



Empresa y sociedad

La entrevista de Giuseppe Tringali

Francisco Román:

Presidente de la Fundación SERES

«Hay que abrir paso a las empresas con ADN responsable»

Este tipo de compañías están jugando un papel fundamental en la transformación de la sociedad, apunta Francisco Román.

Estrenamos en INVERSIÓN & Finanzas una sección dedicada a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) con una entrevista con Francisco Román, presidente de la Fundación SERES (Sociedad y Empresa Responsable) que promueve el compromiso de las empresas por conseguir una sociedad mejor. Román, que es también presidente de Vodafone España y de su fundación, preside la Fundación SERES desde el año 2015.

Cuando nació la Fundación SERES, la RSC era todavía incipiente, no tenía el peso que tiene ahora en los consejos de administración y en los stakeholders...

SERES se puso en marcha en 2009, cuando un grupo de empresas se planteó la conveniencia de poner el

foco en la dimensión social de la RSC. Y se hizo por dos razones, porque es la que afecta directamente a las personas y es la más exigente de la RSC. Si analizamos otras dimensiones, como la económica, la medioambiental o de buen gobierno, vemos que en todas hemos avanzado mucho y sabemos lo que tenemos que hacer. Pero la dimensión social es la más difícil porque no forma parte del campo natural de las empresas, que no tienen un conocimiento innato de ello. Y además, para que tenga impacto es necesaria la colaboración con otros. En ese momento éramos 63 empresas y ahora SERES agrupa a casi 140.

¿Cuál es el perfil de las empresas que están en SERES?

Hay una combinación de compañías cotizadas y familiares. Empresas

españolas y multinacionales implantadas en nuestro país. También contamos con compañías más pequeñas muy especializadas y con las principales escuelas de negocio. Pero lo que nos distingue es el elevado número de grandes compañías, ya que contamos con aproximadamente el 70 por ciento del Ibex-35. Es difícil cuantificar el PIB que supone las empresas que están en SERES, pero no sería disparatado afirmar que un 30 por ciento del PIB puede estar aquí.

«EN LA FUNDACIÓN SERES CONTAMOS CON APROXIMADAMENTE EL 70 POR CIENTO DEL IBEX-35»

Hace unos años, las empresas se limitaban a dar dinero o a participar en actividades culturales, pero ahora la RSC está ligada

a su propio negocio y al compromiso de los empleados. ¿Cómo ha evolucionado la RSC respecto a los primeros tiempos?

En sus orígenes, el enfoque era fundamentalmente filantrópico. Pero



Francisco Román, izquierda, responde a las preguntas de Giuseppe Tringali.

con el paso del tiempo las empresas comprendieron que si ese mismo esfuerzo inversor se hace junto al conocimiento y a la especialización que tiene, el impacto se multiplica. Y además consigues una implicación mayor de los empleados, con lo que se genera un círculo virtuoso de colaboración. El siguiente paso es que todo esto se incorpora a la estrategia de la compañía y conlleva la involucración de la alta dirección. Este es uno de los rasgos distintivos de SERES, la involucración, el compromiso y la participación de la alta dirección de las compañías.

¿Cómo impacta la RSC sobre la generación de valor de la empresa y su rentabilidad?

Actualmente, el valor de las compañías está tremendamente asociado a lo intangible. En una empresa cotizada se estima que en un 80-85 por ciento. Para quien tenga duda sobre esto, que piense en lo que supone la reputación de una compañía, lo que cuesta construirla, lo que significa para el soporte de la marca y lo vul-

MEDIR EL IMPACTO SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Uno de los objetivos de la Fundación SERES es poder medir el impacto social de las empresas. Ponen a disposición de las compañías las herramientas adecuadas y cada año presentan un informe con los datos recopilados. Francisco Román califica de «impresionantes» los datos del último estudio. Participaron 79 empresas. Se contabilizaron 18 millones de beneficiarios directos por las actuaciones de RSE analizadas. 6 de cada 10 empresas han contribuido a integrar laboralmente a colectivos desfavorecidos y se han establecido cerca de 16.000 colaboraciones con entidades sociales en programas de RSE. Los resultados del nuevo informe se conocerán el 1 de diciembre. También, este año se ha cumplido la octava edición de los premios que la Fundación SERES concede a las empresas responsables.

nerable que puede ser en determinadas circunstancias. Pero hay más, y es que una compañía para trazar su destino lo primero que tiene que hacer es comprender su entorno y eso implica escuchar a los stakeholders mucho más que antes. Hoy, la estrategia de la dirección de una compañía supone la apuesta por el largo plazo con el manejo del corto plazo y la interlocución con todos los grupos de interés.

