



Twitter



Seguir a @todoenunollok

+Aa -Aa



COMPARTIR

RSE - SOSTENIBILIDAD

El 85% de los actores involucrados con la RSE consideran que sin rentabilidad no hay sostenibilidad empresarial

22-10-2013 | La investigación realizada por la consultora solarisScope*, "Investigación sobre RSE en el Mundo Hispano", con respuestas provenientes de 16 países (78% de Sudamérica, 2,5% de Centroamérica, 5% de Norteamérica y 14,5% de Europa) muestra que el 85% de los actores encuestados coincide con que "La sostenibilidad empresarial depende, en primer lugar, de que la empresa mantenga la rentabilidad".

El estudio puso a consideración de los diferentes actores vinculados con la RSE (para validar o descartar) creencias, conceptos y definiciones centrales del tema en cuestión.

Nuestra intención, afirma Fernando Solari –quien lidera la consultora–, es la de identificar las tendencias que se encuentran latentes en el mercado. Estas señales nos permiten elaborar el mapa que indica hacia donde evolucionarán los conceptos y qué recorrido trazarán las nuevas ideas e innovaciones. Logrado esto podemos ponerlas en acción generando valor para todos los actores que integran la comunidad. Investigamos para actuar; de mejor manera y con mejores resultados.

La muestra copió, en buena medida, la composición de la comunidad con equilibrio entre sexos [49% de quienes respondieron son hombres y 51% mujeres] tanto como la distribución de sus ocupaciones [23,5% Empleados, 21% Jefes/Encargados de Área, 24,5% Gerentes/Directores, 8,5% Presidentes/CEOs/Gerentes Generales y 22,5% Dueños/Soclos].

Rodear al concepto central de la RSE poniendo en consideración sus diferentes aristas generó que, frente a la afirmación "Las empresas hacen lo que la comunidad les permite que hagan [en forma directa con su aprobación o rechazo; o en forma indirecta a través de lo que regulan sus representantes políticos]" el 68% estuvo de acuerdo; mientras que, quienes acordaron con "El vínculo principal entre empresa y comunidad es el dinero" representan al 43,5%.

Estas investigaciones no pueden hacerse en forma aislada ni en solitario, señala Fernando Solari; localmente contamos con el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina [www.rpp.org.ar] como facilitador y en Europa con el apoyo de nuestro socio María Moreno y su consultora Building Communities [www.buildingcommunities.eu].

La madurez que evidencia la comunidad anticipa el final de la etapa de la "filantropía tuneada" –en la que se llevan a cabo acciones "conmovedoras" que solo representan gastos para la empresa e ilusiones falsas para la comunidad– y el inicio de una etapa de estrategia que guíe a las acciones para permitirles generar resultados de valor sostenible, tanto para la comunidad como para la empresa que la integra.

(*) *solarisScope es una consultora que brinda consultoría en Estrategia Competitiva, Responsabilidad Social Empresarial (Estrategias), Creatividad Aplicada, Comunicación Institucional, Comunicación de Bien Público aplicando una metodología propia [Lazos Comunitarios] www.solarisScope.com



Twitter



Seguir a @todoenunollok

+Aa -Aa



COMPARTIR

¿Cuál es la me
para mí ne

Cuan
está
jueg
protec

Newslet

★ Todo en

Suscriba

GRA

para re
las no
en su e

Hacete

faceb

Seguin

twit