

La Argentina saca un 6,59 en Responsabilidad Social

Mañana junto a *El Cronista* se editará la primera edición de la Guía 2011 de RSE. Más de 100 empresas revelan sus estrategias. Los especialistas analizan la otra cara del mundo corporativo y le ponen nota a la situación actual. Anticipan los proyectos relacionados con el medio ambiente y su implementación

JOSÉ DEL RIO Buenos Aires

El desafío no era menor. "¿Cómo ve la responsabilidad social en la Argentina y cómo califica su situación? Califique de 1 -lo peor- a 10 -la perfección- su puntaje", fue la consigna a la que respondieron más de 100 especialistas en sustentabilidad de la Argentina. El ejercicio tenía una misión concreta: medir, en función del punto de vista de quienes más conocen del tema, cuál es la situación real que atraviesa el país en términos de estrategias implementadas y de gestión. Si bien los más críticos pusieron un cuatro en su particular boletín y los más benévolo apostaron a un 8, el promedio de los más de 100 especialistas encuestados concluye en un 6,59. Los críticos justifican su punto de vista en que hay "más marketing que convicción", en tanto los más optimistas señalan que "se están dando grandes progresos". No obstante, propios y ajenos aseguran que "se ha avanzado realmente mucho en la Argentina".

Pero más allá del puntaje, la apuesta de la Guía 2011 de RSE pasa por relevar las experiencias de 100 empresas en acción, las estrategias de los grandes filántropos internacionales y los proyectos de aquellas Organizaciones no Gubernamentales cuyos fundadores cuidan al detalle sus planes de negocios. No es una contradicción, sino la mejor forma que encontraron para hacer de sus respectivas misiones una estrategia a largo plazo. También se analizan las principales apuestas a favor del

medio ambiente, las claves del marketing sustentable, las ventajas y desventajas de los reportes sociales y las perspectivas, según la opinión de doce de los referentes globales del tema. Bernardo Kliksberg, presidente de la Red Iberoamericana de Universidades por la RSE y autor del flamante libro *Escándalos éticos* destaca que "todavía queda mucho por hacer"; Javier Zanetti, creador de la Fundación Pupi señala que es imprescindible "la construcción de un nosotros"; Agustín Salvia, investigador del Conicet y coordinador del Observatorio de la Deuda Social asegura que es clave "transferir capacidades con miras al largo plazo"; Marcelo Paladino, decano del IAE, suma los desafíos para la dirigencia empresaria; mientras Luis Ulla, director ejecutivo del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) va por la generación de grandes consensos nacionales. Estos son sólo algunos de los columnistas que prestigian nuestras páginas con el foco principal en el largo plazo. En la parte de "empresas en acción" también se detallan a modo de síntesis algunos de los presupuestos y proyectos, las marcas que se suman a la ola responsable y el debate sobre necesidad o conveniencia, también tiene su espacio. Los principales programas de RSE que aportan las compañías y las actividades que apoyan se suman también a este anuario en el que con nombre y apellido los responsables del área califican la situación de la Res-

EL CRONISTA

RSE

Responsabilidad Social Empresaria

2011

Más de 100 empresas en acción. Las estrategias más originales. La visión de los especialistas. Los proyectos relacionados con el medio ambiente y su implementación. La epítofa 2.0. Mifos y verdades sobre una tendencia que llegó para quedarse.

ESPECIAL SUPLENTO
 Más información sobre el suplemento en el sitio web de El Cronista y en el suplemento que acompaña a esta edición de la revista.

ponsabilidad Social en el país.

La nueva revista de RSE es sólo el puntapié inicial de éste que será un año clave para el suplemento Socialmente Responsables que, desde el próximo mes de abril incorpora una frecuencia mensual, de la versión trimestral que tuvo en 2010. Es que, como dicen varios

de los entrevistados en este número, la clave en términos de Responsabilidad Social Empresaria no pasa por hablar, sino por hacer. De ahí que esperamos que el imperdible contenido de esta revista sirva para inspirar nuevas formas de retorno que van mucho más allá del deber o el haber.