

CORRESPONSABLES

Edita: MEDIARESPONSABLE

20 € © 3ª edición



14 DOSSIER

2008

- **ENTREVISTAS:** Juan Mulet, Fundación para la Innovación Tecnológica COTEC y Josué Sallent, Dirección General de la Sociedad de la Información de la Generalitat de Catalunya
- **REPORTAJES:** Más de 45 expertos analizan el estado de la Innovación y Tecnología Responsables en materia de Responsabilidad Social
- **14 ARTÍCULOS DE OPINIÓN** de asociaciones nacionales
- Las **NOTICIAS** más importantes del último año
- **BUENAS PRÁCTICAS** de más de 140 empresas de todos los sectores de actividad en Innovación y Tecnología Responsables

**INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA
RESPONSABLES**



TIEMPO DE LECTURA:



12 MIN.

INNOVACIÓN y TECNOLOGÍA RESPONSABLES: toda una red de conexiones

Iván Sánchez (ivansanchez@empresaresponsable.com)

Son múltiples los enfoques que vinculan la Responsabilidad Social Empresarial con la innovación. Sin embargo, desde algunos foros se denuncia que, en la práctica, la mayor parte de la innovación no tiene en cuenta aspectos de la RSE. Y eso que no son pocas las ventajas de la intersección de estos

dos aspectos, tanto para la empresa, que logra mayores oportunidades de crecimiento, como para la sociedad y el medio ambiente. Sin embargo, no es un camino de rosas. Uno de los mayores obstáculos es la escasa cultura innovadora existente en nuestro país.

Aunque los indicadores del sistema español de innovación siguen evolucionando en el proceso de convergencia con la media europea, el avance sigue siendo aún insuficiente. Son algunas de las principales conclusiones del *Informe 2008 sobre Tecnología e Innovación en España* elaborado por la Fundación para la Innovación Tecnológica COTEC.

Así, el presidente de **COTEC**, **José Ángel Sánchez**, manifestó en el transcurso de la presentación del estudio que “mientras que los recursos empleados en el proceso innovador han tenido tasas de crecimiento que alcanzan el 90% de los valores medios europeos, aquellos que miden la actividad innovadora empresarial escasamente superan el 60% y los que reflejan los resultados finales se encuentran por debajo del 30%. En una metáfora agrícola, sembramos al 90% de la media europea, faenamos al 60% y sólo cosechamos el 30% de esa media”.

Las interpretaciones son muy diferentes, según los indicadores que se tomen como referencia. Precisamente, **Àngels Cabasès**, secretaria nacional de Política Económica de **Esquerra Republicana de Catalunya (ERC)**, destaca que “las empresas están haciendo un esfuerzo importante por incorporar la tecnología en los procesos productivos”. En cambio, **Xavier Agulló**, socio director de **Ètia**, ya nos da una de cal y una de arena: “Innovación y tecnología se encuentran a niveles distintos. Mientras la innovación mantiene ciertos niveles elevados debido a la competencia global, la tecnología sigue siendo un coto privado de grandes compañías o multinacionales”. **Diego Ruiz**, director de Planificación, Control y Recursos de **Telefónica I+D**, ve este último fenómeno desde otra perspectiva bien diferente: “Las grandes empresas españolas estarían en la fase de implantación de estrategias de gestión de la

innovación y la RSE. En cambio, la mayoría de las pymes estaría en una etapa muy incipiente respecto a cómo abordar la gestión de estos intangibles”.

Joaquín Longinos, del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de Economía y Empresa de la **Universidad de Murcia**, entra de pleno en el sector crítico, al asegurar que “en innovación estamos muy mal. Hacen falta centros tecnológicos de verdad, que cuenten con la participación de universidad y empresa, y en los que se produzca una auténtica transferencia de conocimiento y una gestión privada por objetivos”.

Dentro de este grupo también se sitúan **Aldo Olcese**, patrono de la Fundación General de la **Universidad Complutense de Madrid**, puesto que considera que “la gente busca hacer cuenta de resultados a base de negociaciones con el poder y el Gobierno, mientras que olvida hacerlo con el sano ejercicio de la innovación”; y **Aurora Pimentel**, directora de **Ágora Gestión**, según la cuál “el tejido social, económico y empresarial español es más propicio a reconocer y alentar la riqueza puramente financiera —de intermediación o especulación— que la ligada a la innovación”.

Montserrat Llobet, doctorando de Sociología de la **Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)**, también se muestra crítica: “En general, los beneficios empresariales no se han reinvertido en innovación. Esto sitúa el tejido económico español en un nivel muy bajo de competitividad y en una posición muy débil frente a la crisis económica”, sentencia.

