

Durante el Ciclo de Conferencias ESADE – Fundación SERES

Una gestión responsable y con propósito, elementos clave para el nuevo liderazgo de las compañías

- **Los cambios y la transformación social y económica que se están produciendo, plantean nuevos retos en el liderazgo empresarial. Fundación Canal, Coca-Cola Company y Ericsson Iberia analizan los nuevos modelos de gestión basados en el liderazgo con propósito como modelos de éxito empresarial y valor compartido.**

Jueves, 28 de enero de 2021 – “Los roles de las entidades sociales, empresas, administración pública y del ciudadano han cambiado. El propósito precisamente consiste en eso, en comprender cuál es tu razón de ser y cómo es algo capilar en toda la organización. Esa transformación que están experimentando las organizaciones es uno de los focos de trabajo de Fundación SERES. 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.” Con estas palabras ha iniciado esta mañana **Ana Sainz, directora general de la Fundación SERES** la sesión titulada “*Liderazgo con propósito*”, enmarcada en el Ciclo de Conferencias ESADE – Fundación SERES, donde se ha debatido acerca de los nuevos retos que plantea la gestión responsable y con propósito de las organizaciones.

Para **Ignasi Carreras, profesor y director de los programas de formación directiva para ONG del Instituto de Innovación Social de Esade**, “la responsabilidad es un reto de liderazgo, de propósito y de innovación por parte de los líderes y los equipos de las compañías. La hoja de ruta de las empresas en este momento es liderar desde el propósito, mediante autenticidad, lo que permite que las compañías generen valor compartido y puedan crear un mundo más equitativo y justo. En otras palabras, una forma de convertirse en la solución ante los retos sociales”.

“The Coca-Cola Company nació hace ya 135 años con el propósito de refrescar al mundo y desde entonces ha seguido firmemente ese propósito, asumiendo la responsabilidad como agente de cambio positivo en nuestro entorno. A través de nuestras bebidas, promovemos nuestros valores y cumplimos con nuestros compromisos sociales y ambientales para contribuir a una sociedad más justa y un planeta más habitable” ha comentado **Natalia González-Valdés, directora de Public Affairs, Comunicación y Sostenibilidad en The Coca-Cola Company**. Por su parte **José Antonio López, presidente y CEO de Ericsson Iberia**, ha explicado la apuesta por el propósito en su compañía “nacemos con el propósito de potenciar un mundo inteligente, sostenible y conectado. En los últimos 50 años esa conexión ha evolucionado como también lo ha hecho la sostenibilidad. Buscamos que todo el mundo tenga acceso a Internet porque puede ser un ingrediente para un mundo mejor y con menos brechas de desigualdad. La sostenibilidad es otro de los grandes ejes de actuación de la compañía, y por eso nos hemos comprometido a ser neutros de carbono en nuestras propias operaciones. También intentamos concienciar a otros para que estén en este barco y en este sentido tenemos programas de formación para pymes, *partners* o subcontratistas para que se suban a este barco”.

Eva Tormo, directora gerente de la Fundación Canal ha afirmado que “La Fundación Canal tiene un propósito claro: devolver a los ciudadanos una parte de los beneficios del Canal a través de programas y actividades de gran calidad que permitan generar oportunidades de conocimiento en

distintos ámbitos, así como fomentar la cultura del agua. Liderar desde el propósito da sentido a nuestro trabajo porque cuando consigues que todo el equipo haga suya la causa común y sientan la pasión y la responsabilidad por el trabajo, el cumplimiento de nuestros fines fundacionales está asegurado y ya sabemos que los logros compartidos saben mejor”.

Retos y dificultades del liderazgo con propósito

Todos los ponentes han coincidido en la estrecha relación entre una gestión responsable y un modelo de negocio robusto, aunque indudablemente esto supone enfrentarse a desafíos importantes dentro y fuera de las empresas. **Natalia González-Valdés** ha afirmado que “el propósito de una compañía debe traducirse en acciones que las personas puedan experimentar en sus propias vidas. Y es por ello, que desde Coca-Cola tratamos de lograr que nuestro propósito se pueda vivir en cada interacción que los consumidores tienen con nuestros productos y marcas”.

Por su parte, **José Antonio López** ha puesto el acento en “antes del COVID, el compromiso con la sociedad desde las empresas ya era incremental. Hacer negocios y hacer cosas positivas para la sociedad son cuestiones compatibles. Actualmente, es necesaria una evolución exponencial. Como tenemos oportunidad de escuchar estos días en el Foro Económico Mundial de Davos, es preciso y urgente establecer un nuevo contrato social que dignifique al ser humano reestableciendo la confianza de la ciudadanía. Las empresas tenemos la obligación y responsabilidad de co-liderar este cambio”. Eva Tormo ha señalado que “El liderazgo con propósito contribuye a la sociedad porque suma fuerzas en una buena dirección y consigue un mayor alcance. En nuestro caso, el propósito es socio-ambiental, por ello es fundamental que sigamos concienciando y sensibilizando a la sociedad a través de todos los lenguajes, herramientas y contenidos que tenemos a nuestro alcance”.

Acerca de Fundación Seres

Fundación SERES, entidad sin ánimo de lucro, nacida hace más de 10 años, acompaña la transformación de las empresas e impulsa su liderazgo ante los retos sociales. Como movimiento pionero, con 150 compañías adheridas, que representan el 30% del PIB y el 75% del Ibex 35, aborda el compromiso social de las empresas desde un enfoque estratégico y práctico basado en la innovación. En SERES las empresas encuentran respuestas al desafío de liderar su impacto social. Para ello, ha puesto en marcha RADARSERES, un espacio único dónde las empresas que quieren asumir el liderazgo ante los principales problemas sociales se anticipan, reafirman el compromiso y comparten retos y mejores prácticas con otras empresas y agentes sociales. Para detectar estas mejores prácticas, la Fundación convoca anualmente los Premios SERES a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresa.

Acerca de Esade y Esade Alumni

Fundada en 1958, Esade es una institución académica global, con campus en Barcelona y Madrid, y presente en todo el mundo a través de acuerdos de colaboración con 185 universidades y escuelas de negocios. Cada año, más de 11.000 alumnos participan en sus cursos, en las tres áreas formativas: Business School, Law School y Executive Education. Esade Alumni, la asociación de antiguos alumnos de Esade, cuenta con más de 60.000 antiguos alumnos y dispone de una red internacional de 72 *chapters*, con *alumni* de hasta 126 nacionalidades, presentes en más de cien países. Esade participa también en el parque de innovación empresarial Esade Creapolis, un ecosistema pionero que tiene como objetivo inspirar, facilitar y acelerar los procesos de innovación de las empresas que participan en él. De vocación internacional, ESADE ocupa destacadas posiciones en los principales *rankings* mundiales de escuelas de negocios como los del *Financial Times*, *QS*, *Bloomberg Businessweek* o *América Economía*. Esade es miembro de la Universidad Ramon Llull. www.esade.edu

Esade Comunicación

Blanca Lázaro
Teléfono: +34 912 526 840
E-mail: esadenews@esade.edu

Fundación SERES

Sofía Martín
Teléfono: +34 91 575 84 48
E-mail: smartin@fundacionseres.org

esade

seres
fundación sociedad
y empresa responsable

Más información en la [Media Room](#) y en nuestro [Twitter](#)