

RSE

Una práctica más que saludable

La Responsabilidad Social Empresarial (o Corporativa) es una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta los objetivos económicos pero compatibilizándolos con los impactos sociales y medioambientales.

Es vista por las principales empresas como mucho más que un conjunto de prácticas o iniciativas puntuales o motivadas por el marketing y las relaciones públicas.

Medicina Personalizada (MP) ha sido una de las empresas pioneras en la materia y desde entonces destina una importante cantidad de recursos (económicos y humanos) a desarrollarla. **Punto edu** conversó sobre el tema con el Lic. Juan Manuel Zorrilla, gerente comercial de MP.

¿Con qué objetivo y desde cuando Medicina Personalizada decidió comenzar a tomar acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

MP desde sus inicios realizaba acciones de apoyo a la comunidad de forma espontánea. No existía aún el concepto de RSE pero ante solicitudes concretas se brindaba apoyo. Luego estas acciones fueron

sistematizándose y se desarrolló la planificación correspondiente en la medida que fuimos aprendiendo RSE.

¿Qué porcentaje del presupuesto de marketing se destina a RSE?

Es variable dado que, si bien planificamos al inicio



MP apoya la construcción de viviendas a través de "Un Techo para mi País"

Entrevista



Inauguración del local de la Fundación Alejandra Forlán, apoyada por MP

del año, siempre surgen nuevas solicitudes de apoyo que tratamos de cubrir y hay variaciones de lo presupuestado.

¿Qué acciones en concreto se vienen llevando adelante?

Realizamos acciones en las distintas áreas de la RSE: ética, calidad de vida laboral, apoyo a la comunidad, cuidado del medio ambiente, marketing responsable. Este año la acción más importante es el apoyo a la Fundación Alejandra Forlán que trabaja en la prevención de siniestros, la rehabilitación de las víctimas y la promoción de sus derechos.

¿Con qué criterios se determinan las acciones a realizar o las instituciones a apoyar?

Tratamos de integrar distintos objetivos en las acciones. Por ejemplo cuando construimos viviendas con “Un Techo para mi País” lo hicimos convocando a socios, médicos, funcionarios y público en general. En la construcción participamos los distintos stakeholders (o grupos vinculados a la institución) y logramos objetivos en cuanto al apoyo a la comunidad, calidad de vida laboral por el trabajo en equipo, medio ambiente, etc.

¿Qué beneficios tiene para la empresa esas acciones?

Los beneficios son múltiples porque lo invertido retorna de distintas formas; léase imagen pública, satisfacción de sus funcionarios, fidelización de socios, mayor relacionamiento y varios intangibles más.

¿Cuál cree que es la repercusión en los afiliados al ver que su servicio de salud toma esas acciones?

Recibimos mensajes de satisfacción al ver que su institución se preocupa por estos temas. Sobretudo cuando las acciones están relacionadas con la salud (por ejemplo el caso de la Fundación Alejandra Forlán, que lucha contra la causa número uno de muerte en menores de 40 años) MP muestra el compromiso de apoyar al socio y a la comunidad en la promoción de la salud.

¿Cuál es a su criterio la diferencia entre las acciones de marketing tradicional (marketing, publicidad y promociones) y las acciones de RSE?

Es una integración de conceptos. Las organizaciones son parte de la sociedad y se comunican, realizan marketing y actividades permanentemente. Integrar la RSE a todas las áreas de una organización es una tarea constante que requiere el involucramiento y la comprensión de todas las personas que forman parte de la misma.