

Fuente de Origen: corresponsables

La 35 Jornadas Corresponsables ponen en valor la Responsabilidad Social Compartida en España, Europa y Latinoamérica

La inauguración de las 35 Jornada Corresponsables ha corrido a cargo de **Miguel Ángel Martínez de la Riva, subdirector general de Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas**, que ha comenzado con un mensaje alentador: “animo a todas las empresas a que se inicien y apuesten por la RSE. Tendrán retorno”.

Martínez de la Riva anunció que “además del **Plan Nacional de RSE**, que se aprobará durante 2013, se va a desarrollar paralelamente un Plan sobre Empresas y Derechos Humanos, que se lanzará antes del verano”.

El **director general de Comunicación de Endesa, Alberto Fernández**, ha asegurado que “la aproximación a la RSE debe ser un esfuerzo común de instituciones públicas y privadas colaborando conjuntamente, y la prueba de ello es que hoy aquí confluimos ambos sectores”. Para **Fernández**, “en Endesa siempre hemos creído que la Sostenibilidad tiene que ser una herramienta de gestión empresarial para gestionar el negocio”.

El **viceconsejero de Familia y Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid, Carlos Izquierdo**, valoró que “la elevada participación y asistencia a este evento pone de manifiesto la gran responsabilidad y compromiso que existe por parte de las empresas españolas”. Además, **Izquierdo** ha añadido que “tenemos un importante reto: impulsar las alianzas publico-privadas para q los proyectos tengan siempre tres patas (ONG, AA.PP. y empresas). Así ganaremos todos; y el único requisito para estos proyectos es que sean sostenibles en el tiempo”.

Marcos González, fundador y director general de MediaResponsable y editor de Corresponsables, apuntó que “después de ocho Anuarios, de 35 jornadas, de 32 números de la revista Corresponsables, de hacer tanto ruido en estos últimos años por y para la RSE, seguimos siendo noticia, seguimos generando esta gran capacidad de asistencia, esta ilusión y Responsabilidad Social compartida, esta corresponsabilidad de pensar que es posible construir entre todos un mundo mejor y que la comunicación responsable puede ayudar y mucho a este fin”.

González valoró que “pueden y se deben hacer las cosas bien, y que eso sin duda repercutirá en nuestra propia sostenibilidad y la de nuestro entorno y sociedad”.

DESAFÍOS GLOBALES DE LA RSE

En la mesa debate “La empresa ante los desafíos globales de la RSE”, moderada por **José Luis Fernández, director de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas**, se ha analizado cómo están respondiendo las empresas a estos retos.

“La RSE es un concepto instalado en la sociedad y no podemos darle la espalda porque además nos hará avanzar a todos en el camino de nuestras organizaciones”, ha afirmado **Yolanda Villaseñor, directora de Calidad y Responsabilidad Social de AENOR**, para quien “la RSE es un concepto instalado en la sociedad y no podemos darle la espalda porque además nos hará avanzar a todos y a nuestras organizaciones”. “La normalización es muy importante para ayudar a avanzar a las organizaciones”, afirmó **Villaseñor**.

Antoni Ballabriga, director global de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA, comenzó su intervención explicando el nuevo panorama del sector financiero: “En el sector hay tres nuevas grandes tendencias: pérdida de la legitimidad social (de la confianza como institución); creciente y progresiva regulación y supervisión y deslegitimización de la imagen de la profesión”. Ante este panorama, **Ballabriga** ha insistido en la necesidad de hacer negocios de manera responsable, centrados en “la persona”. Además, ha querido mostrar, en la medida de lo posible, la cara de la moneda de la crisis, ya que ha hecho hincapié en que “a pesar de la crisis, me siento más contento que nunca porque gracias a ella la compañía y sobre todo la alta dirección ha entendido que es indispensable hacer negocio de manera responsable”.

Para el gerente de **Desarrollo Sostenible de Endesa, Ángel Fraile**, “la RSE no es filantropía, debe formar parte de la gestión”. “Con independencia del sector que se trate, es muy importante explicar lo que se está haciendo y que la organización sea percibida como creadora de un beneficio colectivo”, indicó **Fraile**.

María Ángeles Rodríguez de Trujillo, directora de RSC y Marca Corporativa de Heineken España, no dudó en afirmar que “en Heineken, creemos en una forma de ser responsable integrado en nuestro quehacer diario”. “Nuestro Plan de Sostenibilidad ‘Brindando un Futuro Mejor’ es un plan 360 grados. Y es que queremos que la RSE esté presente en toda nuestra actividad y cadena de valor”.

Por su parte, **Pilar Suárez-Inclán, la directora de Comunicación Institucional y de RSE de Reale Seguros**, recordó que “hay que tener la intención de hacer bien las cosas, si no el resto no funciona, no sirve”. Para **Suárez-Inclán**, “el reto está en conseguir integrar la RSE en el negocio y que la no se vea la RSE como un retorno inmediato,

porque es a largo plazo y puede pasar como con los negocios en los que se quiere obtener un beneficio rápido, que como se ha visto, no traen nada bueno”.

RETOS ESPAÑA Y EUROPA

Tras la pausa-café, se ha celebrado la mesa **‘Empresas y grupos de interés dialogan sobre la RSE en España y Europa’**, moderada por **Juan José Almagro, presidente de Bionaturis y experto en RSE**, en la que han participado dos empresas, **Leroy Merlin y Toyota**, y tres representantes de diferentes grupos de interés, **Fundación Seres, Observatorio de la RSE y la Red Española de Pacto Mundial**.

