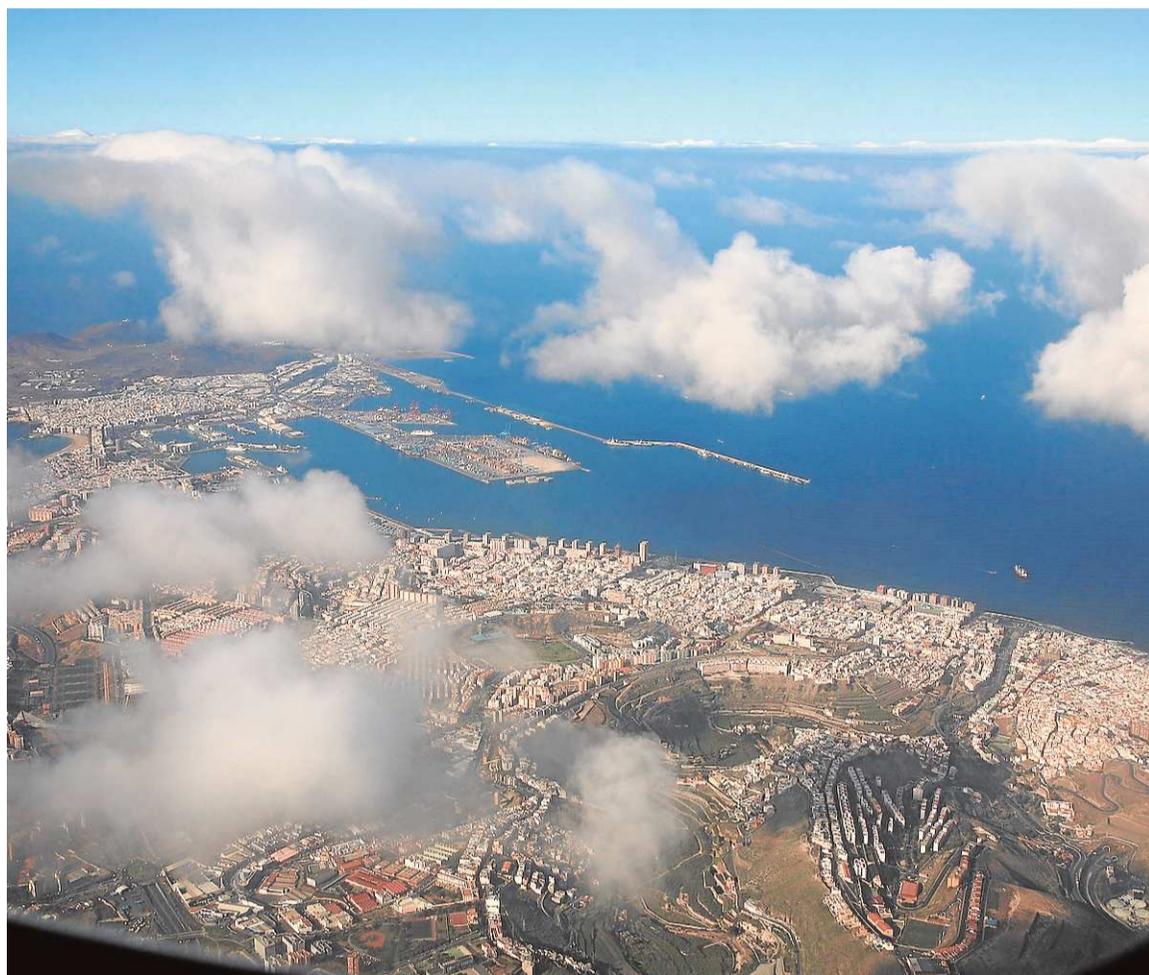


Responsabilidad social corporativa

De las palabras a los hechos. Ya no es 'filosofía' de futuro: es una realidad tangible y las empresas canarias están implicadas en contribuir a un sistema productivo sostenible y con vocación de progreso social



Vista aérea de archivo de la capital grancanaria. **ARCADIO SUÁREZ**

En el ADN de las empresas canarias

En pandemia, de nuevo las empresas canarias han demostrado que saben de RSC, como igualmente cuando La Palma se vio sometida a una grave crisis por la erupción del volcán

OPINIÓN

FRANCISCO SUÁREZ ÁLAMO

Director de CANARIAS7



Mucho antes de la responsabilidad social corporativa (RSC) hubiese sido bautizada, las empresas canarias ya la ejercían. Sin saber pero lo hacían.

Era cuestión de las circunstancias, que no eran precisamente favorables a eso de arriesgar el capital propio o el prestado por los bancos. A saber: en un territorio alejado del continente del que se depende política y administrativamente, fragmentado en ocho islas y sujeto, por tanto, a unos sobrecostos productivos que son permanentes, quien hacía empresa hacía, de paso, sociedad. Hacía progreso. Hacía empleo. Hacía infraestructuras...

Así, no es de extrañar que los callejeros de Canarias estén llenos de nombres de empresarios, tanto nacidos en las islas

como peninsulares y extranjeros. Gentes que poco a poco, al tiempo que veían como sus empresas crecían, también lo hacía la tierra donde tenían sede o aquella donde se expandían. Y más mérito tiene que, pese a todas esas circunstancias que condicionaban producir, hubiera emprendedores dispuestos a saltar a otros territorios. Primero a otras islas y después a la península y también al extranjero. Incluso a África, donde invertir fue durante mucho tiempo -y hoy lo es en ciertos países- una cuestión de alto riesgo por la inseguridad jurídica y la inestabilidad política.

Y tampoco es de extrañar que naciera, por ejemplo, de un movimiento social donde las empresas tuvieron mucho que ver la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Su creación, traumática como pocas por las trabas políticas, es un caso pa-

radigmático de responsabilidad social corporativa nacida de modo voluntarista. Como también el Consejo Social de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria es, de alguna manera, la concreción de la RSC en forma de institución.

En pandemia, de nuevo las empresas canarias han demostrado que saben de RSC, como igualmente cuando La Palma se vio sometida a una grave crisis por la erupción del volcán el pasado año. Son ejemplos que ilustran que, más allá de las normativas legales, la RSC estuvo, está y seguramente estará anclada en la actividad empresarial de las islas. Pero no como una obligación, sino como parte del ADN del emprendedor.

Ponerlo en valor no está de más en estos tiempos de memoria frágil, debates de trincheras y sociedad líquida que vivimos.

¿Pero qué es la RSC?

Hace casi setenta años se comenzó a teorizar en torno a la responsabilidad social corporativa. De ahí a los cambios en las legislaciones nacionales ha habido un largo trecho. Y ahora la RSC va unida a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con la mirada puesta en 2030

CANARIAS7

1 ¿Cuál es el origen del concepto de responsabilidad social corporativa?

Los estudiosos de la teoría y la historia económica sitúan el origen de la responsabilidad social moderna en los trabajos del economista norteamericano Howard Bowen, que utilizó el término en su trabajo de 1953 'Social Responsibility of a Businessman'. Para Bowen, la responsabilidad del hombre de negocios consistiría en tomar decisiones acordes con los objetivos y valores de la sociedad. En 1962, en el libro 'Capitalism and Freedom', el Premio Nobel de Economía Milton Friedman defendió que solo había una responsabilidad social de las empresas: usar los recursos disponibles para incrementar los beneficios dentro de las reglas del juego en un mercado abierto y competitivo, sin fraudes ni engaños.

2 ¿Cuáles han sido los hitos legislativos de la RSC en España?

En España fue determinante el cambio legislativo de 2014 cuando la Ley 31, por la que se estableció en su artículo 529 lo siguiente: «El consejo de administración de las sociedades cotizadas no podrá delegar las facultades de decisión a que se refiere el artículo 249 bis ni específicamente a) La aprobación del plan estratégico o de negocio, los objetivos de gestión y presupuesto anuales, la política de inversiones y de financiación, la política de responsabilidad social corporativa y la política de dividendos». Un año después se aprobó el Código de Gobierno Corporativo de Sociedades Cotizadas, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CMNV) en donde se impulsó notablemente la RSC. Así, el Principio 24 invitaba a las empresas promover «una política adecuada de res-

ponsabilidad social corporativa, como facultad indelegable del Consejo de Administración».

3 ¿Por qué se habla tanto del papel del Foro de Davos en relación a la RSC?

