

Los trabajadores critican la imposibilidad de conciliar y la falta de beneficios sociales

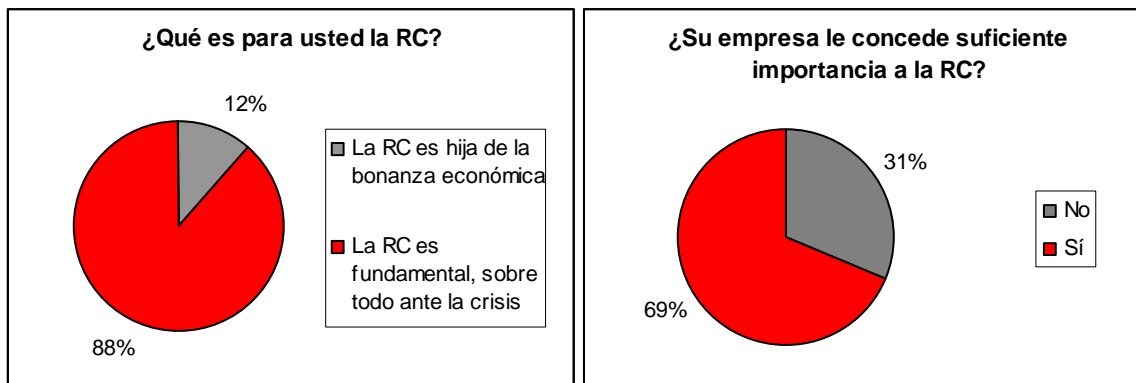
El 31,3% de los directivos admite que su empresa no concede la suficiente importancia a la RC

- Sin embargo, la gran mayoría coincide en que debe ser un elemento estratégico y de gran importancia para los negocios del siglo XXI.
- Un 65,3% de los directivos cree que una empresa debe ser responsable por una cuestión de principios, pues tiene un deber ético con el mundo que le rodea. Frente a esta opinión, un 22,2% cree que la principal función de la RC es generar reputación e imagen, y un 12,5% considera que sirve para diferenciarse de los más directos competidores.
- Aunque la mayoría de los directivos defiende la RC, una octava parte critica que sólo funciona como cortina de humo para desviar la atención de otros problemas más relevantes, y un 9,7% está de acuerdo con que es una pérdida de dinero, tiempo y foco en lo verdaderamente importante.
- Los empleados son el principal grupo de interés para los altos mandos.
- Un 65% de los trabajadores critica la imposibilidad de conciliar y la falta de beneficios sociales
- Otro de los puntos débiles es el salario en relación a las horas trabajadas: un mayoritario 57% no está contento con su retribución y horario.
- La formación es otra variable poco avanzada en la empresa para el 53% de los encuestados.
- Además, un 60% de los trabajadores no confía en promocionar internamente en su organización.
- A pesar de estas críticas, un 66% de los encuestados declara estar, en líneas generales, satisfecho con su puesto de trabajo.

Madrid, 17 de noviembre de 2010.- Desde que comenzó la crisis económica, se han postulado dos teorías diferenciadas en torno a la Responsabilidad Corporativa. La primera, cada vez más extinguida, defiende que la RC es hija de la bonanza económica y que sólo está al alcance de las cuentas de resultados más saneadas, con lo que podría llegar a su fin o recortarse significativamente en tiempos de crisis.