UNA RELACIÓN PLURAL

La vinculación entre la RSE y la innovación tiene un carácter poliédrico. No se reduce a una única faceta, sino que se dan múltiples



El tejido empresarial español es más propicio a alentar la riqueza puramente financiera que la ligada a la innovación



“Respecto a la vinculación de la innovación con la RSE en el caso de las pymes, está prácticamente todo por hacer”



FRANCISCO MESONERO, director de la **FUNDACIÓN ADECCO**

“La RSE es sinónimo de innovación”



ANNA BOLAÑOS, responsable de Responsabilidad Social de **AGBAR**

“La RSE aumenta la complejidad en la implantación y seguimiento de las actividades de innovación”



JOSÉ LUIS FEMENÍA, director de Responsabilidad Social Corporativa de **ALCATEL-LUCENT**

“La unión de RSE e innovación ofrece a la empresa una oportunidad mayor de crecimiento”



BORJA BASELGA, director de Responsabilidad Social Corporativa de **BANCO SANTANDER**

“La sostenibilidad, percibida como oportunidad, puede enriquecer y orientar los esfuerzos de innovación”



PILAR LARREA, manager de Responsabilidad Social Empresarial de **DIAGEO**

“Es clave innovar para que las herramientas de RSC sean más eficaces y eficientes”



HERNÁN CORTÉS, subdirector de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible de **ENDESA**

“Hay que apostar decididamente por la innovación en todas las áreas de gestión”

EMPRESAS



ALEJANDRO MARTÍNEZ, director de Responsabilidad Social Corporativa de **EROSKI**

“Una RSE innovadora tiene mayores garantías de éxito”



DANIEL ORTIZ, responsable de Responsabilidad Social Empresarial de **ESTEVE**

“La innovación y la RSE resultan imprescindibles para garantizar la sostenibilidad de una empresa hoy en día”



ARTURO DE LAS HERAS, responsable de Responsabilidad Social Empresarial de **FLUIDRA**

“La RSE, desde la perspectiva de la innovación, abre una gran oportunidad de posicionamiento”



EMILIO ESTRADA, presidente de la **FUNDACIÓN BP ESPAÑA**

“El concepto de sostenibilidad está estrechamente ligado con el de futuro”



ELISENDA BALLESTER, directora de Comunicación Corporativa de **HENKEL**

“Cuanto más innovemos en RSE, más beneficiadas se verán la empresa y la sociedad”



“Cualquier desarrollo debe ser compatible con los valores humanos y ambientales del entorno”



BEATRIZ SÁNCHEZ, directora de Marca y Responsabilidad Corporativa de **INDRA**

“Las principales barreras para la innovación han sido el limitado acceso a la financiación y la falta de cultura y tradición innovadora”

conexiones. Una de ellas apunta que la RSE es ya de por sí innovación. Así lo expresa **Ana Palencia**, directora de Comunicación de **Unilever**: “La RSC significa una manera innovadora de gestionar la empresa”. Coincide con ella **Francisco Mesonero**, director de la **Fundación Adecco**: “La RSE es sinónimo de innovación, puesto que es la capacidad de las personas que componen una empresa de innovar en el comportamiento de la misma para lograr el bienestar social”.

En la misma línea se sitúa **Isabel Roser**, responsable del Programa de RSE de la **Fundación Carolina**. A su juicio, “la RSE es un elemento de innovación de la gestión porque establece un nuevo marco de relaciones entre la sociedad y la empresa, y dentro de la propia compañía”.

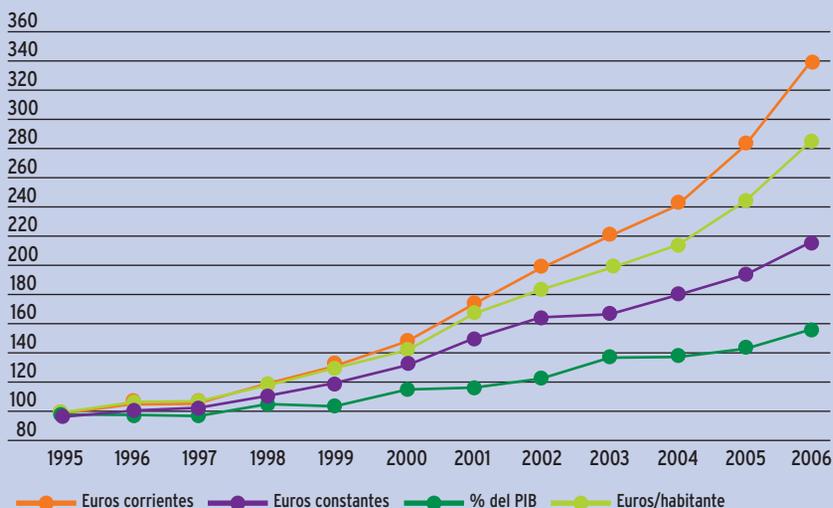
También se suma a este posicionamiento **David Tiñena**, director técnico de **Alma Social**, según el cual “constantemente surgen nuevos retos y necesidades que obligan a la RSE a estar actualizándose según las necesidades y oportunidades del mercado”. “Es clave innovar para que las herramientas de RSC sean más eficaces y eficientes”, añade **Pilar Larrea**, manager de RSE de **Diageo**. Desde **Iberia**, se manifiestan en la misma línea: “En el momento actual no hay duda de que cualquier desarrollo económico y tecnológico debe ser compatible con la preservación de los valores humanos y ambientales de nuestro entorno”.