En la evolución de la RSC se da gran importancia a la Cumbre de Davos de 2020, con el llamado manifiesto titulado 'El propósito universal de las empresas en la Cuarta Revolución Industrial'. Subraya la necesidad de crear valor a largo plazo, se reconoce que el rendimiento no debe medirse tan solo como los beneficios de los accionistas, sino también en relación con el cumplimiento de los objetivos ambientales y sociales.

4 ¿Qué relación entre la RSC y los Objetivos de Desarrollo Sostenibles?

En el mundo con una economía global, las empresas tienen entre sus desafíos ser económicamente viables, socialmente aceptadas y medioambientalmente sostenibles. Esto provoca un creciente interés mundial en torno al complejo tema de la gestión responsable. La RSC surge como un reflejo de cambio de paradigma que ha supuesto la aceptación universal del concepto de desarrollo sostenible, cuya formulación más aceptada es la de las Naciones Unidas. La problemática económica, social y medioambiental en nuestro planeta han impulsado unos Objetivos de Desarrollo Sostenible que deben ser alcanzados en el 2030 a través de soluciones sociales, tecnológicas y económicas innovadoras. El 25 de septiembre de 2015, 193 líderes mundiales se comprometieron con 17 Objetivos Mundiales para lograr 3 metas en los próximos 15 años: «Erradicar la pobreza extrema. Combatir la desigualdad y la injusticia. Solucionar el cambio climático».



ASTICAN

Avda. de las Petrolíferas S/N
35008 Las Palmas de Gran Canaria (Spain)
Tel.: 928 479 800 - Fax: 928 479 820
E.mail: comercial@astican.es



www.astican.es



Instalación y enganche de placas solares en el techado del edificio en Arrecife de la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa. **CARRASCO**

«Nuestras empresas son solidarias, pero no tienen estrategia RSC»

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Las empresas canarias son, en general, solidarias y de manera indirecta -y sin saberlo- llevan a cabo actividades de responsabilidad social corporativa (RSD). Sin embargo, carecen de una estructura interna encaminada a desarrollar y gestionar estas iniciativas que no solo benefician a la sociedad, sino que puede tener efectos positivos para el propio negocio. Es la visión global que desde la Cámara de Comercio de Gran Canaria aporta su director de Comercio Interior, Ramón Redondo.

Señala al respecto que el perfil mayoritario de las empresas de la isla -pymes y micropymes- dificulta que dispongan de la infraestructura que les permita elaborar una estrategia en este sentido.

Sin embargo, dice, lo normal es que una firma tenga una fundación para colaborar con alguna causa social o medioambiental, patrocine un equipo de fútbol, done dinero a una parroquia cercana, ayude a determinados colectivos... Es decir, «practican la responsabilidad social corporativa sin saberlo, no la tienen estructurada ni cuentan con un elemento directivo o aglutinador de esas actuaciones» que, por otra parte, son totalmente voluntarias. Insiste en que si esa actividad se hiciera de forma organizada y presupuestada, reportaría beneficios «de todo tipo, desde fiscales, de reputación, de imagen o de captación de clientes», apunta Redondo.

Explica el directivo de la Cámara de Gran Canaria que antes de la pandemia se trabajaba de manera importante en potenciar la responsabilidad social corporativa. Sin embargo, la crisis priorizó «sostener la actividad, mantener el empleo, pagar las inversiones cuando no se disponía de recursos...». No duda de que con la recuperación se retomarán estas iniciativas, porque aunque estas acciones no son una obligación «sí ofrecen ventajas, tanto para la empresa como para la sociedad en la que se ubica».



Ramón Redondo

«Diez años impulsando en Lanzarote las fuentes alternativas»

CANARIAS7

ARRECIFE. La Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa ha estado muy vinculada a la promoción y desarrollo de las energías renovables desde su nacimiento, asegura su presidente, José Torres Fuentes: «Son más de diez años impulsando el uso de fuentes alternativas y la movilidad verde, que es cualquier tipo de movilidad que no implique la combustión», indica.

«Desde 2011 venimos organizando encuentros, charlas, conferencias con expertos y más tarde pusimos en marcha junto con el Cabildo una feria más completa, Expoenergía». También de la mano del Cabildo, «se abrió la Ventanilla Única de Energías Renovables, donde se podían realizar todos los trámites necesarios para poner en marcha cualquier instalación fotovoltaica, termosolar o eólica, la de Lanzarote fue la primera oficina de España que ofrecía este servicio de tramitación de expedientes en persona; todo un logro que sirvió para animar la puesta en marcha de proyectos».

Otro ejemplo. «en 2013 se inauguró la primera Fotolinera de Canarias en el Centro de Innovación Empresarial de Lanzarote, un punto de recarga para vehículos eléctricos que funcionaba con energía solar y que recientemente ha sido adaptado y modernizado con la última tecnología». El edificio de la Cámara y el Vivero de Empresas, con 17 proyectos empresariales, «cuentan con una planta de autoconsumo que permite el autoabastecimiento con energía fotovoltaica al cien por cien. Hoy por hoy, la apuesta es verde en lo que a energía se refiere».

«Nuestro compromiso para frenar el cambio climático y mantener los criterios de sostenibilidad», remata. «Hablar de cifras y limitar la capacidad de carga del territorio, es fundamental para salvaguardar el bienestar y la calidad de vida», asegura. «En nuestro pasado está la reducción de reservas de suelo turístico del Plan insular de 1973 al PIOT de 1991. Ahora toca hablar del equilibrio de la población vinculada».



José Torres Fuentes

«La rentabilidad de las empresas va ligada a fines sostenibles»

CATALINA GARCÍA

PUERTO DEL ROSARIO. En Fuerteventura, «cada vez son más los empresarios y empresarias conscientes del valor de aplicar la responsabilidad social corporativa a sus proyectos de negocios, tanto por su rentabilidad económica como por la importancia que tiene como valor de futuro para la sociedad», afirma Antonio Rodríguez Marichal, presidente de la Cámara majorera.

El máximo responsable de la Cámara tiene la certeza de que son «muchas, cada vez más, las ideas empresariales cercanas a la aplicación de los objetivos de desarrollo sostenible, en todos los sectores. Surgen, cada vez más, nuevos proyectos dirigidos en una amplia mayoría a esta línea: empresas que parten del impulso de favorecer al medio ambiente como valor de futuro».

En esta línea, en la restauración se está apostando por productos de kilómetro cero; en el comercio de la artesanía surgen iniciativas dirigidas a la fabricación ecológica desde materiales locales; e incluso en el ámbito tecnológico se apuesta por herramientas que faciliten la visibilidad de la agricultura ecológica, incluso imprentas de tejido a partir de tintas ecológicas, entre otros ejemplos, enumera Rodríguez.

Pero esta apuesta por la responsabilidad social corporativa, subraya el presidente de la Cámara de Comercio, no se reduce solo al ámbito emprendedor, si bien en esta materia hay muchos ejemplos que demuestran que es una línea creciente entre el tejido empresarial. «Acciones pequeñas, como la reducción del gasto energético, el reciclaje, el consumo local, son elementos de gran impacto que, a menudo, pasan desapercibidos ante los grandes objetivos en materia de desarrollo sostenible». En la Cámara de Comercio se constató un incremento del interés en esta temática durante la jornada 'Impulsar la sostenibilidad desde tu pyme', dirigida a mostrar los beneficios de la aplicación de herramientas sostenibles en las empresas.



Antonio Rodríguez Marichal



Binter, por una conectividad más verde

Momento de la firma del acuerdo entre Binter y Cepsa para impulsar la descarbonización del sector aéreo

Binter lleva más de tres décadas apostando por la mejora continua de la conectividad aérea de las islas, con más de 74 millones de pasajeros transportados en ese tiempo. Pero su compromiso va más allá, y se extiende a ámbitos como el social, cultural y medioambiental.

Este último campo ha ido cobrando relevancia dentro de la aerolínea canaria hasta convertirse en uno de los ejes principales de su estrategia empresarial. De forma continuada, la aerolínea está avanzando en la implantación y desarrollo de políticas medioambientales que contribuyan a reducir el impacto de su actividad y a proteger el entorno natural.

A pesar de la complicada situación generada por la pandemia, Binter ha continuado realizando un importante esfuerzo con una apuesta firme por las últimas tecnologías que permitan un desarrollo lo más sostenible posible.

Descarbonización del transporte aéreo

En este sentido, la aerolínea canaria ha firmado recientemente un acuerdo con la compañía Cepsa para impulsar la descarbonización del sector aéreo mediante el desarrollo e investigación de combustibles sostenibles para la aviación (SAF, por sus siglas en inglés).

