










La RSE como estrategia de empresa: maximizando resultados a través de alianzas con grupos de interés



08-10-2007

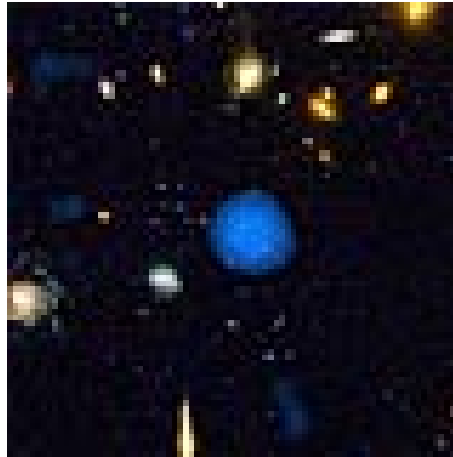


Índice de contenidos del Taller

-  1. Presentación conjunta
-  2. Aspectos Básicos de la RSE
-  3. Presentación de conclusiones
-  4. Aspectos Básicos de las alianzas
-  5. Taller: Recursos de las alianzas
-  6. Presentaciones
-  7. Debate y conclusiones de presentaciones



¿QUÉ ES LA RSE?



DEFINICIONES U.E.

- ∞ En el Libro Verde, la Responsabilidad Social de las Empresas se define como la “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Unión Europea, 2001, página 7).
- ∞ También es definida, en un sentido más amplio, como “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (Unión Europea, 2001, página 4).





ANTECEDENTES DE LA RSC



AÑOS 60



Ralph Nader



LOS TRISTES OCHENTA



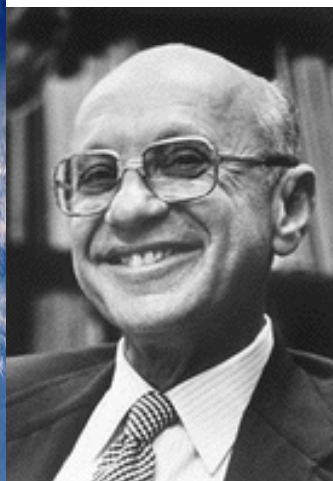
CAD CENTRO DE ALIANZAS PARA EL DESARROLLO

BFA DFB

agenda noviasalcedo de responsabilidad social

xertatu:

PROFETA DE LOS OCHENTA



- ∞ Cualesquiera que fueran las obligaciones morales asumidas por los empresarios como individuos, en lo que se refería a su trabajo, debían ceñirse a una única responsabilidad: la maximización de sus beneficios económicos.

Milton Friedman,

CAD CENTRO DE ALIANZAS PARA EL DESARROLLO

BFA DFB

agenda noviasalcedo de responsabilidad social

xertatu:

RÁPIDO RETORNO



Beyond Petroleum

- ∞ "Indudablemente tenemos la habilidad de tomar decisiones independientes o autónomas que afectan a otros; decisiones en inversiones que proporcionan trabajo y rentas de modo que pueden afectar a la riqueza de comunidades y gobiernos, y decisiones en el modo de hacer o trabajar de la empresa que puedan afectar a la sociedad de la que se forma parte. Es por ello que la pregunta sobre cómo se usa el poder es legítima".



John Browne, Director General de BP



The Body Shop

- ∞ “El concepto de la Nueva Responsabilidad Corporativa es tan complejo como cambiar nuestras nociones básicas de lo que nos motiva como empresarios, y lo que nuestras metas de negocio deberían ser. Esto sorprende a mucha gente: piensan que es una idea radical considerar cualquier otra cosa que no sea beneficios financieros... Nosotros, como líderes empresariales, podemos y debemos cambiar nuestra visión y nuestros objetivos”.



