

La empresa española apuesta por prevención en salud, tecnología inclusiva y finanzas responsables para avanzar en su impacto social positivo

- Destacados líderes de Deloitte, Ferrovial, GSK, HP, ILUNION, Inditex, Mahou San Miguel, Mutualidad, Fundación Repsol, Santander y Universidad Europea exponen sus estrategias de sostenibilidad, gestión del talento y compromiso social.
- La sociedad demanda un liderazgo inclusivo que se apoye en la tecnología y la IA al máximo para transformar los retos en oportunidades y no dejar nadie atrás.
- La 'S' de lo social en el corazón de la gestión corporativa es una clave para lograr un tejido empresarial más competitivo y una sociedad más sólida.
- Mapa Huella Social es la herramienta creada por SERES para que las empresas puedan medir el impacto social de la gestión que impacta en empleados, clientes, proveedores y comunidades.
- Los ponentes debatieron sobre transición justa, el propósito, la gestión de los derechos humanos, el liderazgo inclusivo, la tecnología con impacto en las personas, la nueva longevidad o el papel social de la banca
- RADARSERES se consolida como el foro empresarial de referencia y el evento más importante de innovación social en España.

Madrid, 24 de octubre de 2024. La sexta edición de RARSERES ha vuelto a demostrar un año más que sobran las razones para poner la 'S' de lo social en el centro de la gestión corporativa. Ana Sainz, directora general de Fundación SERES insistió en que una 'S' bien integrada es clave para lograr empresas más competitivas y una sociedad más fuerte. Sainz dejó claro que "hay mucho camino recorrido en términos de impacto social en las empresas de este país, aunque el compromiso de las compañías es firme y así lo hemos visto en estos 15 años desde que nació Fundación SERES". Sainz señaló también que esta transformación exige "compromiso, medir, comunicar y expresar mejor el propósito" y para lo que SERES ha creado el Mapa SERES de Huella Social® para que las empresas puedan conocer de antemano y medir el impacto social de sus actuaciones sobre empleados, clientes, proveedores y comunidades. "Sería una gran pérdida de oportunidad no centrarse en lo más importante, que es usar los indicadores como verdaderas herramientas de cambio, como indicadores estratégicos para transformarnos y transformar", sentenció.

A lo largo de una intensa jornada, celebrada en el Teatro Real, se han tratado asuntos tan importantes como la transición justa, el propósito, la gestión de los derechos humanos, el liderazgo responsable, la tecnología con impacto en las personas, la nueva longevidad o el papel social de la banca. Voces destacadas de empresas líderes en nuestro país como Deloitte, Ferrovial, GSK, HP, ILUNION, Inditex, Mahou San Miguel, Mutualidad, Fundación Repsol, Santander y Universidad Europea y figuras referentes del mundo empresarial y social conversaron sobre estas y otras prioridades de la agenda social 2025.

La jornada comenzó con un diálogo entre Ignacio Madrideo, consejero delegado de Ferrovial y Fernando Ruiz, presidente de Fundación SERES, sobre una cuestión clave: el propósito. Esa palabra que lleva a las empresas a objetivos más allá de los beneficios y generar impacto positivo en la sociedad. Madrideo destacó que “en Ferrovial, dedicamos cada día a diseñar, construir y operar infraestructuras que mejoran la calidad de vida de todos los ciudadanos y que sirven a comunidades y colectivos vulnerables. Este propósito lo hacemos realidad a través de nuestra actividad y de la acción social de la compañía, que se enfoca en garantizar que dichos colectivos tengan acceso a infraestructuras tan básicas como el agua potable, el saneamiento o los comedores sociales. También para Ferrovial, medir nuestro impacto social es muy importante. Por eso, hemos querido formar parte de los pilotos RSC³ y Mapa SERES de Huella Social®, que han resultado ser muy útiles para medir la contribución social dentro de nuestra estrategia de negocio”.

Transición justa, energía y territorio

Sobre la importancia de abordar una transición justa con foco en las personas dialogaron Concha Iglesias, socia líder de Cambio Climático y Sostenibilidad de Deloitte España, y Clara Rey, directora de Sostenibilidad de Repsol. La transición energética se ha convertido en una oportunidad para las empresas del sector que en los últimos años han dado un giro en su modelo de negocio para potenciar su impacto social positivo en el entorno, sobre todo teniendo en cuenta su fuerte vinculación con el territorio.

