiento.** La realización de buenas prácticas corporativas debe comunicarse. Al hacerlo, la gente se persuade y extiende la noticia, genera un mejor posicionamiento y reputación. Marcas como Kellogg's han abierto líneas de comunicación francas para informar acerca de sus actividades relacionadas a la sociedad y el planeta.
- **Ahorro de costos.** Algunas iniciativas de RSE benefician al negocio ayudándolo a reducir costos en empaques, transporte, materias primas, consumo de agua, luz o gas. Grupo Gigante, que opera Office Depot, Toks, Radioshack han reducido en 25% lo que pagaban a CFE, adquiriendo energía de proveedores renovables.
- **Ventaja sobre los competidores.** Una estrategia de RSE ofrecía diferenciación en el mercado, pero hoy es un requisito. Firms como Walmart piden que las empresas sean socialmente responsables si desean convertirse en proveedores de la cadena.
- **Mayor lealtad del cliente.** Canales de comunicación como las redes sociales, los medios digitales y el storytelling contribuyen a divulgar las acciones responsables de una empresa. Aprovechar estos recursos impulsa el

reconocimiento y la lealtad del consumidor. Grupo Modelo ha construido el programa de voluntariado más grande de México gracias a su trabajo, pero también a cómo se ha corrido la voz en los canales digitales.

- **Fortalecimiento de la lealtad de colaboradores.** Expok resalta que el ambiente laboral y la productividad de un colaborador son elementos interrelacionados y que se ven favorecidos cuando la empresa está comprometida con la RSE.

De acuerdo con Great Place to Work, 44% de los empleadores en México tienen grandes dificultades para encontrar talento idóneo, de modo que es vital retenerlo. En contraparte, la firma también indica que 8 de cada 10 personas mantienen altos niveles de engagement con organizaciones en las que confían.

La RSE pide evaluar y comunicar los impactos, maximizando los positivos y reduciendo o eliminando los negativos. Si las empresas siguen esta línea y mantienen una comunicación sólida con sus grupos de interés, los beneficios mencionados generarán para sus negocios un valor que va incluso más allá de la rentabilidad. De cara al futuro, la responsabilidad social empresarial ha dejado de ser opcional.

ACERCA DE EXPOK:

Fundado en 2007, Expok S.A. es consultora en comunicación de responsabilidad social empresarial (RSE) en México. Ofrece una oferta integral basada en más de 10 años de experiencia: desde la obtención del Distintivo ESR hasta la implementación de programas estratégicos de responsabilidad corporativa, así como la comunicación de los mismos.

*De acuerdo con el estudio "The Road Ahead" de KPMG, lo que hoy es opcional pronto será regulatorio en materia de sostenibilidad corporativa. ➔

