

## APUNTES SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN CUBA

*“La RSE en Cuba debe ser concebida como un proceso participativo que articula lo ético, social y ambiental en función del bien común.” Gómez Arencibia & Barrera Rodríguez (CIPS)*

El estudio e implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Cuba, es un tema relativamente reciente y muy vinculado a las transformaciones económicas y sociales del país.

El concepto empezó a ser introducido desde hace más de una década por académicos e instituciones de educación superior, principalmente a través de investigaciones y publicaciones, adaptando el concepto internacional a la realidad y el modelo económico socialista cubano.

Igualmente, sirvió como referencia práctica, la colaboración con empresas extranjeras que ya aplicaban políticas de RSE en sus países de origen.

A partir del 2015, el concepto se comenzó a ver, no solo como una herramienta de *marketing*, sino como una contribución al desarrollo local y a la solución de problemas comunitarios.

Con la creación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y las cooperativas no agropecuarias en el sector privado, la RSE se incorpora al marco regulatorio, en evolución para estas empresas, y recibe un reconocimiento explícito en el Decreto-Ley 88/2024, que establece las obligaciones y compromisos empresariales con los trabajadores, la sociedad y el medio ambiente.

A pesar de que en Cuba no existe una ley única sobre RSE, coexisten un conjunto de principios, regulaciones y lineamientos que establecen normas en materia de ética empresarial, derechos laborales, sostenibilidad y transparencia para las empresas cubanas, ya sean estatales o privadas.

Una empresa es considerada socialmente responsable cuando adopta prácticas que van más allá de la simple búsqueda de beneficios económicos y se compromete con el bienestar social, ambiental y económico de su entorno.

Algunas acciones que identifican su compromiso ético y responsable incluyen:

1. **Prácticas Laborales Justas:** ofrecer condiciones de trabajo justas, salarios dignos, horarios razonables y beneficios adecuados para los trabajadores.
2. **Respeto al Medio Ambiente:** implementar políticas de sostenibilidad, como la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos y la gestión adecuada de desechos.

3. **Transparencia y Ética Empresarial:** operar con integridad, ser transparente en sus operaciones y mantener una comunicación abierta con sus grupos de interés.
4. **Compromiso con la Comunidad:** participar en iniciativas que beneficien a la comunidad local, como donaciones, programas de voluntariado corporativo o el apoyo a proyectos comunitarios.
5. **Promoción de la Diversidad e Inclusión:** fomentar un ambiente laboral inclusivo que respete la diversidad en todos sus aspectos, promoviendo la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores.
6. **Producción Responsable:** asegurarse de que sus productos o servicios sean seguros, de calidad y no perjudiquen a los consumidores ni al medio ambiente.
7. **Cadena de Suministro Ética:** trabajar con proveedores que también cumplan con estándares éticos y sostenibles, asegurando prácticas responsables en toda la cadena de valor.
8. **Educación y Capacitación:** invertir en el desarrollo profesional de los trabajadores a través de programas de capacitación y educación continua.
9. **Innovación Sostenible:** desarrollar productos y servicios que contribuyan a la sostenibilidad y que respondan a las necesidades sociales y ambientales.
10. **Responsabilidad Fiscal:** cumplir con las obligaciones fiscales de manera ética, evitando la evasión fiscal y contribuyendo al desarrollo del país.

Estas acciones no solo ayudan a construir una imagen positiva de la empresa, sino que también pueden generar lealtad entre los clientes y mejorar el clima laboral, lo que a largo plazo puede traducirse en beneficios económicos.

Gestionar acciones de responsabilidad social empresarial es fundamental para las organizaciones por varias razones:

1. **Mejora de la reputación:** las empresas que practican la responsabilidad social tienden a ser vistas de manera más positiva por el público, lo que puede traducirse en una mejor imagen de marca y mayor lealtad de los clientes.
2. **Aumento de la competitividad:** en un mercado cada vez más consciente de los temas sociales y ambientales, las organizaciones que demuestran un compromiso genuino con la responsabilidad social pueden diferenciarse de sus competidores.
3. **Atracción y retención de talento:** los trabajadores, especialmente las generaciones más jóvenes, valoran trabajar para empresas que tienen un impacto positivo en la sociedad. Esto puede ayudar a atraer y retener a los mejores talentos.
4. **Reducción de riesgos:** practicar la responsabilidad social puede ayudar a las organizaciones a identificar y mitigar riesgos relacionados con cuestiones sociales y ambientales, lo que puede prevenir crisis futuras.
5. **Contribución al desarrollo sostenible:** las organizaciones que adoptan prácticas responsables contribuyen al bienestar de las comunidades en las que operan, promoviendo un desarrollo sostenible que beneficia tanto a la empresa como a la sociedad.
6. **Cumplimiento normativo:** las regulaciones están comenzando a exigir un mayor nivel de responsabilidad social. Adoptar estas prácticas proactivamente

puede ayudar a las organizaciones a cumplir con las leyes y regulaciones pertinentes.

**7. Fidelización de clientes:** los consumidores son cada vez más conscientes de los problemas sociales y ambientales. Las empresas que demuestran un compromiso auténtico con la responsabilidad social pueden ganar la confianza y la lealtad de sus clientes.

**8. Impacto positivo en la comunidad:** al involucrarse en iniciativas sociales, las organizaciones pueden contribuir al bienestar de las comunidades locales, lo que puede resultar en un entorno más saludable y próspero para todos.

El principio de asumir dentro de las organizaciones prácticas de RSE de manera estratégica, vinculándolo al desarrollo local y a las prioridades comunitarias, no solo es éticamente correcto, sino que ayuda a construir una imagen positiva de la empresa; mejora su reputación; fideliza clientes y trabajadores; genera cambios en el entorno y contribuye al bienestar social y ambiental, generando beneficios económicos sostenibles para todos.