



**3**

**RADARSERES 2022**

La Fundación SERES ha celebrado la cuarta edición de RADARSERES con una jornada marcada por la urgencia de lo social.

**5**

**Energía y banca**

Dos industrias clave ante los retos sociales

**6**

**Cuidados en el siglo XXI**

Que nadie se quede atrás

**7**

**Tecnología, propósito y digitalización**

La tecnología como pilar y acelerador de la sostenibilidad; una nueva aproximación al propósito y la inequidad digital, tres aspectos clave en la sociedad y la empresa

**8**

**Salud mental**

Cómo afecta el trabajo a la salud mental, con M<sup>º</sup> Jesús Álava

**Propósito y beneficios**

Una integración urgente, con George Serafeim

# RADAR SERES

LÍDERES DE LO SOCIAL



accenture

BBVA

caser  
Grupo Helvetia

Deloitte.



INDITEX

grupo social  
ONCE

quironsalud

REPSOL  
Fundación

# RADARSERES marca la tendencia y la agenda social de 2023

RADARSERES es el encuentro anual que la Fundación impulsa cada año para adelantar la claves y tendencias de la agenda social. En su cuarta edición ha reunido a más de 500 líderes de lo social en torno a las empresas y expertos en innovación para debatir y reflexionar sobre los asuntos clave de la agenda empresarial.

El diagnóstico es rotundo: lo social es urgente y las empresas están llamadas a una mayor y mejor participación y compromiso para un futuro más justo y sostenible. Y es que los datos son elocuentes. La cohesión social es el cuarto riesgo en el top 5 del informe de riesgos globales del World Economic Forum. La incidencia de la pobreza y exclusión severa en los jóvenes ha pasado del 10% al 15% desde el estallido del coronavirus, para FOESSA. La sociedad demanda a las empresas este compromiso de forma permanente e ignorarlo ya no es una opción.

Una gestión responsable entorno a estos asuntos no solo es importante, sino muy necesaria y urgente, porque las empresas son y serán los agentes mejor preparados para afrontar este cambio de paradigma. SERES trabaja desde hace más de diez años para unir lo económico y lo social, actuando con la empresa para estimular su compromiso social desde dentro de sus estrategias.

La inversión social de 71 empresas SERES en 2021 se situó en torno a los 1.400 millones de euros. La movilización de los empleados involucrados en proyectos sociales asciende ya a un 12%, o el auge de las alianzas con entidades sociales. Pero sobre todo el avance en la integración de los factores ESG como eje de buen gobierno de las empresas, junto al compliance y la debida diligencia en Derechos Humanos. Esta realidad pone de manifiesto el acierto de los objetivos fundacionales de SERES así como la contribución de sus actividades y proyectos.

La protección del medioambiente, la preocupación por el bienestar de las personas y una gobernanza transparente y ejemplar en toda la cadena de valor se han convertido en determinantes para la sostenibilidad de las empresas. En este contexto es esencial que los líderes empresariales tengan un papel más activo y se conviertan en una pieza fundamental del cambio cultural, para contagiar su visión responsable al resto de la organización y lograr empresas cada vez más excelentes socialmente. Eso es lo que estamos impulsando en SERES con los testimonios y el diálogo de más de 60 directivos en nuestro espacio LíderesResponsables. También reconocemos las mejores prácticas en los Premios SERES, que con 13 ediciones han destacado más de 40 proyectos de impacto de entre cientos de candidaturas que recibimos cada año. Pero también con una metodología de medición del impacto social de los proyectos económicos para ofrecer mayores estándares en términos de conexión económica y social para ayudar a trabajar en una recuperación sin dejar a nadie atrás, el Índice SERES de la Huella Social©. Todo nuestro trabajo al servicio de las empresas para una sociedad con futuro para todos.



**Fernando Ruiz**

Presidente de la Fundación SERES

## Beneficio económico y beneficio social: los dos son uno

El objetivo de RADARSERES es visibilizar los retos sociales y la importancia del rol de la empresa en afrontarlos. Nos encontramos en un contexto incierto y con falta de cohesión social que puede llevar a situaciones de desigualdad, donde precisamente la empresa tiene la oportunidad de intervenir y marcar la diferencia.

Es una constante en la historia que de las crisis emerjan nuevos liderazgos. Los nuevos líderes empresariales saben que en estos momentos es más importante que nunca integrar el beneficio económico con el beneficio social. Porque los dos son uno solo. No verlos conectados ya es cosa del pasado y significa perder competitividad.

El nuevo liderazgo es inevitable: las exigencias sociales, las demandas de los equipos, las nuevas regulaciones, las peticiones de los inversores... todo lleva hacia el cambio. El cambio es urgente.