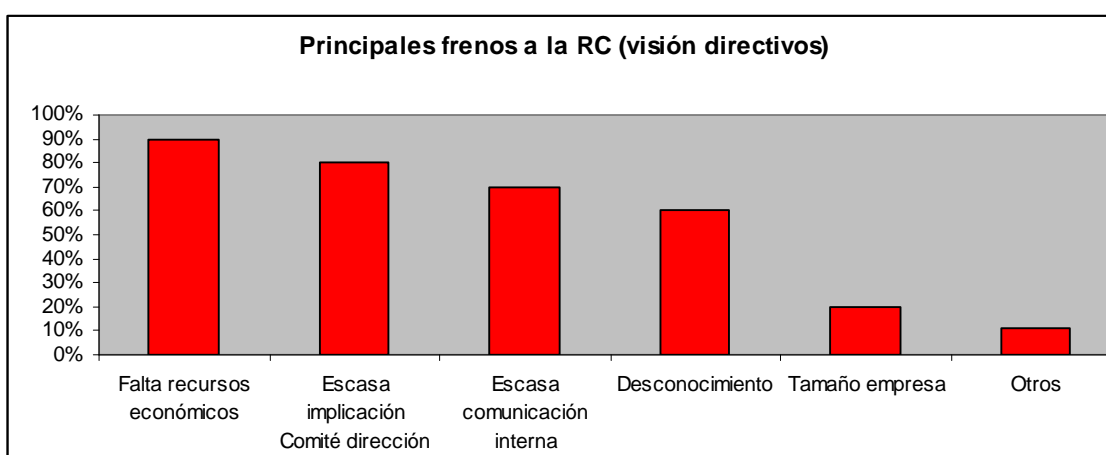
La segunda, mucho más extendida y aceptada, es que la RC es precisamente la mejor respuesta en tiempos difíciles y el único camino para que una empresa sea sostenible y perdure en el tiempo. Al fin y al cabo, el desplome económico se produjo, entre otras cuestiones, por la búsqueda del beneficio exagerado a corto plazo y la irresponsabilidad de algunos decisores.

Tres años después de la iniciada crisis, la Fundación Adecco ha querido conocer qué opinión merece a los directivos la RC y qué grado de importancia la conceden, pues son ellos, quienes en última instancia, van a decidir la puesta en marcha de iniciativas y prácticas responsables. Para obtener los datos, se ha realizado una encuesta a 120 altos mandos de compañías de todos los sectores, obteniendo la conclusión de que **la gran mayoría (88,3%) se decanta por la segunda teoría y cree que la RC es un elemento esencial en la empresa del siglo XXI, pero sin embargo, un 31,3% reconoce que en su empresa no se presta la atención suficiente a las acciones de Responsabilidad Corporativa.**



En un reciente informe de la Fundación Adecco se revelaba que el 65% de los españoles desconoce el significado de RC y un 17% confunde el concepto con acción social o filantropía, pero esta realidad no es extrapolable a los directivos. La práctica totalidad de ellos tiene claro que la RC no es dadivosidad ni altruismo, sino que es un concepto transversal, inherente a todas las operaciones de negocio.

Entonces, ¿cómo se explica que un 31,3% de los encuestados admita no estar haciendo lo suficiente? Este porcentaje destaca que en su empresa la RC no es un tema prioritario debido a la existencia de algunos frenos. Los principales, están relacionados con la **falta de recursos económicos** (90%) y la **insuficiente implicación del Comité de dirección** (80%), que inmerso en la vorágine diaria y en la resolución de problemas urgentes, ve muy difícil dedicar el tiempo necesario a estructurar la RC. Por detrás, destacan otros obstáculos como la escasa comunicación interna/dificultad para coordinar recursos (70%), y el desconocimiento (opción elegida por el 60% de los encuestados).

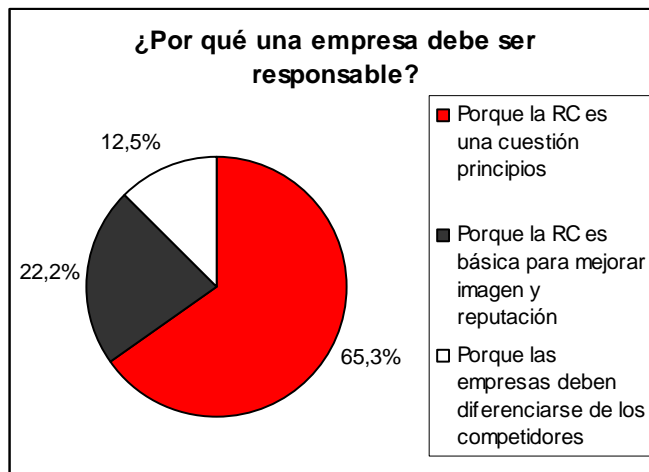


Negar la RC es nadar a contracorriente

Un **59,3% de los directivos está completamente de acuerdo con esta afirmación y un 31,3% está de acuerdo.** Frente a este 90,6%, existe un 9,4% que no comparte esta teoría

