**EL COMPROMISO COMUNITARIO DE LAS EMPRESAS CON LOS DERECHOS HUMANOS**

 Empresas, Responsabilidad, Comunidad

En este siglo, es notorio que existe un cambio en la visión global del rol de las empresas en la sociedad. Alejadas de la máquina explotadora y automática que supieron ser en los albores de la industrialización, vemos una mayor cercanía de las mismas a las personas, desde el trato a sus clientes y empleados, al marketing orientado a “humanizarlas”.

Pero aún más importante, es el compromiso *real*que estas están empezando a adquirir con su comunidad. Sean motivos individualistas de ganancias, o meramente altruistas de sus CEOs, es claro que existe una tendencia a un mayor compromiso con la comunidad en que las mismas se asientan, a través de diversos métodos. Este trabajo, se propone ser un somero estudio sobre las estrategias más utilizadas, y una ilustración de las múltiples ventajas que tienen para las empresas y para los ciudadanos el implemento de estas medidas.

La mayor parte de las estrategias de las que hablaremos se enmarcan dentro de la llamada “Responsabilidad Social Empresarial” o RSE, un concepto moderno que se utiliza para definir una nueva forma de hacer negocios. En ésta la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sostenibles en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de los diversos grupos con los que se relaciona, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión que integra el respeto por los valores éticos, el medioambiente y la sociedad con la gestión de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su dimensión o del país del que proviene. La RSE contiene varios principios, como el empleo digno, el respeto a la dignidad humana, la contribución al bien común, ética en los negocios, transparencia, justicia y equidad, desarrollo social, entre otros; los cuales forman la base para la creación de compromisos tendientes a minimizar los impactos negativos de sus actividades.

Debemos comprender que, a la hora de hablar de RSE, existen dos tipos actividades que una empresa puede ejecutar en torno a estos principios (MARTÍNEZ Y SOZA; 2012): en su faz interna, respecto a actividades realizadas en el interior de la empresa (gestión de recursos humanos, salud y seguridad laboral o gobernabilidad corporativa), o en su faz externa, en relación con la sociedad (con los consumidores y la comunidad en general).

En ese sentido, encontramos múltiples actividades que las empresas realizan con este objetivo: desde las más históricas como son las donaciones en metálico o en especie, a algunas más modernas. Estas actividades se llevan a cabo, en la mayoría de ocasiones en alianzas directas con OSCs, Organizaciones de la Sociedad Civil, *“agrupaciones constituidas por individuos (...) que no persiguen beneficios personales sino sociales comunitarios.”* (INDESOL, 2018)

Entre este tipo de actividades encontramos, desde las clásicas de mera filantropía, a nuevas vinculaciones, propiciadas por las OSCs, que tienen una mayor fortaleza y compromiso, y por ende un mayor impacto. Dentro de ellas encontramos el llamado Voluntariado Corporativo (la participación directa de una empresa en una actividad promovida por una OSC); las Alianzas Directas (el auspicio o apoyo de una empresa a las actividades de una OSC); y la organización de eventos conjuntos, entre otras.

La Responsabilidad Social Empresarial es en la actualidad un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas que desde hoy sumen o acentúen sus acciones de responsabilidad social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno (como se cita en Cajiga Calderón, 2020). Ejemplo de esto se puede observar en la compañía Coca-Cola FEMSA que en su informe de sustentabilidad (2019) detalla que al utilizar este tipo de estrategia (RSE) logró grandes avances y cambios en la comunidad, tales como la relación de uso de agua de 1.52 litros de agua por litro de bebida producida, produjo una mejora del 22.5% con respecto a 2010, su año base; incluyó un promedio de 23.7% de resina reciclada en la producción de todas sus presentaciones de PET, y generó ahorros de aproximadamente US$11.2 millones a través de su gestión eficiente de recursos y optimización de empaques; así como también colaboradores de Coca-Cola FEMSA y sus familias, dedicaron más de 421 mil horas a iniciativas de voluntariado en el año 2019. Otro ejemplo de empresas que emplean la RSE es Procter & Gamble (P&G), que con la creación del programa “Agua Limpia para los Niños” benefició a familias en 16 países latinoamericanos con más de 420 millones de litros de agua. Siguiendo a esto también debemos nombrar el ejemplo de la empresa Harineras Villamayor (España), la cual se destaca por su preocupación por el bienestar de su equipo humano, con una tasa de empleo estable de más del 95% y el fomento de la democracia participativa en la toma de decisiones de la empresa.