En SERES sabemos que el cambio hay que abrazarlo porque como empresa podemos aportar un enorme valor a la sociedad. Trabajamos para ofrecer a las empresas conocimiento, conexión y herramientas en clave de cambio para revertir esas circunstancias en oportunidad. Nuestros Labs abordan la integración de los retos sociales en la estrategia empresarial poniendo foco en las personas, especialmente en los más vulnerables, porque sabemos cómo integrar lo social y lo empresarial. Y os acompañamos siempre con herramientas de medición útiles para identificar el impacto social de una inversión de negocios antes de que esa inversión se lleve a cabo asegurando rentabilidad e impacto social a la vez.

SERES siempre ha defendido un liderazgo más humano centrado en las personas. Firmes en la posición que sabemos que es la más delicada y la más exigente, pero la que de verdad nos permite construir las empresas que queremos ser. Usémoslo para cambiar y pongamos en el centro a las personas.



**Ana Sainz**

Directora general de la Fundación SERES

## En cifras

**500**  
asistentes

**75**  
IMPACTOS EN  
MEDIOS

**365**  
MENCIONES

**381 MM**  
DE AUDIENCIA  
ALCANZADA

**671**  
INTERACCIONES  
EN RRSS

**40 MM**  
DE IMPACTOS



# RADARSERES 2022

## llama a la acción ante la urgencia de lo social

**La Fundación SERES ha celebrado su cuarta edición de RADARSERES con una jornada marcada por la urgencia de lo social. Una agenda que ha contado con una variada representación de líderes de lo social desde las empresas, los medios de comunicación o la universidad, así como con expertos nacionales e internacionales.**

El pasado viernes 18 de noviembre la Fundación SERES celebró la cuarta edición de RADARSERES, el espacio de encuentro para empresas líderes en la transformación hacia modelos de negocio con impacto social donde destacan el liderazgo y el compromiso de las empresas más innovadoras y responsables.

Fue una jornada de inspiración, reflexión y debate marcada por la urgencia de lo social ante el contexto actual, que este 2022 volvió a la presencialidad y llenó de líderes de lo social el Teatro Real de Madrid, en un evento que también se pudo seguir por streaming. Y es que hubo más de 500 asistentes que participaron activamente en las redes sociales hasta alcanzar una audiencia de 381 millones de personas, gracias a las 365 menciones y 671 interacciones.

El programa, articulado en diálogos, entrevistas e intervenciones individuales de expertos de diferentes campos de conocimiento y experiencia, ponía sobre la mesa las claves de la agenda de lo social para apelar a las empresas ante la necesidad urgente de pasar a la acción para el cambio. Las

empresas compartieron contenido y experiencia y abordaron asuntos como una sociedad más justa e inclusiva, la transición energética y sus implicaciones sociales o la digitalización como acelerador de la sostenibilidad. También hubo espacio para reflexionar sobre el papel del propósito corporativo, la equidad digital y la economía de los cuidados en el s. XXI. El enfoque más académico sobre la integración del propósito corporativo y la rentabilidad lo ofreció George Serafeim, Business Administration Professor en Harvard Business School. Con M<sup>ª</sup> Jesús Álava, psicóloga experta en salud mental y coaching ejecutivo, quedaron patentes las consecuencias de poner o no en el centro la salud mental en el trabajo.

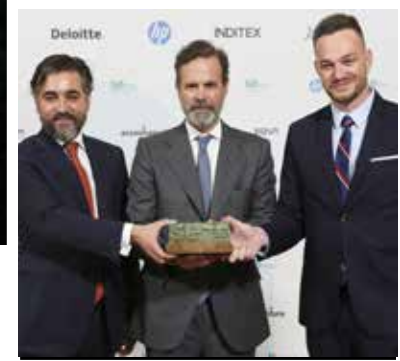
La exigente agenda dinamizada por Antonella Brogna contenía una variada sucesión de líderes sociales que aportaron su visión y experiencia desde la empresa, los medios de comunicación y la academia, para debatir sobre los diferentes ángulos de la S dentro de los criterios ESG, la situación actual y los retos futuros. Entre ellos, se encontraban

destacados representantes de las empresas Accenture, BBVA, Deloitte, Fundación Repsol, Grupo Caser, Grupo Social ONCE, HP y Quirónsalud. También han participado periodistas de prestigio con una gran trayectoria en empresa digital como Montserrat Domínguez, directora de contenidos de la Cadena SER y Antonio Lorenzo, director de la revista Digital 4.0 de elEconomista, o Maider Gorostidi, gerente de Emana y consultora en desarrollo organizacional y experta en diálogo y cambio organizacional. Fernando Ruiz, presidente de la Fundación SERES, y Ana Sainz, directora general, abrieron la sesión de trabajo recordando la relevancia de impulsar el debate sobre la urgencia social y el crucial papel de las empresas como vectores de cambio y progreso social.

