

El 77% de los directivos ven a las empresas como agentes de cambio social

- La jornada contó con la participación de directivos de Banc Sabadell, Esteve, Unilever y Cellnex Telecom.
- El 63% de los consumidores pueden dejar de comprar productos no sostenibles según Unilever.



Barcelona, 15 de marzo de 2017. Fundación SERES y PwC han presentado las conclusiones del informe 'La empresa ante los nuevos retos sociales' elaborado conjuntamente a partir del análisis de 70 acciones empresariales con impacto social, y los resultados de una encuesta realizada a 330 directivos y una serie de entrevistas personales a 16 presidentes, ejecutivos y expertos.

Principales conclusiones:

- La empresa privada, clave para la mejora del entorno social. La sociedad española afronta retos sociales importantes como el desempleo, la pérdida de capacidad adquisitiva, y el riesgo de pobreza. En este contexto, un 77% de los directivos encuestados creen que las grandes empresas son un actor clave frente a estos desafíos. Además, el mismo porcentaje -77%- cree que la respuesta a estas necesidades sociales debe estar integrada en la propia actividad de la empresa, a través de cada eslabón de la cadena de valor (página 9).
- Mejorar la empleabilidad de los más vulnerables. A la hora de definir las acciones de impacto social, un 48% indica que los Recursos Humanos son el ámbito de actuación prioritario dentro de las empresas. Dentro de este área, un 36% se inclina por impulsar medidas de inclusión de colectivos en riesgo de exclusión social, un 24% por acciones

que garanticen el desarrollo profesional de los trabajadores, y un 14% por modificar la política retributiva de la empresa (página 10).

- Obstáculos a la acción social. Para casi la mitad de los directivos encuestados -49%, el hecho de que no se considere una obligación de la empresa actuar más allá de su propia actividad económica, es el principal freno a la hora de poner en marcha iniciativas sociales. Por su parte, un 36% cree que la falta de recursos (económicos, materiales y humanos) es el obstáculo más importante, mientras que el mismo porcentaje piensa que la ausencia de una estrategia definida de responsabilidad social corporativa es el mayor lastre (página 24).

La jornada contó con la participación de los siguientes directivos responsables de RSC de empresas de Barcelona, en un panel de debate moderado por el presidente de la Fundación PwC, Jesús Díaz de la Hoz, y compuesto por:

- Ana Palencia. Directora de Comunicación y RSC de UNILEVER
- Mireia Marimón. Directora de RSC de ESTEVE
- Albert Carné. Director de Responsabilidad Social Corporativa de BANC SABADELL
- Antoni Brunet. Director de Asuntos Públicos y Corporativos de CELLNEX TELECOM

En palabras de Ana Sainz, directora general de Fundación SERES: ““Ha llegado la hora de crear entornos corporativos pensados para que todas las personas prosperen, tanto dentro de las organizaciones como en la sociedad en general. Eso incluye pensar en la estrategia de forma innovadora y transformarla toma de decisiones en el mundo empresarial. En SERES defendemos el valor compartido como elemento estratégico indispensable en las organizaciones y creemos en la creación de valor compartido, para transformar la realidad empresarial y conseguir una sociedad mejor. Las empresas son una pieza clave para dar respuesta a la inequidad, el aumento de la población, el envejecimiento, la precariedad o las tensiones geopolíticas de hoy en día. A día de hoy es un concepto imparale al que nadie da la espalda. Es importante resolver un problema social al mismo tiempo que tenga un impacto positivo en la cuenta de resultado. Para Marta Colomina, directora general de la Fundación PwC, “A través de nuestros propios negocios, las empresas somos un actor clave en la respuesta a los retos sociales”.

Sobre Fundación SERES

Fundación SERES, entidad sin ánimo de lucro, promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos. Hoy ya son 133 empresas e instituciones las que forma parte de este proyecto. El objetivo que persigue la Fundación es impulsar actuaciones sociales de las empresas y transformar la realidad empresarial para construir una sociedad mejor y más sana y una empresa más fuerte.

SERES se esfuerza en favorecer el aprendizaje individual y colectivo resolviendo problemas sociales reales y creando valor para las empresas. La Fundación ha apostado por la innovación social como elemento indispensable para afrontar los retos, que se plantean a los actuales gestores empresariales, a través de: la creación de valor, la métrica y la sostenibilidad en el tiempo. Para que todo este mensaje se oiga en la sociedad y sea relevante, con los Premios SERES a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresa, reconocemos iniciativas sociales innovadoras, alineadas con la estrategia de la compañía.

Más información en: <http://www.fundacionseres.org>

Sobre PwC:

El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 157 países con más de 223.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es.

Para más información:

Sofía Martín

Fundación SERES

+34 91 575 84 48

smartin@fundacionseres.org

Ana Forastier

PwC

+34 932 532 872

ana.forastier@es.pwc.com