

Alicia Namesny
Vallespir

agrocon@ediho.es



"Solidaridad", "altruismo", "ayudas" son términos con un número creciente de ejemplos; son muchas las personas a nivel individual^(*) o las organizaciones de diferente tipo que agrupan iniciativas pensadas para ayudar al prójimo. Forma parte de las opciones de la tecnología, el que tengamos a diario información dolorosa de cómo vive la mayor parte de la humanidad.

A nivel de la empresa privada -y al escribir esto pienso en las que conozco más, las de nuestro sector-, existen ya algunas con iniciativas de este tipo; se me ocurren un par que dan trabajo a personas con minusvalías y otro par que sé que patrocinan equipos deportivos de su ciudad o pueblo.

Hace unos meses, exactamente el 1 de diciembre 2005, fui en Valencia a la jornada "Ser Empresa Solidaria: aplicación práctica de la responsabilidad social", cuyo enfoque, como su nombre indica, fue totalmente dirigido a empresas. Estas jornadas, de las que sé hubo algunas antes y al menos otra después, forman parte de un programa que tiene la Generalitat Valenciana para la difusión de la responsabilidad social de la empresa (con su correspondiente web, <http://www.empresasolidaria.gva.es>). Para mí fue el primer contacto con el tema, aunque seguramente existen en otras autonomías iniciativas de este tipo.

La intención de la jornada mencionada fue, según sus organizadores, "promover la participación de las empresas en nuevas áreas de acción social y hacer que éstas formen parte de la 'cultura empresarial' de nuestro te-

■ Responsabilidad social empresarial.

Cuando no todo es "la pela"^(*)

Promover la participación de las empresas en nuevas áreas de acción social en beneficio de quienes más atención y apoyo necesitan.

jido productivo en beneficio de quienes más atención y apoyo necesitan y, en definitiva, de toda la sociedad y contribuir a la difusión de la cultura de la 'RSE', responsabilidad social empresarial".

Ámbito

Bajo "solidaridad empresarial", se entiende tanto la que pueda realizarse en un a nivel local con todos los grados en km hasta llegar al internacional.

Fórmulas

Las más efectivas son las del tipo "ayudar a pescar" en vez de "regalar el pescado". Es una tentación muy loable, por ejemplo, al ver las pobres cunas en que duermen los niños de muchas zonas de Africa, América Latina, etc., enviar a precios rebajados cunas como las que disfrutaban los chiquitos europeos... Pero, a la vez, flaco favor se le está haciendo al fabricante de cunas locales. La línea que separa este tipo de ayuda del que se realiza cuando se mandan los excedentes de leche europeos al "3er. mundo" -con la consecuencia de que es imposible el de-

sarrollo de una producción local-, es muy sutil.

Ejemplo

La capacidad de imaginar es el único límite.

Os cuento de uno que a mí me encantó -hay muchos más, claro- que es la empresa. CEE Espurna, de Gandía, da empleo a personas con síndrome de Down; son líderes en la fabricación de trencadís, los azulejos a trozos tan característicos de la obra de Gaudí, entre otros. Por ejemplo, el suyo es el que decora las instalaciones del Palacio de las Artes y de las Ciencias de Valencia.

Cuando se planifica un regalo de empresa... además de que las postales sean de Unicef (eso ya está claro), ¿por qué no pensar en el producto de una empresa cuya acción sea claramente beneficiosa para el medio? (todas las empresas lo son en cuanto, al menos, generadoras de empleo, pero se puede hacer más).

Mirar también para casa

Bajo este paraguas de la responsabilidad social, también se engloban las acciones de "comercio justo", enfocadas normalmente a productores de determinados productos (café, cacao, té, etc.) allende los mares.

Cabe imaginar, pensando ahora en nuestro sector, en alguna empresa que, dejando de lado las prácticas comerciales oligopólicas que permiten el carácter precedero de frutas y hortalizas, el reducido número de operadores de la distribución, y admitidas por la legislación actualmente vigente, motu proprio estuviera dispuesta a cambiar sus prácticas de forma de ayudar a la perviven-

Bajo este paraguas de la
responsabilidad social, también
se engloban las acciones
de "comercio justo", enfocadas
normalmente a productores
de determinados productos
allende los mares

cia de la horticultura local. Con lo cual, todos ganaremos, ya que por mucha tecnología que se le agregue, difícilmente tendremos un producto mejor que el de producción cercana (bien manejado, claro, que la cercanía tampoco es la panacea).

