

Los Directivos en el punto de mira de Hacienda.

De momento, el golpe fiscal se dirige a los seguros y planes de pensiones de altos directivos a través de las enmiendas del PP en el Senado a la ley de acompañamiento de los PGE de 2013.

La imputación fiscal de primas de los contratos de seguro será obligatoria por el importe que exceda de 100.000 euros anuales por contribuyente y respecto del mismo empresario, salvo en los seguros colectivos contratados a consecuencia de despidos colectivos realizados de conformidad con lo dispuesto en el artículo 51 del Estatuto de los Trabajadores. Es decir, los directivos tributarán al tipo marginal del IRPF de entre el 52% (Madrid) y el 56% (Cataluña) en los importes que superen los 100.000 euros. Se estima que sólo con los planes contratados por directivos del IBEX en 2012 se ingresarán 10 millones de euros en la Hacienda. Y dicen que no es la única medida fiscal en la hoja de ruta de Cristóbal Montoro, que ve un buen filón en la alta dirección. Seguiremos informando.



ÚLTIMA HORA

FORO ECOFIN DE FINANZAS, CRÉDITO Y RIESGOS



Martes, 5 de Diciembre de 2012

El Foro ECOFIN colaboró con MADRID WOMAN'S WEEK en un coloquio sobre RSC

Montserrat Tarrés: “Las empresas deben ser el espejo de la sociedad”

¿Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa? ¿Marketing o compromiso? El pasado 27 de noviembre, Salvador Molina, presidente del Foro ECOFIN, moderó el debate del desayuno-coloquio ‘Empresas con compromiso’, organizado por MADRID WOMAN'S WEEK, en colaboración con el Foro ECOFIN. Ana Irusta, directora de Diversidad de Banesto, y Montserrat Tarrés, directora de Comunicación de Novartis, desvelaron los mitos y los hitos de las políticas de Responsabilidad Social de las empresas en nuestro país. Además de Salvador Molina, en la mesa presidencial estuvieron presentes otros dos miembros del Foro ECOFIN: Carmen M. García, fundadora y directora general de MADRID WOMAN'S WEEK, y Pilar Gómez-Acebo, presidenta del Consejo Asesor de MADRID WOMAN'S WEEK.



Salvador Molina, presidente del Foro ECOFIN, junto a Ana Irusta (Banesto), Montserrat Tarrés (Novartis) y Carmen M. García (MADRID WOMAN'S WEEK).

RESERVA EN TU AGENDA EL 5 y 6 DE JUNIO DE 2013 – ecofin@ecofin.es

“No es lo mismo Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que Responsabilidad Social Empresarial (RSE)”, declaró Ana Irusta, directora de Diversidad de Banesto. “La RSC es el término empleado por las grandes corporaciones, mientras que RSE acode también a las pymes”, matizó la directiva, que añadió que, en estos casos, lo mejor es decantarse simplemente por “responsabilidad social”.

En este sentido, **Salvador Molina, presidente del Foro ECOFIN**, apuntó que esta diferencia entre RSC y RSE deriva de quienes hablan de ello, en especial, de los políticos: *“Son ellos quienes utilizan la RSE porque así direccionan a quien van las leyes que elaboran”, aclaró.*

“La RSC va más allá de cumplir la ley”, sentenció Montserrat Tarrés, directora de Comunicación de Novartis, zanjando el discurso sobre la forma, avanzado que la responsabilidad en el mundo empresarial consiste en “generar valor a través de un negocio responsable”. Ello supone, según la DirCom, “una manera de hacer negocios”, no una muestra de “filantropía”. “Los principios de la RSC guían la conducta y forman parte integrante de cómo desarrollamos, fabricamos, comercializamos y distribuimos nuestros productos. Esto proporciona beneficios a la sociedad más allá del éxito económico”, apuntó la ponente.

