

# Riesgos ESG. Cuando la "S" cobra relevancia en la construcción del mañana

Ana Sainz // Directora general de la Fundación SERES  
www.fundacionseres.org

La última década había dejado patente que las organizaciones estaban poniendo el acento en la dimensión social, seguramente la más exigente dentro de las empresas. El acuerdo de la Business Roundtable de 2019, en el que las grandes empresas se comprometieron a velar por los intereses de la sociedad como parte de su nuevo propósito, o la celebración de la Cumbre del Clima –COP25–, entre otras acciones, muestran el impulso que ya se estaba acometiendo en las cuestiones relativas al ESG antes de la pandemia. Los criterios ESG han pasado a formar parte del día a día del área de la relación con inversores. Un área que hasta hace poco "tenía como único objetivo la obtención de resultados y que ha pasado a tener que valorar criterios subjetivos como el comportamiento de la compañía". La aspiración y previsión que existe sobre la inversión sostenible sigue creciendo exponencialmente. Las compañías con mejor desempeño ESG tienen un mejor desarrollo en momentos de incertidumbre, según un informe de BlackRock. Los clientes están valorando mejor a las compañías que ponen foco en cuestiones relativas al medioambiente, la ética y la transparencia. Esto evidencia que los mensajes que lanzan las empresas ya incluyen la sostenibilidad, porque los clientes se vinculan a estas realidades. Y también está la figura de los empleados, ya que estos consideran que las mejores empleadoras son aquellas que trabajan en materia de ESG.

Sabemos que las compañías no se diferencian por la calidad de un producto sino por la conexión que logran obtener con la sociedad y en último caso por sus valores únicos. No cabe duda de que caminamos en la senda de la construcción de empresas más humanas, en las que el peso de los intangibles determina más su sostenibilidad en el tiempo, su predilección por parte de los consumidores o inversores, pero sobre todo que en plena 4ª revolución industrial no dejan a nadie atrás.

Un sector privado responsable es indispensable para el crecimiento, la productividad, la innovación y la creación de empleo, todos ellos generadores de desarrollo y oportunidades. La crisis del Covid-19 ha puesto en evidencia –aún más– esta realidad a la que nadie da la espalda. La pandemia ha cambiado el mundo que conocíamos y seguramente abre paso a un orden diferente,

una gran disrupción que como casi todos los cambios de paradigma supone también nuevas oportunidades para estar a la altura, innovar, mejorar y aprender.

Estamos convencidos y la experiencia nos dice que las organizaciones pueden contribuir significativamente al desarrollo económico, social o medioambiental, ya sea a través de sus operaciones o de la creación de cadenas de valor. La empresa tiene capacidades para llevar a cabo un reto ambicioso: generar soluciones eficientes, eficaces y escalables al tiempo que sostenibles. Los ejemplos de empresas que ofrecen resultados económicos como sociales han puesto de manifiesto que generar valor social es posible y se vislumbra como una oportunidad para generar resultados económicos, así como un impacto social positivo. La empresa española se moviliza y actúa. Lo hemos visto en esta última década, pero en los últimos siete meses está resultando evidente. Es un momento extraordinario, porque no solo supone retomar la actividad, hacerlo motivando a los equipos en un momento doloroso, en un entorno de incertidumbre y asumiendo el reto de hacerlo en colaboración. Una gestión responsable en estos casos no solo es importante sino extremadamente necesaria. Las empresas son y serán los agentes mejor preparados para afrontar este cambio de paradigma, que navega entre la incertidumbre de lo que vendrá y no conocemos y el anclaje de la agenda 2030, un puerto fijo, con unas metas que nos permiten seguir trabajando en colaboración sin dejar a nadie atrás.