Estos combustibles se producen a partir de materias primas circulares que no compiten con la alimentación, como aceites usados de cocina, desechos animales de uso no alimentario o restos biodegradables procedentes de distintas industrias. En comparación con el combustible convencional, el SAF puede reducir las emisiones de la aviación hasta en un 80% respecto al queroseno convencional, según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).

Sostenibilidad. En los últimos años, la aerolínea canaria ha reforzado su compromiso por la sostenibilidad, convirtiéndola en eje fundamental de sus políticas de actuación, incorporando mejoras en su flota, apostando por nuevos combustibles, más ecológicos y respetuosos con el medio ambiente, y contribuyendo a la investigación que se realiza en las islas para hacer del archipiélago un entorno más ecológico



Aviones ATR y Embraer con los que opera la aerolínea canaria



La aerolínea ha sustituido sus equipos de tierra por nuevos modelos eléctricos

El desarrollo de combustibles sostenibles para la aviación es una prioridad para continuar reduciendo la huella de carbono del transporte aéreo y contribuir así

a la lucha contra el cambio climático y la consecución de la Agenda 2030. En concreto, la alianza entre Binter y Cepsa apoya varios de los Objetivos de De-

sarrollo Sostenible: ODS 7 (garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna), ODS 8 (promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo digno), ODS 12 (garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles) y ODS 13 (adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos).

Reducción de la huella de carbono

Precisamente, otra de las acciones más importantes implantada desde hace años por Binter, para conseguir una reducción en el consumo de combustibles fósiles y la emisión de gases contaminantes, es la renovación de sus equipos de tierra, sustituyéndolos por nuevos modelos eléctricos, en aquellos casos en que era posible, y por elementos menos contaminantes en el resto, que ayuden a reducir el impacto de su huella de carbono en el medio ambiente. Todos estos nuevos equipos están identificados con el sello de 'Flota Ecológica', creado por la propia aerolínea.

La alianza con Cepsa también permitirá desarrollar alternativas energéticas, como el hidrógeno renovable y la electrificación, para las flotas terrestres de

la aerolínea -vehículos para el suministro, las operaciones de carga y descarga de equipajes, asistencia a los aviones, entre otros-.

Aeronaves más ecológicas

Binter ha realizado en los últimos años un gran esfuerzo para renovar sus aeronaves, con más de 1.250 millones de dólares invertidos desde que la compañía fue adquirida por empresarios canarios. Esta apuesta firme ha permitido que su flota sea reconocida como una de las más jóvenes de Europa, con la incorporación de nuevos aviones que cuentan con los últimos avances para proporcionar una mayor eficiencia de las operaciones.

Ejemplo de ello es la incorporación a finales de febrero de un nuevo ATR, modelo 72-600, el primero de los seis nuevos aparatos anunciados en diciembre de 2021. Asimismo, la compañía opera el Embraer E195-E2, uno de los aviones más modernos y respetuosos con el medioambiente, con los que no solo ha conseguido reducir el consumo de combustible sino también las emisiones de CO2 y la contaminación acústica.

La preocupación por el cuidado del entorno natural también está presente en el servicio a bordo de la aerolínea. Con el objetivo de reducir el uso de plásticos en sus vuelos, Binter ha incorporado consumibles ecológicos de cartón y papel reciclado 100% compostables. Esta iniciativa ha permitido evitar el uso de alrededor de tres millones de vasos de plástico al año.

Con todas estas acciones, Binter muestra su fiel compromiso con la preservación del medio ambiente y del entorno en el que opera, tratando de llegar también a la población para crear una conciencia ambiental en ellos.

Sostenibilidad e innovación: cómo cambiar la forma de hacer las cosas

ANÁLISIS

ALFONSO HERNÁNDEZ VIVANCO

Profesor lector en la Facultad de Economía y Empresa de la Universitat de Barcelona. Especialista en operaciones, estrategia e innovación, Universitat de Barcelona

La sostenibilidad se basa en satisfacer nuestras necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Esto requiere lograr el desarrollo equilibrado de tres pilares fundamentales: el económico, el medioambiental y el social. Ahora, hagamos un breve diagnóstico de la situación actual.

Según datos del Banco Mundial, el mundo vivía un crecimiento económico estable hasta la llegada de la pandemia. La covid-19 desencadenó una crisis global que ha llevado al decrecimiento económico más pronunciado de los últimos 60 años.

Desde el punto de vista del medio ambiente, son innegables los efectos negativos de la actividad humana. Tras el impacto de la pandemia y el confinamiento, el mundo comenzó a reflexionar sobre las implicaciones medioambientales de nuestra forma de vivir. También se ha hablado de una reconstrucción más sostenible del mundo pero lo cierto es que todo parece indicar que no vamos en la dirección correcta. ¿Cuál es el rol de las empresas en todo esto?

La organización Global Justice Now señala que 69 de las 100 economías más grandes del mundo son empresas y no países. Por otro lado, más del 99 % de las empresas europeas son pymes. Según informes del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en España estas generan el 61 % del valor añadido bruto y dos de cada tres empleos.

Pero además del aporte económico, la actividad empresarial también genera efectos medioambientales y sociales que no pasan desapercibidos. Así lo señalan activistas como The Brand Audit Report y distintos estudios académicos. Así, se hace fundamental el aporte empresarial para revertir la situación actual en los aspectos económico, medioambiental y social. Necesitamos cambiar la forma de hacer las cosas.

Cambiar las cosas en el entorno empresarial requiere de una estrategia de innovación.



Explicamos primero qué significa innovar. Según las directrices y conceptos recogidos en el Manual de Oslo, una innovación es un producto o proceso

La actividad empresarial también genera efectos medioambientales y sociales

69 de las 100 economías más grandes del mundo son empresas y no países

nuevo o mejorado que ha sido implementado para su uso.

La innovación puede ser un medio para lograr la sostenibilidad, ya que implica mejorar la forma de hacer las cosas. Así, una innovación sostenible incluye tanto la creación de productos verdes como la aplicación de procesos sostenibles. Dichos procesos abarcan tanto la fabricación industrial como los procesos organizativos. Por eso la innovación en los modelos de negocio y las prácticas empresariales encaminan a la empresa hacia la sostenibilidad.

Las nuevas tecnologías ofrecen soluciones sostenibles para avanzar hacia un mundo mejor. No obstante, su implementación en el tejido empresarial suele ser compleja debido a factores tales como la incertidumbre o la resistencia al cambio. Por tanto, cerrar estas brechas requiere de esfuerzos importantes tanto de los gobiernos como de las propias empresas.

Para entender las estrategias empresariales orientadas a la

sostenibilidad analizaremos su funcionamiento en el marco de los sistemas de gestión.

Un sistema es un conjunto de partes que interactúan entre sí para cumplir una función. Así, un sistema de gestión es el conjunto de estrategias, procesos y procedimientos usados en una organización que tienen como fin asegurarle el cumplimiento de sus objetivos.

Los objetivos empresariales son muy diversos y es por ello por lo que en una misma empresa interactúan varios sistemas de gestión (calidad, medio ambiente, salud y seguridad laboral, responsabilidad social corporativa, entre otros) que buscan garantizar la satisfacción de cada uno de estos objetivos.

Los sistemas de gestión se pueden implementar tanto de manera formal como informal. Los implementados informalmente se basan en la ejecución de una cultura empresarial bien definida. Los implementados formalmente, además, suelen certificarse mediante auditorías periódicas. Algunos

ejemplos de sistemas de gestión certificables son las normas ISO 9000 relacionadas con la calidad o las ISO 14000 con el medio ambiente.

Los sistemas de gestión contribuyen a la sostenibilidad empresarial pues permiten administrar sus objetivos y mejorar su funcionamiento. No obstante, este aporte puede ser limitado o incluso generar conflictos internos, sobre todo cuando cada sistema se administra de forma aislada, sin tener en cuenta las interacciones con el resto de la organización.

Cada sistema de gestión vela por un aspecto concreto de la estrategia empresarial pero la sostenibilidad requiere de una visión de conjunto. Por eso la integración es clave para lograr el equilibrio. Integrar los sistemas permite gestionar los objetivos empresariales desde un marco estratégico global.

Este proceso requiere de cambios organizativos que promuevan la innovación. La integración de los sistemas de gestión ya es en sí misma una innovación que aporta beneficios a la empresa y a los grupos de interés (stakeholders). Además de orientar a la empresa hacia la sostenibilidad, la dota de un marco estratégico y operacional, lo que facilita la innovación sostenible.

