

El sindicato de los Profesionales

La Salud desde la perspectiva de la Responsabilidad Social

Estar tranquilo, sano, seguro y sentirse bien. Este gran slogan engloba la excelencia a la que toda empresa, preocupada por sus trabajadores y comprometida con la sociedad, debe tender en el siglo XXI, y así se expuso en la jornada que bajo el título “La Salud desde la perspectiva de la Responsabilidad Social” organizó la Cámara de Comercio de Madrid, el pasado día 16 de abril. La Declaración de los Derechos Humanos reconoce a la salud como un derecho universal y es uno de los factores, junto con el bienestar, fundamentales en el ámbito económico y social. La salud es medicina preventiva y evitar enfermedades de futuro. Empresas como Novartis, Mapfre, Endesa, Vodafone y Cofares expusieron las buenas prácticas que aplican en sus respectivos centros de trabajo para llegar a conseguir esa excelencia que las ha llevado a la catalogación de “empresas saludables”.

Todos estos grandes grupos empresariales han apostado por una gestión eficaz y socialmente responsable lo que, traducido a términos puramente económicos, ha supuesto un importante ahorro de costes y mayor rentabilidad, beneficiándose las empresas y, al mismo tiempo, los trabajadores que han demostrado una mayor implicación y satisfacción por desarrollar su trabajo en un ambiente sano disminuyendo de forma notable el absentismo laboral. Así, al menos, lo certificaron sus representantes en la mesa redonda que se celebró durante la jornada.

¿Cómo se consigue integrar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en cada una de nuestras empresas? Antes de responder a esta pregunta vamos a incorporar a estas siglas la letra “S” que responde a la palabra “Significado”, Responsabilidad Social Corporativa con Significado, tal y como sugirió el presidente del Foro Español de Pacientes, Albert Jovell. Se trata de que cada empresa de forma voluntaria se implique en la seguridad, salud y desarrollo profesional y personal de sus empleados a través de un plan global de actuación diseñado por un comité compuesto por los máximos responsables de las diferentes áreas, el departamento de Recursos Humanos y los agentes sociales. Se persigue aplicar una cultura preventiva de enfermedades y accidentes adecuada a cada sector y que, a su vez, permita desarrollar aptitudes y hábitos saludables entre los empleados. A partir de este objetivo **se establecen una serie de actuaciones que van más allá del marco legal establecido**. Muchas empresas están adheridas al pacto mundial que contempla la Norma SG21 y que establece un documento marco elaborado por más de cien expertos que sienta las bases del Primer Sistema de Gestión Ética Europea que permite de manera voluntaria alcanzar una responsabilidad.

Principios como “transparencia”, “sostenibilidad”, “igualdad”, “equidad”, “innovación”, “adaptabilidad”..., todos ellos, bien aplicados, responden a unas buenas prácticas empresariales. A esto hay que añadir el trabajo diario para conseguir cambios de comportamiento por medio de campañas de divulgación y concienciación en pro de la salud. Actividades para prevenir el estrés a través de una optimización y gestión eficiente del tiempo, o una buena educación alimentaria con mensajes continuos aprovechando los medios de los que se disponen, así como la aplicación de beneficios sociales y servicios de valor añadido son algunas de las prácticas empleadas en las empresas con Responsabilidad Social.

Para que los trabajadores estén involucrados es fundamental saber sencillamente qué es lo que quieren. La sensibilización es muy importante y la seguridad y la salud en el trabajo hace que los empleados se sientan más corporativos y contribuyan a mejorar el clima laboral y la productividad de la empresa. A esta conclusión han llegado en empresas como Vodafone, en la que el manager de RSC, José Manuel Sedes, destacó que a partir de una estrategia han conseguido la excelencia gracias a las iniciativas generadas por los propios trabajadores.

La transmisión de la información sobre la salud de una forma adecuada y correcta a través de los diferentes medios de comunicación fue otra de las numerosas perspectivas desde las que se abordó la “Responsabilidad Social”. El presidente de la Asociación Nacional de Informadores de Salud (ANIS), José Manuel González, destacó que la primera preocupación del ciudadano es la salud, de ahí la importancia del compromiso del periodista a la hora de informar sobre estas noticias. Una información veraz, objetiva, honesta, independiente, responsable, confidencial y de respeto a las personas involucradas, son algunos de los principales principios recogidos en la “Declaración de Sevilla” de 2007 en un Código Deontológico que marca las pautas que todo buen profesional debe cumplir en la confección y difusión de las noticias relacionadas con temas sanitarios, abogando por la especialización de los informadores.

Las farmacias juegan también un papel fundamental cuando se habla de salud y, por tanto, de Responsabilidad Social. La presidenta del Consejo General de Colegios Farmacéuticos, Carmen Peña, las definió como unos establecimientos sanitarios privados pero de interés público. Una de las claves de la farmacia española es dar una accesibilidad al medicamento pero, además, el nuevo reto que se le plantea al farmacéutico es la atención al cliente, implicándose diariamente con el paciente a través de un seguimiento. Casi dos millones de personas pasan diariamente por una farmacia. Se trata de un dato revelador que indica la importancia de éstas en su implicación hacia un compromiso social activo.

Tampoco se olvidó en esta jornada del lugar que ocupan las ONGs y su decida apuesta por la RSC. Así lo constataron el responsable de Relaciones con Empresas de Aldeas Infantiles, Fernando Morón, y el presidente del Foro Español de Pacientes, Albert Jovell. La cooperación y el vínculo de las empresas con determinadas organizaciones sin ánimo de lucro contribuyen a reforzar la tan aludida Responsabilidad Social. Albert Jovell defendió la inversión en salud y dijo “hemos de actuar por los demás con la idea de que los demás actuarán por nosotros”. Aludió a la crisis económica y financiera actual y subrayó que las empresas que consigan sobrevivir serán gracias a su reputación, y ésta se consigue demostrando que hay organizaciones sensibles a las necesidades sociales.

Además de un buena reputación las empresas deben generar confianza, así lo subrayó la gerente del Área de Sanidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), Paloma Leis, que puso el punto y final al acto concluyendo: “que no es necesario hacer grandes cosas para mejorar la Responsabilidad Social pues las pequeñas iniciativas también son muy importantes, apelando a la conciencia social e individual”.

Información y Comunicación

Carolina Muñoz Pesquera
Vallehermoso, 78-2ª planta
91 534 83 62
comunicacion@confcuadros.com