

GOBIERNO CORPORATIVO

El propósito corporativo gana terreno entre los inversores

PUNTOS DE VISTA/ Los inversores creen que el propósito, que expresa el compromiso de la empresa, debe guiar la estrategia del negocio y estar alineado con los ODS.

A. Medina. Madrid

Definir un propósito que vincule los objetivos del negocio con el impacto social, ético y ambiental es una de las grandes tendencias en la gestión de intangibles en el mundo empresarial. El propósito corporativo, con el que se quiere expresar el compromiso de la empresa con la sociedad y el medio ambiente, establece la guía estratégica de actuación de la organización a largo plazo. La firma SquareWell Partners ha querido conocer los puntos de vista de los inversores sobre la importancia del propósito corporativo, quién es el responsable de él dentro de la organización y cómo debe medirse. Para ello, ha entrevistado a inversores de Europa, Norteamérica, Japón y Sudáfrica que, en conjunto, suman 22,1 billones de dólares en activos gestionados.

El informe *Making Corporate Purpose Tangible* muestra que los inversores, que van integrando los factores ambientales, sociales y de gobernanza en sus decisiones, ven el propósito como la fuerza que debe guiar la estrategia empresarial (76%). Debe estar alineado con la estrategia y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (52%) de Naciones Unidas.

Estrategia a largo plazo

Para nueve de cada diez inversores (93%), el propósito corporativo es la base necesaria para establecer una estrategia comercial a largo plazo que cree valor. Además, con-



La mayoría de los inversores espera que la compañía informe del cumplimiento del propósito corporativo.

La opinión de los inversores

- El 93% de los inversores piensa que el propósito es la base necesaria para establecer una estrategia comercial a largo plazo.
- El consejo es el principal responsable de definirlo (93%), pero la dirección también es responsable de implementarlo (73%).

sideran que contribuye a fortalecer la cultura corporativa, a centrar las relaciones con los distintos grupos de interés y a diferenciarse de la competencia.

Según los encuestados, en respuesta múltiple, el principal responsable de definir el propósito corporativo es el consejo de administración (93%), seguido de la alta dirección, incluido el primer ejecutivo (55%). Pero tanto la alta dirección como el consejo

son responsables de garantizar su implementación (73%).

Los inversores participantes también ponen de relieve que el propósito corporativo debe ir mucho más allá de una declaración de la misión por parte de la compañía. El 86% espera que ésta informe sobre su cumplimiento y el 75% ve necesario la existencia de indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir su progreso. Unos indicadores que deben trasladarse a la re-

muneración de los altos directivos (59%). La mayoría sugiere que el propósito debe tener una sección específica dentro del informe anual.

Evaluación

Menos de una cuarta parte de los inversores (21%) han incorporado la evaluación del propósito de una empresa en su análisis de los riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobierno (ESG), pero otro 28% está considerando incorporarla. Y, si bien una cuarta parte sugirió que no se opondrá a ningún punto del orden del día de la junta de accionistas si no están satisfechos con el propósito o su implementación, considera dar su voto negativo a otros puntos como la elección de los miembros del consejo, incluido el presidente (38%).

60 grupos españoles se unen para analizar la sostenibilidad en la era pos-Covid

A. Medina. Madrid

Más de sesenta compañías multisectoriales se han sumado a la alianza empresarial *El futuro de la sostenibilidad: Resiliencia y nueva normalidad de las empresas pos-Covid-19*, liderada por la organización Forética. Esta alianza analiza los nuevos escenarios, tendencias y vulnerabilidades, y trabaja en desarrollar herra-

mientas y soluciones en materia ESG (ambiental, social y de buen gobierno), dirigidas a afrontar los nuevos escenarios empresariales desde los ámbitos de los consejos de administración, la alta dirección y las áreas estratégicas de las compañías.

Entre los grupos participantes, Accenture, Aena, Atresmedia, Bayer, Campo-

frío, Calidad Pascual, Damm, Enagás, Endesa, Heineken, Iberdrola, Leroy Merlin, Lilly, Mercadona, MSD, P&G, Santander o Sacyr.

En colaboración con World Business Council for Sustainable Development (Wbcsd), Forética ha presentado el análisis *Macrotendencias y Disrupciones. Impacto en la realidad empresarial española*. Par-

tiendo de las doce grandes tendencias y diez disrupciones que, a nivel global, van a marcar la década de los años veinte, este análisis pone el foco en España, identificando las cinco principales tendencias: el doble filo demográfico; la vulnerabilidad climática; la singularidad económica; España llena, España vacía; y una sociedad más dividida.

SOCIEDAD Y EMPRESA



La Fundación lucha contra la exclusión en Ciutat Vella (Barcelona).

La Fundación de la Esperanza apoya a los colectivos vulnerables

Expansión. Madrid

La Fundación de la Esperanza, una entidad de la Fundación La Caixa que lucha contra la pobreza y la exclusión social en Ciutat Vella, uno de los distritos más emblemáticos de Barcelona, ha reforzado su apoyo a las personas vulnerables por la crisis social derivada del coronavirus. Creada en 2013, esta fundación tuvo que cerrar sus puertas con el estado de alarma, pero su actividad no se detuvo en ningún momento.

Más de 800 personas han recibido atención telemática durante el confinamiento. La mayor parte son familias que ya acudían al centro antes de la pandemia y que con la crisis sanitaria y social han visto empeorar su situación. Además, se calcula que el 20% de los casos atendidos en junio son nuevos usuarios que se han visto abocados a una situación de vulnerabilidad sobrenvenida. Durante el confinamiento, la prioridad de la Fundación ha sido mantener el vínculo con las familias para detectar sus nuevas necesidades y seguir ofreciéndoles ayuda, en coordinación con los servicios sociales y otras entidades sociales.

Ayudas

En este periodo se han concedido 220 ayudas de alimentación del programa Caixa-Proinfancia, se han distribuido más de 80 ordenadores y tablets entre los niños y jóvenes que asisten a refuerzo educativo y se ha hecho asesoramiento sobre la gestión de ayudas públicas, aspectos jurídico-laborales, y a emprendedores.

En el primer mes desde la

Más de 800 personas han recibido atención telemática durante el confinamiento

reapertura, la fundación se ha centrado en atender presencialmente a las familias con necesidades más acuciantes y con menores conocimientos digitales, mientras mantenía la atención telemática con el resto de usuarios.

“Estos días estamos viendo como la situación de las familias vulnerables que atendemos habitualmente se ha visto muy perjudicada por la crisis social y económica derivada de la pandemia y se ha hecho todavía mayor la brecha de la desigualdad”, señala Núria Danés, directora de la Fundación de la Esperanza. “Además también estamos atendiendo nuevos usuarios, personas que estaban fuera del circuito de servicios sociales y que se han encontrado sin empleo y sin ingresos para hacer frente a las necesidades más básicas. Todos ellos nos piden que les ayudemos a encontrar un empleo y su situación es de desesperación ante la incertidumbre y la falta de perspectivas”, añade Danés.

Atención

La fundación atendió a más de 3.000 personas en situación de pobreza y vulnerabilidad en 2019. La entidad inauguró el año pasado un nuevo edificio en la plaza Sant Just, que ha permitido incrementar las actividades y la atención a las familias, así como facilitar el trabajo en red con las entidades sociales.