

Alberto Martín

Ana Sainz Martín,
directora general en
Fundación Seres. Sociedad
y Empresa Responsable

Los proyectos de acción social
tienen que

**transformar y
generar valor a la
empresa**

Constituida en noviembre de 2011 y integrada, en la actualidad, por un centenar de empresas, Fundación Seres promueve el compromiso de las organizaciones en la mejora de la sociedad con acciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía. De este modo la acción social genera valor tanto para la empresa como para la sociedad.

Fundación Seres se basa en el concepto de fuerza de grupo. ¿La unión hace la fuerza?

Entendemos que cuando los problemas sociales, como los que tiene en estos momentos la sociedad española, son tan grandes no tiene sentido actuar en solitario. Todos los agentes tenemos que miramos hacia adentro y ver qué capacidades podemos aportar de forma conjunta, porque en estos momentos se necesita eficiencia y multiplicar impactos. Hemos intentado trabajar mucho en esta línea y con diversos proyectos.

¿En qué tipo de proyectos?

Unas veces los proyectos se basan en identificar puntos de encuentro a nivel empresarial como, por ejemplo, "Compartiendo Soluciones" donde queremos que las empresas vean que pueden compartir programas y actividades de Responsabilidad Social Empresarial para multiplicar impactos. Otro ejemplo es el proyecto "Juntos por el Empleo", una actividad en la que más de 90 entidades están trabajando por el empleo de los más vulnerables a través de la identificación de los obstáculos que incrementan la brecha existente en estos colectivos y, posteriormente, aportando soluciones. En definitiva se trata de colaborar de forma conjunta para que cada organización aporte lo que mejor sabe hacer al servicio de un fin global y de un valor compartido.

Otra línea en la que trabajan es ayudar a que las actuaciones de Responsabilidad Social Empresarial cobren dimensión dentro de las compañías...

La RSE no puede ser un área menor dentro de las empresas. Tiene que tener importancia porque realmente es lo que va a marcar la diferencia y será un aspecto fundamental, junto con otros aspectos, para garantizar la existencia de las empresas en el futuro. Para que este tipo de actuaciones sean verdaderamente estratégicas en las compañías hemos apostado por aportar herramientas y conocimientos a los gestores que tienen que llevar a cabo estas actividades. Una de las grandes herramientas que estamos trabajando en esta línea es la medición porque en el mundo de los intangibles había poca medición y en el mundo de la empresa lo que no se mide no existe.

¿Qué herramientas aportan para la medición de la acción social?

Durante dos años y gracias a la colaboración probono de McKinsey hemos trabajado en la implementación de rsc2, una metodología que permite abordar el retorno que aporta este tipo de actuaciones a las compañías. Y, por otra parte, en el último año hemos avanzado en cuantificar mejor el impacto social con el estudio "El impacto social en los programas de RSE: ¿Qué es y cómo medirlo?" que hemos realizado conjuntamente con EADA y con el apoyo de la Fundación Manpower.

Los proyectos de acción social tienen que transformar y generar valor a la empresa. Con nuestra herramienta rsc2 ahora se puede medir mejor el impacto, permite profesionalizar la acción social y que, dentro de las compañías, hablemos el mismo lenguaje que la alta dirección. Pero, por supuesto, estas actuaciones también tienen que conseguir una transformación en la sociedad. Por ello nos hemos focalizado en medir esa transformación y cómo el beneficiario mejora. La conjunción del doble valor es lo que hemos intentado hacer con estas dos herramientas y

Danone, Ferrovial, Indra e InfoJobs, Premios Seres 2013

Danone, Ferrovial, Indra e InfoJobs son las empresas ganadoras de los Premios Seres 2013 a la Innovación y Compromiso Social de la Empresa. Estos premios reconocen actuaciones empresariales que, formando parte de la estrategia, ayuden a mejorar la sociedad y a disminuir la brecha existente con los colectivos desfavorecidos.

Danone ha sido premiada por la Escuela Social Ana Bella. Se trata de un proyecto de integración social y laboral para mujeres supervivientes de violencia de género a través, primero, de talleres de coaching, empoderamiento y formación profesional y, posteriormente, de oportunidades laborales mediante convenios con empresas. En el caso de Danone, estas "supervivientes" se convierten en embajadoras de la marca en el punto de venta y trabajan codo con codo con otras profesionales, facilitando así su inserción sociolaboral.

Por su parte, Ferrovial ha sido galardonada por "Infraestructuras Sociales", un programa de cooperación al desarrollo para la construcción de infraestructuras de agua y saneamiento en poblaciones desfavorecidas de África y América Latina, en colaboración

con ONG y empleados voluntarios. Ferrovial proporciona fondos, asistencia técnica, tecnología y la participación de especialistas en el desarrollo de los proyectos, implicando de manera transversal a la empresa en un programa de acción social estratégica.