Otra cara de esta relación es la que sitúa a la innovación como una de las áreas primordiales de la RSE. Al menos, así lo defienden **Aldo Olcese** (UCM), para quien “la innovación es una de las facetas fundamentales de la RSE. Las empresas están obligadas en conciencia social a hacer innovación. Es ejemplarizante”, e **Ignacio Urbelz**, director general de Relaciones Externas del **Grupo Leche Pascual**, a juicio del cual “la innovación es, sin duda, un elemento importante de la estrategia de Responsabilidad Social”.

Justamente, **Neus Martínez**, directora de Relaciones y Comunicación Corporativas de **Nestlé España**, destaca la misma conexión pero en dirección opuesta: “Los aspectos de Responsabilidad Social se incluyen, cada vez con mayor frecuencia, en los procesos de innovación”. **Nagore López**, responsable de Calidad y Relaciones Institucionales de la **Fundación Centro Internacional de Formación CIFF**, señala las dos principales líneas de RSE que, a su modo de ver, está abordando la innovación tecnológica: “Por un lado, se ha hecho un fuerte esfuerzo en investigación para crear sistemas productivos respetuosos con el medio ambiente. La otra línea se refiere a la introducción de mejoras tecnológicas en los puestos de trabajo y a la inclusión de personas con discapacidad en el mundo laboral”.

La innovación vinculada al diálogo con los grupos de interés también forma parte de

EVOLUCIÓN TOTAL DEL GASTO EN I+D EN ESPAÑA



Fuente: Informe 2008 sobre Tecnología e Innovación en España de COTEC



Es clave innovar para que las herramientas de Responsabilidad Social sean cada vez más eficaces y eficientes



esta relación polifacética, tal y como argumenta **Luc Wijnhoven**, director financiero y máximo responsable de RSE de **Océ**: “Muchas empresas ofrecen a la sociedad herramientas proactivas para comunicar a los departamentos de I+D+i las necesidades y preocupaciones sobre el uso de los productos. Esta comunicación ayuda a desarrollar soluciones que se adaptan mejor a las necesidades del mercado”.

Otros argumentos refrendan esta conexión innovación-*stakeholders*, como es el caso de **Liberty Seguros**—“Es un hecho que la RSE está generando un impulso en la estrategia de las compañías que, motivadas por atender las necesidades de sus públicos de interés, generan y mejoran servicios y productos con unas miras de sostenibilidad y responsabilidad”— y **Gema Román**, corresponsable del área de RSE de **Inforpress**, para quien “el diálogo con los grupos de interés es un *input* fundamental para las empresas a la hora de

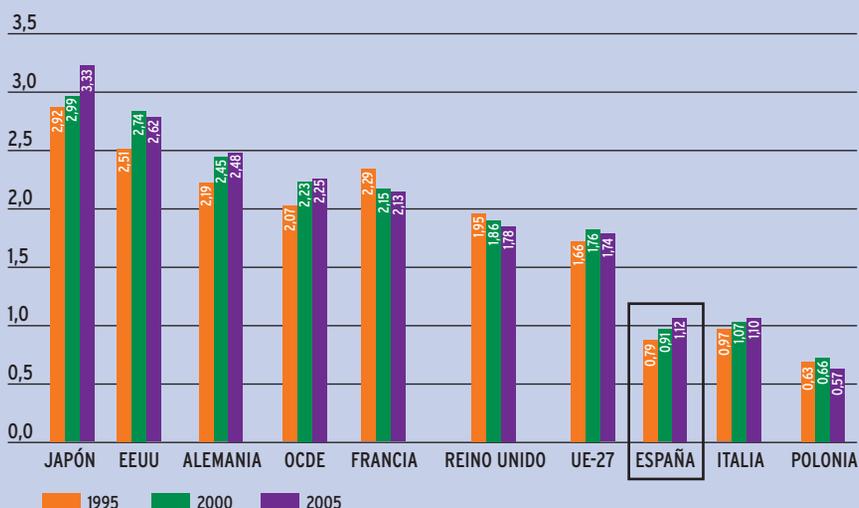
aportar soluciones de valor añadido que se adapten a las necesidades, características y exigencias del entorno”.