Nos movemos en el entorno de lo social y es precisamente una de las dimensiones más exigentes de la empresa, porque cuenta con una barrera importante: hacer tangible su retorno. En SERES nos preocupamos y también ocupamos de esto y medimos el impacto y la contribución real de las empresas a la sociedad a través de un informe anual que elaboramos junto con Deloitte (VI Informe del impacto social de las empresas). Algunos de los datos que se desprenden de dicho informe son:

- las iniciativas relacionadas con el ámbito social siguen incrementando. El 74% de estos proyectos realizados por las empresas analizadas han sido en el ámbito del bienestar y la cobertura de necesidades sociales, destacando especialmente su preocupación por ámbitos como la educación, la salud y el bienestar social.



Foto: iStock.com/metanetworks

- la inversión en RSE durante 2018 llegó a 1.246 millones de euros, los cuales beneficiaron a 55 millones de personas, siendo 33 millones los beneficiarios directos.
- y hemos visto cómo este impacto social, también tiene repercusión en los resultados de la compañía, en su resiliencia y capacidad de adaptación. Con la herramienta rsc2 y rsc3 estamos acercando a las empresas a la medición del valor económico en sus compañías, a valorar su impacto en ingresos, costes, reducción de riesgos, engagement de los empleados, reputación, innovación. En definitiva, generar diferenciación y ventaja competitiva.

Las compañías han sabido reaccionar rápido y asumir un rol de líderes responsables, que es tan necesario en este tipo de situaciones. #SERESResponsables, iniciativa promovida por SERES tras la crisis del Covid-19, apoya a las empresas y ONG en su respuesta a la emergencia, mostrando proyectos que están en marcha y que suponen una contribución a resolver problemas concretos, así como detectar nuevas necesidades que pueden cubrirse. Hemos tenido una respuesta rápida y muy activa por parte de las compañías. Es una enorme satisfacción saber que contamos con empresas comprometidas capaces de trabajar en colaboración poniendo a las personas en el centro.

Reflexionar e identificar las claves de la reconstrucción es el primer paso para mirar hacia un nuevo mañana, que exigirá, sin lugar a duda, una gestión responsable, actuación con un propósito y compromiso empresarial claro y conectado con los retos sociales. Los desafíos que habrá que encarar no son pocos y están relacionados (entre otros) con las personas y todos nuestros grupos de interés, con la tecnología que ha

permitido nuevos modelos ágiles de trabajo pero que ha evidenciado también brechas de pobreza, el papel de la empresa en esta reconstrucción capaz de adaptarse a nuevas circunstancias, los líderes responsables, más necesarios que nunca, capaces de evitar inercias y marcar el paso con valentía hacia una empresa con propósito. En este sentido desde SERES hemos querido ofrecer un espacio a los líderes de grandes empresas españolas (#LíderesResponsables) para reflexionar sobre cómo las empresas son el motor de una reconstrucción con propósito y cómo la colaboración, la digitalización, el bien común y un nuevo contrato social pueden ser algunos de los ingredientes necesarios para alcanzar progreso social y económico.

La pandemia ha dejado lecciones aprendidas. Algunos de esos aprendizajes ya son evidentes en esta segunda ola, como la importancia y riesgos de la tecnología, que por un lado ha hecho posible el mayor experimento de trabajo en remoto global, pero por otra parte ha ensanchado también la desigualdad y brechas que ya conocíamos. O la necesidad de invertir en innovación, la importancia de colaborar y contar con líderes responsables que nos permitan mantener una meta fija, como por ejemplo la agenda 2030. Por ese motivo, creemos cada vez más necesarios espacios como RADARSERES (<https://radarseres.es>) –en este 2020 hemos celebrado la segunda edición– donde poder debatir los mimbres para construir una sociedad mejor y una empresa más competitiva. Tres días que hemos compartido con los CEO de las grandes empresas españolas y expertos internacionales que han evidenciado que el mejor antídoto ante los efectos de la pandemia se ha cimentado a partir de la anticipación, la colaboración y el liderazgo con propósito. Sólo así será posible responder al desafío de sentar en la misma mesa sociedad y empresa para crear y compartir valor, pensando siempre en las personas. ●