

Los empleados y la RSE

ALFONSO JIMÉNEZ responsable de la Comisión de Personas de la Asociación Española de Directivos (AED)



Desde el nacimiento de las empresas modernas, y con una clara influencia calvinista, diversos empresarios han considerado que estaba en su mano, a través de su propia empresa, contribuir con causas sociales que tratan de resolver algunos problemas de nuestro mundo. Ya en el siglo XIX había empresas que hacían programas de "caridad" que hoy estarían agrupados bajo el concepto de Responsabilidad Social Corporativa. No obstante, muchos son los que opinan que la principal responsabilidad social de una empresa es funcionar competitivamente. Ser, y ser eficiente en términos de resultados, ya que así consigue crear un flujo de riqueza que redundará en la sociedad donde está ubicada. Sin embargo, cada día son más los que piensan que, además de hacer bien su trabajo, la empresa tiene que estar comprometida con la sociedad que le rodea.

Aunque es evidente que el mundo es más rico hoy que hace 20 años, y que la renta per cápita ha subido en todos los lugares, tanto en los países desarrollados como en los menos desarrollados, lo cierto es que hay una gran brecha de riqueza entre unas zonas y otras del planeta. Esto está creando fuertes tensiones y diferencias en el modo de vida de las personas. Por tanto, no es de extrañar que muchas empresas pongan en marcha distintas iniciativas de acción social, tanto en los países en vías de desarrollo como incluso entre los colectivos menos favorecidos de los países desarrollados.

MOTIVACIONES

Estas iniciativas, que van más allá de la financiación de programas, pueden ser puestas en marcha por dos grandes motivaciones. En primer lugar, por la motivación altruista de ayuda. Existe una cierta responsabilidad social con esas circunstancias que se tratan de paliar, aunque sea en una pequeña parte. En segundo lugar, hay quien implanta programas de acción por las ventajas de imagen que este tipo de pro-



Involucrar a los empleados en responsabilidad social incrementa su identidad con la corporación

gramas les retoman en términos de clientes, inversores o empleados. Cada día son más los agentes externos que buscan empresas socialmente responsables en sus actividades, y en las que los fines no justifiquen los medios. Desde asociaciones de inversores, hasta asociaciones de clientes, revisan si la empresa es o no responsable socialmente y está comprometida con la sostenibilidad del medio ambiente. Por ello, no es de extrañar que muchas empresas hayan acometido programas de responsabilidad social desde motivaciones de marketing a fin de satisfacer este tipo de demandas externas.

BUEN SAMARITANO A TRAVÉS DEL TRABAJO

También nos encontramos con un mayor número de empleados que buscan satisfacer su faceta de

"buen samaritano" a través de su trabajo. Es decir, la satisfacción de contribuir a una causa que nos sobrepasa y que está enfocada a mejorar la sociedad en la que vivimos. Es en este ámbito donde la Acción Social desempeña un papel fundamental en la gestión del Capital Humano.

Las acciones a poner en marcha son de dos tipos. Por una parte podríamos hablar de los programas especiales de acción social, en los que una empresa ayuda específicamente a un determinado colectivo a través de un programa concreto. Por otra, está la introducción de la reflexión social en la lógica de sus operaciones como, por ejemplo, en la selección de proveedores, o el ofrecimiento de productos y servicios específicos a determinados colectivos.

En algunos países se está considerando la posibilidad de regular la responsabilidad social de la empresa. Sin embargo, habrá que señalar que la responsabilidad social empieza donde la ley termina. La ley establece unos mínimos en materia medioambiental, así como en materia fiscal o en otras regulaciones de buen gobierno.

PAPEL DE LOS EMPLEADOS

Llegados a este punto nos podríamos preguntar: ¿Qué papel tienen los empleados en los programas de acción social? ¿Cuáles son las herramientas disponibles en una organización para facilitar la acción social de sus empleados?

Si una empresa quisiera extender la acción social a sus empleados, debería tener en cuenta tres ámbitos de actuación.

En primer lugar, promoviendo y actuando según aquellos valores que guían tanto a su empresa como a sus empleados: la ética, el respeto por el entorno, la integridad... Es difícil pensar que una empresa pueda realmente estar interesada en conseguir un mundo más justo si no aplica criterios de justicia en sus propias decisiones.

No sólo hay que predicar con la palabra, también, y fundamentalmente, hay que predicar con el ejemplo. En este sentido merecería la pena revisar las prácticas de Gestión de Personas a fin de alinearlas al máximo con los valores que emanan de una empresa socialmente responsable.

PARA CONSEGUIR A LOS MEJORES

En segundo lugar, promoviendo el carácter social de la empresa. Las empresas que quieren conseguir a los mejores tendrán que demostrar que tienen misiones realmente trascendentes, ya que desde lo trascendente podrán conquistar el corazón de sus gentes. Para ello, convendría asegurar que la responsabilidad social está integrada con los elementos más básicos de su propia identidad. En este sentido, la acción social se conforma como una línea de actuación clave en el devenir empresarial y forma parte incluso de la cultura corporativa, reforzando la identidad de los empleados con aquella.

Por último, comprometiéndose con programas de acciones sociales, tanto desde un punto de vista corporativo como a través del compromiso y la participación en acciones sociales de sus empleados. Esto formaría parte de la liturgia externa, y son los actos visibles que canalizan la acción social.

La responsabilidad social tiene diferentes motivaciones que van desde la más altruista hasta la más "marketiniana". En la sociedad actual existen sentimientos de lucha por la desigualdad social y la sostenibilidad del medio ambiente. Por tanto, cada día hay mayores demandas de los clientes, inversores y empleados de ser "socialmente responsables". En los programas de acción social hay dos líneas de actuación: acciones y operaciones diarias. Existe una gran ventaja en involucrar a los empleados en la puesta en marcha de las iniciativas de acciones de responsabilidad social ya que se incrementa la identidad con la corporación ■