

Només seran competitives les empreses que integrin estratègies de desenvolupament socials i sostenibles en el negoci

La Universitat Complutense de Madrid crearà una càtedra extraordinària centrada en el desenvolupament d'eines pedagògiques i investigadores en el camp de la transformació social competitiva.

Les pimes que integrin estratègies socials podran, en aliança amb tercers, col·laborar amb projectes com Incorpora, de la Fundació "la Caixa", col·laboradora de la càtedra.

PIMEC considera que han de ser les pimes, les quals representen el 99,8% del teixit empresarial, les qui liderin el canvi cap a estratègies d'impacte social positiu.

L'esdeveniment s'emmarca en les celebracions del 5è aniversari de l'adopció de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible de les Nacions Unides.

Madrid, 23 de setembre 2020. Només les empreses que apostin per models de desenvolupament basats en estratègies socials i mediambientals tindran oportunitats de creixement sostenible, segons s'ha posat de manifest al Primer Congrés online de Transformació Social Competitiva coorganitzat per la Universitat Complutense de Madrid, PIMEC, la Fundació "la Caixa" i Reale Seguros, amb la col·laboració de Plataforma Pymes, 3a4b i la consultora de comunicació Planner Media com a coordinadora de l'esdeveniment. L'acte, el qual s'emmarca en les celebracions del 5è aniversari de l'adopció de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible de les Nacions Unides, ha acostat a les pimes del nostre país el concepte de la Transformació Social com a font d'avantatge competitiu.

L'acte ha estat conduït per l'alpinista, explorador i comunicador Jesús Calleja i per Begoña Gómez, experta en el tercer sector i en transformació social. De la mà de diferents experts multidisciplinaris, els participants han conegut les oportunitats que s'amaguen després d'aquest nou paradigma d'estratègia empresarial i s'han acostat a aquesta nova realitat mitjançant casos d'èxit concrets, a través de taules rodones que han dialogat sobre els avantatges competitiu que es deriven de la prioritització d'estratègies socials en la presa de decisions empresarials.

Les pimes, líders del canvi

"Les empreses han de canviar perquè la societat així ho reclama, modificant el seu objectiu vital de guanyar diners per crear riquesa, convertint l'ètica en sinònim de rendibilitat. Només seran competitives a mig i llarg termini les empreses que incorporin aquests valors, perquè la societat actual vol enfocaments més humans i exemplaritat", ha expressat José María Torres, vicepresident de Fundació PIMEC i president del Grup Numintec.

ORGANIZAN



COLABORAN



Les pimes representen el 99,8% del teixit empresarial, el 64% del PIB i el 74% de l'ocupació d'Espanya, per la qual cosa Torres considera que han de liderar els canvis futurs que es produiran en la transformació de la societat cap a models de desenvolupament més sostenibles. “El 5G permetrà l'ús de tecnologies que produiran canvis a tots els sectors i les pimes hem d'aprofitar-los. La transformació social competitiva ens aportarà canvis positius que ens permetran promoure l'activitat econòmica des de la sostenibilitat, sense renunciar a la rendibilitat”, ha afirmat.

La implicació de l'àmbit universitari

L'àmbit de la universitat no pot romandre aliè als reptes de la societat, segons el rector de la Universitat Complutense de Madrid (UCM), Joaquín Goyache. “Hem de ser capaços d'impulsar nous nínxols d'ocupació i nous models de negoci, amb creativitat, innovació i creació de valor social com a font d'avantatge competitiu”, ha destacat, per a afegir que “la transformació social de les companyies suposa una transformació estructural, un canvi d'estratègia global que han de fer des dels mateixos fonaments sobre els quals se sustenten els seus propòsits i propostes de valor”.

Com a mostra del compromís de la UCM amb aquest canvi, Goyache ha anunciat que pròximament es crearà una càtedra extraordinària centrada en el desenvolupament d'eines pedagògiques i investigadores en el camp de la transformació social competitiva. En la càtedra participaran, al costat de la Universitat, socis estratègics en aquest àmbit com a Fundació “la Caixa”, Reale Seguros i 3a4b, entre altres entitats.