“Para Repsol, la transición energética sólo será posible si incluye los principios de sostenibilidad, seguridad de suministro y competitividad. Se necesitan soluciones que minimicen el impacto social y económico en los clientes, los empleados, las comunidades en las que operamos, la cadena de valor y la sociedad en general”, señaló Clara Rey.

Por su parte, Concha Iglesias ha afirmado que “la transición energética, la automatización y la digitalización serán los cambios más destacados en el entorno laboral en el corto plazo. Estamos inmersos en un cambio de paradigma social y económico y el debate sobre la equidad social y económica está en el centro de las conversaciones. Todo ello requiere una transformación cultural, en la que el propósito guíe la estrategia de las compañías y la toma de decisiones”.

Prevención para un futuro saludable

“Necesitamos potenciar sistemas sanitarios basados en la prevención para dar respuesta a nuevos retos en salud asociados a factores como el cambio climático, la importancia del envejecimiento saludable o la aparición de nuevas enfermedades a edades cada vez más tempranas”, así de claro lo deja Guillermo de Juan Echávarri, vicepresidente de Relaciones Corporativas y Comunicación de GSK Europa y España, quien dialogó con Emilio Bouza, catedrático del Departamento de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid y experto en microbiología. Ambos coincidieron en el hecho de que, para seguir avanzando, necesitamos adelantarnos a la enfermedad, invertir en prevención y generar

entornos saludables que mejoren la calidad de vida. Porque Invertir en prevención no solo se traduce en una mejor calidad de vida, sino que también permite generar ahorros y mejorar la eficiencia del sistema.

Tecnología e IA para no dejar a nadie atrás

Cómo servirse de la tecnología para transformar los retos en oportunidades para crear un mundo más inclusivo, justo e igualitario fue el importante tema que centró el diálogo entre Helena Herrero, presidenta de HP para Sur de Europa, Oriente Medio y África y Alfonso Muñoz, redactor de empresas de Telecomunicaciones, Tecnología y Digitales de El Español-Invertia. Ambos expertos coincidieron en que para lograr lo anterior y no dejar a nadie atrás se debe dar impulso al talento, la formación digital y mejorar la conectividad en el mundo rural. “Nos sobran razones para entender la tecnología como ese catalizador de cambio social sin precedentes, que nos ayuda a afrontar los importantes desafíos a los que se enfrenta nuestra sociedad.

Apostar por la ‘S’ de Social es esencial para asegurar que todos se beneficien de este progreso, promoviendo la inclusión y la equidad en un mundo digital e innovador”, dejó claro Herrero.

La Inteligencia Artificial, a la que quiso denominar con su ponencia como “la alquimia del siglo XXI”, habló Alberto Sols, director de la Escuela de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la Universidad Europea, ha surgido como herramienta capaz de transformar la docencia y el aprendizaje. Este experto hizo hincapié en la importancia de controlar las aplicaciones de IA como una competencia muy importante que quieren ver en la actualidad las empresas a la hora de contratar a los nuevos profesionales. Para Sols, “es necesario cambiar la manera de evaluar el nivel de aprendizaje de los jóvenes en este sector” e insistió en que “la brecha va a estar entre quienes sepan utilizar la Inteligencia Artificial y quienes no”.

Progreso social y económico

Tras una breve pausa en la que asistentes y ponentes pudieron conectar de manera distendida, se reanudó la jornada con una interesante conversación entre Fernando Ruiz, y Alejandro Oñoro, consejero delegado de ILUNION, quien dejó claro las ventajas de integrar el compromiso social dentro de la estrategia de la empresa. “Los 10 años de ILUNION consolidan un modelo empresarial singular que demuestran que otra manera de hacer empresa es posible. Nuestro propósito es construir un mundo mejor con todos incluidos. Es nuestra motivación, objetivo y, al mismo tiempo, nuestro legado a la sociedad”, señalaba Oñoro que dejó claro que es posible crear oportunidades de vida a través del equilibrio entre la rentabilidad económica y social.