De ello se concluye que, casi la totalidad de los directivos, es consciente de que las empresas deben implementar buenas prácticas de RC si quieren ser sostenibles y perdurar en el tiempo.

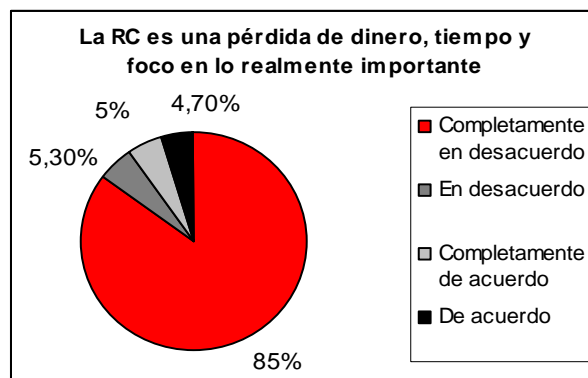
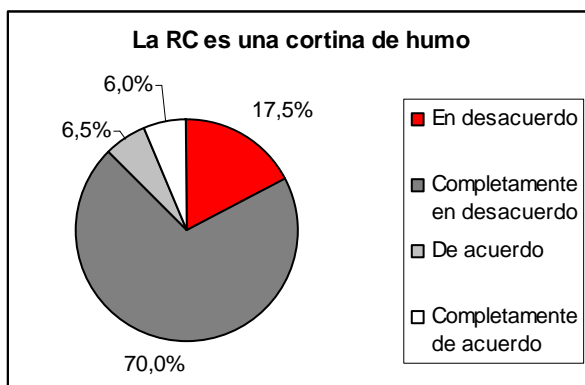
Sin embargo, no todos coinciden en los motivos por los que una empresa debe ser responsable, o, dicho de otro modo, en los resultados que con la RC se persiguen conseguir. Aunque para la **mayoría (65,3%) es una cuestión de principios y de ética, un 22,2% defiende que su principal función es generar reputación externa y publicidad.** Para un 12,5%, la RC es un elemento diferenciador que aporta un valor con respecto a los competidores directos.



Algunas críticas: cortina de humo y pérdida de foco

Pese a que el arraigo y consolidación de la RC es incuestionable, algunos directivos han manifestado su desconfianza, propinando al término algunas críticas negativas.

