Responsabilidad social, tarea de todos



Teniente Primero
CLAUDIA ROJAS ACAT

> *"Es por eso que se crearon y se siguen creando leyes o normas que modifiquen el comportamiento un tanto egoísta de algunas empresas, con el objetivo de lograr una mejora continua en el desarrollo integral en las comunidades en las que operan alrededor del mundo."*

Hasta hace unas décadas, la mayoría de las empresas a nivel mundial se regía bajo la perspectiva de lucrar, creando únicamente bienes y servicios a la sociedad, de la manera que fuese, pero sin tomar en cuenta el daño ambiental, social o económico que podían ocasionar en el mundo. Es por eso que se crearon y se siguen creando leyes o normas que modifiquen el comportamiento un tanto egoísta de algunas empresas, con el objetivo de lograr una mejora continua en el desarrollo integral en las comunidades en las que operan alrededor del mundo.

Sin embargo, este avance sigue siendo pausado y sosegado, debido a que nuestra propia cultura no le permite avanzar a pasos agigantados; es decir, las personas que dirigen las empresas son personas que hasta hace poco tiempo no sabían el significado de responsabilidad social, ya que estaban acostumbradas a ver la inversión social como un "gasto extra" y no como una transformación positiva de la sociedad, aplicando esta teoría a toda la organización, mentalizando a sus mismos trabajadores en no gastar de más.



Pero, ¿qué sucedería si este cambio de responsabilidad social no solo se aplicara a las empresas, sino también a las universidades,

institutos, Fuerzas Armadas y colegios? Lo que se podría lograr sería un cambio radical en el pensamiento de muchas personas de distintas edades y diferentes culturas. Un llamado a la reflexión a aquellas personas que serán el futuro del país y los siguientes líderes en la Era de la Información.

Un rumbo a seguir: Muhammad Yunus

El ganador del Premio Nobel de la Paz en el 2006, Muhammad Yunus, creó un banco para las personas pobres, hecho que nunca fue considerado por los grandes bancos del mundo. Él tenía un pensamiento muy claro e innovador. Decía que los bancos convencionales se dedicaban a otorgar préstamos a los hombres más ricos, lo cual traía como consecuencia que los ricos se hiciesen más ricos y los pobres, más pobres. A diferencia de ello, el Grameen Bank, el banco de Yunus, se centraba en prestar dinero a las mujeres pobres e incluso mendigos en Bangladesh; asimismo, ayudó a crear una serie de alianzas con diferentes empresas del mundo, con el fin de dar salud y bienestar a las personas que más lo necesitasen, tales como zapatillas de la marca Adidas a un costo de 1.30 dólares; yogures a bajo precio, enriquecidos con los nutrientes necesarios para combatir la malnutrición infantil; abastecimiento de agua potable con Veolia Water en Bangladesh (ya que sus aguas subterráneas estaban contaminadas con arsénico). El Grameen Bank ha demostrado que prestar dinero a los pobres no solo es posible, sino lucrativo, al punto que en la actualidad presta más de mil millones de euros al año.

Cabe preguntarse, ¿qué sucedería si existiesen más personas como Muhammad Yunus, llamado "el banquero de los pobres", en el mundo y en nuestro país? Emprendedores como él, sin ser expertos en la materia, decidieron crear negocios sociales; es decir, que no solo se dediquen a lucrar, sino que aporten mucho a la sociedad, de una manera poco convencional pero eficaz, con un especial énfasis en la creación de nuevos puestos



Responsabilidad social en todos los ámbitos y condiciones.



Ayuda social a la infancia peruana.

de trabajo y reduciendo la pobreza. Para eso, todos los grupos de interés, o *stakeholders,* involucrados en el proceso de cambio, deben estar conscientes de la magnitud de dicho cambio. La comunicación y proactividad son claves para un cambio sostenible. Las unidades involucradas, como el Gobierno, el Ministerio de Educación, el Ministerio de Economía y Finanzas, el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, el Ministerio de Trabajo, las Fuerzas Armadas, así como las universidades y colegios, deben estar comprometidos con el gran cambio, para que de esta manera se ponga fin al problema social.

Para el profesor Yunus, los objetivos al enfrentar la problemática social era tres. Primero, favorecer el desarrollo económico y humano colectivo desfavorecido, generando oportunidades de empleo. El segundo fin era mejorar la autoestima y posibilitar la integración psicológica y cultural en la sociedad a los colectivos que sufren algún tipo de exclusión; y el tercero, mejorar las condiciones de vida, paliando las carencias de bienes básicos, tales como agua, salud, electricidad, etc.

Para poder empezar a dar estos primeros pasos, las universidades, Fuerzas Armadas, colegios e institutos deberían modificar el contenido curricular de sus programas académicos, con el fin de incluir los cursos de Responsabilidad Social, Ética, Innovación e Investigación y Desarrollo como asignaturas perennes en la malla académica. De esta manera, se concientizará desde los más pequeños hasta las personas adultas a un cambio en sus formas de pensar, con el objetivo de que se pregunten constantemente en qué clase de empresas desearían trabajar cuando egresen o qué clase de negocios y con qué clase de personas preferirían hacerlo.

