

Velarte contrata a una filósofa para elaborar su política de sostenibilidad

- **Olga Briasco**



Teresa García, responsable en ética (Ethics Officer) de Velarte. Foto: KIKE TABERNER

VALÈNCIA. Velarte ha incorporado a la empresa a una filósofa como responsable en ética de la empresa (Ethics Officer), para guiar a la compañía en esa transición hacia la sostenibilidad atendiendo a los aspectos económicos, sociales y medioambientales que la engloban. Esta es la apuesta de Velarte en su compromiso por llevar a cabo una política empresarial alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 y que, además, sirva de referente a otras pymes. Una tarea de análisis, observación y puesta en marcha que recae en la figura de Teresa García, doctoranda del programa de Doctorado Industrial en Ética y Democracia de la Universidad Jaume I de Castellón (UJI), que eligió este programa “para conocer el mundo de la empresa desde dentro y demostrar que el ámbito de la ética puede ser aplicado a la empresa”.

Un compromiso que nace de la propia empresa pues José Vicente Herrero, director general de Velarte, cree firmemente en que las pymes, al igual que las grandes empresas, deben formar parte de esta gestión ética de la sostenibilidad. De hecho, como él mismo recuerda en palabras de la gerente, María Amparo Navarro, “Velarte no es una empresa grande, pero sí una gran empresa”. De ahí que la dirección de la compañía haya apostado por contratar a una investigadora para emprender el camino hacia la sostenibilidad. “Desde Velarte siempre hemos pensado en la sostenibilidad en sus tres dimensiones (económica, social, medioambiental) y si ahora hemos emprendido el camino hacia una gestión ética hacia la sostenibilidad es porque pensamos que rentabilidad y ética no se pueden separar y que la Ética es trabajar estas tres dimensiones, haciendo que el beneficio se integre también con lo social y medioambiental”, puntualiza Teresa García.

Sin embargo, suena llamativo que Velarte apueste por una doctorada industrial —y filósofa— para su camino hacia la sostenibilidad. “La formación en filosofía y, especialmente en ética, con el conocimiento necesario de la empresa, es imprescindible para explicitar y gestionar los valores de la empresa, sus intangibles. Al igual que hace falta un conocimiento específico en ética para enfrentarse a los problemas desde una perspectiva innovadora y crítica”, explica Teresa García. Aplicado al mundo empresarial, la Ética representa “el carácter de la compañía” por lo que la gestión de la ética empresarial se encarga de gestionar los valores, las conductas y las expectativas que genera la empresa para con sus grupos de interés, así como sus compromisos.

La Ética es la clave en el desarrollo sostenible

En otras palabras, la ética consiste en gestionar las bases éticas que hay en un valor intangible y fundamental en los negocios: la confianza. Al respecto, Teresa García incide en que “sin confianza no hay negocio ya que sin ella los clientes no consumen, los proveedores no funcionan, los trabajadores no están motivados...”. Y, precisamente, evaluar y medir esa confianza es el objetivo de la doctorada industrial a través de su tesis *Índice de confianza. Bases éticas de la confianza en productos Velarte*: “La tesis consiste en explicitar y visibilizar los recursos morales de la empresa, como la capacidad de generar confianza y los recursos que tiene para afrontar este tipo de problemas, así como establecer unas relaciones de calidad con los grupos de interés de la empresa”.



📍 Teresa García

📍 Foto: KIKE TABERNER

Un trabajo que se asienta sobre la Ética, que se alza como un instrumento para gestionar conflictos que van desde el clima laboral hasta la igualdad de género, pasando por los problemas del día a día como es el caso de las materias primas o el alza en los carburantes. Problemas que hay que resolver “integrando el beneficio económico en lo social y en lo medioambiental para que todos los grupos de interés salgan beneficiados”. Asimismo, Teresa García reafirma que “en Velarte tenemos claro que no estamos alejados de la sociedad, sino que somos parte de ella y tenemos una influencia y un valor que aportar”.