El presidente de la Fundación ilustró con datos el porqué de la selección de temas y prioridades que contextualizan la agenda que proponía RADARSERES 2022. Y lo hacía recordando cómo la demanda de la sociedad en aspectos sociales se ha multiplicado tras la crisis

generada por la pandemia de la COVID-19, y ahora por la situación de guerra en Europa, con las consecuentes subidas de precios en la energía y la inflación. Destacó el rol y la gran aportación que las empresas realizaron desde el primer momento en 2020, su reacción a tiempo durante la pandemia con decisiones y medidas valientes para no dejar a nadie atrás.

Ruiz recordó algunos signos que apuntan a que esta situación se ha agudizado, con la referencia al índice de riesgo en cohesión social que publica el World Economic Forum, catalogado como el cuarto riesgo más importante en el mundo. Sin olvidar las proyecciones demográficas en Europa, con España a la cabeza del envejecimiento poblacional mundial, y con un 10% de pérdida de población en el continente para finales de siglo; además del riesgo de exclusión severa que acecha a los jóvenes, que ha pasado del 10% al 15%.



**Acciona, Aigües de Barcelona e ING, ganadores de los premios SERES**

**Networking y cena institucional con la Alta Dirección española**



**Los Premios SERES 2022 reunieron a 160 miembros de la Alta Dirección española en una cena institucional**

Por todo ello, Fernando Ruiz destacó la relevante función de SERES para catalizar, dinamizar y acompañar a las empresas en su integración de lo económico y lo social, acompañándolas, conectándolas, inspirándolas y ayudándolas a medir su impacto, a visibilizar sus logros y a compartir su visión y liderazgo en lo social para una transformación social necesaria y urgente.

Por su parte, Ana Sainz, directora general de SERES, retomaba las palabras del presidente y afirmaba que es en este momento cuando la empresa tiene la oportunidad de marcar la diferencia. De revertir las crisis en oportunidades. Reivindicando el liderazgo responsable, centró su intervención en el papel de la Fundación, que hace posible responder colectivamente a

las empresas ante los retos sociales, y persigue “hacer de España un país líder en el mundo por el compromiso social de las empresas”. En SERES abrazan ese reto, lo han hecho suyo. Es uno de sus aspectos diferenciadores destacados a través de herramientas patentadas, conocimiento aplicado, redes de alianzas, o plataformas de diálogo entre todos los nuevos agentes del ecosistema ESG.

**Iniciativas de la Fundación SERES**

La Fundación SERES fue galardonada este año con la Medalla de Oro de la Cruz Roja por su labor: Impulsar el cambio necesario para favorecer un nuevo liderazgo que transforme las crisis en oportunidades. el cambio necesario donde debe emerger un nuevo liderazgo que transforme estas crisis en oportunidades.

Una de las iniciativas referente de la Fundación son sus Premios SERES, que cada año reconocen la labor de las empresas por sus proyectos de innovación social, en particular por el grado de integración de lo social en su estrategia de negocio. Un galardón que surgió con la Fundación SERES hace trece años, que se ha convertido en una cita inspiradora para líderes de lo social que quieren conocer las mejores prácticas, visibilizar sus iniciativas más innovadoras y compartir avances en materia social.

En esta última edición de 2022, celebrada el jueves 17 noviembre en el Teatro Real de Madrid, los tres proyectos premiados, de entre más de 140 candidatos presentados, fueron para Acciona, Aigües de Barcelona e ING. Se destacó la relevancia del trabajo en la construcción de una sociedad más justa e inclusiva a través de iniciativas en el impulso de la diversidad de género y del liderazgo femenino, la detección ágil de colectivos en riesgo de pobreza hídrica y la salud financiera dentro del sistema de previsión social, respectivamente.

La entrega de los Premios SERES se ha convertido en la cita anual de referencia para la Alta Dirección donde encontrarse para compartir, conocer y poner en valor las mejores prácticas empresariales comprometidas con lo social. Un encuentro al que este año asistieron 160 líderes de la alta dirección de la empresa española en una cena de entrega que generó un relevante impacto mediático.

Por otra parte, la Fundación SERES cuenta con los Labs, un trabajo de cocreación con las empresas que también tuvo un espacio en RADARSERES. De la mano de Asunción Cano, ESG Project manager de SERES, pudimos conocer el enfoque del Labs Impacto Social, desde el que la fundación va más allá de la comprensión y anticipación a los estándares al contribuir a homogeneizarlos. Con este proyecto también impulsan a las empresas a conocer los cambios regulatorios y encontrar la oportunidad de convertirse en empresas socialmente más responsables. Paula de la Cal, ESG project manager de la Fundación presentó el LabS Inversores, desarrollado junto a EY, con el que ayudan a reportar mejor la información no financiera, crean grupos de trabajo entre empresas con retos comunes, identifican el papel de los actores que participan en la inversión sostenible, e invitan a analistas para dialogar y conocer su visión. Y Cristina Aliaga, directora del departamento de empresas de SERES, dio cuenta del que aborda los Derechos Humanos como generadores de valor, que son clave para asegurar el respeto a las personas y son fundamentales en el largo plazo del negocio. En esta línea, la fundación ha cocreado con las empresas SERES una matriz que identifica en un lenguaje común alineados con los ODS los temas más relevantes que deben abordar las áreas de la compañía e incluye buenas prácticas nacionales a internacionales.

