
GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS: GUIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN

(Management der sozialen Verantwortung in Unternehmen: Leitfaden zur Umsetzung)

Irène Perrin, Peter Teuscher Alice Forel y Herbert Winistörfel
Hanser Fachbuchverlag (ISBN-13: 9783446427099 ISBN: 3446427090, Berlín), 2012.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es actualmente una de las grandes temáticas de estudio en el ámbito de la Administración. La acción de las empresas en relación con su entorno es una cuestión fundamental a la hora de evaluar el nuevo modelo de desarrollo sostenible.

Este nuevo modelo económico, marcado por la globalización, provoca que las empresas y las corporaciones aumenten su influencia y sus efectos en materia económica, social y ambiental en varios lugares del mundo, a través de sus filiales y asociaciones con empresas locales.

Por cuanto aún no existe un consenso explícito de lo que significa RSE, cada corporación o empresa expresará la forma y el grado de asumirla dentro de una estrategia de negocios, de modo de considerar diferentes situaciones en la relación y el diálogo con los *stakeholders*.

En junio de 2012 se publicó el libro alemán *Management der sozialen Verantwortung in Unternehmen: Leitfaden zur Umsetzung*, cuya traducción al español sería *Gestión de la Responsabilidad Social de las Empresas: Guía para la Implementación*. Escrito junto a la Universidad de Ciencias Aplicadas de Zurich (Suiza), este libro presenta una serie de directrices para empresas sobre la gestión de la RSE, resultado de un proyecto de investigación llevado a cabo por BSD Suiza y la Escuela de Administración y Derecho ZHAW.

::93::

Algunas de las temáticas abordadas en esta obra responden a preguntas esenciales que surgen a menudo en el seno de las organizaciones: ¿cómo pueden asumir las empresas su RSE? ¿Qué herramientas y qué enfoques pueden apoyar esta nueva postura? En términos muy generales, el libro muestra cómo las compañías pueden gestionar sus relaciones con grupos de interés e integrar sus expectativas de forma eficiente y efectiva en un solo enfoque para su sistema de gestión.

El libro está compuesto por tres partes denominadas A, B y C, dentro de las cuales se desarrollan los capítulos que abordan la temática. La parte A contiene temas relacionados al punto de partida de la empresa en materia de RSE así como también un análisis social de la empresa y de los *stakeholders*.

La parte B es mucho más extensa y hace referencia al análisis de cadenas de valor, de normas voluntarias en relación a los temas sociales y del incumplimiento por parte de la empresa de cuestiones formales e informales con la acción social. Profundiza, también, los temas relacionados con la priorización de principios básicos de la empresa: misión, visión y estrategias para desarrollar el tema social. Asimismo, realiza un exhaustivo análisis FODA de la empresa en este ámbito. Propone una estrategia o plan de acción sobre cuestiones sociales, además de ajustar la estructura de la empresa en todos los niveles, identificar barreras culturales y responsabilidades a nivel ejecutivo que permitan desarrollar la acción social con conocimiento y habilidades gerenciales.

La parte C de esta obra trata sobre la aplicación de procedimientos propios internos de la empresa

en la formulación de políticas y directrices de acción social. También ofrece una guía respecto del seguimiento y la calificación de los proveedores. Finalmente, analiza en profundidad la gestión de los recursos humanos en la empresa y la estrategia de asignación de los problemas sociales que aquejan al personal, plantea cuestiones relacionadas a la investigación y desarrollo así como también a la innovación en esta área.

El libro guía a pequeñas y medianas empresas a orientar sus políticas y estrategias a través de pautas para los directivos, que muchas veces se ven abrumados por el cumplimiento de reglas. En suma, se trata de una guía completa de gestión e implementación de la responsabilidad de las empresas en la actualidad.

Manuel Díaz Molina

::94::