En opinió de Marc Simón, subdirector general de la Fundació “la Caixa”, si es tenen en compte i es mesuren els aspectes socials en el moment de desenvolupar cada nova idea de negoci, la societat podrà afrontar molt millor qualsevol repte. “Històricament, les societats només progressen quan els índexs de desigualtat són més baixos i els moments de progrés social coincideixen també amb els de major progrés econòmic. Per tant, els aspectes socials són la garantia de continuïtat de qualsevol activitat empresarial”, ha destacat.

Pilar Suárez-Inclán, directora de Comunicació i RSE de Reale Seguros, creu que la Transformació Social Competitiva “és imprescindible com a garantia d'èxit per a les grans, petites i mitjanes empreses com a generadores de llocs de treball i creixement sostingut”. Des de la seva perspectiva, qualsevol empresa, sigui com sigui la seva naturalesa i grandària, pot aconseguir el seu propòsit de generar valor social i competitivitat. “És possible i recomanable canviar la manera d'operar per a aconseguir sostenibilitat econòmica, social i mediambiental a través de la pròpia empresa com a agent de canvi”, ha assenyalat.

ORGANIZAN



COLABORAN



Què és la Transformació Social Competitiva?

Begoña Gómez ha assenyalat que la Transformació Social Competitiva (TSC) sorgeix com a motor i accelerador de l'impacte social dins les empreses. "La metodologia que apliquem permet integrar l'impacte social en l'estratègia de la companyia accelerant els nostres negocis i el nostre estat de benestar en general. Es coneix com el 3W: guanya l'empresa (win), els seus grups d'interès (win) i el planeta (win). Atenent febleses socials del nostre entorn, descobrim noves oportunitats de negoci que ens fan més competitius i ens ajuden a generar un doble valor: alinear els nostres objectius empresarials amb els nostres esforços i capacitats per a la construcció d'un demà del qual sentir-nos orgullosos".

En paraules d'Isabel Garro, sòcia fundadora de 3a4b, "la Transformació Social Competitiva se centra en el desenvolupament d'estratègies de diferenciació empresarial que es basen en la maximització de l'impacte social positiu de l'entorn que envolta a l'empresa; estratègies d'impacte social positiu com a palanca d'acceleració, tant de la transformació de l'entorn de l'empresa, com del posicionament del negoci en la nova realitat post Covid-19".

Primer Congreso online de Transformación Social Competitiva

Solo serán competitivas las empresas que integren estrategias de desarrollo sociales y sostenibles en el negocio

La Universidad Complutense de Madrid creará una cátedra extraordinaria centrada en el desarrollo de herramientas pedagógicas e investigadoras en el campo de la transformación social competitiva.

Las pymes que integren estrategias sociales podrán, en alianza con terceros, colaborar con proyectos como Incorpora, de la Fundación "la Caixa", colaboradora de la cátedra.

PIMEC considera que deben ser las pymes, que representan el 99,8% del tejido empresarial, quienes lideren el cambio hacia estrategias de impacto social positivo.

El evento se enmarca en las celebraciones del 5º aniversario de la adopción de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Madrid, 23 de septiembre 2020. Solo las empresas que apuesten por modelos de desarrollo basados en estrategias sociales y medioambientales tendrán oportunidades de crecimiento sostenible, según se ha puesto de manifiesto en el **Primer Congreso online de Transformación Social Competitiva** coorganizado por la Universidad Complutense de Madrid, PIMEC, la Fundación "la Caixa" y Reale Seguros, con la colaboración de Plataforma Pymes, 3a4b y la consultora de comunicación Planner Media como coordinadora del evento. Este se enmarca en las celebraciones del 5º aniversario de la adopción de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, ha acercado a las pymes de nuestro país el concepto de la Transformación Social como fuente de ventaja competitiva.

ORGANIZAN



COLABORAN



El acto ha sido conducido por el alpinista, explorador y comunicador **Jesús Calleja** y por **Begoña Gómez**, experta en el tercer sector y en transformación social. De la mano de diferentes expertos multidisciplinares, los participantes han conocido las oportunidades que se esconden tras este nuevo paradigma de estrategia empresarial y se han acercado a esta nueva realidad mediante casos de éxito concretos, a través de mesas redondas que han dialogado sobre las ventajas competitivas que se derivan de la priorización de estrategias sociales en la toma de decisiones empresariales.

