



OPINIÓN

Eduardo Ortega Figueiral

Responsabilidad Social Corporativa

Un viejo dicho nos recuerda que muchas veces lo urgente no nos deja ver lo realmente importante. ¿A qué me vengo a referir? Muy sencillo: en el mundo de los recursos humanos, y aunque hoy no lo parezca, hay mucho más que los contratos, las altas y las bajas en Seguridad Social, las negociaciones de convenios colectivos, los despidos o los ERE. Es importante recordar, precisamente en estos momentos, que hay muchas empresas que tratan de mantener o aplicar políticas socialmente responsables ya no sólo para con sus empleados sino para y en beneficio de la comunidad que rodea a esa entidad. Estas son las empresas socialmente responsables. Es decir *las buenas empresas* en el sentido más amplio de la acepción.

En absoluto es incompatible con la actual situación de grave crisis económica en la cual nos encontramos inmersos la aplicación de políticas socialmente responsables. Más bien al contrario. Este tipo de actuaciones no tendentes exclusivamente a la obtención del mero beneficio *puro y duro* deben ser un estímulo general a los efectos de invertir la pérdida de valores de nuestra sociedad. Es decir, es una vuelta a lo verdaderamente importante: la colaboración, la mejora, o el esfuerzo en pos de un beneficio general. Si la comunidad mejora, mejora también mi empresa, mis empleados y todos aquéllos que directa o indirectamente están vinculados a mi organización: clientes, proveedores, etc. Así de sencillo. Pero, ¿qué es la responsabilidad social corporativa? Una definición simple nos indica que es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que ésta se convierta en corresponsable del desarrollo de la sociedad que la rodea. Es decir, la actividad de las empresas, como entes sociales que son, les debería exigir una implicación en los problemas que las rodean. Los beneficios que ya han constatado las sociedades que están llevando a cabo actuaciones o políticas socialmente responsables son amplios: desde el incremento de la motivación y el compromiso de empleados, pasando por la mejora de las aptitudes del personal, una mejora de su imagen y de su reputación corporativa frente a la comunidad, sus clientes o distribuidores hasta una mayor atención por parte de los poderes públicos.

Las empresas socialmente responsables lo son sobre todo en tiempos de crisis

He conocido muchas actuaciones que llevan a cabo las empresas en beneficio de la sociedad pero quiero destacar una que por su singularidad es digna de remarcar. Doscientos em-

pleados de una de las más importantes editoriales jurídicas de nuestro país, Wolters Kluwer España, han formado un coro y se *encierran* el próximo sábado 21 de noviembre en el Auditorio Nacional, en Madrid, para ofrecer un concierto en beneficio de una fundación que vela por los niños en riesgo de exclusión social. ¡Ni más ni menos que Mozart o Carl Orff les esperan! Estos empleados han invertido más de cincuenta horas de ensayos, la mitad de ellas en horario laboral cedidas por la empresa, para contribuir con su esfuerzo y su tiempo libre a una acción tan loable. Se han implicado desde directivos de la sociedad, pasando por mandos intermedios y personal administrativo de la práctica totalidad de los departamentos. Los beneficios, y ya no hablo sólo de la recaudación que se conseguirá, serán muchos y diversos. Responsabilidad y cohesión grupal, ciudadanía corporativa, etc.

Algunos pensarán *con la que está cayendo y éste nos habla de conciertos y solidaridad*. Pues sí. Precisamente en estos momentos deberíamos parar por un momento, reflexionar y recordar qué es lo verdaderamente importante.

Socio Ortega-Raich Abogados