

**Departamento:** Gestión Empresarial

**Seleccionadora:** Doctora Laura Gismera Tierno

**Revista:** *Capital Humano* nº 193: 104-110, noviembre de 2005

## **“Responsabilidad Social Corporativa y desarrollo profesional para potenciar habilidades directivas y de gestión”**

**Autor:** EUROGROUP Human Resources

La Responsabilidad Social Corporativa contribuye al desarrollo futuro de la sociedad y de las organizaciones que la integran, a ajustar las desigualdades sociales y a incrementar la competitividad, la reputación corporativa y la buena imagen, tanto interna como externa, de las empresas. Las compañías que integran el área de Responsabilidad Social Corporativa como parte de su actividad empresarial, alcanzan mayor credibilidad que aquéllas que no lo hacen, ya que se alinean con los valores e inquietudes de los ciudadanos y esta situación se refleja de forma positiva en los resultados obtenidos.

La sociedad exige de forma progresiva a las compañías que además de preocuparse por la productividad y los beneficios económicos, se preocupen también de atender a los sectores desprotegidos de la sociedad y sean respetuosas con el medio ambiente.

Bodegas Galiana, enseña de franquicias perteneciente al sector de la restauración, actualmente inmersa en pleno proceso de expansión a nivel nacional; solicitó a *Eurogroup Human Resources* un Proyecto de Responsabilidad Social Corporativa con

el objeto de incluirlo en su Plan de Responsabilidad Social Interno. Toman esta iniciativa con el ánimo de incrementar la conciencia social y la motivación del capital humano de la empresa y con el fin de realizar una acción o labor social que beneficie a la sociedad, acción que debería estar fundamentada en la protección sostenible del medio ambiente y mejora del entorno, puesto que, el compromiso y el respeto al medio ambiente representa uno de los valores corporativos que adopta la citada firma de franquicias.

### **I. La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa**

La Responsabilidad Social Empresarial<sup>1</sup> tiene su base en un triple enfoque de gestión que se concreta, fundamentalmente, en el área económica, social y medioambiental; conocida como la triple línea de resultados. Entre los diversos conceptos que integran la RSC, se destaca como uno de los más relevantes la realización de acciones sociales por parte de las empresas. Las acciones sociales potencian la imagen de marca de la empresa que las pone en práctica, de la misma manera, aumentan la reputación corporativa e implican a su capital humano en los valores, el liderazgo corporativo y la estrategia de la entidad. Creando una satisfacción como valor añadido al realizar una acción social, humanitaria o medioambiental, mejora el clima laboral y se fomentan las buenas prácticas de gobierno.

Las acciones sociales se deben incluir en el Plan de RSC y en la Memoria de Sostenibilidad. Igualmente, se debe confeccionar un Balance Social, exponiendo los resultados obtenidos en este área.

### **II. Gestión de una hacienda en régimen de explotación de agricultura y ganadería ecológica**

Este proyecto se llevó a cabo por el equipo directivo de Bodegas Galiana, con el objetivo prioritario de promover el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente, difundiendo, por tanto, el consumo de productos y alimentos ecológicos. El programa estuvo dirigido por un consultor-coach de *Eurogroup Human Resources*, responsable de llevar a cabo el programa de desarrollo profesional basado en potenciar habilidades directivas. *Eurogroup*, presenta este tipo de proyectos estructurados en cinco fases perfectamente delimitadas y, a la vez, totalmente complementadas:

- Diseño del Proyecto de RSC (Acción Social).
- Adaptación del Programa de Desarrollo o Mejora Profesional al Proyecto de Acción Social (objetivo: potenciar habilidades y competencias directivas).

---

<sup>1</sup> El concepto de “Responsabilidad Social Corporativa” se indicará a lo largo de la recensión con la siglas RSC para su simplicidad en el manejo.

- Plan de Comunicación (opcional). Dirigido a los medios de comunicación para promocionar la acción social de la empresa cliente como acción de marketing social.
- *Coaching* de Seguimiento (opcional). Realizado por el consultor-coach que se responsabilizó de la dirección del programa.
- Donación (opcional). Un porcentaje, estimativo en torno al 10%, del precio de financiación del proyecto completo, será donado a una Fundación u O.N.G. relacionada con el sector sobre el cuál se basa el proyecto.