Beneficios de la RSE para la empresa

Este apartado es una copia textual del que figura en la web de la Generalitat Valenciana. Seguramente a muchos lectores se le ocurrirán otras ventajas.

"La Responsabilidad Social de la Empresa repercute directamente en la empresa, en su estatus en el ámbito empresarial y en su cuenta de resultados.

Como parte de su estrategia, la RSE se traduce en una nueva relación con los interlocutores o grupos de interés de la empresa, marcada por la conciencia social y la ética.

Es una ventaja competitiva que se refleja en su imagen y en el orgullo de los trabajadores de pertenecer a la empresa.

Otros beneficios que aporta la RSE a la empresa son, entre otros:

- Posicionar y diferenciar la marca.
- Mejorar la imagen empresarial y la reputación.
- Aumentar la notoriedad de la empresa/marca.
- Acceder a nuevos segmentos de mercado, atraídos por una gestión ética y responsable.
- Acceder e influir positivamente en líderes de opinión.
- Fidelizar a clientes.
- Mejorar la relación con el entorno.

"La Responsabilidad Social de la Empresa repercute directamente en la empresa, en su estatus en el ámbito empresarial y en su cuenta de resultados"

- Incrementar la influencia de la empresa en la sociedad.

- Atraer inversiones éticas.

La RSE brinda la ocasión de incorporar esta forma innovadora de gestión empresarial, esta nueva cultura que hace más competitiva a la empresa, más humana, más moderna".

En términos prácticos

El objetivo de esta nota, postergada muchas veces por "cosas más urgentes", pero seguro no más "importantes", es múltiple.

El primero, compartir con ustedes todo esto, un camino más amable en el que, estoy segura, muchos de los lectores seguramente están ya, desde el amplio número de opciones ya existentes (ONGs etc.. o simplemente, y algo que no requiere ni dinero ni tiempo, generando un buen ambiente en el entorno humano inmediato que rodea a cada uno).

El segundo -no es éste un orden de importancia, claro-, invitar a que nos cuente más ejemplos de acciones empre-

sariales en el ámbito nuestro. En Horticultura y en www.horticom.com, le haremos un espacio para contarlo (abajo van mi correo-e y móvil).

El tercero, invitaros a pensar en ello. Por supuesto, siempre "la pela es la pela", pero, seguro! todo será mejor en un mundo en que todos sus habitantes tengan capacidad adquisitiva y acceso a la educación y salud y, por supuesto, comida y vivienda.

Habrà más negocio para todos... y, ¡mirar tele será más agradable!

"Para quienes no están próximos a la cultura catalana, "la pela" es un término que se usa como imagen para referirse al dinero (a su vez, se basa en la peseta, matemáticamente sería una peseta, es decir, 1 € / 166 Pts.). Y, a lo que viene la aclaración, existe un dicho que es "la pela es la pela", que zanja cualquier falta de acuerdo y explica cualquier decisión... en el sentido de que está justificada por la máxima rentabilidad económica inmediata. Una variante más específica del "París bien vale una misa".

"Entre múltiples ejemplos, desde la madre Teresa de Calcuta, pero por citar uno muy reciente, Gloria Iglesias, empleada de Iberia que fue contraportada de El País del 5 de junio 2006, que acoge en su casa a drogadictos. Chapeau!

Para saber más...

- Alicia Namensy.
agrocon@ediho.es
Telf.: 649 48 56 77

Sensores de humedad Watermark®

Fácil control del nivel de humedad en el suelo. Lectura digital con sólo apretar un botón. Compensación automática por salinidad. Ajustable según temperatura del suelo. Ahorro de agua, energía y abonos. Reduce los costes del riego.

Con la garantía y seriedad de:



Apartado de Correos, 140. 08340 - Vilassar de Mar (Barcelona). Tel: 902 10 33 55 * Fax: 937 59 50 08 * E-mail. riegos@copersa.com * Web: www.copersa.com



Pídalos por su nombre a su proveedor habitual.

WATERMARK®