La integración de los sistemas de gestión hace más fácil entender las necesidades de los grupos de interés. Si bien esto es fundamental para la sostenibilidad, también lo es para la innovación. Las empresas actuales innovan y generan conocimiento más allá de sus instalaciones, dentro de un ecosistema complejo. A esto se le conoce como innovación abierta, la cual promueve la colaboración con otras organizaciones para innovar de forma más eficiente y sostenible.

Prácticas como la integración de sistemas de gestión o la innovación abierta forman parte de un conjunto de soluciones estratégicas que contribuyen a construir un mundo sostenible. Este es un problema complejo y su solución real va mucho más allá de esfuerzos individuales o casos aislados. Por eso debemos cambiar la forma de hacer las cosas.



Momento de la entrega de 9.735 kilos recogidos en la campaña «Los Desayunos Solidarios», en colaboración con Club Rotario de Las Palmas en beneficio de Cáritas Diocesana de Canarias. C7

Canario, que por tercer año consecutivo dará a conocer a las familias canarias nuestra historia aborigen. Igualmente, SPAR seguirá contribuyendo con la importante labor social impulsada por varias entidades como la Asociación Española Contra El Cáncer, la Fundación Foresta, la Asociación Síndrome de Down de Las Palmas, o los proyectos de Barrios Orquestados, Asociación Oportunidades de Vida y 5 al Día.

Como novedad, SPAR Gran Canaria impulsa este año la tercera edición de su «Beca al talento juvenil». Una iniciativa con una dotación económica de hasta 3.000 euros, a la que se pueden presentar candidatos individuales o grupales, de entre 9 y 16 años, residentes en Gran Canaria. Los interesados, que encuentran en esta beca un importante apoyo a sus estudios y oportunidades de proyección cultural y deportiva, podrán presentar su candidatura hasta el 14 de marzo.

«SPAR Gran Canaria donó 173 toneladas de alimentos en la Isla el pasado año»

SPAR Gran Canaria, 36 años de solidaridad y compromiso con la isla

SPAR Gran Canaria se reafirma en su compromiso social, focalizada en la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Canarias7. La responsabilidad social corporativa de SPAR Gran Canaria se fundamenta en cinco grandes pilares, representados por la solidaridad con los más vulnerables, el apoyo histórico al sector primario canario, el fomento de hábitos de vida saludables, la preservación y divulgación de nuestra cultura y tradiciones, así como la apuesta en firme por la sostenibilidad, un aspecto que ha evolucionado en el grupo canario, consciente de la importancia de proteger el medio ambiente.

La sensibilidad hacia el segmento más vulnerable de la población es un aspecto que la cadena de supermercados canaria mantiene año tras año entre sus objetivos prioritarios y que guía numerosos proyectos solidarios. Entre ellos se incluye la entrega de 173.008 kilos de alimentos el pasado año solo en la isla de Gran Canaria a Banco de Alimentos de Las Palmas, Cruz Roja, Cáritas Diocesana de Canarias, y a otras obras sociales, fundaciones y ONGs que abastecen de productos de primera necesidad a la población grancanaria.

A pesar del escenario actual de incertidumbre económica, SPAR Gran Canaria mantendrá intacto du-

rante este 2022 su compromiso solidario con los más desfavorecidos. Fieles a su filosofía de servicio, el grupo de comerciantes canarios proseguirá colaborando con administraciones públicas, ONGs y entidades privadas para que las familias más afectadas por la crisis cuenten con apoyo para llenar su cesta de la compra.

«La cadena está volcada desde su fundación en la protección del sector primario y el compromiso social con Gran Canaria»

SPAR asegura la renovación de convenios

Dicho compromiso con la sociedad canaria se extenderá también a la renovación de numerosos convenios y patrocinios deportivos que contribuyen al fomento de hábitos de vida saludables, como la renovación al apoyo a las jugadoras del club de baloncesto femenino CB SPAR Gran Canaria, el equipo de fútbol femenino CF Femarguín SPAR Gran Canaria, el bote de vela latina SPAR Guerra del Río, el club de lucha canaria SPAR Unión Sardiña, la UD Las Palmas y los jóvenes del CD Valsequillo.



Citricultor firmante del convenio de la naranja de Telde, que se comercializa en las tiendas SPAR bajo la marca «La Cosecha Canaria». C7



Asimismo, SPAR Gran Canaria colaborará activamente con proyectos que preservan nuestra cultura y tradiciones, con la renovación

de patrocinios como el de Los Gofiones, que cumplirá este año 18 años, o el mecenazgo del proyecto «Visitas en Familia» de El Museo

Otra de las líneas de actuación en materia RSC, que forma parte de la esencia de la cadena de supermercados canaria, es el apoyo al sector primario. Acorde a su filosofía de «Kilómetro 0» SPAR Gran Canaria promueve la compra del producto de cercanía y colabora directamente con más de 200 agricultores y ganaderos canarios. Esta filosofía supone un ejercicio más de sostenibilidad, compromiso y responsabilidad con Canarias, fomentando la producción de productos frescos y de calidad mediante el apoyo al agricultor local a través de convenios como el de la papa de Gran Canaria, que este 2022 celebrará su 13ª edición, el 10º convenio de la naranja de Telde y el acuerdo del tomate de La Aldea, que próximamente celebrará su 2ª edición.

La responsabilidad social corporativa de SPAR Gran Canaria se extiende igualmente, año tras año, con su firme apuesta por el empleo de calidad, ofreciendo una destacada estabilidad laboral a su plantilla, que disfruta de planes de carrera personalizados, ventajas en la contratación de su seguro médico, programas de incentivos y un completo plan de formación, que el pasado año abarcó 242 acciones realizadas, rozando las 3.000 horas de formación. Así, la cadena de supermercados canaria está conformada por 3.300 personas que dan vida a la gran 'familia SPAR', presente en los 196 puntos de venta SPAR en Gran Canaria y sus dos centrales logísticas, que trabajan con el compromiso de ofrecer un surtido de calidad a todos sus clientes, dispensado con un servicio personalizado basado en la excelencia.

Hacemos RSC cada día...



Somos socialmente responsables con nuestro territorio y nuestra gente.
Cada día dedicamos 55.000 euros a comprar y contratar aquí
(20 millones de euros al año).

Por responsabilidad, contratamos, compramos y consumimos en Canarias.
Y lo hacemos con sumo gusto.

...Responsabilidad Social con todo lo **Canario**



El agua y Canarias,
nuestra responsabilidad

www.emalsa.es

Cómo resolver dilemas éticos en la empresa

Muchas personas todavía piensan que las decisiones empresariales son amorales, es decir, ni son buenas ni malas desde un punto de vista ético, porque se consideran por muchos ámbitos distintos

ANÁLISIS

SANTIAGO ÍÑIGUEZ DE ONZOÑO

Presidente IE University, IE University

Siempre he pensado que el estudio interdisciplinar de cualquier materia, incluida la gestión empresarial, favorece la innovación y proporciona nuevas y productivas ideas de investigación. Posiblemente las nuevas oportunidades de desarrollo de la ciencia estén en las fronteras entre biología y filosofía, tecnología y derecho, o empresa y psicología, por citar sólo algunos ejemplos. Por eso, la entrada en el ámbito de la ética empresarial de una filósofa, originalmente orientada hacia la metafísica, es una ocasión de celebrar.

Adela Cortina, filósofa española, pone de manifiesto cómo tradicionalmente los ámbitos de la empresa y de la ética han discurrido en paralelo. De hecho, muchas personas todavía piensan que las decisiones empresariales son amorales, es decir, ni son buenas ni malas desde un punto de vista ético, porque se consideran por muchos ámbitos distintos.

No obstante, Cortina plantea tanto razones prudenciales como razones morales para ahondar en el desarrollo de la ética empresarial. Prudenciales, porque las empresas son escrutadas por la opinión pública, y las decisiones de sus directivos son evaluadas no solo desde una perspectiva legal, sino también moral.

También razones morales, porque las empresas, como organizaciones sociales, contribuyen a formar lo que Cortina denomina 'ética cívica', que comparten los miembros de la comunidad.

Desde una perspectiva personal, considero que detrás de toda decisión empresarial relevante hay valores y una visión del mundo y de la gestión: el management es filosofía en acción.

Los antecedentes metafísicos de Cortina se advierten en la definición que proporciona en su primera obra sobre ética empresarial, sobre las empresas: «La meta de la actividad empresarial es la satisfacción de necesidades humanas a través de la puesta en marcha de un capital, del que es parte esencial el capital humano».