Las pymes, líderes del cambio

“Las empresas tienen que cambiar porque la sociedad lo reclama, modificando su objetivo vital de ganar dinero por el de crear riqueza, convirtiendo la ética en sinónimo de rentabilidad. Solo serán competitivas en el medio y largo plazo las empresas que incorporen estos valores, porque la sociedad actual quiere enfoques más humanos y ejemplaridad”, ha expresado **José María Torres**, vicepresidente de Fundació PIMEC y presidente del Grupo Numintec.

Las pymes representan el 99,8% del tejido empresarial, el 64% del PIB y el 74% del empleo de España, por lo que Torres considera que deben liderar los cambios futuros que se van a producir en la transformación de la sociedad hacia modelos de desarrollo más sostenibles. “El 5G permitirá el uso de tecnologías que producirán cambios en todos los sectores y las pymes debemos aprovecharlos. La transformación social competitiva nos va a aportar cambios positivos que nos permitirán promover la actividad económica desde la sostenibilidad, sin renunciar a la rentabilidad”, ha afirmado.

La implicación del ámbito universitario

El ámbito de la universidad no puede permanecer ajeno a los retos de la sociedad, según el rector de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), **Joaquín Goyache**. “Debemos ser capaces de impulsar nuevos nichos de empleo y nuevos modelos de negocio, con creatividad, innovación y creación de valor social como fuente de ventaja competitiva”, ha destacado, para añadir que “la transformación social de las compañías supone una transformación estructural, un cambio de estrategia global que deben hacer desde los mismos fundamentos sobre los que se sustentan sus propósitos y propuestas de valor”.

Como muestra del compromiso de la UCM con este cambio, Goyache ha anunciado que próximamente se creará una cátedra extraordinaria en la Universidad Complutense centrada en el desarrollo de herramientas pedagógicas e investigadoras en el campo de la transformación social competitiva. En la cátedra participarán, junto a la Universidad, socios estratégicos en este ámbito como Fundación “la Caixa”, Reale Seguros y 3a4b, entre otras entidades.

ORGANIZAN



COLABORAN



En opinión de **Marc Simón**, subdirector general de la Fundación “la Caixa”, si se tienen en cuenta y se miden los aspectos sociales en el momento de desarrollar cada nueva idea de negocio, la sociedad podrá afrontar mucho mejor cualquier reto. “Históricamente, las sociedades solo progresan cuando los índices de desigualdad son más bajos y los momentos de mayor progreso social coinciden también con los de mayor progreso económico. Por tanto, los aspectos sociales son la mayor garantía de continuidad de cualquier actividad empresarial”, ha destacado.

Para **Pilar Suárez-Inclán**, directora de Comunicación y RSE de Reale Seguros, la Transformación Social Competitiva “es imprescindible como garantía de éxito para las grandes, pequeñas y medianas empresas como generadoras de puestos de trabajo y crecimiento sostenido”. Desde su perspectiva, cualquier empresa, sea cual sea su naturaleza y tamaño, puede conseguir su propósito de generar valor social y competitividad. “Es posible y recomendable cambiar el modo de operar para lograr sostenibilidad económica, social y medioambiental a través de la propia empresa como agente de cambio”, ha señalado.

¿Qué es la Transformación Social Competitiva?

Begoña Gómez ha señalado durante el evento que la Transformación Social Competitiva (TSC) surge como motor y acelerador del impacto social dentro de las empresas. “La metodología que aplicamos permite integrar el impacto social en la estrategia de la compañía acelerando nuestros negocios y nuestro estado de bienestar en general. Se trata de lo que se conoce como el 3W: gana la empresa (win), ganan sus grupos de interés (win) y gana el planeta (win). Atendiendo a debilidades sociales de nuestro entorno, descubrimos nuevas oportunidades de negocio que nos hacen más competitivos y nos ayudan a generar un doble valor: alinear nuestros objetivos empresariales con nuestros esfuerzos y capacidades para la construcción de un mañana del que sentimos orgullosos”.

En palabras de Isabel Garro, socia fundadora de 3a4b, “la Transformación Social Competitiva se centra en el desarrollo de estrategias de diferenciación empresarial que se basan en la maximización del impacto social positivo del entorno que rodea a la empresa; estrategias de impacto social positivo como palanca de aceleración, tanto de la transformación del entorno de la empresa, como del posicionamiento del negocio en la nueva realidad post Covid-19”.

ORGANIZAN



COLABORAN

