



## Empresa y sociedad

La entrevista de Giuseppe Tringali

# Blanca Hernández:

Presidenta de la Fundación Ebro

«El cliente ya no se fija solo en el precio, quiere que la empresa sea socialmente responsable»

Las compañías con buenas estrategias en RSC son más competitivas y más fuertes, asegura la presidenta de la Fundación Ebro.

**D**esde hace 12 años, Blanca Hernández preside la Fundación Ebro, el órgano que impulsa los proyectos sociales, educativos y agrícolas de Ebro Foods, un grupo históricamente comprometido con las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Hernández confiesa que es una «firme creyente» de esta estrategia y está convencida de que una buena RSC hace a la compañía «más competitiva y más fuerte».

**Ebro Foods es la primera compañía del sector de la alimentación en España, líder mundial en el sector del arroz y segundo fabricante mundial de pasta. Tiene una presencia global en 80 países, 55 fábricas en todo el mundo y más de 75 marcas. ¿Cuál es la clave del éxito?**

El Grupo Ebro Foods tiene una cosa muy bonita y es que combina el que es una empresa internacional, con todo lo que eso supone de profesionalidad en la gestión, etc, con que continúa teniendo el sello de empresa familiar. Y eso, en cierto modo, le da más flexibilidad, capacidad de adaptación, rapidez en las decisiones... En esta combinación está la clave del éxito.

Y también en que desde los inicios hemos tenido muy claro la internacionalización de la compañía, algo que en esos momentos no era lo habitual en España. En la parte del arroz, que es el origen de la empresa familiar, sabíamos que no podíamos ser monoproducto y mono-país. Y eso, después, se fue extendiendo al resto de áreas en las que hemos ido creciendo, como la pasta o la salsa.

**¿Y cómo nace la Fundación Ebro?**

Se remonta a la época de Puleva, que ya tenía una fundación que se dedicaba principalmente al patrocinio de actividades culturales. A mí me piden que me incorpore en el año 2006 y acepto con una condición: que el cien por cien del presupuesto que viene de Ebro fuera directamente a los proyectos. Nadie del equipo, incluido yo, cobramos de la fundación. A partir de ahí cambiamos la línea de actuación

para que estuviera más alineada con el negocio y la actividad de la compañía.

**«HEMOS PASADO DE LA FILANTROPÍA PURA A APOYAR MÁS LA RSC Y LA ESTRATEGIA DEL GRUPO»**

**¿Cuáles fueron vuestros primeros pasos?**

Firmamos un convenio con el Banco de Alimentos y buscamos proyectos sociales en los centros geográficos donde estamos presentes. En ese momento la fundación era cien por cien filantrópica. Y hace tres años dimos un nuevo



Blanca Hernández es también accionista y miembro del consejo de administración de Ebro Foods

giro al pasar de la filantropía pura a apoyar más la RSC y la estrategia del grupo. Así, abrimos nuevas líneas como el aprovisionamiento sostenible, que es clave para la compañía, o el implantar estándares de cultivos sostenibles allí donde estamos.

#### ¿Qué presupuestos dedicáis a estos proyectos?

Hay una parte muy importante, que es la donación de alimentos, que lo hacemos fundamentalmente con el Banco de Alimentos y está establecida a nivel mundial. El año pasado aportamos dos millones de euros. En España, el presupuesto está en torno a los 600.000 euros. Y luego hay una serie de proyectos que impulsa la fundación y que continúa la compañía, que tiene presupuesto para ello.

#### ¿Por qué estáis tan comprometidos con este tipos de iniciativas?

Porque no creo que las empresas deban actuar de otra manera. Ya, de por sí, en su labor diaria, las empresas aportan socialmente, porque



### FUNDADORA DE MAGALLANES VALUE INVESTORS

Blanca Hernández preside la Fundación Ebro desde 2006 y ha participado activamente en el diseño de la estrategia de Responsabilidad Social del Grupo. Es también patrona de otras Fundaciones como Capacis, Proyecto Hombre Sevilla y el Banco de Alimentos de Sevilla. Licenciada en Económicas y Empresariales y en Humanidades, Blanca Hernández es igualmente accionista y consejera de Ebro Foods y una gran conocedora del Value Investing. Acumula más de 20 años de experiencia en el sector. Actualmente es fundadora y consejera delegada de Magallanes Value Investors.

dan empleo, generan crecimiento, progreso. Pero es que en el desarrollo de tu actividad debes comportarte de una manera socialmente responsable con todos los agentes que intervienen, con el entorno y de esta forma tus impactos van a ser más positivos.

