

Un yacimiento de empleo

Koiki es una empresa de última milla que nació en 2015 con dos objetivos. Por un lado, proporcionar empleo a personas con discapacidad intelectual y problemas de salud mental. Y por otro, reducir las emisiones de CO2. Es una compañía que ha progresado gracias a las inversiones que han realizado en ella cinco fondos de impacto, entre ellos CREA. El resultado: en el mes de diciembre, 102 personas han distribuido 25.000 paquetes desde los 35 microcentros que Koiki tiene repartidos por diferentes ciudades. «Los centros son gestionados por entidades sociales. Nosotros les damos las herramientas para que formen a sus 'koikis', personas con problemas de salud mental o discapacidad intelectual. Estos son contratados y se encargan de recoger y entregar los paquetes», cuenta Aitor Ojanguren, fundador de la empresa. Además, esos últimos kilómetros hasta llegar a su destino, los pedidos no contaminan ya que viajan a pie, en bici o en coche eléctrico.

sis que se sufrió a nivel mundial. A raíz de eso, la sociedad se ha dado cuenta de que el futuro reside en impulsar una economía más sostenible. «La crisis no solo fue económica y financiera, sino también de valores. Esa conciencia social se multiplicó gracias a las nuevas tecnologías», cuenta Ruiz de Muniain. Así apareció un consumidor mucho más informado y con mucho más poder para ejercer presión. «Y el sector empresarial se ha dado cuenta. Sabe que hay que adaptar el negocio al contexto social que vivimos», dice.

Pero esta nueva filosofía no hubiera tenido tanto calado de no ser por las nuevas generaciones, sobre todo los millennials, que la han absorbido hasta la médula. «Cuando buscan trabajo no solo quieren que esté bien remunerado y cerca de casa, sino que desean sentirse en un entorno y dentro de una compañía que genera un impacto social», comenta Ruiz de Muniain. Y eso no solo se da en la calle. «Los herederos, de 35 y 40 años, de grandes patrimonios y grandes fortunas están empezando a ocupar cargos de gestión en compañías y fondos. Ellos también tienen esa conciencia social», dice Ruiz de Muniain. «Los millennials tiene más claro que las empresas que triunfarán serán las que sean capaces de crear valor compartido, social y medioambiental», sostiene Luis Berruete. Y esperamos que en ese largo recorrido que todavía les queda por delante lleguen a alcanzar su gran objetivo: un mundo mejor para todos.

«Compartiendo» Compromiso con la sociedad

La unión que multiplica la fuerza empresarial

► Una iniciativa de la Fundación Seres recoge emblemáticos proyectos colaborativos con impacto social

MARÍA CUESTA

Empujada por la llamada cuarta revolución industrial, la sociedad cambia a marchas forzadas intentado no perder el vertiginoso paso que le impone la tecnología. Las empresas son una parte fundamental del engranaje y la búsqueda de nuevas fórmulas para aumentar la rentabilidad de una manera sostenible se ha convertido en uno de los objetivos prioritarios. El propio Dan Schulman, presidente y CEO de Paypal, exponía durante su ponencia en el Panel de Tecnología del Foro Económico Mundial de Davos de 2018 la «necesidad de replantear los modelos de negocio, y la importancia que adquiere la colaboración entre empresas para alcanzar con éxito los requisitos y necesidades de los consumidores».

Con este objetivo, la Fundación Seres promueve desde hace seis años el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos. Esta entidad sin ánimo de lucro impulsa así una de las vías que se han mostrado más exitosas: la colaboración. En el último encuentro anual de innovación social, y bajo el título de «Compartiendo», la sesión se enfocó precisamente en la metodología empleada por Seres y la consultora Boston Consulting Group para analizar los proyectos de colaboración que han emprendido con éxito varias empresas. En concreto, en el evento participaron reconocidas empresas como Calidad Pascual, Fundación Integralia DKV, Fundación Konecra, Fundación Randstad, Gonvarri, Grupo Vips, Lilly o Telefónica.

Calidad Pascual expuso el proyecto MIDE (Madrid Innovation Driven Ecosystem), la primera plataforma colaborativa y sin ánimo de lucro que cuenta con la colaboración del Massachusetts Institute of Technology (MIT) para impulsar la región de Madrid. MIDE surge con la misión de fomen-

tar la innovación, el emprendimiento, el desarrollo económico y el empleo en la Comunidad. Junto a Calidad Pascual, participan en esta alianza IBM, Ferrovia, Universidad Politécnica de Madrid, Tetuan Valley y Unlimitek.

Desde la Fundación Integralia-DKV-Fundación Konecra, por su parte, explicaron cómo se desarrolló la primera carrera en «contact center» en los llamados «pueblos jóvenes» de Perú, un proyecto con el que se logró la integración de personas con discapacidad y que, tras el éxito cosechado, se ha extendido ahora a Colombia.

La Fundación Randstad desarrolló como apuesta la formación en red para que las personas con discapacidad puedan acceder a empleos más cualificados y con mejores condiciones, mientras que Gonvarri y Telefónica hablaron sobre la conducción emocional y la importancia de sensibilizar de los peligros de usar el mó-

vil al volante. En cuanto a Lilly, relató el proyecto «Emprende inHealth», un programa de impulso al emprendimiento de impacto social en el sector salud en España y que desarrolla de la mano de UnLtd, una organización con una importante experiencia en programas de apoyo al emprendimiento social. Y, por último, Grupo Vips detalló su programa «Camino al empleo», destinado a jóvenes que no han tenido aún su primera experiencia laboral y necesitan desarrollar las competencias básicas para su inserción en el mercado de trabajo. «A través de formación, talleres y mentoring, profesionales voluntarios de la empresa trabajan en el desarrollo de estas habilidades situando a la persona en el punto previo para poder iniciar un empleo con éxito», explicó María Calvo, directora de Gestión del talento y RSC de Grupo Vips. Iniciativas todas que suman fuerzas y dejan huella.

El proyecto busca poner en valor modelos que apuesten por la sostenibilidad



Una oportunidad para la innovación y una herramienta de adaptación

«Estamos experimentando una evolución progresiva en la relación de la empresa con la sociedad. Cada vez resulta más común que la colaboración en las industrias se plantee para atender desafíos globales sobre el desarrollo y el nacimiento de alianzas estratégicas del sector empresarial entre sí o con otras organizaciones». Así resume Lucila García, subdirectora general de Fundación Seres, la

simbiosis empresarial necesaria para responder a las nuevas necesidades de la sociedad. Y es que, como subraya Asís Martín de Cabiedes, vicepresidente de Seres, «la colaboración social es, sin duda, una gran oportunidad para innovar, adaptarse a las nuevas circunstancias, crear ventajas competitivas y a la vez contribuir al desarrollo social con lo que cada empresa sabe hacer mejor».