

Nota de prensa

Antonio Huertas y Jesús Alonso ponen de manifiesto la importancia del dividendo social y la colaboración para la reconstrucción en #LíderesResponsables, moderado por Francisco Román

- Fundación SERES promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad. Hoy ya son alrededor de 150 empresas, que representan alrededor del 70% de las empresas del el IBEX 35, y aproximadamente el 30% del PIB.
- SERESResponsables, un punto de encuentro de necesidades y ofrecimientos en plena emergencia y que implica a diferentes agentes – líderes, empresas, emprendedores sociales, ONG - ofrece una serie de diálogos con Alta Dirección, #LíderesResponsables.
- En el debate moderado por Francisco Román, presidente de Fundación SERES, se han abordado diferentes temas como aprendizajes de la crisis, retos de futuro para la reconstrucción y liderazgo responsable.

Madrid, 29 de abril de 2020. Se ha celebrado la tercera sesión de #LíderesResponsables, diálogos entre la alta dirección sobre los retos de la reconstrucción post-COVID. Estas conversaciones están enmarcadas en la iniciativa #SERESResponsables, que es un punto de encuentro de necesidades y ofrecimientos en plena emergencia sanitaria y que implica a diferentes agentes (empresas, emprendedores sociales, ONG, líderes...). En el encuentro de hoy han participado **Antonio Huertas**, presidente de MAPFRE y **Jesús Alonso**, presidente y consejero delegado de Ford España.

La sesión ha arrancado con la bienvenida y presentación de Francisco Román, presidente de la Fundación SERES, que ha abierto la sesión destacando “que estos diálogos buscan mirar hacia el futuro y trazar un plan de reconstrucción que prevea la conexión social y la empresarial, algo que tenemos muy presente en Fundación SERES”.

Claves de la reconstrucción sin dejar a nadie atrás

Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, ha afirmado que “creo firmemente que la victoria es de los que dan y en esta crisis sigue siendo muy válido el concepto de fragilidad. Existen muchos colectivos desfavorecidos en los que debemos pensar como por ejemplo los *millenials*, que después de la crisis de 2008, vuelven a tener dificultades relacionadas con el empleo, ahora que están en su madurez. También la España vaciada, con especial importancia de la mujer rural, de aquellos que deben acceder al primer empleo...”. “Tenemos un estado de bienestar que proteger y unas estructuras sólidas deben ayudar en esta reconstrucción” ha concluido Huertas.

Por su parte, Jesús Alonso, presidente de Ford España ha reflexionado sobre el funcionamiento en la planta de Ford Almussafes este lunes día 4 de mayo y cómo en este período la compañía ha desarrollado muchos aprendizajes con la fuerza laboral trabajando desde casa. “Incluso

Nota de prensa

estamos desarrollando producto en remoto, con alguna dificultad más, pero lo estamos haciendo. Esto no lo habíamos probado nunca y ahora más que nunca queremos volver a producir y lo hacemos con muchas ganas”.

Nueva visión social de la empresa

En palabras de Antonio Huertas, “el dinero no es el camino único para alcanzar los objetivos del compromiso social. Hay que meter el alma y los brazos en la actividad social de la empresa. Ya antes de esta pandemia, la responsabilidad social corporativa (RSC) iba mucho más allá de la donación y estaba encaminada hacia la creación de valor internamente: relaciones de equidad, conciliación, hacer crecer la comunidad que hay alrededor. Debe existir un dividendo social y un compromiso claro con el entorno. De hecho, en LATAM, donde estamos muy involucrados, seguimos buscando la colaboración, para lograr este compromiso social empresarial y en algunas ocasiones es difícil”.