Karl van Dicjk, director de RRHH y Asuntos Corporativos de Toyota España, ha explicado las iniciativas que está llevando a cabo la compañía en términos de RSE y Sostenibilidad. Además, ha incidido en que “nosotros en RSC hemos vuelto al origen, hemos vuelto a centrarnos en nuestros compromisos iniciales, en hacer bien las cosas”.

Para **Rodrigo de Salas, director de Comunicación Corporativa y RSE de Leroy Merlin** “desde el principio, nuestro modelo de empresa ha sido muy familiar, basado en las personas y con unos valores muy arraigados. Lo único que no teníamos era el término RSE”. “La RSE -continuó de **Salas-**, nos está aportando muchas nuevas oportunidades de innovación y de cambio y, en consecuencia, también nos está permitiendo ahorrar”.

Para **Ana Sainz, directora general de la Fundación Seres**, “la RSC debe estar apoyada por herramientas/lenguajes que permitan una relación fluida entre los diferentes departamentos de la organización y así generar un entorno de debate”. Sainz aseguró también que “la colaboración es un elemento clave para poder adaptarnos a este nuevo escenario en el que estamos inmersos en materia de RSE”.

Antonio Guerrero, director del Observatorio de la RSE, ha destacado que “con la crisis y los recortes, lo único que no ha sufrido merma son las ganas de seguir trabajando en RSE. La RSE no sustituye al diálogo social, lo complementa”.

Por último, **Isabel Garro, directora general de la Red Española de Pacto Mundial**, consideró que “la Responsabilidad Social es, en primer lugar, de las personas que forman las organizaciones”. Asimismo, respondiendo a aquellos que opinan que la RSE

es una moda y ha atestiguado que “tras 10 años, si la RSE fuese una moda, estaríamos en los casos de estudio por ser la moda más duradera de la Historia”.

RETOS ESPAÑA Y LATINOAMÉRICA

Después se celebró la mesa **“Empresas y grupos de interés dialogan sobre la RSE en Latinoamérica”, que ha estado moderado por Isabel Roser, ex directora de RSE de Fundación Carolina y senior Advisor CSR/Business**, en la que han participado el **Banco Interamericano de Desarrollo, el Club de Excelencia en Sostenibilidad, la Representación Española de la Comisión Europea, la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas (CONFIARP) y del Centro Iberoamericano de Estudios Superiores de Relaciones y Opinión Pública (CIESURP), Forética y la Universidad de Alcalá.**

En palabras de **Sonia Puente, especialista senior del Fondo Multilateral de Inversiones del BID (Banco Interamericano de Desarrollo)**, “de un tiempo a esta parte, sobre todo desde hace dos o tres años, las pymes latinoamericanas están sumándose a la Responsabilidad Social”

Isabel Castillo, directora de proyectos del Club de Excelencia en Sostenibilidad, afirmó durante su intervención que “un gran reto es la capacitación específica en materia de RSE; cada vez nos lo demandan más”. Además, Castillo aseveró que hoy en día las empresas ya no pueden vivir de espaldas a sus grupos de interés”.

Miguel Puente-Pattison, jefe de prensa de la Representación Española de la Comisión Europea, apuntó que “la UE es el principal donante de ayuda al desarrollo de todo el mundo, y en toda la ayuda hay un componente de ayuda a la sociedad civil”. Asimismo, Puente-Pattison aseveró que “es sobre todo en momentos de crisis cuando las empresas deben ser más innovadoras y apostar más por la RSC. Es más importante y pertinente hacerlo ahora que en los momento de bonanza económica”.

Paa Francisco Aguadero, Asesor de la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas (CONFIARP) y del Centro Iberoamericano de Estudios Superiores de Relaciones y Opinión Pública (CIESURP) “la RSE en Latinoamérica está muy polarizada entre acción social (muy ligada a la filantropía) y la Sostenibilidad; no hay una concepción integral de la RSE, ni tampoco se vincula al eje central de negocio de la organización”.

“La RSE está directamente vinculada con la competitividad”, afirmó en su intervención **Germán Granda, director general de Forética.**

Juan Carlos González, director de la Cátedra de RSC de la Universidad de Alcalá, al hilo del debate sobre la ‘Maca España’, ha insistido en que “deberíamos reflexionar un poco más sobre los elementos, materiales e inmateriales, que constituyen la marca España”.

CLAUSURA

El director general de Economía, Estadística e Innovación Tecnológica de la Consejería de Economía y Hacienda, Íñigo Gil-Casares Armada, ha sido el encargado de clausurar las jornadas. “La participación y el apoyo a la RSE por parte de los poderes públicos es algo muy importante. Desde la Comunidad de Madrid queremos transmitir el mensaje de que nos importa la Responsabilidad Social y, en consecuencia, avanzar en este camino”, afirmó.

Corresponsables neutraliza las emisiones de todos sus eventos, para lo que cuenta con la colaboración de IIMA Consultora. También ha sido el caso de esta 35 Jornada Corresponsables (#J35_Anuario2013). Las jornadas han contado con intérprete de lengua de signos de Signar.

<http://www.corresponsables.com/actualidad/la-35-jornadas-corresponsables-ponen-en-valor-la-responsabilidad-social-compartida-en-esp>