

Especial Reputación y RSC



Ana Sainz

Directora General de la Fundación SERES



Carlos Esteban

*Director de RR.HH. y Responsabilidad Corporativa
de Grupo Zurich en España*

Las empresas españolas invirtieron más de 740 millones de euros en acciones de RSC durante 2015

La Fundación SERES pretende transformar la realidad empresarial promoviendo la mejora de la realidad social y favoreciendo el aprendizaje individual y colectivo. Por ello, se erige como uno de los grandes portavoces de la RSC y un guía fundamental para el tejido empresarial español. Su directora general, Ana Sainz, mantiene que la clave es la colaboración para que las acciones de este tipo sean más contundentes.

H

abía muchas expectativas puestas en el 2015 sobre el avance de la RSC y hay quien señala que el balance no ha sido tan fructífero. ¿Qué retos señalaría usted a partir de este momento?

Creo que el año 2015 ha sido un año de sentar las bases con nuevos actores y nuevas temáticas y sobre otro un año que nos lleva mucho más a diseñar siendo responsables y no a diseñar haciendo responsabilidad. Hemos tenido hitos muy importan-

Redacción Directivos y Empresas

tes como la COP y los nuevos ODS y también un nuevo código de buen gobierno con una recomendación en materia de RSC que también constata la importancia de la involucración de todas las áreas de la compañía. Los datos de longevidad de las empresas que muestra la revista Fortune 500 ya nos daban también pistas de que los valores del pasado no se mantendrán en el futuro cercano. Por lo tanto, ha sido un año de marcar retos importantes y de asentar nuevas formas de hacer que esperamos que pronto den sus frutos. Y en muchas compañías el 80% del valor de las empresas ya se explica por los intangibles.

El reto sigue siendo pasar a la acción y hacerlo con contundencia y en colaboración. Hay que hacer crecer esta nueva realidad, fortalecerla y permitirle avanzar. Para ello, tiene que formar parte de la vida cotidiana de una compañía y ofrecer los mecanismos, para crear clientes y sociedades satisfechas. Esto es una garantía de equilibrio y éxito y apoya la creación de valor responsable.

La educación, la desigualdad y el cambio climático son tres puntos destacados en los que se debería insistir más. ¿Tienen líneas abiertas para estos frentes?

Los ODS, que vienen a sustituir a los



Ana Sainz

Directora General de la Fundación SERES

Objetivos del Milenio, presentan importantes avances respecto a estos últimos años. Nuevos temas y nuevos actores y como hemos dicho antes sobre todo llaman a la colaboración entre todos los actores y trabajar conjuntamente gobiernos, organizaciones civiles y sociales, organizaciones multinacionales y empresas para poder dar solución a los grandes problemas sociales.

Los ODS cubren 17 áreas de progreso económico –social y medioambiental, afectan no solo a países en desarrollo, sino también a países desarrollados y otorgan un papel destacado al hecho de que los actores tradicionales del desarrollo –agencias,

ONG, gobiernos...- deban prestar atención a alianzas con el sector privado y la sociedad civil, para alcanzar objetivos de este calado.

SERES en 2015 firmó un acuerdo con el Fondo para los objetivos del desarrollo sostenible y forma parte del grupo asesor del sector privado del Fondo ODS.

Si atendemos a algunas cifras que ofrece el III Informe del Impacto Social de las Empresas elaborado por SERES y Deloitte; análisis en el que han participado 77 empresas, que han aportado los resultados logrados a través de su actividad de RSE en 2015, merece la pena mencionar datos como:

Analizando las medidas legislativas en materia de RSC, es esencial garantizar una red conjunta entre todos los actores y lograr sentarlos en la misma mesa”

- El 58% de los más de 8.600 proyectos desarrollados por las empresas participantes en este informe han sido destinados a bienestar y cobertura de las necesidades sociales, entre los que destacan la educación y la salud.
- 57.000 personas estaban integradas laboralmente a diciembre de 2015, gracias a los programas de RSE de estas compañías.

