

Fuente origen: Europa Sur

Ana Sainz. Directora general de la Fundación Seres

"La empresa puede ser más protagonista en la mejora de la sociedad"

Seres promueve que la acción social se convierta en parte de la estrategia de las empresas.

Verónica Gayá, Madrid | Actualizado 02.12.2013 - 09:32

Como la Fundación Seres, Ana Sainz tiene las ideas muy claras, los objetivos muy marcados y está dispuesta a dar pasos firmes. Una convicción que le aporta la seguridad de tener entre manos un proyecto grande, bueno para todos, que está haciendo crecer la calidad de las empresas y la sociedad española. La Fundación Seres reivindica que las empresas asuman acciones sociales de calidad y que lo hagan como parte intrínseca de su filosofía. Empresas con y para la sociedad harán a ambas más fuertes. El próximo día 4 la fundación entrega en Madrid sus premios anuales a las mejores prácticas empresariales en materia social.

-Creada en plena crisis, cuando parece que los valores sociales han pasado a ocupar un segundo plano, la Fundación Seres comienza una andadura marcada por el éxito, ¿cómo lo explica?

-Nuestra idea respecto a la crisis era la contraria. Creemos que en los periodos de crisis es cuando las empresas tienen que reinventarse, tienen que hacer las cosas de forma distinta y es cuando la sociedad necesita una mayor participación de los negocios. La iniciativa partió del convencimiento del grupo promotor, los fundadores. Ellos creían que las empresas tenían que tener una participación mayor en la mejora de la sociedad. Nosotros vemos esta participación como la creación de valor para ambas partes. Es cierto que es difícil alinear este mensaje con una cuenta de resultados cortoplacista, sobre todo cuando los resultados van a la baja, pero es cierto que el convencimiento de que existe valor también es mayor.

-El mayor reto de la fundación es que la acción social se integre dentro de la estrategia de la empresa, ¿por qué tiene tanta importancia esta idea?

-Creemos que es la única manera de crear valor compartido, que es lo que nosotros buscamos. Queremos que haya actuaciones estratégicas y sostenibles en el tiempo y para ello tiene que ser transversal, no puede ser algo que realice un departamento aislado; tienen que tenerlo en cuenta todos los departamentos: dirección, compras, comercial, marketing... Nosotros damos herramientas, no tanto para medir un impacto final, que también lo proporciona, sino para ayudar a dialogar en esta línea entre todas las áreas de la empresa.

-¿Cómo convencer a las empresas de que la acción social les hará más fuertes?

-Yo creo que para eso la única manera que tenemos es meter indicadores de gestión, las empresas se mueven por ellos. Hay una parte de divulgación, pero nosotros somos prácticos, ponemos ejemplos donde esto se ve muy claro. Ven casos de otras empresas en las que esto ha sido un beneficio conjunto, tanto para la sociedad como para la empresa (que no tiene que ser económico), y se ponen en alerta. También utilizamos la otra gran palanca de Seres: damos herramientas, como las de medición. Ahora hemos hecho una, rsc2, con McKinsey & Co que mide el valor empresarial y otra que hemos iniciado con EADA Business School y la Fundación Manpower Group que mide el valor social y contiene indicadores que se tratan en la compañía, es decir, marcas de valor que ellos ya conocen.

-¿Cómo establecéis el puente entre empresas y colectivos desfavorecidos?

-Jugamos un papel de guía. Para hacer una actuación estratégica cada uno tiene que saber escoger quien es el *partner* con el que tiene que trabajar. Nosotros tenemos mucha relación con entidades sociales e intentamos aconsejar a cada parte, ONG y empresas, para que encuentren su punto en común. La empresa puede ser mucho más protagonista en la mejora de la sociedad. Necesita una sociedad más fuerte para ser mejor empresa. Nosotros promovemos este tipo de actuaciones donde la empresa es protagonista en una sociedad más fuerte, y para eso tiene que estar atenta a cuáles son los problemas de la sociedad y que eso a su vez les haga a ellos más fuertes, así será sostenible en el tiempo.

-¿Por qué es tan importante que las empresas que conforman Seres se relacionen entre sí?

-Nuestros lemas son: valor compartido, estrategia, innovación y cada vez multiplicar más los impactos. Para nosotros es básico potenciar la fuerza del grupo, es uno de nuestros ejes. Que trabajen conjuntamente, unas empresas con otras, aportando cada una lo que mejor sabe hacer, y también involucrando a otros agentes como las ONG y las administraciones públicas.

-¿En qué posición se encuentra España en las relaciones sociales empresariales?

-Por ahora el que más desarrollada tiene esta materia es el mundo anglosajón. No es que tengan iniciativas muy distintas, pero sí que tienen una manera de implementar mucho más sencilla. En España ha habido una gran transformación, pero yo creo que nos queda mucho camino por recorrer. Tenemos grandes iniciativas. Estamos trasladando el mensaje de que España puede ser un ejemplo en esta materia, porque tenemos una buena base, somos un país solidario y lo que hay que demostrar es que desde las empresas, además, lo sabemos hacer

generando valor para todos. Para esto nos hace falta conseguir una mejor implementación, que "caiga más rápido". Somos más jóvenes, llevamos menos tiempo implementando estas actuaciones y todavía nos cuesta arrancarnos.

-En vísperas de la cuarta edición de los Premios Seres, ¿qué esperáis de ellos?

-Este año queremos que la notoriedad caiga en el grupo de empresas que forman Seres y que el reconocimiento sea para las candidaturas que han destacado. Tenemos dos objetivos: animar a las empresas que lo están haciendo a que continúen, porque este tipo de iniciativas cuando se hacen bien son un gran esfuerzo, ya que al principio hay que romper un montón de obstáculos y barreras, y también queremos contagiar a otras, todavía podemos ser muchas más. Estos premios tienen que servir para enviar el mensaje y contagiar.

-¿Qué criterios valoráis más a la hora de otorgar los premios?

-La idea que valoramos es que la candidatura sea estratégica, que tenga que ver con lo que hace la compañía, eso nos parece la base del éxito. También valoramos que sea innovadora, porque creemos que es una variable importantísima dentro las actividades de responsabilidad social.

-¿Cuáles son los objetivos a futuro para Seres?

-Lo primero, la apertura, contamos con empresas de gran tamaño, pero también queremos transmitir que todo tipo de empresas pueden ser parte de Seres. En segundo lugar, queremos ser abanderados de un reto de país. Nos gustaría, dentro de unos años, decir que esto se ha conseguido, que somos referente en toda Europa, que somos referente en otros continentes.

<http://www.europasur.es/article/economia/1658958/la/empresa/puede/ser/mas/protagonista/la/mejora/la/sociedad.html>