

ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE LAS ESR SOLUCIONES RESPONSABLES SOCIALMENTE SUSTENTABLES

Por Centro Mexicano para la Filantropía



Hasta hace algunos años existían dudas acerca de la conveniencia de adoptar la responsabilidad social empresarial (RSE) como una nueva forma de hacer negocios. Esta discusión ha sido superada. Hoy, las empresas han comprendido que aquellas compañías que no incorporen la responsabilidad social en su vida cotidiana tienen asegurada su salida del mercado.

Dejando atrás la sospecha de que la RSE sería un concepto pasajero, una moda con vigencia delimitada, actualmente la responsabilidad social empresarial es un modelo de gestión que ha evolucionado y presenta nuevos retos en el mundo de los negocios.

En este contexto se llevará a cabo el Séptimo Encuentro Latinoamericano de las ESR (empresas socialmente responsables), organizado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), del 7 al 10 de abril en la Ciudad de México. El título de este evento es Soluciones Responsables Socialmente Sustentables.

El programa del Encuentro busca propiciar el debate y la reflexión entre los líderes empresariales y los ejecutivos participantes, lo que necesariamente contribuirá a la generación de nuevos conocimientos en materia de RSE. Además, este foro ofrecerá nuevos espacios de aprendizaje e interacción, según lo expresado por sus organizadores.

Preguntas como ¿qué soluciones sustentables aplican las empresas socialmente responsables?, o ¿cuáles son las demandas que la sociedad le hará a las ESR en el futuro?, serán el centro de la discusión y el eje en torno al cual se proponen las actividades.



**EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

Una de las innovaciones en el evento de 2014 serán las mesas de discusión y las mesas temáticas, así como la participación de jóvenes líderes y emprendedores, quienes compartirán su visión y sus conocimientos acerca de las tendencias en cuestiones como la implementación de nuevas tecnologías y de procesos sustentables.

Además de esas actividades, seguirán impartándose talleres y cursos sobre los negocios en la base de la pirámide, los indicadores de RSE y la gestión de la responsabilidad social, entre otros temas.

A lo largo de los cuatro días de actividades se estarán realizando las ceremonias de entrega del Distintivo ESR® 2014, por parte del Cemefi y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE), así como los Reconocimientos de Empresa Ejemplar por su RSE en América Latina.

Más que en ninguna de las ocasiones anteriores, en esta séptima edición del Encuentro participarán empresarios de todo el continente americano, debido a que en el marco del evento se realizará la Asamblea Anual de Forum Empresa. ●



EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO, UNA CONTRIBUCIÓN DE VALOR

Por Centro Mexicano para la Filantropía



En los últimos años, el tema de voluntariado corporativo ha tomado gran fuerza a nivel global, y México no es la excepción. En el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) estamos convencidos del papel relevante de las empresas y de la fuerza que éstas tienen para apoyar, a través de sus colaboradores, en las soluciones a las distintas necesidades y problemáticas de las comunidades de nuestro país.

Si bien no es algo novedoso que las empresas promuevan e incentiven la participación de sus empleados en actividades de bienestar comunitario, uno podría afirmar que el voluntariado corporativo representa un fenómeno muy particular, que ha llegado para quedarse. Al menos es lo que sostienen muchos expertos en la materia, basados en el notable crecimiento que ha tenido este tipo de prácticas en el último lustro.

El Cemefi ha identificado dos vertientes de impacto de la empresa en la cultura ciudadana. Uno, desde la perspectiva de la empresa, impulsando esquemas de organización y participación colectiva con el respaldo y participación de la compañía a favor de causas y necesidades públicas y sociales. Y otro, promoviendo y sensibilizando a sus empleados, participando en la comunidad, cumpliendo con sus obligaciones y ejerciendo su derecho a participar y ser un ciudadano corporativo activo y responsable.

Es importante diferenciar cuando una empresa emprende un programa de voluntariado corporativo, y cuando promueve que sus colaboradores participen individual o colectivamente de forma voluntaria en pro de causas sociales, de manera directa o a través

de organizaciones de la sociedad civil. Este último, aunque muy común, no es voluntariado corporativo.

El voluntariado debe de ser promovido, apoyado e incorporado en la estrategia misma de la compañía, ésta debe estar alineada a los intereses organizacionales de la empresa y de sus colaboradores, así como con las expectativas y necesidades de las comunidades en las que se llevan a cabo las operaciones.

Siempre debe contar con el apoyo total e incondicional de la empresa a sus programas de voluntariado, con facilidades, con relaciones, con experiencia, con recursos y disponiendo predominantemente de tiempo dentro de su jornada laboral para dedicarlo al proyecto elegido. Los colaboradores participan colectivamente y contribuyen con tiempo, talento y recursos a favor de una mejor sociedad, como parte de una comunidad y estructura organizacional llamada empresa.

