



## **El valor de la RSC en las empresas crece como oportunidad de negocio y reputación en tiempos de crisis**

**La Fundación Execyl organiza una jornada para poner en valor la Responsabilidad Social Corporativa, que da respuesta a las demandas de la sociedad**

*Valladolid, 5 de febrero de 2021*

¿Estamos aprovechando la oportunidad que ofrece apostar por la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en un momento de crisis como el actual? Esa es la duda que la Fundación Execyl ha querido trasladar en la jornada ‘Empresas sostenibles, empresas rentables’, una cita que se llevó a cabo en formato online este pasado jueves, 4 de febrero, y a la que asistieron cerca de setenta representantes de diferentes empresas. Para la Fundación, son precisamente estos momentos de incertidumbre en los que más impacto positivo puede generar una acertada estrategia de RSC como vehículo de nuevas oportunidades de negocio. Además, sirve como base para aportar valor a todos los grupos de interés. “Si lo que se busca es rentabilidad y responder a las demandas de la sociedad, ahora mismo solo hay un camino”, afirman.

De hecho, si las compañías llevan a cabo acciones que verdaderamente generen valor para sus grupos de interés y, a la vez, cuentan con una visión a largo plazo, tanto la sostenibilidad como la rentabilidad estarán aseguradas. “Toda acción vinculada a la RSC debe pasar el filtro de generar valor para nuestros grupos de interés. En tiempos de crisis, los objetivos que nos marcamos, nuestra hoja de ruta, deben ser estables, pero tenemos que adaptar las soluciones en función de las circunstancias. La pandemia ha demostrado que somos más flexibles y creativos de lo que pensábamos”, sostiene Execyl.

Por ello, el encuentro ha permitido poner el foco en la importancia y el valor de la figura del directivo de Responsabilidad Social (Dirse) como agente de cambio, capaz de influenciar, integrar ideas y generar nuevas oportunidades dentro de cualquier compañía. En este sentido, la clave es la formación y, sobre todo, la profesionalización. Asimismo, dentro de la jornada se han puesto de manifiesto experiencias reales de empresas, como Mercadona y Aquona, que traducen su estrategia de RSC a acciones concretas en su día a día.

### **Un buen momento para la RSC**

La encargada de abrir el encuentro moderado por Susana Aguado, directora de Execyl, fue Ana López de San Román, directora académica del Programa Ejecutivo en Responsabilidad Social Corporativa de la Escuela de Negocios CEU Castilla y León, quien expuso las razones por las que ahora es un buen momento para la Responsabilidad Social Corporativa a pesar de la crisis actual. Según López de San Román, “la sociedad lo demanda. Es casi una obligación. Tanto la comunidad y los empleados como la ciudadanía son conscientes de su importancia”.

A continuación, María Eugenia García, delegada de Dirse en Castilla y León, puso de manifiesto la importancia de la profesionalización del perfil del director de RSC por su carácter más estratégico y transversal, dos características que debe tener esta figura, además de “la empatía, saber llegar a la gente y comunicar con responsabilidad”, destacó. Además, aseguró que la RSC no es un gasto, “sino una inversión, una oportunidad de negocio y una herramienta que alimenta la reputación”. En este sentido, añadió que son “los demás los que tienen que hablar bien de ti y de tus acciones”.

Por su parte, Laura Garbajosa, gerente de RSC de Mercadona en Castilla y León y Aragón, y Laura de Vega, responsable de Desarrollo Sostenible de Aquona, expusieron sendas estrategias de las compañías para explicar cómo aterrizan acciones concretas de sostenibilidad en su día a día. Garbajosa explicó que su modelo trata de “satisfacer las necesidades de todos los componentes del sistema”, desde los clientes, pasando por los trabajadores, los proveedores, la sociedad y el capital. “Los resultados son importantes, pero es más importante cómo se obtienen”, aseveró. Por otro lado, De Vega detalló que la estrategia de Aquona se basa en la digitalización, innovación, sostenibilidad y compromiso social, al tiempo que indicó que durante esta pandemia se les han presentado retos que han tenido que superar y atender, como continuar dando suministro preservando la salud y seguridad de sus empleados. Asimismo, expuso nuevas iniciativas como los fondos sociales puestos en marcha para asegurar el suministro a todas las personas en situación de vulnerabilidad.

La clausura corrió a cargo de Teresa Cetulio, presidenta de la Fundación EXECyL, quien además de agradecer la participación de todos los asistentes y las exposiciones de las ponentes, abogó por promover y aterrizar la RSC en cualquier tipo de organización, además de tratar de convencer a los consejos de dirección de la necesidad real de implantarla para mejorar su gestión.

## **Sobre la Fundación Execyl**

La Fundación para la Excelencia Empresarial de Castilla y León, que agrupa a cerca de un centenar de empresas, tanto grandes como pequeñas y representativas de los diferentes sectores de actividad, se ha convertido en el principal foro de intercambio de experiencias entre empresas comprometidas con la excelencia y la promoción de esas buenas prácticas empresariales en la Comunidad.

Con su labor desde 2006, se ha consolidado como un foro para el aprendizaje, la transformación y la economía colaborativa de los actores económicos de la región con el fin de mejorar la competitividad del tejido empresarial castellanoleonés.

La Fundación se encuentra actualmente presidida por MADISON en la persona de Teresa Cetulio, directora de Relaciones Externas de la compañía. El resto del Consejo de Dirección lo componen Mercadona, Cecale, Pascual, Michelin, Everis, Iberaval, Unicaja, Gullón, Getronics, Ambinor, Anta y Jesús e Incosa.

*Para más información:*

**SUBLIM**  
COMUNICACIÓN

[www.comunicacionsublim.es](http://www.comunicacionsublim.es)  
[+ 34 609 215 623](tel:+34609215623) + [34 983 340 811](tel:+34983340811)  
[info@comunicacionsublim.es](mailto:info@comunicacionsublim.es)

MADRID – VALLADOLID – MIAMI