# La energía y la banca: la respuesta a los retos sociales de dos industrias clave



Lucila García (Fundación SERES), Antoni Ballabriga (BBVA) y Luis Casado (Fundación Repsol)

Los sectores de la banca y la energía son agentes clave ante los desafíos sociales para las empresas y la sociedad dada su capacidad para contagiar a otros sectores.

Las cifras hablan por sí solas. En 2025 la inversión en activos ESG alcanzará los 50 trillones de dólares, según un informe de Bloomberg. Y el objetivo sería invertir 275 billones de dólares en 30 años, lo que representa el 8% del PIB cada año.

En esta línea, en la COP27 celebrada en Egipto se estimaba que se estimaba que es necesaria una inversión de entre 4 y 6 billones de dólares al año para la transformación mundial hacia

una economía baja en emisiones de carbono. Y aquí, tanto la banca como las empresas energéticas tienen mucho que aportar.

El reto al que se enfrentan ambos sectores es el de conseguir un cambio sistémico a través de diferentes acciones para que las empresas y las compañías se transformen. Donde se potencie la colaboración de distintos actores públicos y privados y donde se piense en la cocreación más que en la competencia.

El punto de partida se centra en la concienciación, tanto a nivel individual de las personas, como del sector público o la sociedad y

las empresas en general. Después, en la celeridad, pero sin caer en una urgencia que pueda provocar tensiones o sobrecostos. Y, por último, en el papel de la tecnología desde un punto de vista amplio en el que se promuevan las que existen en la actualidad mientras se apuesta por las que se están desarrollando para el futuro.

Aunque se comparten objetivos, cada sector afronta estos retos de manera diferenciada y con estrategias propias. Por su parte, BBVA como ejemplo de la banca, está apostando por alcanzar las 0 emisiones financiadas, reduciendo su participación en aquellos sectores más intensivos en

cuanto a estas emisiones, y en centrar su crédito en opciones relacionadas con el cambio climático o con el impacto social en todas las escalas.

En cuanto a la energía, representada con el caso de la Fundación Repsol, además de apoyar la creación de iniciativas sostenibles, se busca la colaboración entre lo público y lo privado para llevar a cabo proyectos que tengan un impacto medioambiental y social al tratarse de iniciativas en entornos rurales, donde se genera empleo, así como la movilidad sostenible y la eficiencia energética en las ciudades. Todo ello enmarcado en los ODS.

## Los cuidados en el siglo XXI que nadie se quede atrás



Adolfo Fernández-Valmayor (Quirónsalud), Ignacio Eyriès (Grupo Caser) y Alberto Durán (Grupo Social ONCE)

Los datos disponibles en el sector de los cuidados y de la integración de colectivos vulnerables dibujan claramente cómo se está transformando la sociedad.

El 20% de habitantes en España hoy tienen más de 65 años según los datos del INE. Porcentaje que aumentará hasta el 26% en los próximos quince años, y hasta superar el 30% para 2050. Las proyecciones para la franja de mayores de 80 años son similares. Hoy representan el 6% de la población española y llegarán al 11% en 2050. Si a estas cifras añadimos los 4,38 millones de españoles con algún tipo de discapacidad, de los cuales un tercio se encuentran en situación de dependencia, podemos

hacernos una idea del reto que tenemos como sociedad ya hoy en día. Un reto que las empresas deben afrontar y gestionar ya que forman parte activa de la sociedad.

La discapacidad y la dependencia suponen una enfermedad silenciosa que, de forma generalizada, además conlleva soledad, según apuntan desde Grupo Social ONCE. Todo unido implica una serie de problemas mentales que hoy por hoy no están tratados. Esta soledad, considerada por la OMS un problema de salud pública, o la salud mental se pueden atajar gracias a la inclusión de determinados colectivos, como pueden ser personas con discapacidad, en puestos

de trabajo. Contar con un empleo es la primera palanca de desarrollo personal para generar progreso social.

El problema, como señalan desde Quirónsalud, viene al considerar que estos colectivos son grupos minoritarios, cuando no lo son, y no darles suficiente visibilidad o no prestarles la atención necesaria que requieren. En concreto, en cuanto al aumento de la longevidad y el consecuente aumento del envejecimiento, se plantea un reto para la sociedad en el que las empresas pueden participar aprovechando las nuevas oportunidades que aparecen. Para Grupo Caser, el envejecimiento es todo un desafío al conllevar una transformación

profunda e irreversible en aspectos como los hábitos de consumo o el surgimiento de nuevas necesidades, etc. A todo ello debemos adaptarnos cuanto antes ya que son circunstancias que tarde o temprano estamos viviendo todos.

