

Ciclo de conferencias ESADE – Fundación SERES

El diálogo con los grupos de interés es clave para contar con una empresa socialmente responsable

- **Tomás Franquet, director de Responsabilidad Corporativa de Meliá Hotels International; Silvia Agulló, directora de Negocio Responsable y Reputación de Grupo DKV; y Enrique Maruri, director de Campañas y Ciudadanía de Oxfam Intermón han reflexionado sobre la relevancia de un diálogo abierto, transparente y fluido con los grupos de interés, así como del impacto que ha tenido en sus organizaciones para la consolidar un modelo de negocio responsable**
- **Una empresa debe elegir a sus grupos de interés en base a tres factores: la defensa del bien común de la compañía, el interés por los temas de responsabilidad y la capacidad de influencia sobre la misma**

Miércoles, 13 de febrero de 2018 – “Las principales pistas para poder etiquetar a una empresa de responsable son: la conciencia de responsabilidad de sus líderes, la gestión responsable de personas y la capacidad de diálogo con sus grupos de interés”. Así ha abierto **Ignasi Carreras**, profesor y director de los Programas de formación directiva para ONG del Instituto de Innovación Social de ESADE. Carreras ha indicado que la clave está en identificar cuáles son los tipos de grupos de interés según las necesidades de la organización. “Una empresa debe elegir a sus grupos de interés en base a tres factores: la defensa del bien común de la compañía, el interés por los temas de responsabilidad y la capacidad de influencia sobre la misma”.

Ana Sainz, directora de la Fundación SERES, ha explicado cómo los grupos de interés pueden ser una palanca para la innovación y la responsabilidad en las compañías, así como un activo fundamental en la construcción de empresas responsables. “El diálogo ha ido evolucionando de forma bidireccional, los grupos de interés son cada vez más exigentes, esto hace la conversación más difícil, pero a la vez más enriquecedora”.

Avanzando hacia modelos de negocio responsable con los grupos de interés

Tomás Franquet, director de Responsabilidad Corporativa de Meliá Hotels International, ha explicado cómo en el caso de Meliá la intención de la compañía es cerrar compromisos con cada grupo de interés y verlos como una oportunidad para la empresa. Vivimos tantas realidades que nos hemos visto obligados a poner una pauta en la gestión del día a día. No dejan de ser directrices para la gestión, pautas de comportamiento, líneas de actuación que nos permiten analizar la materialidad, los conceptos que le preocupan de ti como compañía. Tener capacidad crítica y de cambio interno es fundamental.

Por su parte, **Silvia Agulló**, directora de Negocio Responsable y Reputación de Grupo DKV, ha mostrado el caso de éxito de DKV, que ha podido alinear objetivos y fomentar una cultura de diálogo con los grupos de interés, la organización y no solo desde un área específica. La sistematización de este trabajo con los grupos de interés comenzó en 2013 con formación para directivos y mandos intermedios. A esto le siguieron cuatro proyectos de diálogo, con un mapeo de grupos de interés incluido -grupos y subgrupos- y en paralelo se hizo una revisión de todos los procesos con la mirada puesta en los grupos de interés. Además, invitamos a observadores internos de la compañía y representantes externos que queríamos que “oyeran” el debate.

Para **Enrique Maruri**, director de Campañas y Ciudadanía de Oxfam Intermón, una ONG como la nuestra, ha marcado, las empresas son un actor fundamental. Buscamos cambios en la equidad,

esperamos que las empresas sean conscientes de los impactos sociales y económicos que generan.

Retos identificados para mejorar la relación con los grupos de interés

“Uno de los grandes retos de la compañía es lograr que nuestra esencia de cómo entendemos la compañía, viaje con nosotros hacia donde vayamos, que exista la cercanía como ingrediente necesario para conocer a fondo los grupos de interés, lo que quieren saber y además trasladarlo a otros puntos geográficos en los que operamos”. Ésta es la afirmación de Tomás Franquet, en alusión a las oportunidades que ha identificado Meliá en las conversaciones con sus grupos de interés.

Silvia Agulló resumía los aprendizajes de DKV “como una garantía para un diseño de empresa responsable que se materializan en tres ideas: los grupos de interés en una compañía no son propiedad de nadie, es un diálogo transversal; el diálogo nos ayuda a reforzar datos. Si no tenemos el dato, nos forzamos a tenerlo o a cuantificarlo y en un último lugar los diálogos con los grupos de interés son una gran herramienta de autocritica y mejora continua. Sin duda, es una manera de tender puentes y lograr trabajar juntos”.

Enrique Maruri, director de Campañas y Ciudadanía de Oxfam Intermón, ha terminado con la ronda de intervenciones afirmando que “en España la RSE está más difundida que en Latinoamérica. Es algo transversal al alma de la organización, que no se debe solo a sus accionistas. Hay avances, pero no son suficientes. Queda mucho por hacer en materia de gobierno corporativo, brecha de género o temporalidad en el empleo. Las empresas deben tener en cuenta también la huella de desigualdad que pueden dejar en los grupos de interés”.

Acerca de 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 casi 140 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.

Acerca de ESADE y ESADE Alumni, su red de antiguos alumnos

Fundada en 1958, ESADE Business & Law School posee campus en Barcelona y Madrid y está presente en São Paulo, Lima, México DF, Bogotá, Santiago de Chile y Buenos Aires. Tiene suscritos acuerdos de colaboración con más de cien universidades y escuelas de negocios de todo el mundo. Cada año, más de 11.000 alumnos participan en sus cursos (MBA, Executive Education, grados y másteres universitarios en Dirección de Empresas y en Derecho). ESADE Alumni, la asociación de antiguos alumnos de ESADE, cuenta con una red de más de 63.000 antiguos alumnos, que desempeñan cargos de responsabilidad en empresas de los cinco continentes. Mediante cerca de 100 grupos profesionales, promueve la formación continua, el desarrollo profesional y la iniciativa emprendedora. Dispone de una red internacional con *alumni* de hasta 126 nacionalidades, presentes en más de cien países y, desde 2007, lleva a cabo el proyecto ESADE Alumni Solidario, pionero en Europa, gracias al cual más de 1.800 antiguos alumnos han aportado su talento, experiencia y capacidad de gestión de manera voluntaria a más de 450 entidades del tercer sector. La asociación cuenta con la red de inversores ESADE BAN, nombrada mejor red de *business angels* privada de Europa por parte de la Red de Business Angels Europea (EBAN). ESADE participa también del parque de negocios ESADECREAPOLIS, un centro pionero dedicado a la innovación en donde se funden la universidad y la empresa. De clara vocación internacional, ESADE se mantiene sistemáticamente en el tiempo en las

primeras posiciones del mundo de los principales rankings de escuelas de negocios (*Financial Times*, *Bloomberg Businessweek*, *The Economist* y *América Economía*). ESADE es miembro de la Universidad Ramon Llull (www.esade.edu).

ESADE Communications

Noelia Úbeda

Teléfonos: +34 912 526 840 / +34 934 952 099

E-mail: esadenews@esade.edu**Fundación SERES**

Sofía Martín

Teléfonos: +34 91 575 84 48

E-mail: smartin@fundacionseres.orgMás información en la [Newsroom](#) y en nuestro [Twitter](#)