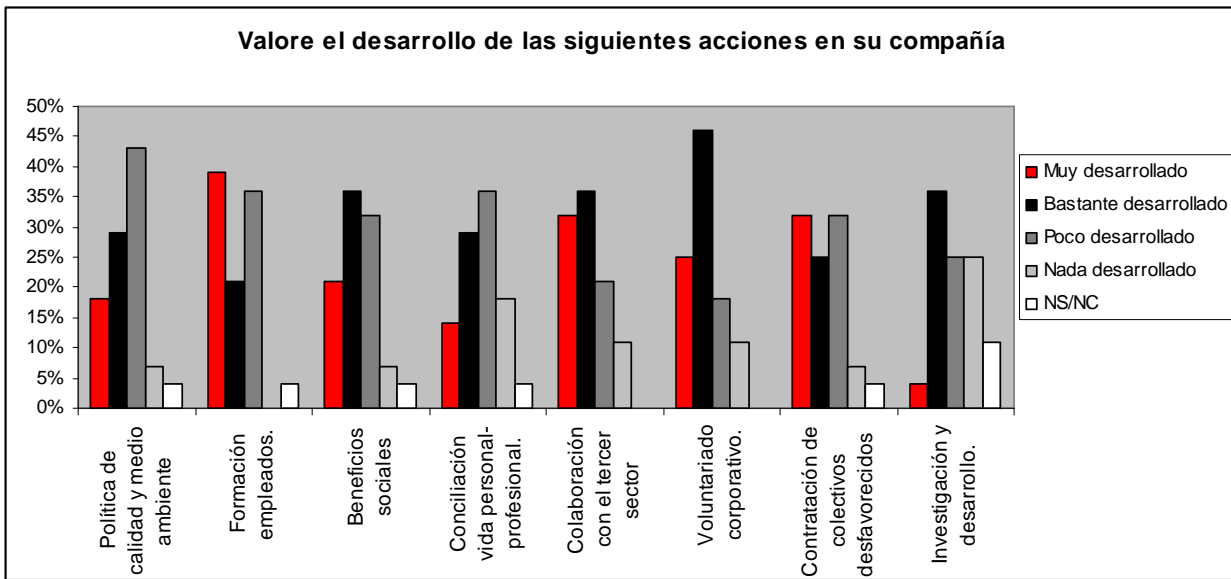
En concreto, una octava parte de los encuestados (12,5%) está completamente de acuerdo, o de acuerdo, con la afirmación de que **“la RC es un cortina de humo para desviar la atención de otros problemas más relevantes”**. En la misma línea, un 9,7% defiende la opinión de que **“es una pérdida de dinero, tiempo y foco en lo verdaderamente importante”**.



Formación Vs conciliación e I+D+I

Dentro de las posibles acciones que se pueden impulsar para el desarrollo de la RC, la **formación** a empleados ha resultado ser la más común entre los directivos encuestados. Así pues, es un activo muy desarrollado según el 39% de los directivos, seguido de otros como la colaboración con el tercer sector y la contratación de colectivos más desfavorecidos (32%).

Los puntos débiles son el I+D+I y la conciliación de la vida personal y profesional.



La importancia del capital humano

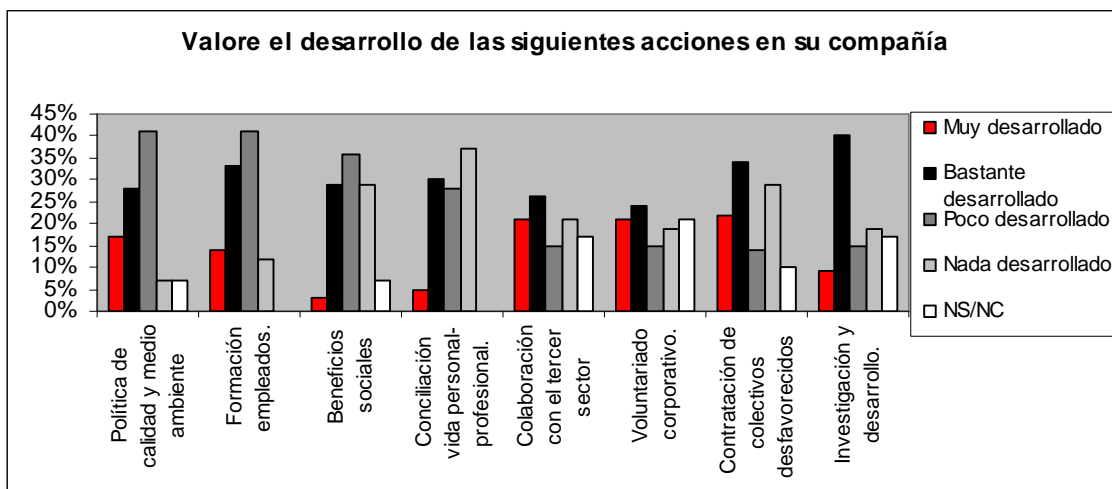
Los grupos de interés o stakeholders son todos los públicos afectados por la actividad de una empresa, ya sea porque pertenecen a ella (empleados, accionistas, etc) o porque se relacionan con dicha empresa desde el exterior (sociedad, medios de comunicación, proveedores, etc).