Existen múltiples opciones para afrontar estos retos de manera inmediata: desde la concienciación, la educación y, sobre todo, la prevención. Además de un derecho de estas personas, se trata de una oportunidad para las empresas que lo sepan ver y gestionar para aportar valor compartido, tanto para la empresa como para la sociedad.

## Líderes de lo social en RADARSERES 2022



**Antoni Ballabriga**, director global de negocio responsable de BBVA, destacó las acciones que lleva a cabo BBVA para afrontar los retos sociales. Entre ellas, tienen tres líneas de actuación: destinar el 25% de su financiación a objetivos puramente sociales para apostar por la inclusión financiera en todas las geografías (incluidos los países emergentes), hacer una salida ordenada y responsable de activos nucleares y, por último, tener un impacto positivo en diversidad e inclusión, así como en temas de género. Se han fijado el objetivo de tener en 2024 un 35% de mujeres directivas y de invertir al menos 550 millones de euros en educación.



**Luis Casado**, director de Repsol Impacto Social, tuvo la oportunidad de explicar el modelo social business de la compañía en el que está todo integrado. Entre los proyectos destaca “Motor verde”, una ambiciosa iniciativa en la que están involucrados diferentes agentes públicos y privados. En total, más de 70.000 hectáreas están siendo reforestadas, con lo que se conseguirá absorber 16 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>. Además, han desarrollado un programa de formación en colegios, “Open room”, que ha celebrado 40 eventos y aún más de 15.000 usuarios en la plataforma, así como un fondo de emprendedores que ha incubado ya a más de 70 empresas.



**Alberto Durán**, vicepresidente del Grupo Social ONCE, reivindicó los orígenes del grupo cuando el objetivo era ofrecer la posibilidad de tener un empleo y generar ingresos a las personas con discapacidades, en lugar de mantenerles en casa con una pensión. El Grupo, que tiene alianzas con muchas empresas, cuenta en la actualidad con un amplio porfolio de oportunidades de empleo, formación, etc. para diferentes colectivos vulnerables, siendo un ejemplo representativo el hecho de que a diario más de 19.000 personas venden cupones, salen de casa y se ganan la vida. Todo ello se mantiene gracias a la rentabilidad tanto económica como social.



**Ignacio Eyriès**, director general del Grupo Caser, anunció que la compañía había lanzado una fundación para la dependencia con el afán de extender la preocupación de lo que conlleva la dependencia y cómo afecta en las relaciones en el hogar con una persona dependiente antes de que pueda trasladarse a una residencia. De hecho, Grupo Caser trata de evolucionar sus ofertas en los ecosistemas y en los ciclos de vida para una etapa final donde hay dependencia, con algunas iniciativas y productos que están teniendo una gran acogida, sobre todo en zonas rurales que están apartadas de centros sociosanitarios, que destacó como otro drama actual de la sociedad.



**Adolfo Fernández - Valmayor**, director de Transformación y Sistemas de Quirónsalud, destacó que por sus 58 hospitales pasan más de 6 millones de personas al año y que en el Grupo trabajan para construir juntos un futuro sostenible de salud y bienestar de las personas a través de diversas iniciativas. Una de ellas es la prevención para llegar mejor a ser mayores con un diagnóstico temprano, trabajando en la educación y concienciación, como el proyecto “Stay healthy” para concienciar de la importancia de la nutrición, el deporte, etc. Otro objetivo es facilitar el acceso a los cuidados para la gente mayor con un cambio del modelo asistencial.



**Héctor Flórez**, presidente de Deloitte España, ahondó en una nueva aproximación al propósito. La compañía que dirige está implementando diferentes actuaciones bajo el concepto “Make an impact that matters” ya que, con más de 10.000 empleados, el propósito les ayuda a poner coherencia, dar foco y generar impacto social. La empresa apuesta por la inversión en las personas y, entre estas actuaciones, se encuentra el desarrollo de programas de liderazgo entendiendo un líder como la persona que es capaz de sacar lo mejor de cada empleado. Además, Deloitte establece objetivos de propósito que se integran en el comité ejecutivo para que vele por su cumplimiento.



**Helena Herrero**, presidenta de HP para Sur de Europa, Oriente Medio y África, recordó en su intervención cómo ya en 1940 los presidentes de HP a nivel mundial destacaron que la empresa se debe a la sociedad, un aspecto que está en el ADN de la compañía. De hecho, el Plan Estratégico a 10 años de HP indica que quiere ser una escuela que atraiga talento y ser la firma más tecnológica, más justa y más inclusiva con un impacto no solo medioambiental, sino también en la S de lo social y su gobernanza. Y, en cuanto a diversidad de género, la empresa está comprometida con el objetivo de que en 2030 la mitad de su plantilla la compongan mujeres.



