



Las empresas responsables e innovadoras, un motor de cambio de la nueva era del impacto social

- Destacados líderes de Accenture, Deloitte, HP, Ilunion, Inditex, Mutualidad, NTT Data, Fundación Repsol y Santander explicaron las tendencias más innovadoras y sus mejores estrategias empresariales para incorporar el compromiso social como activo de valor conectado con el negocio.
- La sociedad exige a las empresas un retorno del impacto social que generan y el liderazgo al máximo nivel es imprescindible para cumplir este reto, según el presidente de Seres, Fernando Ruiz
- “Apostar por la S de lo social como herramienta clave para el negocio exige inversión, visión a largo plazo y valentía, pero impulsa compañías sanas, duraderas y con futuro” afirma la directora general de Fundación Seres, Ana Sainz
- Fundación SERES impulsa Mapa SERES de Huella Social para que las empresas puedan medir el impacto social de sus actuaciones sobre empleados, clientes, proveedores y comunidades

Madrid 22 de noviembre de 2023. Las empresas más responsables e innovadoras volvieron a compartir espacio en la quinta edición de RADARSERES poniendo en común sus iniciativas y acciones para dar respuesta a los retos sociales y ambientales a los que se enfrenta España. Y lo hacían con una ambiciosa longitud de mira: ser actores principales y motores de cambio para la definición de una nueva era del impacto social. “El ambiente geopolítico es complejo y preocupante, existen tensiones sociales, desigualdad”, señalaba Ana Sainz, directora general de Fundación SERES, quien también explicaba que “apostar por la S de lo social como herramienta clave para el negocio exige

inversión, visión a largo plazo y también valentía, pero impulsa compañías sanas, duraderas y con futuro”.

Para seguir acompañando con conocimiento, con tendencias, con mejores prácticas y herramientas a las empresas en este camino iniciado hace diez años Fundación SERES pone ahora el foco en Mapa SERES Huella Social para que las empresas puedan conocer de antemano y medir el impacto social de sus actuaciones sobre empleados, clientes, proveedores y comunidades. Y precisamente una huella positiva y medible es la que demostraron en un intenso programa de diálogos e intervenciones líderes empresariales y expertos, entre los que se encontraban destacados representantes de Accenture, Deloitte, HP, Ilunion, Inditex, Mutuality, NTT Data, Fundación Repsol y Santander.

Estrategia empresarial orientada a lo social

Durante la jornada, celebrada en el Teatro Real, todos ellos compartieron las mejores fórmulas y tendencias innovadoras para incorporar el propósito de lo social en la estrategia empresarial y redundaron en la necesidad de contar con herramientas de medición tangibles del impacto social armonizadas, comunes y transparentes, así como en la importancia de incentivar la colaboración entre gobiernos, empresas y sociedad para marcar los KPIs de esta nueva era. Toda una interesante mañana —en la que también hubo espacio para el networking— que arrancó con un diálogo entre Fernando Ruiz, presidente de Fundación SERES y Ángel Rivera, consejero delegado de Santander España, sobre el liderazgo responsable y el compromiso de la banca con la sociedad, sus esfuerzos para evitar la exclusión financiera de los más vulnerables y su papel en la transición verde. Ha insistido en “el papel del social de la banca para ayudar a reducir desigualdades y crea nuevas oportunidades en la sociedad”.

El cuidado de los colectivos vulnerables lo abordaron Enrique Sanz, presidente de Mutuality, y José Ángel Preciados, consejero delegado de ILUNION Hotels, quienes dejaron claros los beneficios de un modelo “valiente y diferente” de negocio que “sitúa a las personas en el centro y promueve la inclusión”.

Flora García, Global head of People en NTT Data y Enrique Fernández, director de Talento, Cultura y Transformación en Repsol, conversaron sobre cómo convertir la empresa en un lugar de bienestar para los empleados y cómo impactar también en ellos de manera positiva para que puedan ser felices en su vida y en su entorno laboral y se sientan alineados con el propósito de la compañía en la que trabajan. Y para hablar de esa brújula clave para cualquier decisión, como es el propósito, y sobre cómo han de

repensarlo las empresas, conectó desde Londres la experta Catherine Tilley, directora de Impacto, Centro de Empresa Sostenible y profesora titular de Ética Empresarial y Sostenibilidad del King's College London.

Economía circular del talento y tecnología

Sobre los retos que enfrentan las organizaciones para atraer y fidelizar a los mejores profesionales conversaron Sarah Harmon, CEO de Sngular y Carmen Sánchez, socia de Risk Advisory y miembro del Comité Ejecutivo de Deloitte España. Ambas coincidieron en la importancia de promover una economía circular del talento, en la que se tenga en cuenta las cualidades de cada empleado, y a lo que aspiran, se promueva la cultura del feedback, se busquen nuevas vías para encontrar talento, se promueva la formación en cascada y se impulse el reciclaje profesional.

Y precisamente, en cuestiones como la gestión del talento o la toma de decisiones la Inteligencia Artificial se abre paso en las compañías y será decisiva en la próxima década. Idoia Salazar, fundadora y presidenta de OdiselA ofreció las claves para utilizar la IA de manera responsable y ética, de tal forma que el ser humano siga siendo el centro. Una labor en la que es fundamental la formación, la educación y tener claro hacia dónde se debe enfocar esta tecnología, que Salazar señaló “no es ya una opción sino una necesidad”.

Sobre cómo la tecnología es una palanca de progreso y transformación cultural debatieron Mercedes Oblanca, presidenta de Accenture, y Helena Herrero, presidenta de HP para Sur de Europa, Oriente Medio y África, quienes insistieron en los grandes beneficios de la innovación tecnológica y ahondaron en su uso responsable e inclusivo de tal forma que no se deje a nadie atrás.

Espacio de reflexión

Toda una intensa mañana de propuestas en un acto que estuvo conducido por la comunicadora Helena Díez-Fuentes quien transmitió toda su energía, y moderado por expertos y periodistas de prestigio, como la experta en innovación social Antonella Broglio; Montserrat Domínguez, directora de contenidos de la cadena SER; María José Escalera, periodista en Telemadrid; Euprepio Padula, experto en comunicación y liderazgo político y empresarial, presidente de Padula&Partners; y Antonio Lorenzo, director de la revista Digital 4.0 de El Economista.

Nota de prensa

Un espacio de reflexión, de iniciativas y de soluciones que volvió a dejar claro por qué RADARSERES es el foro de referencia y el evento más importante de innovación social en España y que se cerró con la intervención de su presidente Fernando Ruiz: “La sociedad va a exigir a las empresas cada vez más un retorno del impacto social que generan y en ello es imprescindible el liderazgo al máximo nivel, así como contar con herramientas de medición que permitan seguir la evolución y que permitan comunicar cómo mejoran en impacto social. Una vez más constatamos no solo que este movimiento de lo social ha venido a quedarse, sino que marcará una nueva era”.

Fundación SERES

Entidad sin ánimo de lucro, nacida hace más de 10 años. Acompaña la transformación de las empresas e impulsa su liderazgo ante los retos sociales. Su objetivo no es otro que posicionar el valor de lo social en las organizaciones. Como movimiento pionero, con 150 compañías adheridas, que representan el 30% del PIB español 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