

Estás en: Inicio » Noticias » Los pros y contras de la RSE ante los desastres...

Los pros y contras de la RSE ante los desastres

¿Fuerza de liderazgo y terremoto en el área pues en mucho momento una serie de acciones de Responsabilidad Social Empresarial. En sí, veval el bienestar de apoyo y el apoyo, pueden que más puedan. Aquí algunos ejemplos de cómo ayudar de forma corporativa, involucrar a los colaboradores y además, mostrar algunos puntos al marketing.

23 abril, 2014 Escrito por: David Fajardo NOTICIAS, RSE 3



Las redes sociales se activaron bastante días después del incendio en Valparaíso. Muchos ataques de los usuarios estaban dirigidos a una marca de retail y su supuesto apocahamiento de la tragedia, mediante una acción de ayuda concordada a los damnificados. La empresa cuestionada ofreció a sus clientes afectados 30 días de postergación en el pago de cuotas, para desulas de la tarjeta de crédito

o créditos de consumo del banco, aparte de otros beneficios. Independiente de los objetivos es la decisión de hacer esta medida por parte de este retail, tragedias como el sismo en la ciudad portaña, así como el reciente terremoto en Iquique y Arica, son buenos termómetros para ver de qué forma las empresas crean espontáneamente acciones de ayuda. O bien, para analizar el realmente este tipo de acciones son válidas para eventos específicos o debere ser una estrategia en sí misma.

En la mayoría de las empresas chilenas, desde grandes firmas, hasta una pyme, los empleados se organizan para la ayuda. A veces es liderada por las gerencias, otras, por los mismos colaboradores. En ocasiones tiene que ver con los mismos bienes o servicios que poseen las compañías, en otras, se relacionan con el compromiso, tiempo y apoyo de los trabajadores. Y los ejemplos van desde iniciativas como la entrega de 7 mil raciones de leche por parte de la sucursal de Nestlé de Osorno, hasta grandes operaciones como la reunión que sostuvo el presidente de BofA, Hermann von Mohlenbrock con el Intendente de la Región de Valparaíso, Ricardo Bravo, tres días después del sismo. El líder general comprometió la ayuda de sus asociados en la construcción de viviendas nuevas para los afectados.

Incluso, en las últimas semanas hemos visto varias acciones como algunos operadores de telefonía móvil, que entregaron boletas de mensajes a sus clientes para que fueran comunicaciones más fluidas, hasta los colaboradores de esas mismas empresas que se organizaron por áreas para juntar víveres, ropa y otro tipo de elementos de ayuda.

INVOLUCIAMIENTO

Al día siguiente del mega incendio, un camión de Colón llegó hasta el principal centro de ayuda, el Polideportivo de Providencia. Traía leche y yogurt para los damnificados. El alcalde de Valparaíso, Jorge Castro recibió personalmente el apoyo, agradeciéndole a la compañía. Aproveché además de indicarle a otras empresas que siguieran el ejemplo.

Aunque este hecho, como muchos otros, tenga sólo una intención altruista, claramente beneficia también la imagen de marca. Y justamente este es uno de los grandes temas que debe poseer una empresa cuando entra a ayuda. Especialmente, porque el beneficio hacia terceros, puede derivarse en contra, como ocurrió en el caso del retail.

"Muchas veces las acciones de responsabilidad empresarial (RSE) hacia desastres tienen claramente un objetivo en torno al marketing o las relaciones públicas, lo que no es malo en sí. Pero idealmente se debe vincular con el "engagement" que provoca internamente en los colaboradores. Ese involucramiento es muy potente", comenta Claudia Bendick, directora asociada DNA Human Capital.

Ignacio Larraechea, gerente general de Acción RSE, estima que la responsabilidad social de hoy, tiene que ver con la relación de una compañía con su entorno, sus comunidades, ecosistema y con su sociedad. "No pasa sólo por las operaciones específicas que pueda hacer en una determinada contingencia, sino por el compromiso a largo plazo que esa empresa tiene con todos sus actores", apunta Larraechea.

Muchas veces son los trabajadores que se movilizan primero, generando un espíritu colaborativo que quiere mejorar el compromiso y la productividad. Especialmente si también hay acciones de parte de la empresa hacia ellos. Por ejemplo, hace varios años, Unilever comenzó un sistema de programas de voluntariado para los colaboradores que tuvo mucho éxito.

"Es importante que las áreas de Recursos Humanos tomen estas iniciativas, porque el sí, lo van a hacer los trabajadores por su cuenta. Incluso, hay que involucrar desde un principio a los sindicatos como aliados. Pero cuidado, los departamentos de RRHH no pueden transformarse en áreas de beneficencia. Basta con tener un par de acciones de RSE al año y ser muy creíbles", agrega Bendick.

DISCERNENCIA SOLIDARIA

Hace alrededor de una semana, el diputado por Apeón, Iván Fuentes, junto a seis ONOs chilenas lanzó una alianza nacida a partir de lo sucedido en Valparaíso e Iquique. Denominada como "Reconstruimos juntos el Chile que merecemos", está liderada por TECTO, Desarrollo Universitario Chile, América Global, Avanza Chile, Acción RSE y Fundación para la Superación de la Pobreza. El objetivo es realizar una acción coordinada de ayuda a las comunidades afectadas, tanto a nivel nacional, como incluso en el extranjero.

Para Margarita Ducul, directora ejecutiva de Red Pacto Global Chile (ONG) -Unib, es importante que cada compañía, además de las acciones que realizan de manera individual, pueda incorporar a este tipo de iniciativas ya creadas. "Esto se debe principalmente, a que el eje ligado al concepto de responsabilidad social está en asociar a otros actores a los proyectos que se llevan a cabo. Es mucho más estratégico el esfuerzo donde la compañía puede colaborar y maximizar los recursos de mejor forma, en vez de actuar de manera individual".

Incluso, varias empresas, ya tenían gerencias de RSE, influenciadas muchas por el terremoto de 2010 en Chile. Esto permite entonces, que la reacción sea rápida.

"La ayuda debe ser gestionada con una mirada mucho más estratégica, donde las firmas puedan apalancar recursos y esfuerzos entre ellas junto con fundaciones y ONOs que tengan el know how al momento de enfrentar este tipo de situaciones. Porque la empresa muchas veces no cuenta con esa experiencia", agrega Ducul.

"La ayuda debe ser gestionada con una mirada mucho más estratégica, donde las firmas puedan apalancar recursos y esfuerzos entre ellas junto con fundaciones y ONOs que tengan el know how al momento de enfrentar este tipo de situaciones. Porque la empresa muchas veces no cuenta con esa experiencia", agrega Ducul.

Incluso, este tipo de asociaciones, la velocidad en que se conforman y su éxito, es algo que, según Bendick, no se da tan fácil en otros países. "En Chile este involucramiento y solidaridad es muy fuerte. Somos un país con poca población, pero además, nos pasan muchas cosas. A un terremoto o incendio le da la misma la condición social o económica de un chileno. No distingue su cuenta corriente. Y eso, ayuda a la mentalidad solidaria", comenta la directora asociada de DNA Human Capital.

Tags: acción rse, desastres, incendio de valparaiso, pacto global, rse, valparaiso

Facebook 0 Twitter 0

Artículos Relacionados

- Existe una historia detrás de cada producto
- Qué tipo de desarrollo queremos.
- El Crisb de la Sustentabilidad
- Datos de EE.UU con presión para mostrar datos de sostenibilidad