**Domingo Mirón**, presidente de Accenture en España, Portugal e Israel. Participó en el diálogo sobre la tecnología como pilar y acelerador de la sostenibilidad, donde destacó los tres objetivos principales de la compañía. Ayudar a los clientes a cumplir con sus compromisos de Responsabilidad Social Corporativa (reducir huella de carbono, etc.) teniendo en cuenta que en esta transformación digital se destruyen unos empleos y se crean otros, evitando un problema social mayor (dentro del aspecto medioambiental). Ser una compañía neutra en carbono en 2025 y, por último, alcanzar la paridad de género en 2025, sabiendo que ahora están algo por encima del 42%.

# La tecnología, pilar y acelerador de la sostenibilidad

**Los efectos de la pandemia, la actual guerra en Europa y la revolución tecnológica están generando un entorno de altísima incertidumbre social, empresarial y geopolítica.**

La tecnología es una palanca clave en la sostenibilidad y, a su vez, una generadora de brechas, como ya quedó patente con el auge de su utilización y necesidad durante la pandemia. En el caso de España, la digitalización básica alcanza el 64%, cerca del objetivo planteado por Europa de llegar a un 80%. En esta digitalización, tienen especial relevancia las pymes, que forman más del 90% del tejido empresarial español.

Más allá de esta digitalización existen tres brechas a las que se debe prestar atención para reducirlas. La primera de ellas es la de género, común en Europa, pero más acentuada en España, ya que las mujeres solo representan el 19% en organizaciones tecnológicas. La segunda, la diferencia entre las pymes y las grandes empresas, y lo que pueden ofrecer a nivel digital cada una. Y, por último, la relacionada con la colaboración público-privada, donde se debe trabajar más.

De hecho, en este último caso, la administración pública tiene dos grandes retos y oportunidades como son la educación y el facilitar el acceso de estudiantes del mundo de la tecnología al entorno laboral, además de la digitalización de los servicios de la administración pública para sus ciudadanos y las empresas.

Este entorno dinámico supone un desafío social. Aun así, las empresas están mostrando una gran voluntad de mejorar el impacto social que tienen. En primer lugar, porque es lo correcto en el momento que vivimos y, en segundo, porque es rentable abrazar el objetivo de compromiso social que, además, según apuntan desde Accenture, multiplica por 2,5 las posibilidades de rentabilidad en el corto y medio plazo de los proyectos. Por ello, es necesario entender que el hecho de dejar una huella social aporta valor a la actividad empresarial.



Montserrat Domínguez (Cadena SER) y Domingo Mirón (Accenture)

## Inequidad digital

**La brecha digital en la actualidad marca grandes diferencias entre la sociedad. De ahí que para contar con un progreso social sea necesaria la equidad digital.**

Esta equidad se traduce en tener la posibilidad de acceder a los dispositivos o a las capacidades digitales, es decir, a una alfabetización digital que permita, además, tener acceso a servicios tan sencillos como utilizar la banca online o hacer una compra en Internet. Toda la sociedad debe tener acceso a estas funcionalidades básicas con independencia de la edad, del género o de la situación geográfica, entre otros aspectos.

La raíz del problema está en los 17 millones de españoles que carecen de una mínima formación o capacidades digitales, ya sean personas mayores o pensionistas, parados, estudiantes, etc. Y la situación se agrava si se tiene en cuenta que el 80% de los empleos requieren competencias digitales, lo que provoca que la digitalización deba ser un derecho fundamental, como defiende HP. Sobre todo, porque esta inequidad digital repercute negativamente en el resto de desigualdades o brechas.

El reto de las empresas, que cumplen un papel determinante en la materia, es la formación continua, si bien las personas también deben ser conscientes de que han de poner de su parte para adquirir estas habilidades. Sin conocimientos, la sociedad carece de juicio crítico y, sin él, no puede mejorar.

Ante este desafío, en el que la tecnología y la vida se debe centrar en las personas, las compañías se deben transformar de manera sencilla hacia un impacto positivo en la sociedad pensando tanto en la actualidad como en las generaciones futuras.

# Una nueva aproximación al propósito

**El 80% de las empresas se explica por intangibles y el propósito forma parte de este porcentaje.**

Partiendo del concepto del propósito entendido como la misión empresarial donde, además, se tienen en cuenta los intereses de los *stakeholders*, así como donde se comprende el impacto de las acciones de la compañía a nivel social o medioambiental, contar con un propósito claro y definido es un nuevo desafío social para las corporaciones.

Lo que da sentido a las empresas son personas organizándose en torno a un propósito común. Si tenemos esa base sólida solo falta añadir una estructura y una personalidad jurídica. En el actual contexto, este propósito conlleva grandes ventajas. Contar con un propósito corporativo facilita atraer y retener talento, incluso en esta sociedad en la que es difícil conectar con los jóvenes. También mejora la reputación de la compañía, al contar con todos los *stakeholders* y utilizar el gran poder de transformación en la sociedad más allá de su cuenta de resultados. Asimismo, se convierte en un valor rentable en la actualidad, en el corto plazo, que también ayuda a invertir en el futuro.

