



**COMPROMISO.** El Tercer Mundo sigue siendo el destinatario principal de la acción social de las empresas, como esta beneficiaria del proyecto *Agua es Vida* que Ferrovial desarrolla en Tanzania junto a un grupo de voluntarios de la ONG Amref. / ENRIQUE TORRALBA

## ACCIÓN SOCIAL

# La semilla solidaria

ONG y ayuda humanitaria, el origen de la labor social de las empresas

**RAÚL CONDE**  
Originalidad para volver a los orígenes», dijo Gaudí. La idea bien podría aplicarse al concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en cualquier parte de las grandes empresas españolas. Los proyectos sociales, aquellos que destinan recursos igual a una población lejana en África o Camboya que a una asociación de nuestro barrio, son el germen del que surgió la RSC, que ha pasado de figurar como un mero apéndice de cualquier empresa a convertirse en

un valor añadido indispensable. La acción social fue el punto de arranque de ese tránsito. Berta Valverde, jefa de Patrocinio de Iberia, subraya: «Los proyectos sociales dan el pulso del compromiso de la compañía».

La actividad de las ONG, la ayuda humanitaria, la construcción de colegios y centros de salud en zonas desfavorecidas y la integración de las personas discapacitadas son los objetivos preferentes de la acción social de las empresas españolas. A ello habría que sumar todo tipo de proyectos dirigidos a minorías y a los colectivos en riesgo de ex-

clusión, dentro y fuera de España. Eduardo García Moreno, director de Responsabilidad Corporativa de Repsol, sostiene: «Nos preocupamos por conocer las expectativas de nuestros grupos de interés y tratamos de dar una respuesta basada en la transparencia».

Patricia de Roda, directora general de la Fundación Lealtad, que se encarga de mediar entre las ONG y las empresas, asegura que éstas «han mantenido su compromiso con la sociedad desde el inicio de la crisis». Sin embargo, puntualiza que «las colaboraciones entre empresas y

ONG son especialmente valiosas ahora que las organizaciones tienen que enfrentarse a un aumento de las necesidades sociales sumado a un recorte de los fondos disponibles».

Los expertos coinciden en que durante los últimos años la acción social se ha estabilizado en la agenda empresarial. Pero ahora el momento impone ir más allá. Según Josep María Lozano, profesor de Esade y especialista en Ética Empresarial, las empresas se encuentran en una «encrucijada». Mientras algunas mantendrán la RSC como un tema más de sus planes, otras integrarán el área social «en una estrategia global, en la que lo importante ya no será la acción social como tal, sino la coherencia de dicha estrategia y su articulación con el modelo de negocio».

**ÁREA CONSOLIDADA.** La solidez de la RSC en la estructura de las empresas ha logrado salvar los proyectos sociales de los recortes de fondos. La mayoría piensa seguir destinando en 2011 el mismo presupuesto que el año pasado. Y algunas incluso tienen previsto sobrepasarlo. Es el caso de Iberdrola, que destinó en 2010 un total de 10 millones de euros en desarrollar toda su área social. La eléctrica gestiona 80 proyectos en España dentro del programa *Energía para la Solidaridad* y otros 165 en el resto de países en los que opera: Reino Unido, México, Estados Unidos y Brasil.

Luis Carlos Martínez, director de la Fundación Iberdrola, recalca que la acción social de esta compañía está ganando peso cada año y supone ya un tercio de los recursos totales destinados a responsabilidad corporativa. «Estamos presentes en los principales mercados, tratamos de concentrar nuestros esfuerzos en esos territorios», admite. Esto ha permitido, por ejemplo, que Iberdrola financiara la construcción de escuelas en México o ayudara al Gobierno de Lula a implantar la electrificación en las zonas rurales de Brasil.

Otras empresas han seguido una línea similar. Ferrovial desarrolla en Tanzania el programa *Agua es Vida*, con voluntarios de la empresa y con la ONG Amref, y financia un proyecto de educación en Burundi. Hoss Intropia ha financiado con 185.000 euros el nuevo edificio de una cooperativa textil, fundada en Bombay por una religiosa española hace 25 años y destinada al comercio justo. En la cooperativa trabajan casi 1.200 mujeres rescatadas de la marginalidad. Iberia, por su parte, destinó el último año 2,5 millones de euros, incluyendo el envío a Haití de 250.000 kilos de alimentos y ropa, una operación parecida a la que hizo El Corte Inglés.

## Integración prioritaria del colectivo de discapacitados

Solo en proyectos de RSC destinados a la acción social, Repsol invirtió en 2009 —aún no ha publicado la memoria del año pasado— 31,2 millones de euros entre España y América Latina. La integración del colectivo de discapacitados es una de sus prioridades, hasta el punto de convertirse en un «referente», según Eduardo García Moreno, director de Responsabilidad Corporativa. Repsol presentó en 2009 su 'Libro Blanco de la Contratación de Personas con Capacidades Diferentes', una guía que recoge la experiencia obtenida por la compañía tras incorporar a 358 personas con discapacidad a su plantilla (más del 2% del total). Además, impartió 30 cursos de formación ocupacional en los últimos cuatro años y renovó su adhesión a distintos



IBERIA

programas de integración. Miguel Sagarra, director de RSC de la Fundación ONCE, cree que «vamos avanzando poquito a poquito, pero con pasos sólidos en la contratación de discapacitados». En su opinión, las empresas «deben vencer aún más barreras y prejuicios».

Son solo ejemplos que cuantifican la labor social de las principales compañías españolas. Ahora su reto, tal como se ha transformado el sector en los últimos años, se basa en ampliar esta tarea más allá de la solidaridad y el cooperativismo. «No consiste solo en qué hacen las empresas sino en qué modelo de gestión tienen», concluye el profesor Josep María Lozano. Lo que surja de ese reto determinará el futuro de la parte más social de la responsabilidad corporativa. Pero está claro que, al menos en este caso, siempre es bueno regresar a los orígenes.