Anita Roddick, Presidente del Body Shop International plc



BILL CLINTON



- ∞ El reto en el que el mundo se encuentra actualmente, es de tal magnitud, que el proceso de mejora continua no es suficiente para generar cambios significativos. Hace falta que los líderes empresariales creen sistemas integrados e infraestructuras para sistematicen respuestas a los problemas actuales del mundo.
- ∞ Bill Clinton, Foro Económico Social, 2004



EL MUNDO EN QUE VIVIMOS



"los mercados globales operan en un mundo creciente de CNN. No se les puede dar la espalda"



CINCO PRINCIPIOS DE LA RSC

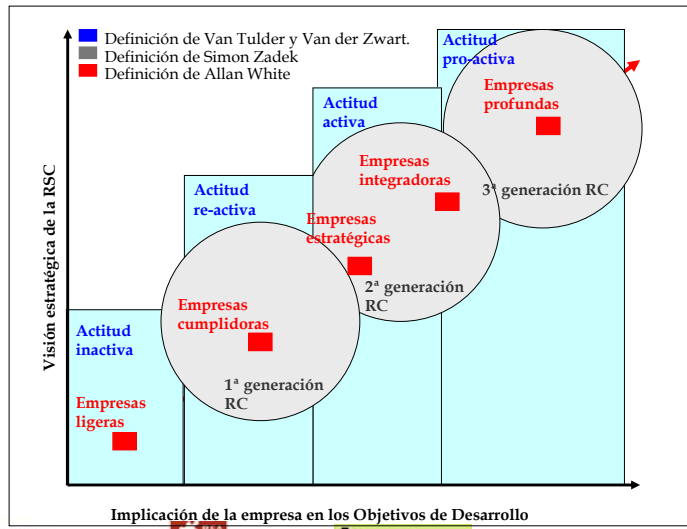
CIUDADANIA CORPORATIVA

- ∞ La empresa es un jugador principal en la política internacional, y existe un nuevo equilibrio entre la empresa, el gobierno y la sociedad civil;
- ∞ La empresa y los individuos están pensando globalmente;
- ∞ La empresa se dirige hacia donde la sociedad se dirige;
- ∞ Para que la gente progrese, el planeta debe progresar;
- ∞ Las empresas son comunidades de gente.





Evolución de la actitud de la empresa ante el desarrollo



ASPECTOS BÁSICOS DE LAS ALIANZAS





¿Que es una alianza?

“Las alianzas están formadas por dos o más organizaciones que trabajan en un marco de colaboración basado en:

- 1) objetivos y coyunturas sinérgicos que tratan o cumplen con aquellos temas y objetivos específicos que por sí solas no podrían alcanzar, y
- 2) que cada una de las organizaciones no puede adquirir mediante una transacción mercantil los recursos o competencias adecuados.”

Fuente: AccountAbility & BPD



¿Por qué trabajar en alianza?

La alianza proporciona una nueva oportunidad para trabajar aportando más valor social , gracias a la habilidad para reconocer las cualidades y competencias de cada sector y encontrar otras formas innovadoras de aprovechamiento de las mismas por el bien común.



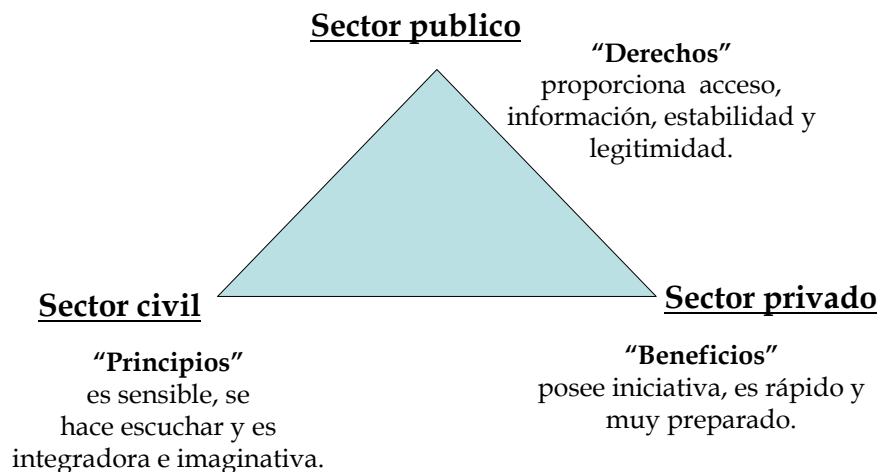


Los beneficios de trabajar en alianza

- Enfoques innovadores
- Una serie de mecanismos que permiten más eficacia, legitimidad y sostenibilidad
- Acceso a más recursos
- Mayor alcance
- Nuevas y más dinámicas redes de trabajo, canales de participación e influencia
- Un mayor entendimiento de cada sector y una sociedad más integrada y más estable



¿Que aportan los distintos sectores?