La nueva longevidad

En la actualidad, en una empresa pueden convivir hasta siete generaciones muy distintas entre sí, con unos valores y motivaciones muy diferentes. Aprender a gestionar, atraer y seducir esta gran diversidad es uno de los grandes retos de las organizaciones del siglo XXI. Sobre ello conversaron Fernando Ariza,

director general adjunto de Mutualidad y presidente del Instituto de Actuarios Españoles y María Ángeles Durán, catedrática de Sociología y toda una referencia mundial en la investigación de la longevidad y la economía de los cuidados y para quien “la nueva gran clase social del siglo XXI es el **cuidatoriado**. Compuesta en gran parte por mujeres e inmigrantes, son los que cuidan, con remuneración o sin ella”.

El aumento de la esperanza de vida lleva aparejado el hecho de que tras la jubilación todavía queden muchos años de vida en plenas facultades. Un cambio de escenario en el que será necesaria una nueva planificación financiera para hacer frente a los años que no cubrirían las pensiones. “La realidad de la sociedad está

cambiando: somos una sociedad que envejece. Ahí es donde las empresas debemos poner el foco cuando diseñamos nuestra propuesta de valor. En este sentido, el sector asegurador es una herramienta que equilibra muy bien la sociedad y donde no llega el estado ni las personas, tiene que llegar el seguro y cubrir ese gap de protección de la ciudadanía, especialmente, de los más vulnerables como son las personas mayores”, señaló Ariza.

Alianzas estratégicas y el papel social de la banca

La alianza entre empresas y las ONG es esencial para promover la inclusión de los más vulnerables. En ello coincidieron Jesús Núñez, director general de la Unidad de Negocio de Aguas de Mahou San Miguel y Ramón Reyes, presidente de la Asociación Española Contra el Cáncer. Jesús Núñez ha insistido en que “cuando nos planteamos esta alianza con la AECC, dijimos que tenía que ser de verdad, duradera. Para ello, tenía que estar en la estrategia de negocio de la compañía. Parte de nuestro compromiso es extender lo social a la cadena de valor y nuestros grupos de interés”. Por su parte Ramón Reyes ha afirmado que “estas alianzas tienen que ser de beneficio mutuo. Estas acciones nos ponen en primer plano, permiten que la investigación contra el cáncer tenga fondos. Compartimos interés y propósito: hacer algo que mejore la vida de las personas”.

Otro de los agentes clave en esa transformación social a la hora de reducir desigualdades y crear nuevas oportunidades son las entidades financieras, y puntualizando: la banca responsable.

“La banca es motor del progreso económico y social en un país. El acceso a la financiación permite el progreso, ayuda a reducir desigualdades y crea nuevas oportunidades. Sólo en 2023, la intermediación crediticia de Banco Santander en España contribuyó a generar más de 58.000 millones de euros de PIB y sostener un millón de empleos en 2023”, señaló Marta Aisa, directora de Banca Responsable de Santander España. María Abascal, directora general de la Asociación Española de Banca declaró que “por su propia actividad el sector bancario impulsa el progreso económico y social con la concesión de crédito para el desarrollo de los proyectos de familias y empresas. Impulsa y acompaña en las dos grandes transiciones en las que estamos inmersos, como son la transición verde y la digitalización. Además, en la distribución de sus resultados un tercio de los mismos va destinado a impuestos con los que reforzar el estado del bienestar. Un sector fuerte y sensible que impulsa la mejora de la atención a los mayores y la inclusión financiera en toda nuestra geografía”.

Al final de la jornada se conectó con Miguel Jiménez, corresponsal jefe de El País en Estados Unidos y Daniel Viaña, corresponsal de El Mundo en Bruselas, quienes aportaron un análisis de la consolidación de la normativa ESG y el nuevo escenario de un nuevo marco de reporte sobre información no financiera. Y Pascal Baltussen, responsable de Impacto y Operaciones en Tony's Chocolonely sobre cómo crear una industria justa del cacao.

Toda una intensa jornada llena de iniciativas, soluciones y muchas razones que volvieron a dejar claro por qué RADARSERES es el foro de referencia y el evento más importante de innovación social en España y que cerró su presidente Fernando Ruiz afirmando que “hemos recorrido muchos retos sociales centrados en DD.HH., transición justa y liderazgo responsable. La fundación nació hace 15 años para que las empresas tuvieran presente el impacto social que generan y lo incluyan en su agenda estratégica. Un movimiento que sigue creciendo y que hoy es una realidad que la sociedad demanda y que las empresas han integrado”.

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