Con independencia de que es difícil adoptar una definición de empresa que satisfaga a todos los 'stakeholders', no estoy seguro de si la propuesta que hace Cortina sería suscrita por muchos empresarios.

La satisfacción de necesidades humanas es también el objetivo de muchas otras instituciones sociales, incluido el estado, y posiblemente en el instinto original del emprendedor que funda una empresa primen otros instintos, como el ánimo aventurero, la pasión por cambiar el mundo o el cumplimiento de ambiciones personales y legítimas.

En una línea más constructivista que definitoria, Cortina propone que los valores irrenunciables de la ética de la empresa son: «La calidad en los productos y en la gestión, la honradez en el servicio, el mutuo respeto en las relaciones internas y externas de la empresa, la cooperación por la que conjuntamente aspiramos a la calidad, la solidaridad al alza, que consiste en explotar al máximo las propias capacidades de modo que el conjunto de personas pueda beneficiarse de ellas, la creatividad, la iniciativa, el espíritu de riesgo».

Cortina suscribe lo que Gene Brown propone acerca de la filosofía moral: su propósito no es hacer que las personas sean mejores, sino que tomen deci-

siones moralmente justificables.

Para proporcionar un mejor marco de decisiones morales en la empresa, Cortina recurre a Max Weber y su distinción entre ética de la convicción y ética de la responsabilidad, originalmente aplicada al entorno de la política y al tipo de argumentación que los gobernantes pueden emplear en sus acciones.

La ética de la convicción determina que se ha de actuar siempre de acuerdo con unos principios y normas, sin tener en cuenta sus resultados (aquí advertimos el eco de las posiciones deontológicas).

Sin embargo, explica Weber, un político no debería actuar como un racionalista cósmico-ético al que darían igual las consecuencias de sus decisiones. Esta ética de la convicción se enfrenta en muchas ocasiones a las conocidas como antinomias de la acción porque, en ocasiones, de acciones buenas se derivan malos resultados, y viceversa.

Los dilemas morales presentan precisamente este tipo de antinomias, en situaciones como la guerra justa o matar a un tirano, por no hablar de muchas otras situaciones en la vida diaria en las que hay que optar por el mal menor.

Por ello, plantea Weber, es necesario plantear también una ética de la responsabilidad,

que atienda a las consecuencias de un acto, a en qué medida en ciertas circunstancias hay que emplear algunos medios cuestionables para alcanzar ciertos fines buenos. La clave está en el balance o equilibrio entre ambos tipos de ética, las convicciones y la responsabilidad.

Cortina relaciona este planteamiento con la propuesta de K.O. Apel, conocida como la racionalidad comunicativa o discursiva. En esencia, lo que explica es que en casos donde las convicciones entran en conflicto con la responsabilidad —y las consecuencias de un acto— la clave es poder justificar una decisión sirviéndose de argumentos razonables que puedan explicarse públicamente.

Lo moralmente correcto, según este planteamiento, es lo que puede argumentarse en una discusión abierta, y que la gente entendería, aunque no necesariamente fuera siempre compartido por la mayoría. Podría utilizarse como ejemplo lo que decía Warren Buffet acerca de qué decisiones tomadas por un directivo son éticas: aquellas que pueden publicarse en un periódico al día siguiente y no cuestionan su liderazgo.

Los dilemas morales presentan precisamente este tipo de antinomias en situaciones como guerras supuestamente justas o el asesinato de tiranos,

sin olvidar muchas otras situaciones de la vida cotidiana en las que tenemos que elegir el menor de dos o más males.

Hay muchos casos en la gestión que reflejan esos dilemas, como reducir el tamaño de una empresa o aceptar la idea de ser menos rentable; elegir entre iniciativas de impacto a corto y largo plazo; o divulgar información total o parcial cuando la empresa está en crisis.

Algunos de estos casos nos recuerdan un principio fácil de decir, pero difícil de aplicar: 'fiat iustitia et pereat mundus' ('que se haga justicia y que el mundo perezca'). En los negocios, esto significaría aplicar los principios éticos de manera absoluta, incluso si implica que una empresa se hunda, la pérdida de puestos de trabajo y otros daños.

Pero sabemos que en ocasiones es preferible buscar una solución de compromiso y evitar 'dejar morir al mundo' antes que aceptar las consecuencias de una acción que genera un daño sistémico o generalizado. Por ejemplo, cuando la reserva federal inyectó liquidez al sistema financiero en 2007 para evitar mayores daños, en lugar de dejar que los bancos se hundieran, a pesar de que sabíamos que muchos de ellos habían tenido un comportamiento poco profesional.

A este respecto, en mi experiencia relacionada con la enseñanza de management he tenido oportunidad de comprobar la validez de este planteamiento. Por ejemplo, al discutir en grupos multiculturales sobre cuestiones de ética empresarial, como las prácticas de corrupción o soborno, he comprobado cómo el debate conduce a una convergencia de análisis y decisiones, con independencia de la diversidad.

Parece que no es cierto aquello que afirmaba Aristóteles de que «el fuego quema tanto en Hellas como en Persia, pero las ideas sobre lo bueno y lo malo cambian de un lugar a otro».

La conceptualización de los dilemas éticos, su discusión pública, por ejemplo, siguiendo el método del caso y tratando supuestos específicos, permite tomar decisiones mejores, desde un punto de vista moral.

Fundación Cepsa hace llegar a 19.000 canarios su compromiso con las islas

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. Un total de 18.761 personas se beneficiaron el año pasado de forma directa de 37 proyectos impulsados por Fundación Cepsa en Canarias en los tres ámbitos de acción en los que fundamenta su actividad: social, medioambiental y científico-educativo. Un compromiso con el que la entidad refuerza su responsabilidad voluntaria con la sociedad canaria, impulsando iniciativas que ayudan a las personas.

Estos datos fueron dados a conocer recientemente en un encuentro en el que estuvieron presentes el responsable de Relaciones Corporativas de Cepsa en Andalucía y Canarias, Jesús Velasco, y la responsable de Fundación Cepsa en las islas, Belén Machado.

Jesús Velasco destacó la implicación de Cepsa con las islas desde su origen, que se remonta a 1929, y de la Fundación Cepsa desde su creación en 2016, e incidió en la labor que está desarrollando la entidad para canalizar todas las actuaciones sociales. Añadió que se trata, además, de unas iniciativas que cuentan con un importante radio de acción, teniendo en cuenta que el año pasado permitieron llegar de forma indirecta a más de 58.000 personas, cumpliendo un papel fundamental en la atención de las necesidades de los colectivos más vulnerables, al tiempo que se hace una apuesta por potenciar la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente y por impulsar el ámbito científico-educativo.

Por su parte, Belén Machado hizo hincapié en el esfuerzo realizado por atender las necesidades de cada momento, como ha ocurrido este año con la erupción de La Palma, habilitando los mecanismos necesarios para dar cobertura a las cuestiones más urgentes. Asimismo, puso en valor la labor que viene desarrollando Fundación Cepsa a la hora de apoyar las acciones que llevan a cabo las entidades sociales del Archipiélago, así como la colaboración que se hace patente con las diferentes administraciones.

Durante el año pasado, Fundación Cepsa destinó en Canarias un total de 302.722 euros en ayudas directas a ONG, asociaciones e instituciones. Asimismo, a los proyectos desarrollados se sumaron seis iniciativas correspondientes al programa de voluntariado de Cepsa, Voluntas, y a las donaciones realizadas por los profesionales de la compañía en diversos ámbitos.

Los proyectos sociales concentraron la mayor parte de las acciones destinadas a favorecer el bienestar de diferentes colectivos. Asimismo, se desarrollaron proyectos medioambientales, centrados en la conservación de la biodiversidad, la rehabilitación del patrimonio natural y la educación y concienciación medioambiental. La educación, la empleabilidad, el desarrollo de la investigación y la innovación en el sector energético e industrial centraron los proyectos científico-educativos llevados a cabo.



Imagen del acto de entrega de los Premios al Valor Social. C7

Implicación en la defensa del medio ambiente

Entre las acciones de la Fundación Cepsa a destacar, se encuentra la colaboración en el desarrollo de un estudio, pionero en su ámbito en las islas, dirigido a conocer el impacto de los microplásticos en los sedimentos de los fondos marinos de Canarias. Una acción que estuvo acompañada de la celebración de una 'Jornada de Mujeres Científicas', para dar voz a este colectivo a través de sus experiencias personales y trayectorias profesionales, así como la campaña de divulgación 'SOS Tortugas Marinas', con el fin de dar a conocer a la ciudadanía los problemas reales de la contaminación oceánica y su repercusión en esta especie en peligro de extinción.