Jesús Alonso ha puesto énfasis en la colaboración como una de las vías para lograr una nueva visión social de la empresa y ha puesto de relieve la importancia de las personas en el centro para cualquier tipo de reconstrucción. “En nuestro caso, la primera pregunta de todas las reuniones de estas semanas ha sido si todos estaban bien. Proteger a nuestros empleados ha sido prioritario y muy necesario. En las plantas estamos siguiendo protocolos que van desde cuestionarios con preguntas a los empleados para conocer su grado de contacto con el virus, la distancia en los autobuses, las medidas de control de temperatura en los empleados, uso de mascarillas... Con los clientes estamos tomando medidas también en los concesionarios. Espacios *no touch* para asegurarnos que el cliente se encuentra cómodo y no tenga ninguna dificultad en interactuar con nosotros”.

Los líderes opinan

Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, ha asegurado que “no existía ningún tipo de anticipación para este tipo de situación que estamos viviendo. No tenemos manual para esto. No nos hemos enfrentado nunca a una situación así. La realidad nos ha superado. Nos hemos tenido que ir adaptando. Hemos ido tomando decisiones, como proteger a la gente y asegurar continuidad del negocio y seguir con la continuidad emocional. Planteamos un plan de comunicación amplio. Miles de empleados han sido parte del programa de comunicación y han cargado sus mensajes con sus familias. Mensajes sencillos han podido ayudar para aguantar la presión de esta situación. Yo mismo asumí ese compromiso y mandé mi primer mensaje. No vamos a aplicar un ERTE. Todos están trabajando. Necesitamos todo su tiempo y su esfuerzo”.

Por su parte, Jesús Alonso, presidente de Ford España, reconocía que “una comunicación fluida ha sido fundamental también en el caso de Ford España y además la colaboración. Hemos querido ser parte de la solución y por eso nos pusimos a fabricar mascarillas y hemos llegado a consolidar un proyecto de colaboración con Cruz Roja con la cesión de vehículos, en el que SERES también ha tenido un papel importante”.

En el turno de preguntas del público ambos presidentes han incidido en dos temas como la importancia de la colaboración público-privada y la relevancia de la tecnología y el *big data* como

Nota de prensa

sistemas de predicción y toma de decisiones. Antonio Huertas, en este sentido, ha recalcado “colaboración público -privada: sí y de manera contundente. Hemos podido atender mejor esta crisis con esa colaboración. En Europa lo tenemos muy asumido, porque es una realidad. No pasa tanto en otros países. No es algo ideológico, es un concepto de aportar los recursos allá donde se necesitan. La empresa es el órgano vital que genera empleo y genera valor. Si la empresa trabaja bajo esos conceptos, buscando un dividendo social potente puede ofrecer al entorno público algo muy necesario: generar valor y riqueza en estos momentos tan difíciles”.

En su última intervención, Jesús Alonso, presidente de Ford España ha resaltado “la importancia del *big data* y cómo nos está ayudando en este transitar. Tenemos del orden de un millar de personas trabajando. Con esos sistemas somos capaces de predecir las mejores condiciones para reiniciar la producción según qué país. Aquí interviene también la mejora de los vehículos conectados. Tenemos la capacidad de saber si el país se está moviendo y si son vehículos comerciales, en qué tipo de rutas...Es muy interesante para entender la realidad de cada país, predecir y tomar decisiones”.

Fundación SERES.

Fundación SERES, entidad sin ánimo de lucro, nacida hace 10 años, acompaña la transformación de las empresas e impulsa su liderazgo ante los retos sociales. Como movimiento pionero, con 150 compañías adheridas, que representan el 30% del PIB y el 75% del IBEX 35, aborda el compromiso social de las empresas desde un enfoque estratégico y práctico basado en la innovación.

En SERES las empresas encuentran respuesta al desafío de liderar su impacto social. Para ello ha puesto en marcha RADARSERES, un espacio único donde las empresas que quieren asumir el liderazgo ante los principales problemas sociales se anticipan, reafirman el compromiso y comparten retos y mejores prácticas con otras empresas y agentes sociales. Para detectar estas mejores prácticas, la Fundación convoca anualmente los Premios SERES a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresa.

Para más información:

Sofía Martín
Fundación SERES
+34 91 575 84 48
smartin@fundacionseres.org