#### ¿Qué papel juega una buena RSC en el valor de una compañía y en su rentabilidad?

Antes existía una visión más antigua por la que se valoraba a la compañía por sus activos físicos y financieros. Pero hay unos intangibles ahí de muchísimo valor donde el papel de la RSC es crucial. Y en rentabilidad es evidente. Por ejemplo, en una empresa como la nuestra, si somos socialmente responsable con la producción, con el aprovisionamiento, con la seguridad alimentaria, eso es fundamental para la fidelidad de tus clientes, eso va directamente a beneficio. Y con los empleados sucede exactamente lo mismo. Si cuentas con una política de empleo que fomente la conciliación, la igualdad, ►



Blanca Hernández junto al autor de la entrevista, Giuseppe Tringali.

la flexibilidad, la confianza, todo eso hace que la gente esté más implicada y comprometida y al final la productividad crece.

**¿El hecho de que una compañía, aparte de su negocio, tenga una responsabilidad social implica más a los empleados?**

Sí, por supuesto. Mejora el clima laboral, están más conectados con la compañía y se sienten orgullosos de formar parte de una empresa que es socialmente responsable. En nuestro caso, cada vez es más frecuente que sean los propios empleados los que nos propongan iniciativas vinculadas a su comunidad. Así ha sucedido con el proyecto que ha sido premiado por la Fundación SERES y que nace de Ebro India.

**¿Cómo surge este proyecto que ha sido galardonado?**

Es fruto de nuestro firme compromiso con el aprovisionamiento sostenible y el fomento de los cultivos agrícolas sostenibles. Nosotros tenemos presencia en India desde 2013, donde nos abastecemos de arroz basmati. Nos dimos cuenta que existía una deficiencia de capacitación respecto al buen uso de los pesticidas, que provocaba que los cultivos no cumplieran los estándares, y se puso en marcha el proyecto

EKTA. Los voluntarios son empleados de Ebro India que se encargan de dar formación a los agricultores locales. Y tras los primeros años de trabajo ya se están viendo los resultados. En lugares donde no estamos presentes hay 17 pesticidas diferentes y en nuestra zona, según las mediciones del año pasado, sólo había cuatro y cumplían los requisitos de la Unión Europea.

**¿Cada país, entonces, puede proponer iniciativas voluntarias?**

Sí, no tenemos proyectos globales debido a la dispersión geográfica, pero sí locales que son impulsados desde cada zona en la que estamos presentes. Por ejemplo, en Marruecos se ha hecho un trabajo muy importante, el desarrollo de una zona arroceras. Gracias a las técnicas que utilizamos a nivel agronómico se mejoraron los rendimientos y Marruecos ha pasado de ser un país deficitario en arroz a ser un país exportador. Además, en la zona donde estamos nos hablaron nuestros empleados de los problemas que tenían los chicos de las aldeas cercanas que a partir de cierta

edad no podían ir a la escuela porque no disponían de transporte. Nosotros se lo hemos facilitado.

**¿De qué proyectos estáis más orgullosos?**

De todos los proyectos que han tenido un impacto positivo, lo hayas hecho en solitario o en colaboración con otra institución, te sientes muy orgulloso. Contamos con numerosas iniciativas que hemos llevado a cabo en África, pero no en solitario, sino con África Directo, que han sido muy interesantes.

En España, a raíz de la crisis pusimos en marcha las lanzaderas de empleo y han funcionado muy bien. En zonas arroceras con un paro muy elevado, el 70 por ciento de los participantes consiguió empleo después. En el terreno de la discapacidad también hemos hecho mucho en formación e integración y algunos de esos chicos han logrado empleo en Ebro.

**¿Qué otros proyectos tenéis en perspectivas en estos momentos?**

Ahora mismo tenemos en mente dimensionar el proyecto de India de la mano de Naciones Unidas, que le gustó mucho, y estamos en conversaciones para ver cómo trabajamos juntos para darle mayor impacto. La idea es extenderlo por todo el país porque el objetivo de Naciones Unidas es garantizar la seguridad alimentaria en India no sólo para las exportaciones, sino también para el consumo local. Y en España, una de nuestras líneas de actuación, la donación de alimentos, la hemos ido ampliando con el objetivo de fomentar una alimentación saludable. Trabajamos con niños y de la mano de la Asociación Española contra el Cáncer.

**¿Todo esto os ayuda a ser más competitivos, a ser diferentes? ¿Notáis más interés por parte de los accionistas?**

Una buena RSC te hace más competitivo y más fuerte. Y si eres una empresa de consumo, más todavía, porque el cliente no solo mira el precio, quiere que la empresa sea socialmente responsable.

Hace dos años los accionistas no hacían ninguna pregunta sobre este tema, pero ahora sí. Hemos pasado de cero a un interés creciente. ■

**«LOS EMPLEADOS SE IMPLICAN MUCHO MÁS CUANDO SU EMPRESA ES SOCIALMENTE RESPONSABLE»**