En el apartado social, Fundación Cepsa ha intensificado sus esfuerzos para contribuir a paliar los efectos de la pandemia en Canarias a través del apoyo a entidades sociales, que se ha materializado en diversas acciones. Entre ellas, el apoyo a los Bancos de Alimentos de Tenerife y Gran Canaria, que desde el inicio de la pandemia han recibido de la Fundación un total de 117.000 euros. En concreto, en 2021 esta colaboración se mate-

rializó en Gran Canaria en una donación al Banco de Alimentos de Las Palmas para la adquisición y reparto de productos entre los comedores sociales de la capital, con una partida económica que ha permitido financiar la compra de alimentos para la elaboración de unas 4.500 comidas. Una acción llevada a cabo en coordinación con la Concejalía de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, destinada a colaborar con estos comedores sociales que han incrementado sus usuarios como consecuencia de la crisis sociosanitaria y que son una parte fundamental de la red de apoyo que tiene el municipio para asistir a las personas más vulnerables. Asimismo, y como ocurre cada año, la Fundación ha donado a ambos Bancos de Alimentos tarjetas de carburante destinadas a los vehículos que utilizan para el reparto de alimentos a ONG, comedores sociales y otros centros asistenciales de las islas. Una donación que tiene su origen en la campaña solidaria de recogida de alimentos conocida como la Gran Recogida, organizada anualmente por los Bancos de Alimentos de España, y con

La atención a colectivos vulnerables, la sostenibilidad y la apuesta por el ámbito científico-educativo, claves en su actuación

la que la Fundación Cepsa colabora desde sus inicios.

Mención especial recibió el año pasado la isla de La Palma, donde Fundación Cepsa, en colaboración con Cruz Roja, puso en marcha un proyecto de intervención psicosocial para ayudar a los afectados por la erupción del volcán. En este caso, se beneficiaron un total de 190 personas de forma directa y 570 indirectamente.

Valor social con premio

Los Premios al Valor Social constituyen la acción más emblemática de Fundación Cepsa en este ámbito, centrados en el desarrollo de proyectos sociales dirigidos a colectivos vulnerables y en la promoción de los valores solidarios entre

los profesionales de la compañía.

En la edición del año pasado los galardones fueron a parar a seis entidades, entre ellas Cruz Roja Española, con el proyecto 'SOS La Palma', centrado en cubrir las necesidades de las personas que se encuentran en situación de extrema vulnerabilidad o de exclusión social por la erupción del volcán. A ello se sumó CEAR Canarias, con la iniciativa 'Itinerary' para apoyar itinerarios personalizados que favorezcan la integración social de refugiados, asilados, desplazados e inmigrantes.

La acción 'Voluntariado en primera persona', de la Federación Salud Mental Canarias, fue otra de las premiadas, para impulsar el voluntariado en esta red asociativa contando con el apoyo de los propios afectados. El proyecto 'Voces de la Asociación de Reinserción Social de Menores Anchieta fue otro de los elegidos con el fin de dar visibilidad a las víctimas de violencia machista a través de las artes escénicas.

Por otro lado, El 'Programa de inclusión lingüística y cultural', de la Asociación Asistencial Nahia, apuesta por crear espacios de aprendizaje adaptados para los jóvenes migrantes que llegan a Canarias. Mientras que el proyecto 'Conoce mi vida, conoce mi hemofilia' de la Asociación de Hemofilia en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, Ahete, dará respuesta a la demanda de los afectados por dicha patología de normalizar la enfermedad ante la sociedad.

A estas seis acciones se sumó la de la Asociación de Cuidadores, Familiares y Amigos de Personas con Dependencia, Alzheimer y otras Demencias (Acufade), que obtuvo un Premio Especial del Empleado, que creará una unidad de atención al deterioro cognitivo leve en La Matanza, en Tenerife.

'Chicas con Ciencia@ULL', una apuesta por la igualdad de oportunidades

Entre las acciones de la Fundación Cepsa en el ámbito educativo, destaca la presencia en el proyecto divulgativo 'Chicas con Ciencia@ULL', de la Fundación General de la Universidad de La Laguna, una iniciativa que pone el acento en fomentar las vocaciones científicas y tecnológicas entre las jóvenes canarias, de cara a avanzar en la igualdad de oportunidades. La acción incluye un programa de actividades orientativas, motivadoras y educativas en los colegios para ayudar a mejorar el rendimiento escolar del alumnado e incrementar su interés por realizar estudios universitarios que mejoren su proyección laboral, así como una serie audiovisual divulgativa con el testimonio de 24 investigadoras en diferentes áreas que dan a conocer su experiencia.

El reto de formar a jóvenes que lideren una economía sostenible

Las universidades se presentan como nicho para la generación de gestores concienciados en la responsabilidad social corporativa de las empresas

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Los jóvenes del presente serán los líderes del futuro, y ahí radica la importancia de que su formación universitaria incluya una visión de sostenibilidad, que contribuya a la sistematización del pensamiento sostenible, algo que lleva en marcha en nuestro país desde hace tres años gracias a U4Impact.

Así lo explica Lorena Salgado, responsable de Comunicación de la iniciativa U4Impact (You for Impact, Tú por el impacto) surgida en 2019, que conecta universitarios con empresas y organizaciones para impulsar proyectos de impacto social o ambiental real a través de sus Trabajos Fin de Carrera o Máster (TFG/M).

La plataforma surgió a raíz de la propia experiencia que varios jóvenes tuvieron con sus propios TFG/M, y que les inspiró a querer trabajar cada día «con la esperanza de convertir a España en la cuna de los líderes del futuro sostenible».

Más de 100 millones de horas se invierten cada año en la realización de proyectos TFG/M, que muchas veces no tienen aplicación real, explica Salgado, por lo que el objetivo primero es «canalizar» este tiempo para «convertir los trabajos en herramientas y a los alumnos en agentes de cambio para transformar la sociedad».

Los jóvenes se sienten muy satisfechos al contribuir a la mejora socio ambiental de forma real, lo que les ofrece más concienciación en torno a los ODS y un mayor compromiso social, revela la portavoz.

La iniciativa, impulsada por la Asociación TF Coop, cuenta con más de 100 empresas, 300 estudiantes registrados con más de 80 TFG/TFM y 80 TFG/TFM en marcha, 20 universidades, más de 30.000 horas de trabajo canalizadas, según la web de U4Impact.

El actual crecimiento del sector de la sostenibilidad y la economía de impacto, impulsados por el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, ha empujado a U4Impact a trabajar bajo el lema

‘Pensar global, actuar local’, para potenciar las mentalidades “necesarias” en los jóvenes y las empresas, y trabajar en el cumplimiento de los ODS.

Asimismo, es también una oportunidad para los estudiantes de conectar con el mundo laboral, desarrollar su potencial o mejorar su orientación y experiencia profesional; lo que se traduce, en una mejora de la futura empleabilidad.

Salgado explica que en el caso de las empresas y organizaciones españolas, la conexión con los universitarios se ve reflejada directamente en la mejora de su rentabilidad, ya que se benefician y necesitan este talento joven para abordar el gran reto de la transición ecológica, potenciar la innovación y mejorar su rendimiento ambiental y social.

El Centro Superior de Investi-

gaciones Científicas (CSIC), Clean Rivers Hub, la empresa de moda sostenible ‘Ecoalf’, el banco ‘Imagin’, la fundación ‘Recover’, la plataforma de ‘crowdfunding’ para inversiones renovables ‘Fundeen’ o el proyecto ‘Apadrina un Olivo’ son algunas entidades que ya han apostado por U4Impact.

Por su parte, las universidades colaboradoras, acercan a sus estudiantes al ámbito laboral, «algo que no suele ocurrir con frecuencia», por lo que se trata de una clave de diferenciación para ellas y una oportunidad para mejorar su oferta de cara al alumnado, añade Salgado.

Julia Martínez, decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Internacional de Valencia, que recientemente ha cerrado un acuerdo con U4Impact, ha señalado la importancia de formar a los alum-

nos en el desarrollo de «nuevas capacidades, valores y competencias transversales» que les permitan enfrentar los grandes retos de nuestra actualidad, en materia de sostenibilidad, tecnología, sanidad o economía social.

