

## **La Responsabilidad Social Corporativa, una buena aliada para la Dirección Internacional de Recursos Humanos**

María Isabel Labrado Antolín, *Universidad Complutense de Madrid*

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se refiere al compromiso voluntario de las empresas para contribuir al desarrollo sostenible, promover el bienestar social y mitigar su impacto ambiental (ESIC, 2024). Este compromiso va más allá del simple cumplimiento de las obligaciones legales, buscando integrar prácticas éticas en todas las operaciones de la empresa. La RSC no es una moda pasajera. La Comisión Europea identifica la sostenibilidad como una de las principales megatendencias de la Unión Europea en los próximos años (Comisión Europea, 2021). Los valores venden (Cortina, 2021), así las empresas europeas están tomando un papel activo hacia la transformación de sus procesos productivos en las tres dimensiones clave de la RSC (JRC, 2021): económica, social y ambiental.

Los valores éticos venden no sólo el producto comercial sino también la imagen de marca empleadora de las empresas: la *marca empleadora sostenible*. La marca empleadora sostenible se centra en atraer, retener y motivar el talento, integrando prácticas éticas y sostenibles en todas las operaciones de la empresa (Gavilán et al., 2013). Entre los retos actuales a los que se debe dar respuesta la marca empleadora sostenible se encuentran: fomentar un entorno de trabajo inclusivo y diverso, adaptarse a nuevas formas de trabajo, flexible, combatir la renuncia silenciosa y mejorar el compromiso de los empleados es fundamental (Randstad Sourceright, 2021).

A continuación, se muestran algunos ejemplos de empresas españolas internacionalizadas que han desarrollado una marca empleadora sostenible a través de prácticas como la promoción de la diversidad e inclusión, la adopción de políticas laborales justas y la implementación de iniciativas que minimicen el impacto ambiental (Forética, 2022). Ecoalf, empresa española de moda sostenible se dedica a la creación de prendas y accesorios a partir de materiales reciclados. Su compromiso con la sostenibilidad y la economía circular la ha posicionado como una marca empleadora atractiva para aquellos que valoran la responsabilidad ambiental. Por su parte, el gigante de la moda Inditex, ha implementado diversas iniciativas para reducir su impacto ambiental, como el uso de

materiales sostenibles y la mejora de la eficiencia energética en sus tiendas y centros de distribución. Además, promueve la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo. La energética Iberdrola se ha comprometido con la sostenibilidad a través de la inversión en energías renovables y la reducción de emisiones de CO2. También promueve la igualdad de género y la diversidad en su plantilla. Telefónica, la compañía de telecomunicaciones ha adoptado prácticas sostenibles en sus operaciones, como la reducción de su huella de carbono y la promoción de la economía circular. Además, Telefónica fomenta un entorno de trabajo inclusivo y diverso.

En conclusión, si la RSC ha venido para quedarse y es tendencia global, la Dirección Internacional de Recursos Humanos debe mirar a la estrategia RSC de la empresa como aliado para fomentar una imagen de marca empleadora sostenible, en su carrera por atraer y retener el mejor talento internacional.

#### **Fuentes de información utilizadas**

- Centro Común de Investigación (JRC) (2021). Shaping & securing the EU's Open Strategic Autonomy by 2040 and beyond. Recuperado Tendencias Sostenibilidad 2024: Lo que debes saber (aplanet.org).
- Comisión Europea (2021). Informe de prospectiva estratégica de 2021: La capacidad y libertad de actuación de la UE. Recuperado de Informe de prospectiva estratégica de 2021 - Comisión Europea (europa.eu).
- Cortina, A. (2021). Si las empresas son inmorales, nuestro mundo es insufrible. El País. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2021-11-24/adela-cortina-si-las-empresas-son-inmorales-nuestro-mundo-es-una-porqueria.html>
- ESIC (2024). ¿Qué es la responsabilidad social corporativa? Recuperado de <https://www.esic.edu/rethink/business/responsabilidad-social-corporativa-que-es-c>
- Forética. (2022). El Informe Forética 2022 identifica las tendencias de transformación empresarial ante la creciente demanda de un liderazgo sostenible. Recuperado de <https://foretica.org/2022/06/el-informe-foretica-2022-identifica-las-tendencias-de-transformacion-empresarial-ante-la-creciente-demanda-de-un-liderazgo-sostenible/>
- Gavilan, D., Avelló, M., & Fernández Lores, S. (2013). Employer branding: La experiencia de la marca empleadora y su efecto sobre el compromiso afectivo.

aDResearch ESIC, 7(7), 58-75. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4261261.pdf>

- Randstad Sourceright. (2021). Talent Trends 2021. Recuperado de <https://news.sap.com/spain/2021/09/los-mayores-desafios-de-la-gestion-del-talento-humano-en-las-empresas/>

**Fecha del caso:** agosto 2024.

**Palabras clave:** Dirección Internacional de Recursos Humanos, Estrategia, Responsabilidad Social Corporativa, Marca empleadora.

### **Preguntas sobre el caso**

1. Explique, de forma razonada, las ventajas que tiene para la Dirección Internacional de Recursos Humanos el desarrollo de una imagen de marca empleadora sostenible.
2. El caso plantea ejemplos de conocidas empresas españolas internacionalizadas. La RSC puede igualmente ser aplicable a empresas de tamaño mediano y pequeño. Imagine una mediana empresa internacionalizada, que diseña y fabrica mobiliario ergonómico para oficinas. Analice y proponga ideas para el desarrollo de una nueva marca empleadora sostenible. Piense en el ciclo completo de atracción, selección y retención de talento. Recorra a las fuentes facilitadas en el caso u otra información que considere oportuna para resolver la pregunta.