

La Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en Panamá

Durante la pasada década, un creciente número de compañías a nivel mundial han adoptado la práctica denominada Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), define la RSE como un conjunto de políticas, prácticas y programas que conforman operaciones y actividades en el marco de la ética, conservación del medio ambiente, fomento del desarrollo en la comunidad, mercadeo responsable, fomento de la salud y seguridad en el trabajo, promoción de los derechos humanos y transparencia.

Diversos estudios demuestran que la RSE conlleva un impacto positivo para el desempeño económico de la empresa y contribuye a la postre a mejorar el valor de sus acciones. La RSE crea una imagen positiva ante los consumidores, inversionistas, empleados y la comunidad en general. De la misma forma, las empresas que adoptan la Responsabilidad Social alcanzan objetivos que van más allá del lucro, y que conllevan adicionalmente un impacto social, económico y ambiental positivo.

Las empresas dedicadas a las exportaciones por ejemplo, son las que más se benefician de la RSE ya que su competitividad se incrementa mediante la aplicación de normas de responsabilidad social que permiten a sus productos integrarse a los mercados mundiales, mediante estándares de calidad medio ambiental y social. Se trata por ende, de una estrategia integral que aumenta el valor agregado de la empresa y mejora su posición competitiva internacional.

Según el BID, entre los beneficios que derivan de la RSE figuran un mejor rendimiento financiero, reducción de costos de operaciones y el realce de la imagen y reputación de la empresa —con frecuencia los clientes se sienten atraídos y consideran de gran prestigio a marcas y compañías que aplican la RSE—.

La perspectiva esencial de la RSE radica en que visualiza la actividad empresarial como un juego en el que todos los participantes pueden ganar para mantener la sostenibilidad de la empresa y asegurar su supervivencia a largo plazo. Desde esta perspectiva, el enfoque de la RSE trasciende una visión centrada únicamente en la maximización inmediateista del valor para el accionista y se fundamenta en una concepción de tipo ganar-ganar para todas las partes a largo plazo.

El enfoque se basa en la necesidad de contemplar otros objetivos y de compaginar los intereses de todas las partes interesadas como lo son los accionistas e inversores, clientes, empleados, proveedores, colaboradores, y de la sociedad en general.

Manuel Castellero
Economista
Centro Nacional de Competitividad

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en Panamá las iniciativas de RSE han sido una práctica aun aislada, no formal y esporádica. En Panamá se encuentra en ejecución el proyecto de la Red de Pacto Global, ahora fusionada con los programas IntegraRSE y SumaRSE, cuyo propósito consiste en promover la incorporación de valores y principios a la visión estratégica y a las prácticas corporativas de las empresas locales.

En el año 2009, cuarenta y tres empresas adoptaron la responsabilidad social como una herramienta de negocio en Panamá. Al consultar a directivos, gerentes y empresarios sobre la razón que los motivó a adoptar las medidas de responsabilidad social empresarial, la gran mayoría respondió que lo consideraban una ventaja competitiva.

A pesar de los avances, resulta claro que en Panamá se requiere una política de Gobierno y de los gremios empresariales y de trabajadores que tengan como norte una más amplia instrumentación de la RSE.

Finalmente, resulta necesario superar la idea que la RSE es sólo para empresas grandes, ya que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), que forman parte de la cadena de abastecimiento, pueden también obtener grandes beneficios.

