



Jornada Técnica 11 de octubre de 2017

La sostenibilidad en la prestación de servicios comerciales. Casos prácticos en diferentes realidades sectoriales



Interés de la Jornada

La sostenibilidad corporativa y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se refieren a todas aquellas actividades de la empresa - por definición, de carácter voluntarista - que demuestran la inclusión de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las interacciones que ordinariamente desarrolla con sus diferentes stakeholders a lo largo de toda la cadena de valor; comenzando por sus proveedores, siguiendo por sus empleados y finalizando por sus clientes y el contexto social en el que interactúa. En último extremo, se trata de una estrategia de gestión con perspectiva a largo plazo que incorpora explícitamente la preocupación empresarial por las generaciones futuras y que puede ser abordada desde distintos puntos de vista. En este contexto, la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo ha tratado esta cuestión en Seminarios y Jornadas previas desde la perspectiva de las fuentes de aprovisionamiento, de la gestión y capacitación de



recursos humanos y de la implementación de políticas sostenibles en la comunidad y sociedad en general. A fin de completar esta panorámica o visión general del tema, el presente Seminario trató de mostrar ejemplos prácticos de políticas exitosas de sostenibilidad en la prestación de servicios comerciales a los clientes finales en diferentes ámbitos o realidades sectoriales, lo que nos llevará a concluir que pensar de modo global en el presente es una salvaguarda para el desarrollo sostenible de las generaciones futuras.

Conclusiones de la Jornada

“El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible”

D. SERGIO MIGUELEZ MORÁN

Coordinador de Proyectos Sostenibles El Corte Inglés

PRESENTACIÓN:

D. LUIS IGNACIO ÁLVAREZ GONZÁLEZ

Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial



Sergio Miguélez es Licenciado en Administración y Dirección de Empresa por la Universidad de Oviedo. Dispone de formación de Postgrado con MBA en Relaciones Internacionales y Comercio Exterior, Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial de la Cátedra Fundación Ramón Areces y Experto Europeo en Responsabilidad Social Empresarial. Profesionalmente, ha ocupado distintos puestos de analista de datos e investigación, con experiencia en el mercado anglosajón y de América Latina, desempeñando en la actualidad las tareas de Coordinador de Proyectos Sostenibles del Grupo El Corte Inglés.

Sergio Miguélez utilizó “Los Cubos de la Memoria” de Ibarrola, localizados en Llanes (Asturias), para estructurar su intervención en 3 bloques diferenciados. El primero de ellos se vinculó a la exposición conceptual de los Objetivos de Desarrollo



Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y sus consecuencias sobre la prestación de servicios turísticos sostenibles. El segundo, de carácter eminentemente práctico, se asoció al interés de describir en qué manera estos objetivos quedan plasmados en los principios de acción tanto del Grupo El Corte Inglés como de su área de negocios vinculada con los viajes. Por último, el ponente anticipó que el tercero se centraría en una reflexión sobre el desarrollo del Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020.

Respecto al primero de los apartados, el ponente comenzó señalando qué se entiende por Sostenibilidad (*“la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas”*) y por Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como forma de gestionar la empresa en función de 5 principios básicos: (1) cumplimiento de la legislación, (2) global y transversal, (3) ética y coherencia, (4) gestión de impactos y (5) satisfacción de expectativas y necesidades.

A partir de esta breve introducción conceptual, el ponente procedió a especificar qué son los ODS de Naciones Unidas. En concreto, con el apoyo de un vídeo muy ilustrativo, se nos describió cómo el 25 de septiembre de 2015, en el marco de la 70 edición de la Asamblea General de las Naciones Unidas, todos los países del mundo adoptaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la cual plantea un conjunto de 17 objetivos globales que abarcan esferas económicas, sociales y ambientales. De modo crítico, el ponente planteó un análisis DAFO del grado de cumplimiento de estos objetivos dos años después de su implantación:

- Debilidades: falta de acción gubernamental, desconocimiento por el gran público e insuficiente educación en estos valores.
- Amenazas: dos velocidades de aplicación entre las PYMES y las grandes empresas y la simplificación del mensaje.
- Fortalezas: carácter universal e inclusivo de la Agenda, la implicación de las empresas y el hecho de que los ODS sintetizan necesidades identificadas.
- Oportunidades: las alianzas entre actores como único camino, la mejora de indicadores y procedimientos y la irrupción de opciones de negocio para las empresas.

