

Da Dirección responsable

Innovación
y Responsabilidad Social

Buenas prácticas
y consejos para directivos



Design for All Foundation | Febrero 2006 | FICHA^o 1

Esta es la primera ficha de la Design for All Foundation.

En ellas nos proponemos divulgar ejemplos de buenas prácticas, conocimientos y habilidades para directivos que tienen la misión de incorporar elementos de responsabilidad social en sus empresas.

Diseñar para Todas las Personas es llevar a cabo acciones de RSC a través de la innovación, o sea que en lugar de hacer donativos o acciones similares, se incorporan beneficios mediante el diseño y rediseño de los productos, servicios e instalaciones de la empresa.

Reenvía esta ficha a un amigo.

Cómo aplicar la RSC en tu empresa sin quemarte. Síndrome del directivo quemado por la aplicación de principios de RSC

Hace poco, un directivo de una importante empresa de servicios me explicaba sus dificultades para introducir cambios de responsabilidad social en la amplia maraña de departamentos de su empresa.

Los problemas que me planteaba eran básicamente estos cinco:

1. **Los cambios que propongo afectan al diseño de prácticamente todos los servicios ofrecidos por mi empresa** y esto me convierte en un agente de cambio interesante pero a la vez temido.
2. Cuando propongo cambios a otros directivos, a menudo **encallamos en una discusión de valores y creencias.**
3. **La dirección general no ha asumido del todo el liderazgo de estos cambios**, por lo que el peso de la cuestión está quedando, en gran parte en mis manos.
4. Aún teniendo ideas muy claras de los cambios que mi empresa debe hacer, **no dispongo de conocimientos ni de una perspectiva externa y profesional**, sino tan sólo de unas ideas y del feedback que me llega de la oficina de reclamaciones de los clientes.
5. **Los cambios llevamos a cabo hasta ahora no tienen mucha credibilidad**, porque son divulgados por mi propia empresa.

Algunas pistas para esquivar escollos

Aunque no existen soluciones definitivas a estos problemas, puede ser interesante conocer algunas de las soluciones a las que han ido llegando los coordinadores de las [23 empresas](#) que forman parte del Commitment to Design For All (Compromiso de Diseño para Todas las Personas), proyecto permanente de la [Design for All Foundation](#).

Redacta el código ético de tu empresa

En el artículo [¿Estan vacías las empresas?](#) Ángel Castañeira y Josep M. Lozano La Vanguardia, (26/08/2005) los autores destacan que la responsabilidad no es tan sólo cuestión de prácticas e indicadores corporativos, sino que es necesario un compromiso personal de los individuos que conforman la empresa. Y este compromiso es, quizás, la mayor barrera del cambio para la reorientación social de las empresas. El que lo sufre suele ser el directivo al que han hecho responsable de esta reorientación. No sólo tiene el peso de los cambios en el funcionamiento de la empresa. También tiene el de enfrentarse a las actitudes y mentalidades de sus compañeros.

El primer paso para lograr este cambio en un equipo de personas es que **su dirigente de mayor rango lo asuma en primera persona, que anuncie su compromiso y que empiece a dar ejemplo desde el primer día**. El segundo paso es el de empezar a **definir un código ético que sirva de guía e inspiración a los directivos de toda la empresa**. No es necesario que sus definiciones sean muy específicas, ya que las situaciones a las que se enfrentan los directivos a la hora de tomar decisiones son muy diversas. Lo importante es lograr que este documento sea respetado, tenga un uso cotidiano, como un manual para la toma de decisiones y que sirva también de referencia a quienes quieran entrar a trabajar o actuar como proveedores de la empresa. Una de las empresas que ha inaugurado recientemente su código ético es [Mutua Intercomarcal](#).

Practica el benchmarking y establece colaboraciones

Emprender un camino en solitario siempre es complicado. La planificación e implantación de políticas de responsabilidad social no es una excepción, al contrario. Cuando una empresa decide ir más allá del mecenazgo y se propone asumir acciones de responsabilidad social en su entorno, corre el riesgo de que ello afecte a su estrategia de negocio y a sus relaciones con el entorno. Por este motivo, **siempre es más prudente contar con una red de contactos que se encuentren "en el mismo camino" que nosotros** y si es posible, que vayan unos pasos por delante.

Por otro lado, en una network existen a menudo oportunidades de colaborar en proyectos conjuntos con diversas empresas, logrando mejores resultados, tanto en los objetivos sociales como en la comunicación de las acciones llevadas a cabo. Un buen ejemplo, en el que nuestra fundación ha podido participar junto con diversas empresas el llamado proyecto [Equipara](#), cuyo objetivo es fomentar la equiparación laboral de personas con discapacidades.

Realiza certificaciones

La certificación es buena forma de asegurarnos de que hemos dado un paso firme y seguro. Si imaginamos el camino hacia la mejora de nuestra vinculación empresa-sociedad como una cuesta ascendente, **la certificación es una cuña que nos impide retroceder y que nos garantiza que hemos llegado hasta donde estamos**. También es una forma de difundir nuestro compromiso social.

Un buen ejemplo es [Applus + Accessibility](#), pensada para certificar la accesibilidad en productos, servicios y entornos bajo el concepto del Diseño para Todas las Personas. Applus + Accessibility certifica todo aquello que es imprescindible para garantizar la autonomía de las personas, con el fin de conseguir un aumento de la calidad de vida y más autonomía. Actualmente trabajan en cuatro grandes áreas: transportes, maquinaria y útiles, edificación y urbanismo y sistemas de información.

Empieza por mejorar tu comunicación

La comunicación externa que desarrollan los departamentos de marketing de la empresa **es un elemento muy visible y en constante actualización**, por lo que resulta fácil incorporar mejoras de responsabilidad social. Es un buen punto de partida.

A raíz de la ley que obliga a las administraciones públicas a tener su página web en un formato accesible ([Web Accessibility Initiative](#)), muchas empresas se han apuntado de forma voluntaria a este tipo de mejora. Los documentos en formato PDF también pueden hacerse accesibles.

La papelería, folletos profesionales y las tarjetas personales pueden mejorarse evitando los cuerpos de letra inferiores a 10 y determinadas combinaciones de color.

Conclusiones

Hacer que nuestra empresa sea cada día mas más responsable con su entorno social no es tarea fácil. No tengas prisas en ver progresos. **Para hacer frente a cambios de mentalidad y cambios en el diseño de servicios, productos e instalaciones de nuestra empresa nos interesa evitar quedarnos solos, tener apoyo externo y sobre todo tener acceso a colegas de otras empresas que estén trabajando en el mismo tema.** Este tipo de alianzas nos facilitarán estrategias de cambio interno y nos abrirán posibilidades para realizar acciones conjuntas con otras empresas. La alianza con fundaciones o asociaciones nos dará una visibilidad y una perspectiva externas.

Pascal Guillén, Director de Comunicación de la [Design for All Foundation](#)

Evidentemente, cada uno de los puntos que he tocado en este artículo puede ampliarse muchísimo, tanto en planteamientos como en ejemplos prácticos y recursos. **Nuestra intención es la de ampliar estos puntos en las próximas fichas, en función de vuestros comentarios.** Estáis invitados/as a colaborar y a evaluar esta publicación proponiendo temas, realizando preguntas y aportando buenas prácticas u otros contenidos. Espero que este material sea de vuestra utilidad.

Hasta pronto.

Pascal Guillén
Director de Comunicación

Publicación mensual. Distribución gratuita. Estamos abiertos a vuestros comentarios en pguillen@designforall.org

Para suscribirte o darte de baja puedes utilizar los [formularios](#) que hay en nuestra página web