Del mismo modo, Montserrat Llobet (UAB) pone el acento en que “la innovación responsable o sostenible se consigue observando las necesidades de la sociedad y buscando formas de satisfacer una necesidad que ayudan a la satisfacción de otras. En cambio, hay formas que satisfacen una sola necesidad, pero que dificultan la satisfacción de otras”.

Un actor que entra en juego en la relación innovación-RSE es la sostenibilidad, tal y como pone de manifiesto **Daniel Ortiz**, responsable de RSE de **Esteve**, al asegurar que “tanto la innovación como la Responsabilidad Social resultan absolutamente imprescindibles para garantizar la sostenibilidad de una empresa hoy en día”.

Una postura similar mantiene **Hernán Cortés**, subdirector de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible de **Endesa**, quien

EL ESFUERZO EN I+D DE LOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS



Fuente: Informe 2008 sobre Tecnología e Innovación en España de COTEC

EMPRESAS



LOURDES ARANA,
jefa de la Obra Social de
KUTXA

“Escasean los líderes empresariales capaces de cautivar a toda una plantilla con un proyecto empresarial”



IGNACIO URBELZ,
director general de Relaciones
Externas de **LECHE
PASCUAL**

“La innovación es, sin duda, un elemento importante de la estrategia de Responsabilidad Social”



“Las compañías generan y mejoran servicios y productos con unas miras de sostenibilidad y responsabilidad”



TERESA MILLÁN,
directora de Relaciones
Institucionales de **LILLY**

“El principal freno con el que nos encontramos es la tendencia a no valorar suficientemente la innovación farmacéutica”



OLVIDO NICOLÁS,
directora de Responsabilidad
Corporativa de **MICROSOFT**

“Es necesario que el sector privado, el público y las ONG unan sus fuerzas”



NEUS MARTÍNEZ,
directora de Relaciones y
Comunicación Corporativa de
NESTLÉ ESPAÑA

“Los aspectos de Responsabilidad Social se incluyen, cada vez más, en los procesos de innovación”



LUC WIJNHOVEN,
director financiero y máximo
responsable de Responsabilidad
Social Empresarial de **OCE**

“Muchas empresas ofrecen a la sociedad herramientas proactivas para comunicar sus necesidades”

EMPRESAS



“Las tradicionales siglas I+D+i, en nuestro caso serían ‘imaginación’, ‘dedicación’ e ‘ilusión’”



DIEGO RUIZ,
director de Planificación,
Control y Recursos de
TELFÓNICA I+D

“Las pymes están en una etapa muy incipiente respecto a cómo abordar la innovación”



ANA PALENCIA,
directora de Comunicación
de **UNILEVER**

“La RSC es una manera innovadora de gestionar la empresa”

ACADÉMICOS



NAGORE LÓPEZ,
responsable de Calidad y
Relaciones Institucionales de
CIFF

“Se ha hecho un fuerte esfuerzo en investigación para crear sistemas productivos respetuosos con el medio ambiente”



MONTSERRAT LLOBET,
doctorando en Sociología
de la **UNIVERSITAT
AUTÒNOMA DE
BARCELONA (UAB)**

“En general, los beneficios empresariales no se han reinvertido en innovación”



ÓSCAR J. GONZÁLEZ,
profesor del Área de
Organización de Empresas de
la **UNIVERSIDAD DE
BURGOS**

“Las empresas que invierten en innovación van un paso por delante del resto”



ALDO OLCESE, patrono
de la Fundación General de
la **UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE DE
MADRID**

“La gente olvida hacer negocios con el sano juicio de la innovación”

LA CRISIS ECONÓMICA ¿FRENO O ESTÍMULO?

Hay un amplio debate sobre si la actual crisis económica beneficia o perjudica a la innovación y a la RSE.

Así, **Miquel Bonet**, consejero del **Grupo Select**, sostiene que “ahora el momento es bueno, porque cuando hay crisis también se frena el consumo, aumenta la exigencia y entonces la innovación y la tecnología adquieren un papel relevante”.

La opinión de **Lourdes Arana (Kutxa)** refuerza este último posicionamiento, ya que considera que “en una situación económica boyante como la que hemos vivido hasta ahora en la que la empresa obtiene resultados positivos, podemos adormilarnos”.