A partir de este punto de la intervención, y entrando ya en la segunda parte de la misma, Sergio Miguélez procedió a poner en valor los principios y pilares en RSC del Grupo El Corte Inglés en lo que se refiere a su surtido, especialización,



servicio, calidad y garantía. Este planteamiento se vio complementado por la explicación de cómo distintos ODS articulaban el Plan Estratégico de RSC 2017-2020 de El Corte Inglés. A modo de ejemplo, pudimos comprobar cómo, por ejemplo, el objetivo número 12, vinculado con la producción y el consumo responsable, queda plasmado en el Plan por un eje de actuación con el cliente que viene marcado por el apoyo a la diversidad, la comunicación responsable o el incremento de la oferta de productos y servicios sostenibles.

Desde un punto de vista operativo, este compromiso se observa perfectamente en Viajes El Corte Inglés. Esta Unidad de Negocio del Grupo lanzó en mayo de 2017 un catálogo específico que contiene múltiples propuestas dirigidas a un "viajero responsable". Así, por ejemplo, el ponente nos habló del Puebloastur Eco-Resort de Cofiño (Asturias) y la Ecoeno-Ruta por Bodegas en la que se realizan prácticas sostenibles en materia de agricultura ecológica. Esta descripción vino acompañada de la presentación del "Decálogo del Viajero Responsable" de Viajes El Corte Inglés.

Como anticipábamos, la tercera parte de la intervención de Sergio Miguélez se orientó a presentar y debatir sobre el Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020. Este Programa, como cualquier otro en materia de Turismo Sostenible, se enfrenta en la actualidad a 5 retos muy marcados: (1) la necesidad de preservar los destinos turísticos, (2) la preocupación por el medio ambiente y el cambio climático, (3) el interés por la producción y el consumo responsable, (4) la necesidad de crear alianzas entre los diferentes grupos de interés y (5) la premura de crear empleo estable y de calidad en el sector.

La ponencia de Sergio Miguélez finalizó, a modo de conclusión, demandando políticas de turismo realmente sostenibles que atraigan de verdad a turistas responsables y estableciendo la necesidad de que el turismo sea un compromiso de todos en la medida en que está en nuestras manos el que sea plenamente sostenible.



"Las personas, motor y foco de la estrategia de RSE de Leroy Merlin"

D. ALBERTO BAIZÁN ALONSO

Director de Tienda Leroy Merlin Oviedo (Asturias)

PRESENTACIÓN:

D^a. GUILLERMINA BASTIDA

Coordinadora Universidad-Empresa AECOC



Alberto Baizán es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo, con formación específica de Postgrado por ESADE. Tras una primera experiencia en el grupo de distribución minorista Continente, hoy en día integrado en Carrefour, ha desarrollado la mayor parte de su experiencia laboral en el Grupo Leroy Merlin, empresa en la que desempeña en la actualidad el papel de Director de Tienda.

Alberto Baizán comenzó su intervención en el Seminario estableciendo de modo preciso cuál es la misión u objetivo central de Leroy Merlin: *"Mejorar la calidad de vida de las personas, ayudándoles a crear hogares más personales, prácticos, cómodos, seguros y sostenibles"*. Sobre esta premisa, Alberto estructuró su intervención en 3 apartados diferenciados, pero complementarios. En primer lugar, nos puso en situación de cuáles son los principales datos identificativos de Leroy Merlin. En segundo lugar, nos habló de las claves de éxito de la compañía. Y en tercer y último lugar, se adentró en su propuesta de actuación en materia de RSC, muy vinculada con la gestión de un modelo diferencial de recursos humanos.