A propósito de esta interlocución con los stakeholders, ¿cuáles son las prioridades de las compañías en su política de RSC? ¿el accionista? ¿el empleado? ¿el cliente? ¿los proveedores? ¿o la sociedad en general?

Has citado los cuatro elementos clásicos en los que toda compañía debe prestar atención, pero eso que podíamos definir como universo de actuación de una empresa es incompleto. Hay que pensar en la sociedad en general. La reputación, por ejemplo, no se limita a esos cuatro grupos, va más allá, tiene que ver ▶

con toda la sociedad. Y lo mismo sucede con el impacto de una acción de tu empresa, que va más allá de esos grupos de interés.

Es verdad que los consejos de administración están más sensibilizados con la RSC, pero el accionista también tendría que entender su importancia, porque podría pensar que los recursos que se dedican podrían tener otro destino.

El accionista tiene como objetivo la rentabilidad de su inversión. Pero esto es una cuestión de perspectiva. Sinceramente, creo que pocos accionistas quieren un retorno inmediato, sino que apuestan por el medio y largo plazo y por una creación de valor sostenible. Y aquí está la clave. Hemos aprendido que la sostenibilidad depende de la inversión en muchos de estos elementos. Tienes que conseguir que tus productos y servicios cumplan las expectativas, con la promesa de tu marca. Pero eso no basta. La sostenibilidad tiene que ver con el compromiso de tus empleados, con la claridad de la estrategia, con el impacto que tiene tu empresa y con la aceptación de ese impacto. Esto es algo que los accionistas cada vez entienden más y por eso apuestan por el largo plazo.

Pero el problema puede ser el accionista especulativo, para el que la RSC no es tan importante...

«CADA VEZ MÁS LOS ACCIONISTAS APUESTAN POR EL LARGO PLAZO Y POR LA CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE»

Inevitablemente, siempre existirán aproximaciones especulativas, siempre existirán personas u organizaciones orientadas al corto plazo. La misión de todos nosotros es apostar por una combinación de corto y largo plazo. Es verdad que sin éxito en el corto no hay largo plazo. Pero sin visión de largo plazo no existe esa sostenibilidad, no existe futuro y nada tiene sentido.

¿Qué importancia tiene para una persona que entre en contacto con



El presidente de la Fundación SERES, Francisco Román, durante varios momentos de la entrevista.

una compañía saber que tiene sensibilidad, que tiene capacidad para dedicar recursos a la RSC?

Hoy en día el talento es más importante que nunca. Y atraer talento te exige contar con una compañía atractiva, porque cada vez más, y esto se ve en los millennials, te piden que tu negocio tenga un propósito, más allá de hacer caja o conseguir unos resultados, que tenga un

impacto, una sensibilidad y que ellos puedan participar en esos programas.

¿La estrategia de una buena RSC puede ser una de las tantas ventajas competitivas que una empresa tiene que buscar para diferenciarse?

Sí, porque tiene que ver con su sostenibilidad en el largo plazo y con esa creación de valor compartida que te genera valor a ti mismo. Normalmente esas compañías son las que atraen el mejor talento, cuentan con el compromiso de sus emplea-

«NO SE TRATA DE DEVOLVER A LA SOCIEDAD, SINO DE CONTRIBUIR A CREAR UNA SOCIEDAD MÁS FUERTE»

dos y saben leer mejor lo que sucede en el mundo.

¿Qué piensas de la comunicación de la RSC? ¿Crees que se está haciendo de una manera correcta?

La comunicación es fundamental y tenemos que progresar mucho, porque hay una dispersión en el tratamiento de estos temas y no es tan fácil suscitar la atención. Deberíamos especializarnos en mensajes más contundentes. Cuando hablamos de RSC no hay que hacerlo en terminos justificativos, no hay que decir que es para devolver a la sociedad. No devolvemos nada, lo que hacemos es contribuir a una sociedad más sana. Por eso nos gusta decir que hay que fomentar, abrir paso a las empresas con ADN responsable, porque son la punta de lanza de un elemento transformador para crear una sociedad más fuerte.

¿Cuáles son las prioridades de la Fundación SERES en estos momentos?

Vamos a poner el acento en el talento y en la digitalización, para tener un efecto multiplicador. Daremos prioridad a la cooperación entre compañías para alumbrar proyectos cooperativos. También hay otros objetivos permanentes como lograr que cada vez más empresas se incorporen a este movimiento, alcanzar un porcentaje del 80 por ciento. ■