

## Economía\_Empresarios con identidad

Empresas con identidad 

# La responsabilidad social: un nuevo modo en la gestión

La empresa se nutre e influye en su propio entorno • Las decisiones deben adaptarse también a las necesidades de la comunidad

**Iratxe López.** Barcelona  
La creciente sensibilización de las organizaciones por utilizar unas prácticas empresariales que satisfagan las preocupaciones de la sociedad hace que sean cada vez más las empresas que desean asumir de manera completa su responsabilidad social. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre clientes, plantilla, accionariado, comunidades locales, medio

ambiente y sobre la sociedad en general.

Se puede decir que la Responsabilidad Social Empresarial es algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las rela-

ciones públicas u otros beneficios empresariales. Es en realidad un grupo de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial, que soportan el proceso de toma de decisiones.

Las empresas van adquiriendo unos hábitos, un modo de hacer las cosas, partiendo de su libertad para actuar y

para tomar decisiones. Esta forma de hacer las cosas, este carácter de las empresas, es precisamente lo que intenta orientar la ética empresarial, ayudando a que se vaya configurando una cultura empresarial que responda a las exigencias de los diferentes grupos de interés que la rodean.

La RSC significa un cambio grande en la empresa. La conciencia de una responsabilidad social parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias sino que dependiendo y nutriendo-

se de su entorno, influye necesariamente en este. Suele afirmarse que la empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la

**La RSC debe integrarse en el conjunto de la gestión**

comunidad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no sólo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario.

Para más información escriba a [empresariosconidentidad@intereconomia.tv](mailto:empresariosconidentidad@intereconomia.tv)

### TURFGRASS

## Un jardín sostenible

El césped artificial es la alternativa perfecta a la hierba natural cuando su mantenimiento es costoso, para conseguir una mayor rentabilidad en instalaciones deportivas, y sobre todo, en lugares en los que el clima no permite su crecimiento y por tanto supone un importante ahorro de agua. En Muro del Alcoy (Alicante), se encuentra Turfgrass, una marca de la firma Doménech Hermanos SA, fundada en 1899, que además de reunir las ventajosas propiedades de cualquier hierba sintética, marca la diferencia por operar bajo una política de calidad y servicio y un elevado equilibrio entre desarrollo y naturaleza, por estar comprometida con el desarrollo sostenible.

Siendo conscientes de que el ahorro de agua sigue siendo uno de los discursos



Producto sostenible.

comerciales a la hora de promover el césped artificial, Turfgrass fue pionera a nivel europeo en la producción de césped artificial acabado con poliuretano ya en 2007, generando desde entonces un ahorro de agua del 100% durante su proceso productivo y una reducción energética a más del 50%. La larga vida de sus productos (garantías de hasta más de 10 años) y su posible reutilización son otros de los méritos de la firma, junto a la innovación.

### MOORE STEPHENS

## Asesoramiento plurilingüe

Moore Stephens Ibérica de Auditoría fue fundada en Madrid en 1990. Su objeto social es la prestación de servicios de auditoría y de asesoramiento empresarial en las áreas fiscal, legal, contable y laboral, pudiéndose ocupar también de la ejecución de cualquier trabajo de dichas áreas, permitiendo a la empresa externalizar servicios, reduciendo su estructura y ahorrando costes. Moore Stephens Ibérica de Auditoría cuenta con una plantilla de profesionales con un elevado nivel de formación y especialización que pueden prestar sus servicios profesionales en otros idiomas no nacionales como inglés, francés, alemán o italiano, disponiendo de una amplia experiencia internacional en la prestación de servicios a empresas extranjeras.



Fernando Fernández Sallent, socio director.

Moore Stephens Ibérica de Auditoría es Firma Miembro de Moore Stephens International Limited, red Internacional de Auditores, Consultores y Asesores de empresas de alta cualificación profesional que está extendida en 98 países. Ello permite ofrecer a sus clientes asesoramiento en un entorno plurinacional. Fernando Fernández Sallent, socio director, está satisfecho del esfuerzo después de alcanzar la 12ª posición en el ranking de facturación nacional.

### MACSA

## Marcaje láser y solidaridad

Macsca, empresa española proveedora de soluciones para la codificación y marcaje, apuesta por el crecimiento a nivel nacional e internacional. La exportación representa un 49% del total de la cifra de negocio. Estos resultados son debidos a la alta penetración en los países del Sureste Asiático donde Macsca ha alcanzado acuerdos de primer orden con empresas como Samsung, LG y Hyundai, y a la sólida posición que mantiene en los principales países europeos. Además, ha abierto dos nuevas oficinas de representación en México y Singapur y ha reforzado su catálogo con nuevos productos diseñados específicamente para este segmento de mercado. Según Jordi Piñot, consejero delegado de Macsca, "la expansión internacional y la inversión constan-



Marcador láser.

te en investigación son las claves de estos resultados tan satisfactorios".

Macsca también apuesta por el crecimiento local. En diciembre inauguró una nueva planta en Sant Joan que la convierte en líder del sector en nuestro país. Pero su compromiso va más allá de la acción empresarial: Macsca Solidaria ha colaborado con la Fundación Vicente Ferrer en la zona de Tadipatri, en Anantapur, y actualmente emprende nuevos proyectos solidarios en España.

### ANALIZA CONSULTORÍA

## Gestión estratégica

Según la empresa especializada en proyectos de gestión estratégica, Analiza, la Responsabilidad Social Corporativa para una consultora en el momento actual se mide con un indicador: ¿Cuántos empleos somos capaces de generar entre nuestra empresa y las de nuestros clientes? El mensaje de Analiza es "trabajar entre todos los que formamos parte del tejido empresarial para que el ADN de nuestra gestión sea menos cortoplacista y más estratégico. Así las empresas consiguen crecer y generar empleo".

Analiza, dentro de su estrategia de RSC, establece no limitar su actividad a empresas grandes sino desarrollar también más de un 10% de sus proyectos en empresas de nueva creación. Su director general, Álvaro Aznar, explica que "la



Álvaro Aznar, director general.

clave del crecimiento y de la generación de empleo es la creación de un modelo de negocio que girando sobre algún factor diferencial nos haga ser percibido como únicos por nuestro cliente objetivo" y aplicando dicha fórmula a través de su método Analiza Strategic Planning® han conseguido que las empresas que lo utilizan hayan aumentado de media en el periodo 2008-2011 un 12,5 % sus empleados, un 15% su facturación y un 19% la rentabilidad.