Contrariamente, **Ignacio Urbelz (Leche Pascual)** cree que “los principales frenos para la relación entre RSE e innovación quizás puedan derivarse de la actual situación económica, susceptible de limitar una inversión adecuada para la innovación”. De la misma manera, **Jordi Torrents**, director de Reputación Corporativa de **Acceso Group**, no ve otro freno “que la actual crisis económica y los consecuentes recortes presupuestarios”.

considera que “la única solución para las empresas que realmente quieren ser líderes en sostenibilidad es apostar decididamente por la innovación en todas las áreas de gestión”. **Emilio Estrada**, presidente de la **Fundación BP España**, también cree que “el concepto de sostenibilidad está estrechamente ligado con el de futuro y para contribuir a mejorar y construir este futuro, la innovación empresarial y la investigación son esenciales”.

Pero son muchos otros los matices que marcan la relación entre innovación y RSE. Por ejemplo, **Grupo SOS** explica que “en el caso de la innovación aplicada a la Responsabilidad Social, el escepticismo nos exige ser aún más recursivos. Las tradicionales siglas I+D+i, en nuestro caso serían ‘imaginación’, ‘dedicación’ e ‘ilusión’”.

Francisco Sánchez, director de **Network World**, defiende que “sólo es posible la innovación si se asume una vía de desarrollo en consonancia con las necesidades sociales. Lo contrario es una barbarie. Si existe algún camino de conciliación entre la visión cruda capitalista del mundo y de las intenciones socialdemócratas por alcanzar un mundo más justo, racional y solidario es ésta. La economía libre puede ser efectiva sin enseñar los dientes. Es más, la innovación y la RSE ayudan a limar los colmillos más sucios del ‘sálvese quien pueda’, principio amoral que tantas veces y durante tanto tiempo ha dominado el planeta”.

UNA RELACIÓN ESCASA

A pesar de esta multiplicidad de conexiones entre innovación y RSE, un segmento de la

opinión pública denuncia que en la práctica dicha relación es escasa.

Así, **Diego Lejarazu**, responsable de Voluntariado Corporativo de **Fundación Chandra**, considera que “las empresas que apuestan por la innovación, lo hacen desde un enfoque más vinculado con la gestión puramente empresarial y de producto, que con un enfoque de RSE”.

Un argumento muy parecido es el que emplea **José Luis Fernández**, secretario de Relaciones Institucionales y Comunicación de la **Unión Sindical Obrera (USO)**: “Buena parte de la escasa apuesta por la innovación en las empresas, se realiza más en base a la mejora del producto, sin importar tanto las condiciones en las que éste se produce o las consecuencias medioambientales”.

De la misma manera, **Isabel López**, socia responsable del área de Responsabilidad Corporativa de **Villafañe & Asociados Consultores**, critica el hecho de que “las empresas españolas estén más preocupadas por los aspectos formales de la responsabilidad, como la rendición de cuentas, que en la verdadera gestión de la innovación desde un punto de vista responsable”.

Una carencia que también señala **Carlos Egea**, secretario de la **Fundación Tecnología Social**: “El desarrollo de la RSE no alcanza a un pleno



compromiso con proyectos innovadores que pueden aparejar beneficios notables a grupos concretos y a la población en general”.

VENTAJAS

Si en la práctica la vinculación entre innovación y RSE es tan escasa como apuntan los expertos citados anteriormente, no será por falta de ventajas. “Cuanto más innovemos en RSE, más beneficiadas se verán la empresa y la sociedad”, sentencia **Elisenda Balles-ter**, directora de Comunicación Corporativa de **Henkel**. En un plano más global también se sitúa Unilever, para la que “las compañías tienen la oportunidad de desarrollar cada vez más innovaciones que permitan que los productos y procesos sean más sostenibles y a través de los cuales se haga patente el compromiso con el medio ambiente y la sociedad”.

Javier Benavente, presidente de **Alares**, pone el acento en la integración social: “A mayor protagonismo de las políticas de RSE que apuesten por la innovación, se conseguirá una integración social cada vez más óptima, por todos los colectivos que no se han incorporado aún al uso de las TIC de forma cotidiana”.

Además, hay quién resalta la repercusión positiva de esta relación en los objetivos estrictamente lucrativos de la empresa. Así, **José Luis Femenía**, director de RSC de **Alcatel-Lucent**, está convencido de que “la unión de Responsabilidad Social e innovación ofrece a la empresa una oportunidad mayor de crecimiento”. También lo está **Arturo de las Heras**, responsable de RSE de **Fluidra**: “La Responsabilidad Social, desde la perspectiva de la innovación, abre una gran oportunidad de posicionamiento y crecimiento competitivo en los mercados”.

