
ECONOMÍA

RSE

Para que los empleados se sumen a la RSE

Las empresas avanzan en involucrar a su personal en las acciones orientadas a la comunidad. Así, mejora la identificación con la compañía.

Por [CARLOS TOPPAZZINI](#)

Desde que los directivos de empresas asumieron la responsabilidad social como uno de los objetivos de las organizaciones, surgió también un nuevo interés: lograr que los empleados se involucren activamente en acciones solidarias. Ellos son los primeros afectados por las prácticas responsables de una organización a través de los salarios, condiciones de trabajo, seguridad, etc. Pero también son quienes, con su participación o no en las prácticas de RSE simbolizan la adhesión a los valores con que la empresa se relaciona con el entorno económico, social y ambiental.

“Es primordial tener a los empleados activos y comprometidos con acciones concretas de RSE ya que esto los convertirá en reales promotores de la compañía, con beneficios múltiples para ambos lados”, asegura Alejandro Rorigerente de Comunicación del Instituto Argentino de RSE.

“Por ejemplo, baja la rotación de empleo, con menos costos de reclutamiento y entrenamiento, dado que la gente se identifica con los valores de la compañía. Además se genera mayor confianza en la empresa a la que pertenecen, lo que aumenta el compromiso con su trabajo y elimina otros conflictos que pueden afectar la productividad”, agrega.

Conseguir ese sentido de pertenencia y participación es una de las tareas más difíciles que tienen las empresas y se valen de diversos métodos para lograrla. “Desde el día en que llegan a la compañía, fomentamos el involucramiento de los empleados con una charla sobre nuestros valores y acciones de RSE”, comenta David Stilerman, presidente de Fundación Accenture. “Luego, mediante la comunicación interna, promovemos las actividades, ofrecemos oportunidades específicas de ayuda y distintas opciones para que puedan elegir aquellas con las cuales se sientan identificados”, agrega.

“Que los empleados se involucren en estas acciones repercute directamente en el clima interno, en la motivación y en la autoestima de la gente al hacer cosas que van más allá del conocimiento técnico; reconocen que devuelven a la comunidad parte de lo que les dio mientras se formaban como profesionales”, explica María Elena Norry, HR de Operations and Communications de Intel.

Ultimamente, algunos van más allá y brindan a sus colaboradores mayores atributos sobre estas cuestiones. “Es una tendencia cada vez mayor que los empleados sugieran o decidan las acciones de RSE que lleva adelante la organización y, por lo general, la elección está relacionada con el mejoramiento de las comunidades de su entorno. Estas prácticas tienen participación directa de los empleados y permiten además consolidar excelentes grupos de trabajo, que benefician a la compañía”, señala Lautaro Spotorno, gerente de Comunicaciones Corporativas de SAP MCLA.

“Asimismo, los programas de voluntariado corporativo son una excelente herramienta de incentivo y motivadores de vínculo que buscamos con nuestros colaboradores”, coincide Luciano Viglione, gerente de Relaciones Institucionales Bayer Cono Sur.

Crecimiento sostenido

“Desde 2001, la participación interna en las actividades solidarias de la compañía aumentó 20% cada año”, cuenta Viglione, quien además destaca que “empleamos a 1200 trabajadores en Argentina y el 70% de ellos participó alguna vez en nuestras iniciativas de RSE”.

Porcentajes similares presenta Spotorno al señalar que el año pasado casi el 60% de sus empleados participó de las actividades de RSE a nivel local “y la tendencia demuestra claramente que el voluntariado seguirá creciendo”.

Aunque para Stilerman este mayor involucramiento “se deberá también a una mayor oferta de actividades por parte de las compañías”, los indicadores de Accenture ratifican las cifras anteriores: “En 2006 participaron 340 voluntarios y en 2009 lo hicieron 1640. Es decir, 30% de nuestros empleados participan como voluntarios”.

Alejandro Roca hace hincapié en que “para involucrar al personal en voluntariados corporativos es elemental que las empresas comprendan que las acciones de RSE deben desarrollarse dentro del horario de trabajo”. Y recomienda “establecer programas lo más alineados posible al core business de la organización, comunicar las motivaciones por las que se realizan esas acciones, asegurar una continuidad en el tiempo y mostrar resultados”.