Una mirada sostenible que se alinea con el proceso de internacionalización en el que está inmersa la firma valenciana. Para ello, toman de base los ODS y los estándares del GRI (Global Reporting Initiative), que la mayoría de las empresas toma como referencia para elaborar las memorias de sostenibilidad, los informes integrados y los Estados de Información No Financiera. “Ambos estándares son nuestra forma de medir el cumplimiento de las exigencias que tenemos con los proveedores, clientes, empleados, etc. y también de medir y de establecer una comunicación con ellos que efectivamente nos permita hacer un *win-win*”, comenta.

Una tesis que Teresa García comenzó en septiembre de 2021 y que se prolongará a lo largo de unos cuatro años. Según explica la joven, ahora se encuentra inmersa en la segunda fase: afianzar la infraestructura ética de Velarte, que empieza por un Código ético y la Memoria de Sostenibilidad. Un procedimiento que sentará las bases éticas de Velarte tomando como

referencia los valores que definen a la compañía: la cercanía, el compromiso, la autenticidad y el bienestar. Una identidad forjada por el carácter familiar que tiene Velarte: “Ese aire familiar se respira desde el principio dentro de la empresa y es un valor muy importante y positivo porque, si estamos hablando de confianza, el sentido de pertenencia y la cercanía son aspectos clave”.

La Memoria de Sostenibilidad como punto de partida

Así, ahora se está actualizando el Código Ético de la empresa y la Memoria de Sostenibilidad —la primera se realizó en 2020—. “Las Memorias no saltan de una a otra, sino que se van actualizando y añadiendo nuevas perspectivas. Por ejemplo, la novedad de 2021 radica en la concreción de los modelos que hemos elegido y también en hacer uso de los indicadores del GRI para posicionarnos internacionalmente dentro de este certificado como empresa sostenible. Asimismo, se alinea básicamente con Objetivos de Desarrollo Sostenible como: El ODS 12 (Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles), el ODS 13 (medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus repercusiones) y el ODS 17 (fortalecer la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible).

Según detalla la doctorada industrial, lo más complicado de abordar en una memoria de sostenibilidad es “recopilar toda esta información, el *feedback* de nuestros grupos de interés y comunicar lo que se hace” y, recuerda, que el tamaño de la empresa también depende, pues “no es lo mismo una empresa grande que tiene un departamento específico que una pyme que tiene menos recursos”. Una traba que en el caso de Velarte se salva por la confianza que tiene para realizar el cambio hacia un modelo más sostenible que esté alineado a los ODS y sea “fiel a los GRI que al final es lo que marca que una memoria de sostenibilidad se posicione dentro de los estándares internacionales”.



Foto:

KIKE TABERNER

Después, estas capacidades y competencias se integran en un sistema de gestión que tiene dos partes básicas: la infraestructura ética (Código Ético, Memoria de Sostenibilidad, comité de ética, y línea ética) y afianzar la cultura de empresa. “Estas dos tareas se pueden aunar y se pueden cuantificar estableciendo unos indicadores que nos permitan medir nuestro capital de confianza. En otras palabras: cuánta confianza somos capaces de generar para nuestros grupos de interés y después de recopilar esta información, elaborar los indicadores que midan el desarrollo de la confianza generada”.

Pero, ¿cómo se mide la confianza? Teresa García explica que algunas empresas ya utilizan un indicador de reputación corporativa, elaborado mediante un cuestionario para “evaluar a un grupo de interés sobre qué expectativas levanta la empresa y qué razones tiene para pensar que se van a cumplir. Una vez concluidas todas las fases, se publicará la tesis Índice de confianza. Bases éticas de la confianza en productos Velarte, que permitirá a la compañía contar con un cuadro de mando para medir y evaluar la confianza que depositan en la empresa todos sus públicos de interés, permitiendo gestionar este activo intangible, y hacer de guía a otras empresas de sus mismas dimensiones para abrazar el camino hacia la sostenibilidad.