BRECHA DIGITAL

La brecha digital ha protagonizado uno de los debates más intensos entre los expertos consultados por MediaResponsable. Entre los que tienen una visión optimista se encuentra **Yolanda Rueda**, presidenta de **Cibervoluntarios**, según la cual “se están haciendo muchos avances por parte de diferentes entidades. Lo importante es que se está trabajando a nivel multisectorial”. Se suma **Nagore López (CIFF)**: “Se ha establecido un fuerte vínculo entre innovación y objetivos de RSE por parte de las empresas, que ha contribuido a suavizar la brecha tecnológica existente entre España y otros países miembros de la Unión Europea”.

Carlos Egea (Fundación Tecnología Social) da una de cal y una de arena: “Hay un gran avance: se tiene plena conciencia de que dicha brecha existe y que supone un problema social con necesidad de abordaje inmediato. Sin embargo, todavía cuesta mucho trabajo conseguir una implicación activa en proyectos que supongan un intento de cerrar la brecha”. Por su parte, **José Antonio Lavado**, socio director de **Bidea**, lanza una señal de alerta al asegurar que “el riesgo de que la brecha digital aumente es muy elevado a la vista del grado de evolución en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación”. **Jaume Albaigès (Tecnologia.org)** advierte de otro peligro: “La lucha contra la brecha digital no puede limitarse a la dotación de infraestructuras sino que debe contemplar siempre una formación continua y rigurosa. En caso contrario, existirá incluso la posibilidad de que colectivos aparentemente integrados digitalmente caigan del tren”.

Oscar J. González (Universidad de Burgos) ya entra de pleno en el posicionamiento crítico al considerar que “la brecha digital en España sigue inamovible en los últimos años y nos alejamos del comportamiento de otros países más desarrollados. Principalmente, se debe al mayor coste del acceso a Internet, la peor velocidad media de acceso y a que el 56% del mercado lo controle una empresa”. Peor lo ve **Diego Lejarazu (Fundación Chandra)**: “Según un informe de la OCDE, la brecha digital se amplió en España en 2007 porque el crecimiento del acceso a Internet fue menor que en otros países desarrollados y, además, en nuestro país la banda ancha es más cara en relación con la renta per cápita”.

ACADÉMICOS

JOAQUÍN LONGUINOS,

Dpto. de Comercialización e Inv. de Mercados de la Facultad de Economía y Empresa de la **UNIVERSIDAD DE MURCIA**

“En innovación estamos muy mal”

MEDIOS DE COMUNICACIÓN



FRANCISCO SÁNCHEZ, director de **NETWORK WORLD**

“Sólo es posible la innovación si se asume una vía de desarrollo en consonancia con las necesidades sociales”



JAUME ALBAIGÈS, autor de **TECNOLONGÍA.ORG**

“Innovando en sus políticas RSE, las empresas se hacen merecedoras de la confianza de sus diferentes grupos de interés”

PARTIDOS POLÍTICOS



ÀNGELS CABASÈS, secretaria nacional de Política Económica de **ERC**

“Las empresas se están esforzando por incorporar la tecnología en los procesos productivos”

PROVEEDORES



JORDI TORRENTS, director de Reputación Corporativa de **ACCESO GROUP**

“Un freno a la innovación puede ser la actual crisis y los consecuentes recortes presupuestarios”



AURORA PIMENTEL, directora de **AGORA GESTIÓN**

“Se alienta más la riqueza puramente financiera que la ligada a la innovación”



JAVIER BENAVENTE, presidente de **ALARES**

“A mayor protagonismo de las políticas de RSE que apuesten por la innovación, se conseguirá más integración social”

PROVEEDORES

DAVID TIÑENA,
director técnico de **ALMA SOCIAL**

“Constantemente surgen nuevos retos y necesidades que obligan a la RSE a estar actualizándose”



JOSÉ ANTONIO LAVADO,
socio director de **BIDEA**

“El riesgo de que la brecha digital aumente es muy elevado”



XAVIER AGULLÓ,
socio-director de **ËTIA**

“Innovación y tecnología se encuentran en niveles distintos”



GEMA ROMÁN,
corresponsable del área de Responsabilidad Social Empresarial de **INFORPRESS**

“El diálogo es un *input* fundamental para aportar soluciones con valor añadido”



MIQUEL BONET,
consejero del **GRUPO SELECT**

“Cuando hay crisis, la innovación y la tecnología adquieren un papel relevante”

ISABEL LÓPEZ, socia responsable del área de RC de **VILLAFÑE**

“Las empresas españolas están más preocupadas por los aspectos formales de la Responsabilidad Corporativa que de la gestión de la innovación”

SINDICATOS



JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ,
secretario de Relaciones Institucionales y Comunicación de **UNIÓN SINDICAL OBRERA (USO)**

“Buena parte de la escasa apuesta por la innovación en las empresas, se realiza más en base a la mejora del producto”

Por su parte **Óscar J. González**, profesor del Área de Organización de Empresas de la **Universidad de Burgos**, destaca que “las empresas que invierten en innovación van un paso por delante del resto y, por lo tanto, es más fácil que inviertan en RSE como una estrategia para mejorar su gestión”.