¿Cree que la estrategia elaborada por el gobierno en materia RSC podría limitar el poder de ciertas compañías? ¿La regulación es positiva en ese sentido?

No parte de una ley. Parte del convencimiento de que estas acciones son ventajosas para sociedad y empresa. Dicho esto creo que la opción de un ecosistema de colaboración público-privada puede convertirse en uno de los mejores escenarios, en el que existe la colaboración de empresas, administraciones y ONG.

Un buen contexto para una sociedad y empresa más sana. A la hora de valorar las medidas legislativas en materia de RSC, en mi opinión, es esencial garantizar una red conjunta entre todos esos actores y lograr sentarlos en la misma mesa.

Se dice que la RSC convencional ya no es suficiente. ¿Se puede innovar más allá de evitar malas prácticas?

Es cierto que muchas veces las siglas nos encorsetan. La clave es que esté integrado en la estrategia de cada empresa.

En Fundación SERES defendemos actuaciones sociales, que forman parte de la estrategia de negocio de las empresas como motor de cambio, como fuente de innovación social, como transformación necesaria capaz de impactar positivamente.

se res

fundación sociedad y empresa responsable



Estas acciones no son un mero gasto. Son elementos transformadores clave para la generación de innovación y garantías, que apuestan por el largo plazo. Intentamos ir “más allá” identificando tendencias, ayudando a la conexión entre sociedad y empresa para que crezcan de forma conjunta.

Con todo, además de la buena predisposición de las empresas, ¿hay que enfocarse en la formación en asuntos de responsabilidad social corporativa?

Es esencial pensar en el largo plazo y contar con profesionales y una alta dirección que sienten las premisas para “engancharse” a este tipo de proyectos.

Sabemos que funciona y crea valor y es necesario contar con líderes formados, que marquen la diferencia, que dejen huella con su impacto. En SERES consideramos que el conocimiento es un pilar esencial y compartimos conocimiento empresarial y social. Apostamos por la excelencia a través de las buenas prácticas y el papel activo de las empresas como agentes del cambio.

Otra de las vertientes importantes es la inversión que requieren este tipo de políticas. ¿Qué inversiones destacan en este capítulo dentro de su organización? ¿Las empresas ven como un ADN propio una estrategia de RSC?

La necesidad entre sociedad y empresa es mutua. Tejer una red conjunta y estar integradas en la estrategia de las compañías es necesario. En Fundación SERES defendemos actuaciones sociales que forma parte de la estrategia de negocio de las empresas como motor de cambio, como fuente de innovación social, como transformación necesaria capaz de impactar positivamente. Estoy convencida de que queda lejos percibir estas acciones como un mero gasto. Son elementos transformadores clave para la generación de innovación y garantías, que apuestan por el largo plazo.

Se abre una nueva vía de colaboración pero también de escucha a las empresas. Y muestra de ello es el Resultado de nuestro nuevo informe Empresas y Naciones Unidas elaborado junto a la Harvard Kennedy School y Business Fights Poverty. El texto introduce elementos muy interesantes para la discusión. Por ejemplo, las empresas piden a la ONU mayor transparencia y procesos más simplificados y consistentes. También, piden participar en la discusión de los programas de desarrollo desde las primeras etapas de planificación. Igualmente, reclaman contar con un interlocutor único de Naciones Unidas a nivel de país. Son propuestas interesantes que alimentan la necesaria reflexión que Naciones Unidas deberá acometer en los próximos años.

¿Qué repercusiones a los clientes de una empresa pueden tener unas malas o nulas prácticas en la RSC?

Las estadísticas son muy elocuentes. Los millennials (esa generación nacida entre 1981 y 2004) son aún más críticos y emplean las redes sociales para desaconsejar una marca. 7 de cada 10 consumidores entre 18 y 35 años afirma que ya sanciona las enseñanzas menos responsables. Una cifra que desciende al 52% a partir de los 35 años.