Para los directivos del siglo XXI, **los empleados son, sin duda, el principal grupo de interés.** Un 70% de los encuestados así lo ha declarado. A ellos les sigue la sociedad en general (61%), las instituciones públicas y gubernamentales (39%), el tercer sector, los proveedores y los medios de comunicación, todos con un 26%.

La visión de los empleados

Los directivos afirman que los empleados son su principal grupo de interés, y por tanto, al que prestan una mayor atención y cuidado. Sin embargo, ¿qué opinan los trabajadores de este resultado? ¿están de acuerdo con que son un colectivo prioritario para sus superiores? Para dar respuesta a estas preguntas, la Fundación Adecco ha realizado una encuesta a 120 trabajadores entre 20 y 57 años, cuyos principales resultados exponemos a continuación.

En el siguiente cuadro, se refleja el grado de desarrollo de las siguientes variables, según los empleados de las empresas:



En la mayoría de los casos, las puntuaciones de las categorías asignadas a “muy desarrollado” caen notablemente cuando son los empleados quienes las valoran. Por ejemplo, si un 39% de los directivos valoraba la categoría de formación como “muy desarrollada”, entre los empleados esta cifra cae hasta el 14%. Sin embargo, hay que tener en cuenta que muchos trabajadores han descartado la opción “muy desarrollado” para decantarse por “bastante desarrollado”; lo que iguala las opiniones de directivos y subalternos, diferenciándolas únicamente en el énfasis de dicha valoración.

Puntos fuertes

Como se aprecia en la gráfica, los aspectos **mejor valorados de la RC** han resultado ser la **contratación de colectivos desfavorecidos**, ya que según un 56% de los encuestados, su empresa tiene en plantilla a trabajadores con especiales dificultades, por ejemplo, personas con discapacidad. En la misma línea, la **I+D+I** es un aspecto bastante o muy desarrollado para el 49% de los participantes en la encuesta, frente al 34% que opina lo contrario y un 17% que lo desconoce. Llama la atención el hecho de que los empleados valoran más positivamente el desarrollo del I+D+I (un 9% ha seleccionado la opción “muy desarrollado”) que los propios directivos, ya que tan sólo un 4% de ellos se ha decantado por esta categoría.

La **acción social ha obtenido un nivel satisfactorio de valoración**, ya que un 47% de los encuestados afirma que su empresa colabora activamente con ONGs y entidades sin ánimo de lucro (este porcentaje ha valorado este ítem como muy o bastante desarrollado), frente al 36% que valora este ítem como poco o nada desarrollado y un 17% que lo ignora.

Asimismo, el **voluntariado corporativo**, destaca como una de las opciones más valoradas, ya que el 45% de los trabajadores afirma que su compañía le ofrece este tipo de actividades fuera de su rutina diaria (un 21% valora el voluntariado como muy desarrollado y un 24% como bastante desarrollado). Sin embargo, un 34% no está de acuerdo (lo califica como poco o nada desarrollado) y un 21% lo desconoce.

En cuanto a **política de calidad y medio ambiente**, las opiniones están muy igualadas, aunque hay una cierta tendencia a valorar este aspecto negativamente: un 48% cree que su empresa presta poca o ninguna atención a esta cuestión, y un 45% defiende lo contrario

Fuera de este gráfico, y en líneas generales, el grado de satisfacción de los empleados es positivo. Un **66% de los encuestados declara estar satisfecho con su puesto de trabajo**, frente a un 34% que no lo está.

La **relación con los jefes** es otra de las fortalezas. Así pues, el 86% de los encuestados se siente escuchado por su superior y afirma poder comunicarle sus inquietudes con naturalidad. En esta línea, un 62,5% considera que la empresa aprecia sus esfuerzos adicionales y un 71,9% que su jefe se enorgullece de los logros conseguidos.

