

RSE.- Nueva herramienta para entender el impacto del negocio en el desarrollo

Entender los impactos sociales y económicos de las actividades de la compañía, es crítico para formular estrategias innovadoras que cumplan con las demandas del mundo actual, con marcas y servicios que mejoren la calidad de vida en una manera sostenible y equitativa.

El reto para las compañías está en la medición de los impactos de estas estrategias no sólo en términos de desempeño financiero sino también sobre como benefician a la sociedad.?(Paul Polman, el CEO de Unilever)

Muchas empresas en América Latina todavía están buscando una dirección en cuanto a sus acciones de responsabilidad social. Algunas acciones están alineadas con su negocio, mientras que otras son actividades aisladas. Para que una empresa logre integrar la responsabilidad social como parte estratégica, es prioritario que conozca y entienda sus efectos económicos, sociales y medioambientales. Esta información es clave para tomar decisiones asertivas y de beneficio tanto para la empresa como para la sociedad. Esta información además podría ayudarla a identificar nuevas oportunidades de negocio y disminuir los riesgos en la asignación de recursos e inversión.

Con el objetivo de ayudar a las empresas a conocer sus impactos, Oxfam desarrolló una herramienta para analizar todas las actividades de la empresa y lograr identificar la huella en la pobreza o poverty footprint los efectos de la empresa en la sociedad y las personas de bajos ingresos. La herramienta es una metodología mejor conocida como ?Poverty Footprint Methodology?. Esta herramienta sirve para identificar no sólo oportunidades para la empresa en cuanto a oportunidades de negocio, sino para entender de que manera se puede vincular con personas de bajos ingresos y tener un impacto en el desarrollo equitativo.

Un ejemplo que da Oxfam, es el de una compañía de la India, Harian Jissan Baazar, que realizó el estudio para identificar los efectos de sus operaciones en el desarrollo. Al inicio del estudio, cuando se preguntó acerca de la relevancia de las mujeres en las operaciones de la compañía, los empleados no entendían el rol de las mujeres en su cadena de valor y mercados. Después de hacer algunas preguntas a sus clientes, se percataron de que más del 70% de sus clientes eran mujeres. De esta manera lograron entender y mejorar sus operaciones relacionadas con las mujeres y se comprometieron directamente con ellas.

Comparado con otros procesos, el análisis esté va más allá de la cadena de valor. A diferencia de una auditoría o certificación, examina los principios estratégicos del negocio y su enfoque, combinado con la manera en que impacta a la sociedad. A pesar de ser una metodología estándar, cada caso es distinto ya que examina el modelo de negocio que lleva a los efectos de de la sociedad. En general, busca analizar cinco áreas claves de la compañía:

- 1- Cadena de Valor
- 2- Macro economía y distribución de riqueza
- 3- Políticas e instituciones
- 4- Implicaciones sociales de prácticas ambientales

5- Desarrollo del producto y mercadotecnia

Además el estudio analiza distintas dimensiones de pobreza, incluyendo: estándares de vida, salud y bienestar, diversidad y equidad de género, estabilidad y seguridad, empoderamiento o 'empowerment'. Para conocer más sobre la metodología de 'Poverty Footprint' favor de revisar el documentno de Oxfam sobre cómo los negocios pueden entender más su impacto en la pobreza (Documetno de Oxfam)

Marta Belden

[Diario Responsable](#)

Fecha artículo: lun 01 mar 2010 06:00:00 CET

Cristino Martos, 4
28015 Madrid

Tel 91 540 92 82 Fax 91 548 28 10
comfia@comfia.ccoo.es