

Entrevista a Wayne Norman

En ocasión de su pasaje por Montevideo para dictar el Curso “Ciudadanía Corporativa: la Responsabilidad de las empresas hacia la sociedad” en la Universidad Católica del Uruguay, DERES tuvo la oportunidad de entrevistar al Prof. Norman (*) acerca de algunos aspectos relativos a la Responsabilidad Social Empresaria.



¿Cómo entiende la ciudadanía corporativa? Ciudadanía corporativa, ética empresarial, Responsabilidad Social Empresaria son ideas que se encuentran relacionadas y todas pueden significar cosas distintas para personas diferentes. Sin embargo, una idea que define la ciudadanía corporativa es que las empresas son parte de la comunidad, que deben convivir con sus vecinos, dialogar y así tener derechos y obligaciones como miembros de esa comunidad. Diferentes teorías de la ética empresarial nos ayudan a aclarar cuáles son exactamente esos derechos y esas obligaciones.

¿Cómo fue el curso que vino a dar a Uruguay?

El curso fue una experiencia muy interesante, integrado por empresarios que invierten su tiempo después de su trabajo en capacitarse y en venir a hablar sobre la ética empresarial. Para mí como profesor fue muy interesante ver la visión que existe aquí a diferencia de América del Norte y Europa.

¿Cuáles son las ventajas competitivas de las empresas socialmente responsables?

Una empresa socialmente responsable obtiene beneficios de cultura e imagen, logrando atraer y retener buenos empleados, socios y proveedores entre otros. La imagen y el branding de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ayudan a atraer a los consumidores y a motivar a los empleados. Asimismo se obtienen beneficios estratégicos que surgen de la ventaja de ser adelantados, vanguardistas en este concepto. En muchos mercados puede haber de un 20% a 60% de consumidores que pagarían más (o cambiarían de marcas) para apoyar empresas socialmente responsables. Finalmente, un tercer factor abarca un intercambio de mayor información entre todos los stakeholders, transparencia y confianza.

Después de su visita a Uruguay ¿Cómo ve que es entendida la RSE en las empresas uruguayas?

En realidad no me encuentro en una muy buena posición para contestar esta pregunta. Mi impresión después de estar charlando con muchos empresarios uruguayos es que la RSE en este país está principalmente identificada con empresas dando dinero para caridad. Si esto es así es en alguna manera poco afortunado. Donar dinero para caridad es solamente una cosa en cientos de las que una empresa socialmente responsable puede hacer. Es también poco probable que le traiga muchos beneficios para la empresa. Aunque obviamente ayude a mejorar la imagen de la empresa, también reduce ganancias directamente. Es así que existen muchas otras cosas que pueden hacer las empresas responsables que pueden mejorar su relacionamiento con sus stakeholders (como empleados, proveedores, comunidad local) pero que pueden costarle poco dinero y a su vez mejorar sus ganancias y la perspectiva del negocio. Por ejemplo, esfuerzos de una empresa por ser más transparente puede ayudar a los gerentes que contarán con más y mejor

información sobre las percepciones de los stakeholders y así crear una atmósfera de confianza y seguridad.

¿Cómo cree que contribuye a las empresas estar asociadas entre sí –como en DERES– para tratar el tema de RSE?

Organizaciones como DERES son muy útiles por una cantidad de razones, especialmente empresas medianas y pequeñas que buscan ayuda y consejos sobre las mejores prácticas para las empresas socialmente responsables. Muchas compañías ya tienen sus prácticas, creadas por ellos mismo, que le han dado mucho éxito. En general, estas empresas están orgullosas de compartir esas innovaciones con otros negocios y así organizaciones como DERES les dan la oportunidad de intercambiar entre ellas, acercan a las empresas entre sí. Se realizan eventos en los que las mejores prácticas se difunden y existe una fluida comunicación a través de la página web con casos exitosos y material relativo a la temática. En tanto, es bueno que las empresas cuenten con los mismo cuestionarios evaluatorios y que se puedan auto auditar en cuanto a sus acciones socialmente responsables.

() Wayne Norman es Profesor de la Universidad de Montreal, especializándose en temas relativos a la Ética Empresarial , auditorías éticas y RSE. Ha trabajado con empresas y ONG's en aspectos relativos al desarrollo de políticas éticas y códigos de conducta. Es autor de libros y artículos especializados destacándose "Getting to the Bottom of Triple Bottom Line" que se refiere a compatibilizar el interés económico de las empresas con el desarrollo sustentable.*