Con esta estructura expositiva, el ponente se adentró inicialmente en contextualizar lo que ha sido la evolución del ADN de Leroy Merlin en nuestro país desde su llegada en 1989, siendo la primera compañía en desarrollar el concepto de



gran superficie especializada en el acondicionamiento del hogar, hasta la actualidad en la que el objetivo es ofrecer al consumidor final productos, soluciones y servicios en decoración, bricolaje, jardinería y construcción. Este salto temporal vino marcado por el recuerdo de cómo Leroy Merlin fue pionero en España a la hora de desarrollar el "Do it Yourself" (hazlo tú mismo) y dar el salto en la actualidad al "We do it for you" (lo hacemos para ti).

Esta primera parte de la intervención, de contextualización de Leroy Merlin en la actualidad, se vio complementada por una serie de datos que demuestran el alto grado de implantación que tiene la compañía en España: 68 puntos de venta (más la tienda online), presencia en todas las comunidades autónomas, equipo de más de 10.000 colaboradores (término utilizado por la empresa para denominar a sus trabajadores) y una cifra de ventas en el año 2016 de 1.931 millones de euros. Esta breve "radiografía" de la empresa finalizó con su posicionamiento como buque insignia del Grupo Adeo, primero en Europa en el sector, tercero a nivel mundial, con una facturación muy cercana a los 20.000 millones de euros anuales.

Tras ello, la segunda parte de la intervención de Alberto Baizán se centró en establecer las claves de éxito de Leroy Merlin. De modo muy concreto: (1) maximizar la experiencia con el cliente, (2) descentralizar el proceso de toma de decisiones y (3) atribuir a las personas (colaboradores-empleados) el valor que les corresponde. Todo ello en el actual contexto de transformación digital en el que se encuentra inmerso el sector del *retail* a nivel global.

El ponente se detuvo especialmente en el tercero de estos principios: el desarrollo de un modelo basado en el empoderamiento, la autonomía y el respeto por las personas que trabajan en Leroy Merlin. Así, de modo muy gráfico expuso la importancia que para la empresa tiene: (1) lograr el compromiso de sus colaboradores, (2) descentralizar en ellos el proceso de toma de decisiones, (3) fomentar el conocimiento en los mismos y (4) hacerles partícipes de los éxitos de la empresa. Para materializar esta última cuestión, se aportó el dato de que en 2016 Leroy Merlin repartió el 30% de su resultado neto entre sus colaboradores.

Este enfoque de ética y compromiso con las personas le llevó a Alberto Baizán a adentrarse en la tercera parte de su exposición en el marco de la RSE que define el día a día de la compañía. Desde un punto de vista estratégico, el ponente dejó plena constancia de que la RSE es un parte troncal de la cultura de Leroy en la medida en que creen en un modelo de empresa diferente, basado en valores



fuertes y cada vez más compartidos con todos sus grupos de interés, lo que les ha llevado a integrar el marco de la RSE en la estrategia, cadena de valor y toma de decisiones de la compañía.

Desde un punto de vista operativo, el ponente fue describiendo una a una las distintas iniciativas que desarrollan de acuerdo con el marco de RSE anteriormente descrito. En primer lugar, todas las actuaciones con sus colaboradores, destacando especialmente el Plan 2012 de Igualdad de Trato y Oportunidades que ha supuesto, entre otras muchas cosas, que actualmente el 52% de los colaboradores sean mujeres. Tras ello, Alberto se detuvo en el Programa Graduados de Leroy Merlin. Se trata éste de un programa de desarrollo profesional para jóvenes graduados con alto potencial de asumir puestos de responsabilidad en un periodo de 2 años y en el que han participado ya 173 recién graduados de todo el país. De modo complementario, la intervención aportó los principales datos de otros programas de Leroy Merlin socialmente responsables como los dirigidos a: (1) la integración socio-laboral de personas con discapacidad, (2) el acondicionamiento de hogares donde residen niños o personas de la tercera edad en riesgo o situación de exclusión social o (3) el programa de sensibilización ambiental dirigido a alumnos de Educación Primaria.

Alberto Baizán finalizó su intervención con una diapositiva muy concreta en la que nos mostraba como Leroy Merlin es *“una empresa con alma que confía en las personas”*.