Colaboran también universidades públicas y privadas de todas las comunidades autónomas, como: Universidad Rey Juan Carlos; Universidad Politécnica; Universidad Internacional de Valencia (viu); Universidad del País Vasco; Esic University; Universidad Francisco de Vitoria; La Salle Centro Universitario; Pablo Olavide; IE University; Universidad Carlos III de Madrid (UC3M); Universidad de Oviedo; Universidade de Vigo; Universidad Nebrija; Universidad de Cádiz; Universidad Loyola; Universidad de Deusto; Universidad Nebrija y Universidad Camilo José Cela.

Carlos Castro, del Doble Grado en Ingeniería Industrial de la Energía e Ingeniería en Organización Industrial de la Universidad Rey Juan Carlos, conectó a través de la plataforma con Ecoalf, empresa pionera de moda sostenible, para desarrollar una estrategia que le permitiera ser completamente neutra en emisiones de CO2 en el año 2030.

«Ha sido todo un reto enfrentarme a este ‘super proyecto’ y tener la oportunidad de desenvolverme profesionalmente; no quería que, en el mejor de los casos, mi TFG se quedara en una carpeta en mi ordenador, sino dedicar mi tiempo y esfuerzo a algo que de verdad cuente y donde sentir valorado mi trabajo», explica el joven en un vídeo testimonial para U4Impact.

La plataforma contempla hacia un futuro en el que «los proyectos fin de carrera y máster sean una fuente importante de transformación social y medioambiental, los jóvenes estén más preparados profesional y humanamente, las universidades caminen junto a lo laboral y las empresas sean más responsables», concluye la responsable de comunicación de U4Impact.



Acto de toma de posesión del Consejo Social de la ULPGC. EFE

La ULPGC, donde las empresas son ejemplo de responsabilidad social corporativa

No hay que ir muy lejos para encontrar un ejemplo de responsabilidad social de las empresas. Incluso de manera voluntarista y antes de que el concepto de RSC se implantase como parte del éxito empresaria-

rial y social. Es el caso de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, que nace de un impulso social donde las empresas jugaron un papel importante, así como en su desarrollo, con la figura de los me-

cenazgos. Esos principios se mantienen ahora a través del Consejo Social de la ULPGC, que fiscaliza la labor universitaria y que tiene como presidente al periodista Ángel Tristán Pimienta.

Invertir en innovación puede cambiar el mundo

Un país con cultura de eficiencia también consigue una mayor inversión en innovación pero atrae tanto al inversor extranjero como al nacional que, partiendo de sus ventajas competitivas sobre el foráneo, aprovecha mejor las oportunidades

ANÁLISIS

FÉLIX J. LÓPEZ ITURRIAGA Y EMILIO JOSÉ LÓPEZ MILLÁN

Félix J. López Iturriaga es catedrático de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Valladolid. Emilio José López Millán es auditor de cuentas y profesor de Economía de la Empresa y Análisis de Estados Financieros, Universidad de Valladolid

La inversión en I+D, base fundamental del conocimiento, la tecnología y el desarrollo, fructifica en la innovación de los países. Por eso, si quieren crear innovación, los países y sus gobiernos deben fomentar la inversión en I+D. De hecho, no es casualidad sino relación estadística que los países líderes en inversión en I+D son también aquellos que más riqueza crean (European Innovation Scoreboard, 2021).

Las estadísticas de inversión en I+D de España muestran que la crisis financiera y el alto endeudamiento de los últimos 15 años se han traducido en un sensible recorte de dichas partidas (en relación con el PIB) por parte de la Administración pública. ¿La causa? En los países con un alto nivel de deuda el objetivo del Gobierno es combatir el déficit público y eso implica recortes presupuestarios. Por tanto, se da la paradoja de que, pese a la conveniencia y necesidad de la inversión en I+D, esta inversión escasea en el sector público.

Este panorama quizás se vea alterado con la llegada de los fondos europeos para la recuperación económica. Los presupuestos generales del Estado para 2022 hacen pensar en un cambio de tendencia en la inversión pública en I+D.

La innovación tiene unas características especiales (especificidad, dificultades para preservar las ventajas competitivas o importancia del capital humano) que hacen que la inversión en I+D sea distinta a otro tipo de inversiones y tenga unos determinantes financieros y estructurales característicos y diferenciadores.

Mientras que los determinantes financieros dependen de la estrategia empresarial e implican la movilización de recursos económicos, los determinantes estructurales (seguridad jurídica, rasgos culturales...) son una gran oportunidad de fomentar las inversiones sin incurrir en grandes gastos.



Además, permiten la competencia no solo entre empresas sino también entre países. Aquellos que gestionen mejor los determinantes estructurales atraerán una mayor inversión extranjera y privada.

En nuestro estudio hemos analizado durante quince años una muestra de 65 países durante épocas de bonanza y de crisis (Datos de Unesco) y hemos observado la influencia que

En países con seguridad jurídica hay factores más allá de la legalidad o la economía que atraen la inversión

Invertir en innovación puede mejorar y cambiar el mundo. Esa posibilidad está en nuestras manos

tienen en la innovación aspectos como la cultura, la eficiencia y la eficacia.

Nuestras hipótesis de trabajo se basan en los resultados de investigaciones previas (Seifert y Gonenc, 2012; Chari, Ouimet y Tesar, 2010) que han demostrado que algunos determinantes estructurales como la seguridad jurídica o el buen funcionamiento de las instituciones de un país son claves para la elección del país donde invertir.

Nosotros planteamos que existen determinantes estructurales de primer y segundo grado. La seguridad jurídica sería un determinante de primer grado. Los de segundo grado, que solo entran en escena cuando se cumplen los determinantes de primer grado, son el objeto de nuestro estudio.

Analizamos cómo la cultura de un país fomenta la innovación y mejora la eficiencia y la eficacia en el desarrollo de la I+D. Consideramos que un país con una población que ha reci-

bido una educación orientada a una visión de largo plazo, abierto socialmente y con propensión al mercado de capitales invertirá más en investigación y desarrollo.

Asimismo, estimamos que un país donde la eficacia y la eficiencia de la inversión en I+D es mayor atraerá más inversión extranjera en innovación. Los países pueden clasificarse en función de su compromiso con la innovación. En aquellos con menos inversión en I+D solo se atiende a los determinantes institucionales de primer orden (como la seguridad jurídica). En cambio, en aquellos con mayores inversiones en I+D (y por tanto mayor seguridad jurídica), esta deja de importar para dar prioridad a los determinantes estructurales de segundo orden. A este fenómeno lo hemos denominado efecto legal.

En conclusión:

1. En los países con seguridad jurídica hay factores más allá de la legalidad o la economía que

atraen la inversión, mientras que en los que carecen de ella solo el factor legal es el relevante.

2. Los determinantes de segundo orden influyen positivamente en la inversión total ejecutada en I+D cuando la cultura del país es favorable a las características de la I+D.

3. Una infraestructura favorable a la innovación influye positivamente en la atracción de inversores extranjeros.

4. Un país con cultura de eficiencia también consigue una mayor inversión en innovación pero atrae tanto al inversor extranjero como al nacional que, partiendo de sus ventajas competitivas sobre el foráneo, aprovecha mejor las oportunidades. A esto lo hemos denominado efecto marginal.

Cuando en un país no se da la inversión privada en I+D, esta es sustituida por la inversión de los organismos públicos. A eso lo hemos denominado efecto sustitutivo.

Invertir en innovación puede mejorar y cambiar el mundo. Esa posibilidad está en nuestras manos y no implica un mayor gasto público, pues se trata de medidas de bajo coste.

Tan baratas como proteger legalmente al inversor y su inversión, en vez de proteger solo a los más fuertes.

Tan baratas como fomentar la investigación, premiándola.

Tan baratas como educar a la población para desarrollar una mentalidad a largo plazo y abierta a nuevos horizontes, poniendo en la meta de cada joven la excelencia cultural y no social, creando incubadoras tecnológicas en vez de edificios de ladrillos... En definitiva, cambiando la política y cambiándonos a nosotros mismos.

No cuesta dinero. Pero quizá cueste más aún que eso.

«Cambiar el mundo, amigo Sancho, no es locura ni utopía, sino justicia» (El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha, Miguel de Cervantes Saavedra, 1605).



Las empresas españolas se comprometen a un 2022 con parámetros más sostenibles

La educación y el cambio en los patrones de consumo se presentan como factores determinantes en la lucha contra el cambio climático

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El secretario de Estado de Medio Ambiente, Hugo Morán, señaló el pasado mes que el reto fundamental de la sociedad actual es el cambio cultural y de patrones de consumo, que serán los que permitan hacer frente a otros muchos retos como, por ejemplo, la crisis del cambio climático.