Indra ha sido premiada por su proyecto "Tecnologías Accesibles", basado en el desarrollo de soluciones y servicios innovadores que contribuyen a minimizar la brecha digital, facilitando el acceso a la tecnología de las personas con discapacidad. Desde el año 2003, Indra fomenta la investigación y el desarrollo de proyectos en el área de accesibilidad e inclusión, para hacer la tecnología más accesible y favorecer con ella la integración de las personas con discapacidad.

Finalmente, los Premios Seres 2013 también han reconocido la iniciativa de InfoJobs "Prepárate, banco de tiempo". Una plataforma online peer to peer de intercambio de conocimientos para el desarrollo personal y profesional. En esta plataforma las personas colaboran y se ayudan mutuamente para mejorar su empleabilidad o proyectar sus propias ideas de negocio, usando el tiempo como moneda.



Quando la acción social se implementa de forma estratégica

es sostenible y permite que tanto la sociedad como la empresa mejoren

hemos ayudado a medirlo. Para nosotros son herramientas de gestión interna que tienen como objetivo elevar el nivel de debate de este tipo de cuestiones, que no se trate desde el punto de vista filantrópico, sino desde el punto de vista de la creación de valor que tienen este tipo de actividades.

¿En qué líneas trabajan para que este mensaje vaya calando?

Cada vez son más las empresas y los directivos que tienen este mensaje interiorizado, pero es básico trasladarlo a la sociedad y reconocer a aquellas empresas que tienen un papel importante en la mejora de la sociedad con el objetivo de provocar un efecto contagio en otras empresas que todavía no se han animado. Es la función principal de los Premios Seres aunque también lo estamos trabajando a través de colaboraciones con cuatro grandes escuelas de negocio para inculcar este mensaje en los directivos del futuro.

Desde la Fundación Seres defienden que la acción social no es filantropía sino que debe aportar valor al negocio. ¿Considera que las empresas han tomado consciencia de ello?

Han visto que es el único camino. Es un camino complicado porque en algunas ocasiones es más fácil aportar dinero sin implicar a la compañía, pero el retorno que se obtiene, desde luego, no es el mismo a nivel de **engagement**, de vinculación de empleados, de satisfacción, etc.

¿Cree que la crisis ha comportado una reducción de la acción social de las empresas?

La crisis ha ayudado a que las empresas se replanteen este tipo de actuaciones en términos de aportación de valor. En lugar de verlo como algo negativo lo percibimos como una oportunidad porque cuando la acción social se implementa de forma estratégica es sostenible y permite que tanto la sociedad como la empresa mejoren. Esa es la doble variable. Es cierto que algunas empresas se han quedado en el camino porque no han podido implementarlo, pero otras se han reajustado de forma más rápida a este tipo de actuaciones. Fundación Seres nació en época de crisis con 56 empre-

sas y ahora ya somos 99. Esto demuestra que las empresas siguen apostando por este tipo de actuaciones desde un punto de vista distinto, más exigente, más riguroso, más gestionable, y siempre buscando las acciones que encajen con su estrategia y que generen valor.

¿Qué características tiene que cumplir una estrategia de acción social sostenible?

Para llevar a cabo una acción social sostenible, en primer lugar la empresa debe analizar en qué destaca y cuál es su estrategia porque cuánto más estratégica sea la causa, mayor será la implicación de la compañía. En segundo lugar, debe analizar el valor social y el valor empresarial que genera con esa actuación. Y, finalmente, nosotros contemplamos la variable de hacer las cosas de forma diferente e innovadora para que el impacto conseguido sea mayor.

En esta estrategia, ¿el voluntariado corporativo juega un papel clave?

La involucración del empleado, cuando la empresa cree en este tipo de actuaciones, es básica porque le permitirá obtener un impacto mayor. Además está demostrado que el compromiso de los empleados no sólo genera una mayor motivación y retención sino que además permite obtener una mayor eficiencia. Hay muchos estudios que demuestran que la empresa es más productiva cuando el empleado participa en programas de voluntariado porque desarrolla cualidades o aptitudes que no le ofrece el entorno laboral habitual.

¿Cuáles son los retos de la Fundación Seres?

Tenemos muchísimos retos, como continuar trabajando en proyectos que permitan multiplicar las fuerzas aportando lo que cada uno mejor sabe hacer, profesionalizar más la acción social y dar una mayor importancia a este tipo de acciones dentro de las compañías. También hay que seguir trabajando en la medición de intangibles y en el desarrollo de programas que permitan implementar de forma más fácil estas actuaciones en las compañías. La Responsabilidad Social cada vez es más necesaria porque los problemas sociales cada vez son mayores, pero implementada de manera individual no tiene la capacidad de generar una transformación que conlleve una mejora sustancial de la sociedad ■

