

La RSE será como pagar impuestos o cumplir la ley: pwc



ENRIQUE BERTRÁN,
socio de la Práctica de Sustentabilidad de pwc en México.



RAÚL PÉREZ,
socio líder de Operaciones de pwc en México.

Estas entrevistas fueron realizadas como parte del estudio "Panorama de la Responsabilidad Social en México", elaborado por la agencia especializada Responsable. El estudio mide la percepción de 1,645 participantes y estará disponible en línea, a partir del 29 de noviembre próximo en el portal www.responsable.net.

Redacción
EL ECONOMISTA

ELEMENTO FUNDAMENTAL para la operatividad actual de las empresas es la responsabilidad social. Desde la visión de la consultoría pwc, la fórmula para aplicar mejor la responsabilidad social es la ruta de la sustentabilidad, que abarca cuatro ejes a desarrollarse de manera paralela: estrategia, organización, productos, servicios y consumo, e información.

A decir de Enrique Bertrán, socio de la Práctica de Sustentabilidad de la firma en México, las empresas requieren aún atravesar por un proceso de convencimiento de que la responsabilidad social es un negocio. En un futuro no muy lejano —asegura—, la responsabilidad social será un requisito para poder operar, como lo son ahora el pago de impuestos y cumplir con la ley.

“Es habitual que les hablemos de términos como ‘licencia social’, la cual no se obtiene si la empresa no trabaja responsablemente, no significa filantropía o negociar con las autoridades, es algo que la sociedad le otorga porque está convencida de que la empresa debe operar en su comunidad; obviamente no es fácil de obtener”, explica.

Bertrán aconseja a las empresas no cometer el error de difundir que son socialmente responsables luego de un incidente. La comunicación es un proceso lento, continuo y bidireccional, sin ella no se genera credibilidad en la responsabilidad social.

“En cambio, si pregunto de manera continua a mis grupos de interés lo que quieren saber

de mi empresa, genero seriedad y, ante un incidente, la comunidad va a estar convencida de que fue un error”, dice.

Opina que la sociedad mexicana es muy solidaria en casos de desastre, pero aún falta que las empresas formalicen la responsabilidad social. El gobierno de México ha sido de los pocos que se han comprometido a reducir sus emisiones contaminantes y, en este sentido, el sector empresarial va atrás.

"EL NEGOCIO ES LA GENTE"

Raúl Pérez Ríos, socio líder de Operaciones de pwc en México y responsable del Comité de Responsabilidad Corporativa de la firma, destaca la importancia de identificar las necesidades en cada comunidad, lo que se puede hacer dejando que los colaboradores elijan los temas clave que aquejan a la población y que se encuentren alineados al negocio o que el público en general proponga iniciativas a través de una página web.

Hay que estar abiertos a la diferencia y pensar que el negocio no está en la marca sino en la gente: en los colaboradores de la empresa, sugiere.

La responsabilidad social en México —considera— está condicionada por la complejidad del país, su dimensión y situación económica.

“En otros países el estándar de vida es más generalizado y, por ello, son naciones más predecibles. En el caso de México no hay respuestas puras, sino situacionales: las empresas no podemos responder igual, aunque arranquemos de los mismos valores porque las complejidades socioeconómicas son distintas”, explica.



► Inicio

La RSE será como pagar impuestos o cumplir la ley: pwc

25 [Noviembre](#), 2013 - 21:53 Crédito: Redacción

Elemento fundamental para la operatividad **actual** de las empresas es la responsabilidad social. Desde la visión de la consultoría pwc, la fórmula para aplicar mejor la responsabilidad social es la ruta de la sustentabilidad, que abarca cuatro ejes a desarrollarse de manera paralela: estrategia, organización, productos, servicios y consumo, e información.

A decir de Enrique Bertrán, **socio** de la Práctica de Sustentabilidad de la firma en México, las empresas requieren aún atravesar por un proceso de convencimiento de que la responsabilidad social es un negocio. En un futuro no muy lejano -asegura-, la responsabilidad social será un requisito para poder operar, como lo son ahora el pago de impuestos y cumplir con la ley.

“Es habitual que les hablemos de **términos** como 'licencia social', la cual no se obtiene si la empresa no trabaja responsablemente, no significa filantropía o negociar con las autoridades, es algo que la sociedad le otorga porque está convencida de que la empresa debe operar en su comunidad; obviamente no es fácil de obtener”, explica.

Bertrán aconseja a las empresas no cometer el error de difundir que son socialmente responsables luego de un incidente. La comunicación es un proceso lento, continuo y bidireccional, sin ella no se genera credibilidad en la responsabilidad social.

“En cambio, si pregunto de manera continua a mis grupos de interés lo que quieren saber de mi empresa, genero seriedad y, ante un incidente, la comunidad va a estar convencida de que fue un error”, dice.

Opina que la sociedad mexicana es muy solidaria en casos de desastre, pero aún falta que las empresas formalicen la responsabilidad social. El gobierno de México ha sido de los pocos que se han comprometido a reducir sus emisiones contaminantes y, en este sentido, el sector empresarial va atrás.

COMPARTIR

NOTAS RELACIONADAS

[Empresas galas dan impulso a la RSE en México](#)

[Pemex invertirá en comunidades 2% del monto de sus contratos](#)

[Alistan piloto para reportar con GRI 4](#)

[Actinver apoya a OSC por tercer año](#)

[Telefónica se abre a fusiones en México](#)

ÚLTIMAS NOTICIAS

[Redes sociales, liberación de China: Google](#)

[Cae confianza del consumidor de EU](#)

[Acuerdo con Irán continúa impactando en precio del crudo](#)

[España completa su programa de deuda pública](#)

[Filial de Pemex compra 51% de astillero español](#)

+ LEIDO

[Ladrón de iPhone sorprende a internautas chinos \(22,108 hits\)](#)

[Marco jurídico mejorará política digital \(21,894 hits\)](#)

[Estrategia Digital potenciará desarrollo de México: Peña Nieto](#)

“EL NEGOCIO ES LA GENTE”

Raúl Pérez Ríos, socio líder de Operaciones de pwc en México y responsable del Comité de Responsabilidad Corporativa de la firma, destaca la importancia de identificar las necesidades en cada comunidad, lo que se puede hacer dejando que los colaboradores elijan los temas clave que aquejan a la población y que se encuentren alineados al negocio o que el público en general proponga iniciativas a través de una página web.

Hay que estar abiertos a la diferencia y pensar que el negocio no está en la marca sino en la gente: en los colaboradores de la empresa, sugiere.

La responsabilidad social en México -considera- está condicionada por la complejidad del país, su dimensión y situación económica.

“En otros países el estándar de vida es más generalizado y, por ello, son naciones más predecibles. En el caso de México no hay respuestas puras, sino situacionales: las empresas no podemos responder igual, aunque arranquemos de los mismos valores porque las complejidades socioeconómicas son distintas”, explica.

***Estas entrevistas fueron realizadas como parte del estudio “Panorama de la Responsabilidad Social en México”, elaborado por la agencia especializada Responsable. El estudio mide la percepción de 1,645 participantes y estará disponible en línea, a partir del 29 de noviembre próximo en el portal www.responsable.net**

(12,006 hits)

Premian trayectoria de Juan Ramón de la Fuente (11,836 hits)

Google, en contra de violencia hacia la mujer (10,970 hits)