Está claro que estas actividades tienen un amplio margen de ventajas y ganancias para todas las partes involucradas. A simple vista parecería que las principales ganancias las vemos en las personas alcanzadas por las acciones de RSE, y en los amplios y valiosos beneficios en su vida cotidiana y en su realidad social. Sin embargo, como hemos probado ut supra, son múltiples y muy importantes las ganancias que las sociedades obtienen de este tipo de acciones.

Las empresas que cosechan los beneficios, van desde la fidelización de clientes y el aumento de la valorización de la marca, como consecuencia de estas acciones; a la reducción de costos operativos y la concreción de la sustentabilidad del negocio a largo plazo, generando acceso a nuevos capitales y nuevos mercados, como resultado directo de sus acciones. (PRESUTTARI, 2016)

**Conclusión**

Es por esto, y otros motivos que estas políticas se ven cada vez más implementadas, y en nuestra opinión consideramos que no harán más que crecer en el futuro. En ese sentido, es valioso empezar a comentar y exponer estos casos de éxito, y estas realidades consecuentes de las acciones activas del empresariado, para promover una mayor voluntad de apertura de este sector a estas nuevas propuestas y un cambio real en las actividades de estos sujetos.

“En conclusión, la Responsabilidad Social Empresarial lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva.” (CAJIGA CALDERÓN, 2020, p.5)

**Bibliografía:**

* CEMEFI – CENTRO MEXICANO DE FILANTROPÍA (Mexico). **El concepto de responsabilidad social empresarial**. [S. l.: s. n.], [2019?]. 35 p. Disponível em: http://bibliotecavirtualrs.com/2011/07/el-concepto-de-responsabilidad-social-empresarial/. Acesso em: 3 nov. 2020.
* COCA-COLA FEMSA. **Reporte Anual Integrado 2019**. [S. l.], 2019. Disponível em: https://coca-colafemsa.com/coca-cola-femsa-presenta-su-reporte-anual-integrado-2019. Acesso em: 3 nov. 2020.
* FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN SOCIAL. (El Salvador). **Las 30 empresas con mayor responsabilidad social en Centroamérica.** [S. l.], [2019?]. Disponível em: https://fundemas.org/noticias-y-publicaciones/noticias-de-socios/479-las-30-empresas-con-mayor-responsabilidad-social-en-centroamerica. Acesso em: 3 nov. 2020.
* INSTITUTO NACIONAL DE DESARROLLO SOCIAL (México). **Registro Federal de las OSC.** [S. l.], 7 jun. 2018. Disponível em: https://www.gob.mx/indesol/acciones-y-programas/registro-federal-de-las-osc. Acesso em: 3 nov. 2020.
* MARTÍNEZ, Mónica; SOZA, Carlos. **La responsabilidad social de las empresas: orígenes, aproximaciones conceptuales y estrategias**. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: https://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/martinez\_soza.pdf. Acesso em: 3 nov. 2020.
* OXFAM INTEMÓN. **Cinco ejemplos de empresas que practican la responsabilidad social.** [S. l.], [2020?]. Disponível em: https://blog.oxfamintermon.org/5-ejemplos-de-empresas-que-practican-la-responsabilidad-social/. Acesso em: 3 nov. 2020.
* PRESUTTARI, Leisa. **Importancia de la Responsabilidad Social empresarial.** 2016. Tesis de grado (Contador Público) - Universidad Siglo XXI, [S. l.], 2016. Disponível em: https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13053/PRESUTTARI%20Leisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 3 nov. 2020.
* **TECHO**. [S. l.], 3 nov. 2020. Disponível em: https://www.techo.org/argentina/rse-y-voluntariado-corporativo. Acesso em: 3 nov. 2020.