Un objetivo primordial es que todas las personas de la organización entiendan el propósito y le den importancia ya que éste proporciona coherencia y foco, además de generar impacto. Pero se debe materializar en acciones concretas, como pueden ser los



Héctor Flórez (Deloitte)

marcos de actuación, que ayuden a que este propósito esté activo en el día a día. Por supuesto, el comité de dirección debe velar por su cumplimiento, que es una tarea constante como apuntan desde Deloitte.

En este sentido, la empresa debe ser una organización sencilla, simple y flexible, donde sean las personas utilizando tecnología las que aporten valor. Por lo tanto, es fundamental enfocar la inversión en las personas, para que aumenten la confianza en sí mismas y en los demás. Esto potencia la colaboración, que es un ingrediente clave para tener impacto, además de generar personas capacitadas para adaptarse a cualquier tipo de cambio.

El reto ahora para las organizaciones es encontrar el modo para gestionar espacios que generen esa confianza en las personas.



Antonio Lorenzo (elEconomista) y Helena Herrero (HP)

# Cómo afecta el trabajo a la salud mental

**Antes de la COVID-19 ya se analizaba el impacto de la salud mental y el bienestar en el empleo, pero la pandemia ha incrementado la importancia de estos aspectos.**

Existen varios estudios con datos muy reveladores sobre la salud mental. Según el "State of the Global Workplace: 2022 Report" de Gallup, se ha alcanzado el récord de trabajadores que sienten estrés, hasta un 44%. Por otra parte, en la reunión anual del World Economic Forum 2022 se puso de manifiesto que prácticamente la mitad de los empleados siente sobrecarga mental, según un estudio de JLL. Es más, en redes sociales profesionales ya se encuentran más de 4.000 responsables de felicidad de equipos en diferentes empresas.

Con esta información, se puede decir que el trabajo puede ser una gran fuente de felicidad o de insatisfacciones de nuestra vida, como indica M.<sup>a</sup> Jesús Álava, experta en salud mental y especialista en coaching ejecutivo.

Bajo su dirección se han realizado diversos estudios al respecto y los datos revelan una gran diferencia de género y la estrecha relación entre salud mental y trabajo. De cada cuatro personas que sufren depresión tres son mujeres y una es un hombre; de cada tres que padecen ansiedad, dos son mujeres y solo una es un hombre. Además, los datos indican que el 40% de los casos relacionados con el estrés, la ansiedad y la depresión o hasta el 70% de las adicciones las provoca el trabajo.

En otra línea de investigación se observa que la felicidad aporta motivación y es productiva, por lo que una persona que está bien reduce su tasa de absentismo. Es más, se observa que en aquellas empresas donde se encuentra un mayor bienestar emocional, los empleados cometen menos errores y son personas más creativas a la hora de desempeñar su función, entre otras ventajas. Por ello, es conveniente que la compañía intente retener este tipo de trabajadores.

Si es conocido el impacto positivo que produce una organización que cuida la salud mental de sus empleados, el desafío es pasar a la acción cuanto antes. Es decir, para que toda esta información sea útil y ayude a mejorar la situación, las empresas deben poner el foco de verdad en las personas.

Es imprescindible que las compañías cuenten con líderes centrados en las personas, comprometidos, coherentes, flexibles y con capacidad de escucha para favorecer organizaciones sostenibles.



M.<sup>a</sup> Jesús Álava. Especialista en coaching ejecutivo.



Antonella Broglia y George Serafeim

## Propósito y beneficios, una integración urgente

**George Serafeim, Business Administration Professor en Harvard Business School, presenta por primera vez en España su libro "Purpose + Profit" donde ahonda en la integración urgente entre los beneficios empresariales y el propósito, exponiendo las ventajas de priorizar objetivos sociales y ambientales, como el cambio climático, la diversidad y la inclusión, y la sostenibilidad.**

Actualmente estamos viendo cada vez más emprendedores, directivos o inversores que tienen en mente la idea de propósito de manera aislada del beneficio. Pero cada día estas ideas caminan más de la mano, aunque no es tarea fácil y requiere de disciplina. De hecho, Serafeim empieza su libro con un caso de fracaso por falta de creencia en la organización, y por la falta de transparencia y claridad en la ejecución.

La reflexión se centra en cómo conseguir más beneficios a través del impacto social en un contexto tan cambiante que no tiene nada que ver con el de hace 10 o 20 años. No solo vivimos en un mundo donde la búsqueda de objetivos sociales y de ganancias están cada vez más alineadas en el entorno corporativo, también es una época en la que los consumidores buscan específicamente apoyar a las organizaciones que defienden objetivos sociales y ambientales mayores que ellos mismos.