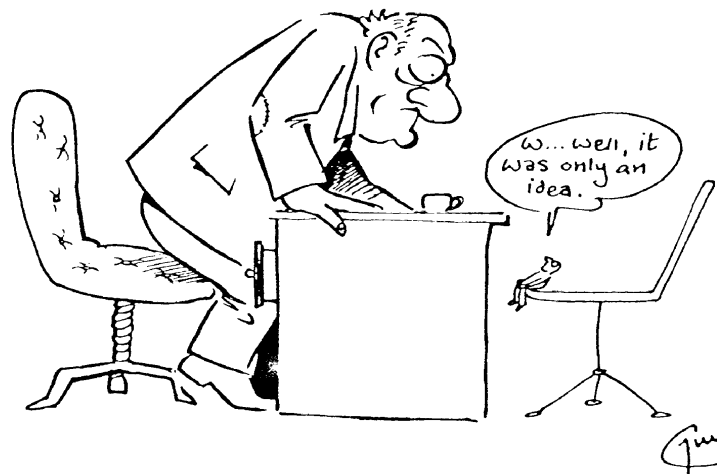
Más allá del Triángulo



Fuente: BPD



Apreciación de distintos recursos



: GUY VENABLES, THE PARTNERING INITIATIVE, IBLF

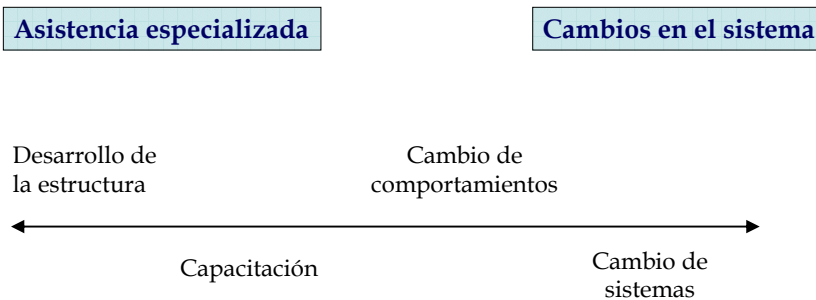
Distintas opciones



Fuente: BPD



Decidiendo Objetivos



Fuente: BPD





La realidad de las Alianzas

- ∞ No son sencillas
- ∞ Deben adecuarse al contexto en que trabajan.
- ∞ Los miembros deben necesitarse mutuamente.
- ∞ Los miembros, unidos gracias a los incentivos a encontrar por sus organizaciones, deben conseguirlos.
- ∞ Los miembros rara vez comparten intereses comunes, pero han de tener una definición común del proyecto o del trabajo.
- ∞ No deben ser permanentes, son mecanismos provisionales para cumplir con los objetivos hasta que los proyectos estén institucionalizados.



TALLER - RECURSOS DE LAS ALIANZAS

Partiendo de objetivos estratégicos definidos:

1. Construcción de un mapa de los agentes sociales claves en su entorno empresarial
2. Identificación de los recursos que tienen cada uno

OBJETIVOS: CONVERTIRSE EN REFERENTE DE VUESTRO SECTOR, A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN Y LA RENTABILIDAD, AMPLIANDO AL MÁXIMO VUESTRO MERCADO





CONCLUSIONES I

- ∞ Diferencia importante de objetivos y valor generado si la prioridad es rentabilidad económica o TPR.
- ∞ PYMES han de rentabilizar su responsabilidad social.
- ∞ Definición de objetivos estratégicos es básico.
- ∞ A veces los pequeños cambios generan grandes impactos (medidas internas)
- ∞ El proceso es sencillo: Visión + Diseño estratégico + Plan de acción + Identificación Recursos + Ejecución + Evaluación + Comunicación (interna y externa)
- ∞ Esencial: marcar bien objetivos estratégicos y valor esperado



CONCLUSIONES II

- ∞ Identificación exhaustiva de todos los agentes sociales, según el contexto (el menos esperado puede ser el que más aporta)
- ∞ No caer en estereotipos - Básico inventario de recursos (a veces hay sorpresas)
- ∞ Se habrá de satisfacer intereses diferentes, pero generar un objetivo común
- ∞ Las alianzas es un posible camino, no una meta
- ∞ Buenas alianzas siempre requerirán una buena celestina y mucho liderazgo
- ∞ Cambiando la gestión del poder... y por lo tanto, la gestión del liderazgo





Visítanos en:
www.globalcad.org