En los ministerios se debería crear un nuevo lenguaje para ser hablado, en el cual incluyan constantemente los conceptos de responsabilidad social y ayuda al más necesitado; preguntándose constantemente a sí mismos cómo pueden erradicar el individualismo y el egoísmo en la mente de las personas, siendo reemplazados por la sinergia colectiva en todos los actos que se realicen. Pero, ¿cómo lograrlo? ¿Qué comportamientos y actitudes incentivarán a las personas a que crean en los negocios sociales, como pieza fundamental de un futuro mejor? Se requiere educar a la sociedad en todos sus niveles, debido a que nuestra misma cultura nos indica erradamente que debemos preocuparnos primero en nuestro bienestar, en conseguir bienes materiales, para luego tener la tan esperada felicidad y satisfacción personal.



El Perú, si bien ha mejorado sus índices económicos, sigue siendo un país con un gran número de personas pobres, e incluso de pobreza extrema. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el 2012, los departamentos con los niveles más altos de pobreza fueron Apurímac, Cajamarca, Ayacucho y Huancavelica; también se indica que 69 mil personas dejaron de ser pobres extremos. Esta cifra es alentadora para algunos; sin embargo, si se pone en práctica innovaciones como las de Yunus, es decir, que la sociedad les dé una oportunidad a los pobres, la pobreza extrema se eliminaría de raíz. Lamentablemente, aquella resistencia al cambio y a lo desconocido está muy arraigada en la sociedad.

En realidad, son pocas las personas o instituciones que desean aportar y contribuir de manera directa o indirecta al desarrollo sostenible de la sociedad, cosa que sí lo hace, por ejemplo, nuestra Marina de Guerra, la cual, la cual, aun sin generar utilidades, se preocupa constantemente de asistir a las personas con menos recursos, mediante donaciones hechas por sus mismos miembros. Por lo tanto, para el caso de las empresas (que sí generan utilidades) no solo se pide que donen productos o realicen acciones de caridad, sino también acciones a largo plazo, enfocadas al desarrollo de las personas más pobres que deseen superarse con la ayuda de los demás.

Empresas que practican la responsabilidad social

Una fundación que realiza programas de inversiones en educación en el Perú, es la corporación Romero, que promueve la capacitación en el uso de *software* educativo a docentes de primaria y secundaria en 12 regiones. Según el diario Gestión (2013), la fundación Romero piensa que a medida que existan más personas liderando las empresas, se generarán más alternativas de empleo y, por tanto, mayor desarrollo para miles de familias que aún no pueden salir de la pobreza.

Otra empresa que ayuda al desarrollo de la sociedad es la empresa Alicorp, que impulsa el programa "La radio saludable" y que difunde mensajes educativos sobre nutrición y desarrollo infantil en la población rural. Por su parte, Edelnor impulsa el programa "Salud para todos" y ofrece charlas preventivas y atención de 20 especialidades médicas a más de 12.000 personas que no tienen acceso a este servicio. Esta empresa aprovecha la economía de escala para brindar ese servicio a una mayor cantidad de personas a un menor costo.

Es fundamental conocer las necesidades de las personas, sus realidades y sus capacidades, para poder dar una respuesta adecuada a los problemas de una sociedad. Y son acciones como las de estas empresas las que debemos tratar de imitar, ya que no solo logran percibir utilidades, sino también mejorar la calidad de vida de las personas, instruyéndolas y capacitándolas con el fin de aumentar su bienestar.



Existen muchas formas de contribuir con la sociedad, ya sea que se trate de una sola persona o un grupo de personas. Todo es bienvenido. Si tan solo todos nos pusiésemos como meta aportar o donar algo, ya sea productos comestibles, medicinas, ropa, dinero, o incluso cabello para las personas que padecen de cáncer, el mundo sería un lugar mejor. Ya queda en nosotros "tomar acción" en algo que está a nuestro alcance y que nos dará una inmensa satisfacción.

Referencias

1. Diario Gestión (2013). Recuperado de http://gestion.pe/empresas/empresas-peruanas-apuestan-inversion-social-nutricion-educacion-y-salud-2069047
2. Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2012). Recuperado de http://www.inei.gob.pe/web/NotaPrensa/Attach/16388.pdf
3. Marin, Ainhoa. Del Marketing con causa a la responsabilidad social de la empresa. http://www.aedemo.es/aedemo3/socios/revista85/AD-85-09.pdf
4. Revista de Antiguos Alumnos IESE. (2010). "Hacer negocios cambiando el mundo". IESE Insight N°6 (p. 76).
5. Revista española del Tercer sector. "La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo". Recuperado de http://oa.upm.es/12404/1/INVE_MEM_2011_113263.pdf