



EDUARDO MANZANA

SOLIDARIDAD Y UNIVERSIDAD, UN PROYECTO DE FUTURO

MANUEL CENDOYA Director General de Comunicación y Estudios del Grupo Santander

La política de Responsabilidad Social Corporativa del Santander refleja la vocación del Grupo de contribuir al progreso económico y social y al desarrollo sostenible de las comunidades en las que opera.

A nivel global, el foco de esta política está en el apoyo a la educación universitaria. A través de Santander Universidades, el Grupo mantiene acuerdos de colaboración con más de 500 Universidades en España, Portugal e Iberoamérica. Acuerdos que se traducen en 9.900 becas y ayudas al estudio y numerosas cátedras en diferentes universidades, así como en apoyo a la investigación y a la promoción del espíritu empresarial entre los universitarios. Asimismo, la Red Universia, en la que están integradas más de 1.000 Universidades, promueve la creación de un espacio Iberoamericano del conocimiento y fomenta la difusión de las nuevas tecnologías en la Universidad.

A nivel local, Santander impulsa proyectos de Responsabilidad Social en todos los países en los que está pre-

sente. Desde la cercanía y el conocimiento de la situación de cada país, el Banco contribuye a reducir la exclusión social de grupos desfavorecidos mediante diferentes iniciativas en las que participan también empleados y clientes. Los microcréditos, las campañas de marketing con causa o el apoyo a personas discapacitadas son algunos ejemplos.

La tercera línea de actuación en Responsabilidad Social es el apoyo al medio ambiente, una de las grandes preocupaciones de nuestros tiempos. El Santander mantiene una rigurosa política de reciclaje y control de consumos en sus principales centros de trabajo y ha obtenido certificaciones medioambientales ISO 14001 en sus sedes en España, México y Chile. Además, ha sido una de las primeras entidades financieras en incluir la variable medioambiental en su proceso de análisis de créditos. Todas estas iniciativas configuran una política de Responsabilidad Social que supone un pilar fundamental de la estrategia de desarrollo a largo plazo del Santander.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, EL FUTURO

LUIS ABRIL Director General de Comunicación Corporativa de Telefónica

CUANDO apenas empezamos a tener claro el concepto de RSC —Responsabilidad Social Corporativa—, el mero intento de aventurar el futuro que le aguarda puede parecer, cuando menos, osado.

En cualquier caso, como la osadía es, en sí misma, un factor intrínseco a la RSC, me ha parecido interesante reflexionar con el lector sobre los desafíos a los que se enfrentarán las empresas en tiempos que vienen. Y en esos desafíos, la RSC, quizás, tenga un rol importante que jugar.

Como primer desafío, podríamos decir que las empresas habrán de convertirse, quieran o no, a la visión del mundo «multi-grupo de interés» («multistakeholder», en la jerga). No quedará mucho espacio para las compañías que sólo se vuelquen en sus grupos de interés tradicionales —los de carácter financiero, por ejemplo— y tendrán que encontrar la manera de conjugar expectativas de todos: empleados, proveedores y, por qué no decirlo, de sus clientes en su doble dimensión de ciudadanos y consumidores. Muchas compañías han empezado ya a darse cuenta de que, además, esto resulta paradójicamente rentable a efectos de cuenta de resultados.

El segundo desafío tendrá que ver con el trabajo en red y la alianza so-

cial. Los grupos de interés tendrán no sólo que seguir siendo objeto de atención corporativa sino que, con el tiempo, cada día tendrá más sentido su conversión en «socios estratégicos». La empresa no sólo habrá de pagar a sus proveedores, sino posiblemente establecer acuerdos con ellos. El empleado no sólo esperará una nómina, sino que la empresa comparta alguna de sus inquietudes. Las corporaciones no serán meros vecinos de una comunidad, sino parte activa de la misma; y ésta, podrá opinar y participar, de algún modo, decisiones empresariales.

Y, hablando de decisiones, un último desafío, aunque habría muchos más: pensemos en el largo plazo, o como se dice ahora, en la sostenibilidad. Y mejor que no nos compliquemos la vida con definiciones académicas que engarzan lo medioambiental, lo económico y lo social. Lo que ha de ser sostenible, en el tiempo y en sus valores, son las decisiones que cada día se tomen en los despachos de dirección. Así será sostenible también la empresa. No medir las consecuencias de las decisiones corporativas se convertirá en sinónimo de negro futuro. Tres desafíos, para empezar. Y a no olvidar: no se trata de limitar los desafíos sino de desafiar los límites. Y la RSC es una buena palanca para derribar barreras.



Miguel, de Apoyo Social a la Infancia, durante una actividad de fin de semana MASI

ca Miguel Polo que coordina estas actividades, quien señala que también se han realizado talleres de integración social en el Rocódromo de la Politécnica con la asociación Jóvenes Taleia, que trabaja con niños y jóvenes con problemas tanto familiares como sociales o con riesgo de fracaso escolar.

Los alumnos que se convierten en voluntarios deportivos están siempre dispuestos a llevar a cabo cualquier iniciativa que se les presente. Así, después de que un estudiante Erasmus de Guinea Ecuatorial supo que recogían y mandaban material deportivo a la Universidad de Pinar del Río en Cuba, propuso que colaborarán con instituciones de su país, iniciándose así un

nuevo proyecto para llenar contenedores y conseguir montar salas de musculación, instalar canchas deportivas y equipar a jóvenes en África.

Unas veces la cooperación es a través de su propio trabajo y otras con dinero, como cuando decidieron destinar a otra ONG, Manos Unidas, los 600 euros conseguidos por ser la entidad federada que mayor número de corredores aportó al Circuito Carreras Populares. En total son unos 120 universitarios para quienes el premio otorgado por ABC Solidario ha sido todo un estímulo, según reconoce Miguel Polo, quien incide en que les sirve de impulso y recompensa al esfuerzo que vienen realizando desde el año 2003.