La mejora en la relación con los grupos de interés es otra de las ventajas de que RSE e innovación vayan de la mano. Al menos eso es lo que cree Xavier Agulló (Ëtia): “Si en algo puede ayudar la innovación a la RSC es a aumentar la implicación de los grupos de interés, por ejemplo, a través de una auténtica verificación, que sigue siendo uno de los mitos de la RSC por ahora”.

También defiende este posicionamiento **Jaume Albaigès (Tecnologia.org)**. Para este experto, “las empresas deben darse cuenta de que innovando en sus políticas RSE se hacen merecedoras de la confianza de sus diferentes grupos de interés y que éstos sean receptivos a dicha innovación premiando las mejores iniciativas y las empresas que las promuevan”.



Además, la relación entre innovación y RSE beneficia a ambos elementos, tal y como apuntan **Alejandro Martínez**, director de RSC de **Eroski** —“Una RSE innovadora tiene mayores garantías de éxito”— y **Borja Baselga**, director de RSC de **Banco Santander** —“la sostenibilidad, percibida como oportunidad, puede enriquecer y orientar los esfuerzos de innovación”—.

FRENOS

A pesar de estas ventajas, vincular la RSE y la innovación no es un camino de rosas. No son pocos los frenos y dificultades que entorpecen tanto esa relación como el avance de cada uno de los elementos.

Hernán Cortés (Endesa) denuncia que en España “no existe un marco regulatorio que premie de forma decidida el esfuerzo que se realiza en la investigación necesaria para la innovación, los beneficios derivados de la innovación no siempre se reflejan de forma inmediata en la cuenta de resultados y existe una menor cultura de innovación en general, que se refleja en todos los ámbitos de la sociedad”.

Para **Beatriz Sánchez**, directora de Marca y Responsabilidad Corporativa de **Indra**, las principales barreras que se dan en nuestro país son “el limitado acceso a la financiación, la falta de cultura y tradición innovadora y el nivel de formación de la población, relativamente más bajo que la media europea”. **Teresa Millán**, directora de Relaciones Institucionales de **Lilly**, habla del caso de la farmacéutica en particular: “El principal freno con el que nos encontramos es la tendencia a no valorar suficientemente la innovación farmacéutica. La inversión que realiza un laboratorio farmacéu-

INNOVACIÓN, MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA

Son varios los expertos que coinciden a la hora de subrayar que la innovación no sólo se circunscribe al área tecnológica, sino que abarca muchos otros aspectos.

Es el caso de **Daniel Ortiz (Esteve)**, para el que “la innovación no puede ni debe limitarse al ámbito científico-técnico, sino que alcanza incluso a la misión, visión, valores, la estrategia empresarial y todas y cada una de las diferentes áreas funcionales de la empresa”.

De la misma manera, **José Luis Femenía (Alcatel-Lucent)** sostiene que “la innovación no es sólo tecnológica: la gestión y los procesos también deben evolucionar en la empresa”. Además de no limitarse exclusivamente a la tecnología, para **Anna Bolaños (Agbar)** la innovación debe ir más allá de una inyección monetaria: “La innovación no debería asociarse únicamente a una inversión económica, sino también a las actitudes y los hábitos, algo que puede dar resultados sorprendentes con un coste mínimo”.

DIFICULTADES DE LA PYME

Parece que la relación entre la RSE y la innovación resulta especialmente complicada para las pymes. Al menos eso es lo que se desprende de la opinión de varios expertos, como es el caso de **Ignacio Urbelz (Grupo Leche Pascual)**, para el que “las pymes se encuentran con mayores dificultades en este campo”.

Más crítico se muestra **Accenture**: “Respecto a la vinculación de la innovación con la RSE en el caso de las pymes, está prácticamente todo por hacer. El gran reto está en adaptar los principios

de la RSE a la realidad de las pequeñas y medianas empresas”.

Por su parte, **Arturo de las Heras (Fluidra)** señala que “la innovación, en sus estados iniciales, genera incertidumbre y las pymes son reacias a experimentar sin tener asegurada la rentabilidad de la innovación. De ahí la gran importancia de las ayudas públicas en materia de I+D y la necesidad del diálogo con los grupos de interés, a efectos de que ayuden a mitigar el riesgo empresarial en la implantación de la innovación”.

tico es muy elevada, así como los riesgos e incertidumbres que rodean este proceso de desarrollo de nuevos medicamentos”.