Forum Empresa define el voluntariado corporativo como “Cualquier mecanismo formal y organizado que es utilizado por una empresa para incentivar y apoyar a sus empleados y pensionados a ofrecer voluntariamente su tiempo, su capacidad y sus talentos al servicio de la comunidad... Es una actividad promovida y facilitada por una empresa, en la cual los empleados u otras personas cercanas a ésta tienen la oportunidad de participar como voluntarios en programas sociales destinados a apoyar a organizaciones sin fines de lucro y sus beneficiarios”.

Está comprobado que el voluntariado corporativo trae consigo diversos beneficios, tanto a los colaboradores, como a la empresa. A nivel



de los empleados, por ejemplo, aumenta el grado de motivación y el sentimiento de autoestima, al sentir que se está aportando algo a favor de otros y que se logra un impacto en la resolución de problemas comunitarios. Mientras que del lado de la empresa, es indudable que mejora la imagen pública y la reputación de la compañía.

En 2014, el Cemefi ha decidido darle especial atención a este tema mediante diferentes iniciativas. Primero, promoviendo la participación de las empresas en la Semana Internacional del Voluntariado Corporativo, particularmente a través de la iniciativa Give & Gain Day International, que estimula la realización de actividades de voluntariado, buscando rebasar cada año una meta de horas por voluntario a favor de causas sociales.

También trayendo a México el programa Engage Cities, en el que coordinadamente con varias empresas y organizaciones se desarrollarán acciones de voluntariado corporativo que impacten positivamente a una comunidad. Se ofrecerán tres líneas de trabajo con proyectos en torno a vivienda, educación y medio ambiente.

Además, porque se celebrará el Primer Congreso Iberoamericano de Voluntariado Corporativo, en tres sedes Bogotá, Colombia; Barcelona, España; y la Ciudad de México, en conjunto con la organización española Voluntary, la red hemisférica Forum Empresa y el apoyo de empresas como Cemex, se realizará la primera etapa de este congreso analizando el impacto del voluntariado corporativo en la comunidad interna.

Para mayor información acerca de este tema y estas iniciativas lo invitamos a consultar nuestro sitio web www.cemefi.org.

RETORNO DE INVERSIÓN DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Por Centro Mexicano para la Filantropía



Hablar del retorno de la inversión como fruto del voluntariado corporativo puede entenderse como políticamente incorrecto, sobre todo cuando se le percibe como una acción desligada de la empresa y más cercana a la filantropía, a un deber de acuerdo con los libros de responsabilidad social empresarial, o a una convivencia para los empleados.

Es importante señalar que hay intangibles que no es posible contabilizar en el SROI porque es muy difícil medirlos -como la contribución a una mejor sociedad por medio de la sensibilización de los empleados-, pero que finalmente apoyan la misión social de la empresa que va más allá de la obtención de ganancias económicas.

Si partimos de la premisa de que toda empresa debe hacer acciones que fomenten su supervivencia y el desarrollo de su comunidad, el voluntariado corporativo como expresión de esta función puede mostrar su efectividad si la medimos adecuadamente. ●

El voluntariado corporativo debe servir para garantizar la permanencia de las compañías, así como de las comunidades donde trabajan y no como un lastre para su crecimiento. Por esto siempre debe estar en la mente de quien coordina estas acciones que el recurso aportado al voluntariado corporativo es una inversión que ayuda a alcanzar metas empresariales.

El retorno de la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es el mecanismo que usan las empresas para conocer los frutos de comprometer un capital. Permite tomar decisiones sobre los proyectos al estimar los gastos y los beneficios o ahorros que éstos generarán. Al tratarse de las acciones sociales de las empresas el término se amplía y deriva en el SROI (Social Return on Investment), que considera la acción social de la empresa y los beneficios intangibles que trae consigo.

Su cálculo es resultado de estimar los beneficios del voluntariado corporativo (ahorros e ingresos) y restarle los gastos que éste conlleva. Tanto los gastos como los beneficios o ahorros deben desglosarse con precisión para conocer la efectividad de los programas en la materia.

Un ejemplo de los beneficios son las menciones en medios de comunicación por eventos cubiertos por la prensa. Dichas publicaciones pueden valorarse de acuerdo al tono positivo o negativo para la compañía, su extensión, los actores mencionados y otros elementos bien conocidos por las áreas de comunicación que los analizan concienzudamente antes de asignarles un valor monetario. Lo mismo aplica a la integración de los empleados, su capacitación en nuevas habilidades y su vinculación con la comunidad.

