

© DR. F. ROBERTO SOLANO MÉNDEZ

Colaboró por 34 años en la Universidad de las Américas Puebla, en donde fue decano de la Escuela de Negocios y Economía, director de UDLAP Consultores y profesor de tiempo completo en el Departamento de Mercadotecnia.

Doctor en Mercadotecnia por la Texas A&M University

Cuenta con un MBA por el Tecnológico de Monterrey, y es Ingeniero Químico Administrador por la misma universidad.

Se encuentra en proceso de concluir el master en Ecología Emocional impartido por el Instituto de Ecología Emocional de Barcelona.

Ha sido presidente de SLADE y CLADEA. Actualmente es presidente del capítulo México de SLADE y representante para la región 2 de CLADEA en México, Centroamérica y el Caribe. Actualmente es presidente del patronato de la Fundación Comunitaria Puebla.

IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Cuando se trata de personas que se encuentran en funciones de liderazgo y toma de decisiones estratégicas, emprendedores y, sobre todo, personas que deseen seguir creciendo y desarrollándose a nivel personal y organizacional con el claro objetivo de tener un impacto positivo en la sociedad, no pueden completar su estrategia sin haber pensado en la responsabilidad social corporativa.

Hoy en día es de suma importancia tener claro este tema, ya que, la responsabilidad social corporativa, aporta a la empresa un enfoque estratégico, reconociéndose e involucrándose en la sociedad a la que pertenece y, a su vez, obligándose a otorgar a su consumidor final, un producto o servicio que le dará una mejor posición o bienestar; a esto lo llamamos propuesta de valor.

Siguiendo esta propuesta de valor y desde un punto de vista holístico, es fundamental que las grandes, medianas y pequeñas empresas inicien este ejercicio del repensar el rumbo que tomarán en el futuro inmediato, reconociéndose como parte de un todo o, desde el punto de vista de la ecología emocional, un intersomos, pues existe un vínculo de la empresa, con la sociedad y el individuo, teniendo claro que todo lo que haga la empresa impactará a la sociedad y, a su vez, todo lo que suceda en la sociedad impactará a la empresa. Es por ello que al realizar una propuesta de valor holística se deben tomar en cuenta cinco líneas estratégicas. Las que le competen directamente a la empresa:



MARKETING RESPONSABLE

Contempla el intercambio justo. El término intercambio es fundamental en la sociedad, por lo que las empresas se presentan como facilitadoras de los servicios requeridos en el día a día. El intercambio justo es beneficiar al consumidor, a la empresa, pero también al entorno en donde se dan estos intercambios. ¿Mi producto le está haciendo bien a la sociedad?

Lo más importante que tiene una empresa y su sociedad más cercana son sus colaboradores. Por lo que se invita a las empresas a que trabajen en sus códigos de ética poniendo como eje central el sentido de pertenencia de los colaboradores con la empresa. Esto se lleva a cabo con cursos de ética empresarial con pertinencia, en donde se vean ejemplos de situaciones reales que enfrente dilemas éticos.

ÉTICA EMPRESARIAL

CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES

No sólo el salario es para el colaborador lo más importante, si no que se debe incluir beneficios, crecimiento e involucramiento dentro de la empresa, que llevarán finalmente al enganche emocional con el colaborador.

Una vez resueltos estos puntos con su sociedad más cercana, la empresa debe entender y apoyar los problemas que suceden en su entorno, aunque le competen al Gobierno, las empresas deben colaborar o hacer ver qué necesitan los colaboradores y sus familias para su bienestar. Lo que nos lleva a las siguientes líneas estratégicas:

Apoyo a la comunidad. Sumando se hace más. Las empresas deben conocer su entorno y deben apoyar a que éste sea el adecuado para sus colaboradores, creando una sociedad sana; ofreciendo diferentes servicios como seguridad, transporte, vías de comunicación y educación. Estas acciones de colaboración y resolución de problemas externos serán con el fin de

que los colaboradores se sientan seguros, reflejando los resultados directamente en la operación y, por consiguiente, en la productividad de la empresa.

Cuidado y protección del medio ambiente. La empresa debe reconocer primeramente que está en una comunidad y a veces por la misma operación se le daña; por lo que se deben tomar acciones para mitigar el impacto en las afectaciones al entorno.

Para adoptar la responsabilidad social corporativa se debe tener la convicción de que las empresas son parte de un entorno y debe haber interés en adoptar esta filosofía, pues además de hacer el bien, también se verán afectados positivamente los indicadores de rentabilidad del negocio. **G**