El nivel de confianza y autoestima de los empleados es bastante bueno, ya que gran parte de ellos (**61,4%**) **se siente seguro en su puesto de trabajo y no teme perderlo**. Sin embargo, un 38,6% se siente inseguro en su organización y cree que ésta le reemplazaría por alguien con un sueldo inferior si surgiera la oportunidad.



En cuanto a la **imparcialidad de los jefes**, hay opiniones para todos los gustos y los resultados están muy igualados: un 50,9% destaca que ha sentido alguna vez favoritismos y preferencias por alguno de sus compañeros, frente a un 49,1% que nunca ha experimentado esta sensación.

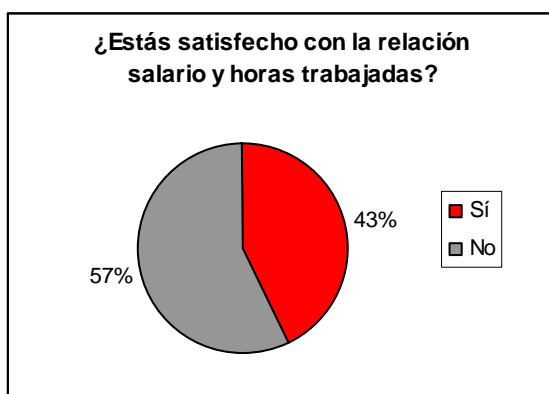
La conciliación, el punto débil

Los empleados están de acuerdo con los directivos en que la **conciliación** es uno de los talones de Aquiles de la empresa. Así pues, un 65% valora este aspecto como “poco desarrollado” o “nada desarrollado”, declarando que su vida profesional le resta demasiado tiempo para su lado personal.

Según Francisco Mesonero, Director General de la Fundación Adecco: “En España existe el problema de que el horario es muy diferente al del resto de Europa, donde los trabajadores ven más fácil conciliar trabajo y familia. Hay compañías extranjeras que están obligando a sus filiales españolas a tener horarios más flexibles, con 45 minutos de comida y no las 2 horas de media nuestras. Si el problema es que la empresa, por su actividad, requiere un mayor horario de apertura, una solución pueden ser los turnos. Hay que buscar alternativas y seguir avanzando para entender que **la conciliación no va en detrimento de la productividad sino todo lo contrario**”

También un 65%, comenta que los **beneficios sociales** (tickets comida, guardería, descuentos, etc) están poco o nada desarrollados. Los directivos valoran este ítem mucho más positivamente, ya que para un 57% está muy desarrollado o bastante desarrollado. Otro de los puntos débiles es el **salario en relación a las horas trabajadas**: un 43% de los trabajadores está satisfecho con su retribución y su horario, pero un mayoritario 57% no está contento con estas variables.

Por último, los empleados españoles no confían en **promocionar** dentro de su empresa. Así lo ha constatado el 60% de los encuestados.



Fundación Adecco

Constituida en julio de 1999, la Fundación Adecco es fruto de la responsabilidad social que asume la firma Adecco como líder mundial en la gestión de recursos humanos. Su principal objetivo es la inserción en el mercado laboral de aquellas personas que, por sus características personales, encuentran más dificultades a la hora de encontrar un puesto de trabajo.

La Fundación Adecco lleva a cabo programas de integración laboral para:

- Hombres y mujeres mayores de 45 años*
- Personas con discapacidad*
- Mujeres con responsabilidades familiares no compartidas y/o víctimas de violencia de género*
- Deportistas y Ex deportistas de alto rendimiento*

Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:

Irene Gil Romero
Dpto. Comunicación Fundación Adecco
irene.gil@adecco.com
Tlf: 91 700 49 20/ 672001061

Laura García/ Silvia Enrique
Trescom Comunicación
laura.garcia@trescom.es
silvia.enrique@trescom.es
Tlf: 91 411 58 68