Ante estos cambios en los valores de la sociedad, las organizaciones están respondiendo porque las empresas ven los criterios ESG como una oportunidad y no como una burocracia.

Para implementar un propósito, Serafeim destaca que un elemento crítico es no intentarlo únicamente desde la cúpula directiva, sino que se debe empoderar a todo el equipo de manera integral para formar parte de ese cambio ya que todo el mundo tiene formas de mejorar e impactar positivamente.

También indica que no se trata de pensar en el propósito como una elección excluyente, sino como una suma que aporta a todos los niveles y a todo tipo de empresas, tanto grandes como startups, que estén alineadas con los criterios ESG.

En resumen, "Purpose + Profit" es una lectura obligada para empresarios y compañías que busquen impulsar el cambio social y ambiental en sus negocios, y cosechar las recompensas de la lealtad de los clientes, mejorar la forma en la que se hace el trabajo y la incommensurable satisfacción de generar un impacto positivo en la sociedad.



# Principales mensajes

**“La psicología nos demuestra que la felicidad productiva es una realidad incuestionable”**

M<sup>a</sup> JESÚS ÁLAVA,  
EXPERTA EN SALUD MENTAL  
Y ESPECIALISTA EN COACHING EJECUTIVO

**01**

**“Esta carrera no la gana el primero que cruza la meta, la ganamos cuando el último cruce la meta”**

ANTONI BALLABRIGA,  
DIRECTOR GLOBAL DE NEGOCIO RESPONSABLE DE BBVA

**02**

**“El primer reto es la necesidad de concienciación de todos por la magnitud de lo que hay que hacer”**

LUIS CASADO,  
DIRECTOR DE REPSOL IMPACTO SOCIAL

**03**

**“Dejar una huella social ahora sí se entiende como un valor para la actividad de la empresa”**

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ,  
DIRECTORA DE CONTENIDOS DE LA CADENA SER

**04**

**“Ninguna empresa puede considerarse responsable sin ser abanderada e impulsora de lo social”**

ALBERTO DURÁN,  
VICEPRESIDENTE DEL GRUPO SOCIAL ONCE

**05**

**“La dependencia es una enfermedad silenciosa que va entrando en todas partes”**

IGNACIO EYRIÈS,  
DIRECTOR GENERAL DEL GRUPO CASER

**06**

**“Debemos construir juntos un futuro sostenible de salud y bienestar de las personas”**

ADOLFO FERNÁNDEZ-VALMAYOR,  
DIRECTOR DE TRANSFORMACIÓN Y  
SISTEMAS DE QUIRÓNSALUD

**07**

**“Para atraer y retener el talento es fundamental tener un propósito que dé coherencia, foco y genere impacto positivo”**

HÉCTOR FLÓREZ,  
PRESIDENTE DE DELOITTE ESPAÑA

**08**

**“La inversión en activos ESG alcanzará los 50 trillones de dólares en 2025, según Bloomberg”**

LUCILA GARCÍA,  
SUBDIRECTORA GENERAL DE LA FUNDACIÓN SERES

**09**

**“Lo que da sentido a las empresas son personas organizándose en torno a un propósito común”**

MAIDER GOROSTIDI, EXPERTA EN DIÁLOGO Y CAMBIO ORGANIZACIONAL Y GERENTE DE EMANA Y CONSULTORA EN DESARROLLO ORGANIZACIONAL

**10**

**“No habrá progreso social si no hay una equidad digital”**

HELENA HERRERO,  
PRESIDENTA DE HP PARA SUR DE EUROPA,  
ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA

**11**

**“La tecnología y la vida va de personas”**

ANTONIO LORENZO, DIRECTOR DE LA REVISTA DIGITAL 4.0 DE ECONOMISTA

**12**

**“Sin talento y sin ingenio humano, la tecnología no es útil”**

DOMINGO MIRÓN,  
PRESIDENTE DE ACCENTURE EN ESPAÑA,  
PORTUGAL E ISRAEL

**13**

**“Las empresas son y serán los agentes mejor preparados para afrontar el cambio de paradigma que vivimos”**

FERNANDO RUIZ,  
PRESIDENTE DE FUNDACIÓN SERES

**14**

**“Las empresas son y serán los agentes mejor preparados para afrontar el cambio de paradigma que vivimos”**

ANA SAINZ,  
DIRECTORA GENERAL DE FUNDACIÓN SERES

**15**

**“Perseguir el propósito y las ganancias requiere que los líderes piensen en términos de ‘y’ en lugar de ‘o’”**

GEORGE SERAFEIM,  
PROFESOR DE HARVARD BUSINESS SCHOOL

**16**

# RADARSERES 2022 éxito de asistencia y participación



accenture

BBVA

caser  
Grupo Helvetia

Deloitte.



INDITEX

grupo social  
ONCE

quironsalud

REPSOL  
Fundación

SÍGUENOS EN LAS REDES:     

[www.fundacionseres.org](http://www.fundacionseres.org)