Ambos expertos hacen referencia a la falta de una cultura innovadora en España, un fenómeno al que Francisco Mesonero (Adecco) se refiere en los siguientes términos: “El freno está dado por nuestros propios prejuicios y por el miedo a innovar, a evolucionar y a perder el *status quo*”. **Lourdes Arana**, jefa de la Obra Social de **Kutxa**, alude a dos tipos de frenos, los económicos y los de liderazgo: “Escasean los líderes empresariales capaces de cautivar a toda una plantilla con un proyecto empresarial. Y, económicos, en un doble sentido, por una parte, en una situación económica boyante como la que hemos vivido hasta ahora en la que la empresa obtiene resultados positivos, podemos adormilarnos y, por otra, el tamaño de la empresa en España- pyme y micropyme-puede dificultar esta visión”.

Por su parte, **Pilar Larrea (Diageo)** coincide con uno de los aspectos destacados por Cortés, al asegurar que “uno de los frenos con los que puede encontrarse la innovación en relación con la RSE actualmente es que sus resultados son menos tangibles y más complicados de evaluar que en otras áreas de la empresa”. De la misma manera, **Diego Ruiz (Telefónica I+D)** cree que “existe la dificultad añadida de cómo medir el efecto positivo de estas prácticas de gestión, incluyendo la percepción por parte de los grupos de interés del carácter innovador o responsable de la organización. Este factor cobra aún más importancia en un contexto económico que lleva a las compañías a ajustar sus presupuestos de inversión”.

En línea con este argumento, **Anna Bolaños**, responsable de Responsabilidad Social de **Agbar**, sostiene que “la RSE aumenta la complejidad en la implantación y seguimiento

de las actividades de innovación, aunque el resultado final sea positivo”.

RETOS

Para que los lazos existentes entre innovación y Responsabilidad Social se afiancen es necesario asumir una serie de retos. A juicio de **Neus Martínez (Nestlé)**, “todavía falta una mayor sensibilización en la empresa de los aspectos de RSC y su vinculación con los procesos de innovación”.

Daniel Ortíz, responsable de RSE de **Esteve**, pone el acento en el aspecto actitudinal: “Tanto para innovar, como para desarrollar la RSE, resulta imprescindible ser proactivo y tener una fuerte motivación. Es decir, querer anticiparse, esforzarse en encontrar nuevas respuestas y más adecuadas para afrontar los nuevos (o no tan nuevos) desafíos de la empresa”. Por su parte, **Telefónica** destaca que “los retos a medio plazo pasan por incorporar la RSE y la innovación en la gestión cotidiana de las empresas, como en su día se hizo con la calidad o el medio ambiente”.

La relación con los *stakeholders* también se encuentra entre los retos de la innovación y la RSE. Así, **Olvido Nicolás**, directora de RC de **Microsoft Ibérica**, hace hincapié en la necesidad de que “el sector privado, el público y las ONG unan sus fuerzas y colaboren en proyectos conjuntos que de otra forma no podrían realizarse”. De hecho, **Isabel Roser (Fundación Carolina)** concreta en uno de los ámbitos donde se pueden desarrollar estas colaboraciones: “Es necesario hacer más alianzas público-privadas entre empresa y universidad para aprovechar potencialidades que están por explotar en España”. Por su parte, **Gema Román (Infopress)** considera que “el principal reto es la transparencia. Para que la integración de la RSE derive en la generación de innovación,

TERCER SECTOR



YOLANDA RUEDA,
presidenta de
CIBERVOLUNTARIOS

“Se ha avanzado mucho en la reducción de la brecha digital”



ISABEL ROSER,
responsable del Programa
de Responsabilidad Social
Empresarial de la **FUNDACIÓN
CAROLINA**

“La RSE es un elemento de innovación de la gestión”

DIEGO LEJARAZU,
responsable de Voluntariado Corporativo de
FUNDACIÓN CHANDRA

“Las empresas que hacen innovación, no lo hacen con un enfoque de RSE”



CARLOS EGEEA,
secretario de la
**FUNDACIÓN
TECNOLOGÍA SOCIAL**

“El desarrollo de la RSE no alcanza a un pleno compromiso con proyectos innovadores”

la compañía debe estar dispuesta a mostrar, escuchar e incorporar a grupos de interés en los procesos de comunicación como colaboradores”. **Àngels Cabasès (ERC)** apunta un último reto: “Se hace necesario incrementar la formación para facilitar un mayor espíritu innovador en los procesos de gestión”.

En definitiva, usando un símil futbolístico, parece ser que la dupla innovación+RSE se está convirtiendo en un ‘fichaje’ imprescindible si la empresa quiere estar en lo más alto de la ‘tabla’. ©