### **Agricultura y ganadería ecológica**

La agricultura ecológica supera el marco de la producción agraria como actividad económica y reporta beneficios sociales a un nivel más amplio, el cual no se encuentra adecuadamente cuantificado. Los sistemas agrarios tradicionales y actuales no ecológicos presentan un grado de insostenibilidad alarmante y no podrán seguir dando respuesta a las demandas de la población por mucho tiempo, precisamente, porque han agotado y destruido las fuentes que sustentan su propia actividad.

La agricultura ecológica como sistema agrario sostenible ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad social. La inseguridad, los escándalos alimentarios, la contaminación de los recursos hídricos, la destrucción de entornos naturales y el despoblamiento de las áreas rurales son parte de los problemas a los que se debe dar una respuesta inmediata y efectiva. La agricultura y ganadería ecológica son la respuesta necesaria que responde a la demanda social actual, proporcionando alimentos sanos, seguros y de calidad.

### **Mejora del clima laboral**

Realizar acciones sociales de trabajo en equipo y en contacto con la naturaleza produciría una situación de mejora en las relaciones tanto personales como profesionales en los integrantes del grupo de participantes que, posteriormente, se vería reflejada en el trabajo diario de gestión en la empresa.

El equipo gestor de la empresa Bodegas Galiana compone el grupo de participantes que ha realizado la acción social, necesitaban permanecer cohesionados y unidos para afrontar el reto que suponía asumir de manera inmediata el proceso de expansión de la entidad. El presente programa les ha ayudado a conseguir una mayor unidad y mejor conocimiento personal mutuo.

### **Valores corporativos**

Bodegas Galiana integra como uno de sus valores corporativos fundamentales el compromiso social y medioambiental y el respeto por el entorno, por lo tanto, el equipo participante tomó conciencia de cuáles eran los valores estratégicos y corpo-

rativos de su empresa y, paralelamente, el programa proyectó en ellos un sentimiento motivador y de identificación con los citados valores.

### **Liderazgo fundamentado en la inteligencia emocional**

La potenciación de este estilo de liderazgo; a fin de aumentar la capacidad de reconocer los sentimientos del equipo y los del líder, de motivarlos y de gestionar de una forma óptima las relaciones personales y profesionales del grupo; fue uno de los objetivos prioritarios del programa.

Se intentó otorgar una relevancia estratégica al perfeccionamiento de las competencias de comunicación y empatía, habilidades fundamentales que responden a los sentimientos y emociones. Cada uno de los participantes del programa ofreció comprensión, perspicacia y *feedback* constructivo para solucionar los problemas que iban surgiendo.

### **Fijación de objetivos, criterios y pautas de actuación**

Todos y cada uno de los miembros del equipo de participantes debían asumir cuáles eran sus roles y responsabilidades dentro del grupo así como identificarse con las atribuciones y objetivos que les competían. En el programa objeto de este estudio se llevaron a la práctica diversos trabajos relativos a la gestión de una explotación en régimen de agricultura y ganadería ecológica, al comienzo de cada labor. En un *briefing* anterior se delimitaban las funciones y objetivos de cada participante. Igualmente, se ejercitaron actuaciones encaminadas a aprender a delegar sin miedo, a fijar objetivos y retos por sí mismos y a tomar decisiones.

### **Compromiso sostenible y respeto por el medio ambiente**

La dirección de la empresa adquirió el compromiso de comercializar productos y alimentos 100% ecológicos y orgánicos para abastecer sus establecimientos y franquicias.

## **III. Conclusiones**

Ya son muchas las compañías españolas que están llevando a cabo prácticas de Responsabilidad Social Corporativa. Una de estas empresas es Bodegas Galiana. Esta empresa le encargó a *Eurogroup Human Resources* un programa en el que trabajarían conjuntamente y así analizarían qué tareas de RSC, en el ámbito de los Recursos Humanos, podrían poner en práctica como compañía interesada en el cuidado del medio ambiente, el bienestar social y el cuidado y formación de los trabajadores de la compañía.

En este programa se analizaron los siguientes aspectos: Las ventajas de la agricultura y ganadería ecológica, la mejora del clima laboral, la importancia de definir los valores corporativos, el liderazgo fundamentado en la inteligencia emocional, la fijación de objetivos, criterios y pautas de actuación y el compromiso sostenible y respeto al medio ambiente. Como complemento al programa de trabajo se realizaron y se realizarán sesiones de *coaching* ejecutivo individual y de *coaching* de equipo para así facilitar un *feedback* permanente y constante al grupo (equipo gestor de Bodegas Galiana).