Morán participó 'online' junto al economista, exministro de Administraciones Públicas y presidente de Red Eléctrica Española hasta 2020 Jordi Sevilla, en el Impact Hub Piamonte 'Retos y Oportunidades para un Futuro Sostenible', en el que intervinieron además representantes de empresas líderes y emergentes y emprendedores con impacto positivo.

El secretario de Estado de Medio Ambiente subrayó que para transicionar hacia esta «nueva cultura» y construir sociedades más responsables, es imprescindible la educación; y para los que están fuera del ámbito educativo, se ha de incidir en la información, la comunicación, la publicidad y la mercadotecnia, que han de cuidar los mensajes que emiten a la sociedad.

«En la actualidad los programas educativos son muy diferentes a los de hace dos o tres generaciones, pero el problema es que no podemos esperar dos o tres generaciones más para un nuevo cambio», señala Morán, que lamentó la situación de desgaste en la que se encuentra el país tras la pandemia, «a la que se suman desastres globales anteriores como el cambio climático o la pérdida de la biodiversidad, que están alcanzando límites insostenibles».

Insistió en que si se asume que no se puede «seguir esta deriva», es importante interiorizar que en este proceso de transición no se ha de reconstruir el pasado, sino «construir un nuevo futuro, identificando las oportunidades que pueden surgir en cada ámbito».

Asimismo, señaló como reto fundamental el cambio cultural y en los patrones de consumo, que serán los que permitan hacer frente a otros muchos desafíos como, entre ellos, la crisis climática.

Jordi Sevilla analizó las oportunidades derivadas del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, así como las tendencias del contexto económico en el marco de los Fondos Next Generation de la Unión Europea, y la importancia de los criterios medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

Para ello insistió en que no se ha de calificar la pandemia como «crisis económica», más bien «sanitaria con impacto económico», lo que la convierte en diferente e inequívocamente a la de 2008 y para



la que los gobiernos han respondido de una forma distinta.

Asimismo, insiste en que «los fondos no son de recuperación, sino de reestructuración de la economía y las empresas hacia lo verde y lo digital».

El rescate para la UE sometió a los países a condiciones pactadas, no impuestas; por primera vez, se emitió deuda conjuntamente para financiar un proyecto común, lo que estableció las bases de lo que Sevilla califica como «un tesoro comunitario de la UE», por primera vez desde

1955.

En el caso de España, Jordi Sevilla resaltó que la inversión está destinada a fines y propósitos concretos con un impacto determinado, esto es, los fondos están destinados a financiar proyectos y no territorios, por lo que «analizar fondos que financian proyectos en términos territoriales es poco riguroso».

Sin embargo, «podría haberse hecho de otra manera», declaró, ya que teniendo la oportunidad de hacer algo innovador con colaboración público-privada que

no se había conseguido con fondos tradicionales, se ha premiado más la comodidad, no se han modificado normas y reglas, y se ha perdido el impulso transformador, la fuerza innovadora e incluso la astucia en los proyectos.

Sostuvo que «lo que hoy está ocurriendo, hace tan solo 20 años era impensable», lo que demuestra que las cosas pueden cambiar y depende de la ciudadanía, el sector civil, las empresas, las ONGs o el tercer sector, «que tienen más fuerza y poder» del que muchas veces se cree.

Objetivo 2022: Redistribuir la confianza

Los mercados piden rentabilidad a largo plazo pero también un compromiso real con la sostenibilidad económica, social y medioambiental

ANÁLISIS

SANTIAGO FERNÁNDEZ-GUBIEDA LACALLE Y JUAN MANUEL MORA

Santiago Fernández-Gubieda Lacalle es investigador en Reputación Corporativa en el Centro de Gobierno y Reputación de Universidades, Universidad de Navarra. Juan Manuel Mora es director del Centro de Gobierno y Reputación de Universidades, Universidad de Navarra

El pasado 18 de enero se hizo público uno de los documentos corporativos más esperados del año: la carta que Larry Fink, presidente y fundador de BlackRock, la mayor gestora de fondos del mundo con 10 billones de dólares en activos gestionados, escribe anualmente a los directivos de sus compañías participadas, en la que marca algunas claves de la situación económica mundial.

BlackRock es el segundo accionista de Apple y Microsoft y el tercero de JP Morgan. En España, está presente en el capital de 18 compañías del Ibex 35. De los mensajes de Fink, en fin, conviene tomar nota.

En esta ocasión, el líder empresarial centra su atención en cómo la pandemia ha acelerado cambios sociales y económicos que amenazan la confianza social en las empresas e instituciones. Pero no es la primera vez que en su circular habla en favor de la transparencia y la sostenibilidad.

En su carta, Fink sostiene que en el mundo actual, global e interconectado, una empresa solo crea valor a largo plazo cuando cumple tres condiciones:

-Ser una organización con propósito y valores consistentes.

-Asegurar el beneficio general de sus grupos de interés (empleados, clientes, proveedores, comunidades locales...).

-Contribuir al bien común en una relación de reciprocidad con el entorno.

Asistimos a un cambio de paradigma que inaugura un nuevo marco de relación entre la sociedad y la empresa. A juicio de Fink, la crisis actual demanda a las empresas y las instituciones liderazgos consistentes, con un propósito claro y compartido, una estrategia coherente y una visión a largo plazo.

En un entorno cambiante y disruptivo como el actual la misión de la empresa debe ser funcionar como guía. La pandemia ha acelerado la transformación operativa y tecnológica de las empresas pero, sobre todo, ha tocado su fibra más sensible: nunca antes una relación había



Asistimos a un cambio de paradigma que inaugura un marco de relación entre la sociedad y la empresa

En un entorno cambiante la misión de la empresa debe ser funcionar como guía

cambiado tanto como la que existe entre empleadores y empleados.

En los últimos años ha cambiado la orientación relacional del capitalismo. Ahora las empresas deben trabajar no solo para sus accionistas, sino para todos sus grupos de interés y, en especial, sus empleados.

Ya no es solo una cuestión de salario y flexibilidad. Importan los temas de conciliación familiar y maternidad, la motivación intrínseca, la igualdad y la salud física y mental. Profundizar en el vínculo con los empleados es abrir sistemas de escucha e integrar sus expectativas en la toma de decisiones en las organizaciones. Las empresas deben aspirar a tener una agenda social conectada con su propósito.

Por último, las organizaciones van a ser reconocidas no por el cumplimiento de sus objetivos sino por el grado de contribución al bien común. El presidente de BlackRock recuerda de nuevo que el riesgo climático es

riesgo de inversión, y anuncia grandes cantidades de capital asignadas a la descarbonización de la economía y la transición energética.

Los mercados piden rentabilidad a largo plazo pero también un compromiso real con la sostenibilidad económica, social y medioambiental. La sostenibilidad (entender el presente para mejorar el futuro) ha demostrado tener un amplio consenso social, que justificaría fortalecer la colaboración entre los gobiernos y el sector privado. La pandemia ha sido, de nuevo, un buen observatorio de esta tendencia global.

El líder empresarial asume las críticas recibidas a esta visión del capitalismo de los grupos de interés (empleados, proveedores, clientes, gobiernos, comunidad). Bien pronto en la carta recoge el guante: "El capitalismo de los stakeholders no es política, no es una agenda ideológica, no es cultura woke. Es capitalismo impulsado por

relaciones mutuamente beneficiosas entre usted y los empleados, clientes, proveedores y comunidades de las que depende su empresa para prosperar". Sus ambiciones son claras: legítimas ganancias y rentabilidad a largo plazo. Pero eso sí, el mercado ha cambiado las reglas.

Larry Fink, finalmente, recuerda que la quiebra de la confianza de los grupos de interés impacta en la reputación de las instituciones y sus expectativas de crecimiento económico. Es preciso tomar conciencia de que la recuperación de la confianza es vital para la propia sostenibilidad del sistema.

Pero la confianza no es un activo tangible, es un principio intangible de gobierno que demanda con urgencia una revisión de los sistemas de gobernanza y un fortalecimiento de la gestión de la reputación de las organizaciones.

Esto ya no va solo de distribuir dividendos.

Canarias mejor conectada

CON NAVIERA ARMAS TRASMEDITERRÁNEA



MÁS COMPROMETIDOS, MÁS COMPETITIVOS.
Con los barcos más modernos y con los mejores servicios,
haciendo de tu viaje una **EXPERIENCIA ÚNICA.**

NAVIERA
ARMAS


Trasmediterránea