Los consumidores solicitan este tipo de empresas, pero también lo hacen los trabajadores, que quieren adherirse a proyectos responsables. Me atrevo a afirmar que estamos ante una generación única, con un

nivel de exigencia alto que demanda que el mercado se adapte a sus requisitos. En muchos casos, nativos digitales, que abrazan la economía colaborativa y conviven con el teléfono inteligente o la tableta cerca de la cama. No cabe duda que cualquier empresa que se dirija a los consumidores más jóvenes debe pensar en cómo mejorar su reputación y preocuparse y ocuparse de ser una organización excelente y responsable.

La apuesta por la RSE es clara y el esfuerzo cada vez mayor por parte de las empresas. El 60% de las compañías analizadas dispone de un plan para extender las políticas de RSE. La colaboración es importante para multiplicar recursos

seleccionar mejor sus actividades y evaluar sus resultados en términos económicos. Permite analizar tanto el retorno económico y como impacto social de los proyectos en marcha como estimar el impacto de proyectos futuros y, así, priorizar entre las diferentes propuestas. La historia de rsc2 está ligada a la necesidad de las empresas de desarrollar un lenguaje RSC ligado al negocio, que garantice rigor y una visión estratégica para la Alta Dirección y permita posicionar estos

tar así, el posicionamiento estratégico del valor social y empresarial, como elemento clave de ventaja competitiva y generación de valor para los accionistas, grupos de interés y la sociedad en su conjunto.

Asimismo anualmente presentamos el Informe del Impacto Social de las Empresas, elaborado en colaboración con Deloitte. Se utiliza un modelo especialmente diseñado para evaluar la concordancia entre los objetivos de RSE de las empresas y su actividad, y considera cinco capitales: persona, organizacional, relacional, económico y social, 16 ejes de contribución y 138 indicadores definidos. En esta edición hemos contado con 77 empresas, que han participado en el estudio. Algunos datos relevantes:

Aun así, parece difícil cuantificar los retornos de cualquier estrategia responsable. ¿Tienen indicadores para ello? ¿Cómo realizan ustedes esta medición?

Contamos con herramientas específicas para realizar este tipo de medición.

Fruto de nuestra colaboración con McKinsey & Company hemos desarrollado una herramienta de medición del impacto de la creación de valor compartido (rsc2).

Esta herramienta permite clasificar y valorar los proyectos de RSC de manera que las empresas puedan

proyectos como prioritarios para la compañía. El resultado de este trabajo es una metodología y unas herramientas asociadas estructuradas en torno a tres dimensiones de valor para la empresa: crecimiento, retorno del capital y gestión del riesgo y nueve palancas de valor.

El objetivo principal de rsc2 es generar en las empresas un diálogo sobre la creación de valor de forma sistemática, de manera que se fomente el interés en desarrollar proyectos de valor compartido. Fomen-

- Las actuaciones de RSE desarrolladas durante 2015 por las 77 empresas participantes en estudio han supuesto una inversión de 741 millones de € invertidos en RSE en 2015 y han llegado a 30 millones de beneficiarios.
- El 58% de los más de 8.600 proyectos desarrollados por las empresas participantes se han destinado al bienestar y la cobertura de necesidades sociales, entre los que destacan la educación y la salud (30%).
- Las 77 empresas participantes en el estudio han incorporado en sus empresas en el año 2015 a 3.700 personas con dificultades de inserción laboral. En global, 57.000 personas estaban integradas laboralmente a diciembre de 2015 gracias a los programas de RSE de estas empresas.
- La apuesta por la RSE es clara y el esfuerzo cada vez mayor por parte de las empresas. El 60% de las compañías analizadas dispone de un plan para extender las políticas de RSE. La vocación de estas empresas hacia la colaboración es especialmente importante para multiplicar los recursos dedicados a la RSE. El 34% de las empresas consigue financiación complementaria para desarrollar proyectos de RSE. □