La Igualdad y la Diversidad, dos valores necesarios de toda RSC

No obstante, a la hora de abordar y/o construir una política de RSC es necesario tener en cuenta a los empleados, pilar fundamental de todo código, y, a través de ellos, a la sociedad, puesto que las empresas están formadas por personas. *“Las empresas deben estar comprometidas con sus trabajadores, con sus clientes”, declaró Ana Irusta. “Lo diferente, lo que aporta cada uno debe tener cabida en la empresa, mirando siempre a un objetivo común”, sentenció la directiva.*

De este modo, temas como la Igualdad, primero, y la Diversidad, más recientemente, se han convertido en dos de los puntos de partida de toda estrategia de responsabilidad corporativa. La responsable de Diversidad de Banesto explicaba este cambio de la siguiente manera: *“En Banesto, llevamos 10 años gestionando la Igualdad.*

Comenzamos con políticas de igualdad de oportunidades, para que la mujer pudiera hacer carrera. Más tarde, se abrió el enfoque de conciliación para cualquier persona de la entidad, hombres y mujeres. Luego comenzamos a gestionar la diversidad mediante una cultura inclusiva y a través de la búsqueda de soluciones para los diferentes colectivos”.

Montserrat Tarrés apuntó las empresas deben ser *“el espejo de la sociedad”*. En este sentido, la ponente destacó que en Novartis, a la hora de plantear la política de RSC, también creen en la *“Diversidad”*, una concepción que va más allá del *“género”* y que tiene en cuenta otros aspectos, como la edad y la experiencia.

Tarrés desveló que otro de los vértices de la estrategia de la farmacéutica es la *‘reverse mentoring’*, una práctica que pretende tender puentes a nivel interno entre la experiencia de los trabajadores más veteranos y las ideas frescas de los más jóvenes.

Comunicar, la asignatura pendiente

“Parece que a las empresas les cuesta comunicar este tipo de acciones. Hay que comunicar lo que se hace bien”, con esta sentencia Salvador Molina dio un giro al coloquio, afirmando: “No se trata de utilizar la RSC para que nos aplaudan, hay que hacerlo para motivar, para que sea un revulsivo para otras personas, para otras empresas”.

A este respecto, Montserrat Tarrés declaró: *“Soy una firma defensora de que hay que decir lo que se hace y no hacer cosas para decirlas. Hay que darle mucha importancia a la comunicación de la RSC, tanto interna como externamente, incluso emocionalmente. Los empleados deben saber qué estamos haciendo. En Novartis, el 96% de los empleados siente que trabaja en una empresa responsable y esto ha sido todo un reto. No se necesita dinero, sólo sensibilidad para ser responsable”.*

Ana Irusta añadió que *“cada vez que suelto el pie de la comunicación, baja la utilidad del proyecto. Mi experiencia me dice que lo que no estás contando, pierde eficacia”.*

Priorizar y comprometerse, las claves de la RSC

Para concluir el encuentro, se les preguntó a las ponentes cuáles eran los factores indispensables para hacer RSC, a lo que Montserrat Tarrés contestó *“aprender a priorizar y el compromiso de la dirección con la RSC”.* Por su parte, Ana Irusta ratificó *“el apoyo de la dirección, la comunicación, la vocación de servicio y el querer hacer las cosas bien”.*



Principales conclusiones:

- La RSC consiste en generar valor a través de la **responsabilidad**.
- La RSC va más allá del cumplimiento de la **ley**.
- La RSC debe estar integrada en la forma que tenemos de hacer **negocios**.
- La RSC debe tener en cuenta **cultura inclusiva**, hay que celebrar la diferencia, que las personas sean ellas mismas, pues es este el entorno perfecto para la innovación.
- La comunicación de la RSC es muy importante, genera seguimiento, fijación, actúa como **revulsivo** ejemplarizante.
- Hay que decir lo que se hace y no hacer cosas para decirlas.
- Hay que hacer comunicación de la RSC tanto interna como externamente, incluso emocional.
- Si no comunicas los proyectos, pierden eficacia.
- Necesitamos como ciudadanos que las empresas sean entendidas como entidades que tienen una **forma de trabajar honesta**.
- Las empresas deben estar comprometidas con sus trabajadores, con sus clientes... Hay posibilidades infinitas de mostrar este **compromiso** y las entidades no se están preocupando por transmitir que no solo importa la cuenta de resultados.
- Las empresas tienen que ser el **espejo de la sociedad**.
- Trabajar la RSC y su comunicación al final redundan en **mejores resultados**.
- Lo que no tiene base, no se sustenta. Quien tiene interiorizado la RSC, lo hará bien y no lo utilizará como **puro marketing**.
- Para que las personas sean buenas embajadoras de la marca, deben tener una buena experiencia profesional, si es así, las personas asumen el **proyecto** como **propio**.
- Hay que **priorizar**, tanto con la sociedad como en la empresa.