

acción empresarial

Planellas y Urriolagoitia *explican cómo se integra la acción social del Grupo BBVA en Latinoamérica en su estrategia global. Con prólogo de Carlos Losada.*

ACCIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA



FICHA TÉCNICA:

ISBN13-EAN: 9788483561300 • Autores: Marcel Planellas y Lourdes Urriolagoitia • Prólogo: Carlos Losada, director general de ESADE • Carta de presentación: Francisco González, presidente del Grupo BBVA • Editorial: LID Editorial Empresarial • Colección: Acción Empresarial • Edición: 1ª ed. • Idioma: Español • Páginas: 152 • Precio: 19,90 euros • Encuadernación: Rústica con solapas • Formato: 15x22 cm. • Impresión: B/N •

Con la colaboración de:

ESADE

BBVA

SOBRE LOS AUTORES

Lourdes Urriolagoitia es doctora en Ciencias Económicas y profesora colaboradora del departamento de Política de Empresa de ESADE y del Instituto de Innovación Social de ESADE. Entre las revistas académicas con las que colabora destacan *Business Horizons* o *Strategy & Sponsorship Review*.

Marcel Planellas es profesor del departamento de Política de Empresa y secretario general de ESADE. Es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales y licenciado en Historia Moderna. Colabora en revistas académicas como *Journal of Organizational Behaviour*, *Harvard Deusto Business Review* o *Revista Latinoamericana de Administración*.

ÍNDICE

Prólogo de Carlos Losada	1. BBVA Banco Continental
Carta de presentación	2. BBVA Banco Francés
Introducción	3. BBVA Bancomer
La acción social en la estrategia corporativa	4. BBVA Banco Provincial
1. Panorama actual del Grupo BBVA	5. BBVA Colombia
1. Orígenes	6. BBVA Chile
2. La estrategia competitiva de BBVA	7. BBVA Panamá
3. Un grupo global	8. BBVA Paraguay
4. La estrategia en Latinoamérica	9. BBVA Puerto Rico
2. Análisis y diagnóstico de la situación de las actividades de patrocinio y mecenazgo del Grupo BBVA en Latinoamérica	10. BBVA Uruguay
3. Generación de opciones y decisión estratégica del Grupo BBVA: la apuesta por la educación, a través del programa de becas	11. Presentación pública de la evaluación de la primera edición del Programa Niños Adelante
4. La puesta en práctica del Plan de Acción Social del Grupo BBVA en Latinoamérica	6. Comentarios finales
1. BBVA Banco Continental	1. El proceso de planificación
2. BBVA Banco Francés	2. El alineamiento estratégico
3. BBVA Bancomer	3. El encaje estratégico
4. BBVA Banco Provincial	Epílogos / Epílogos
5. BBVA Colombia	Construir capital reputacional gracias a la responsabilidad social corporativa
6. BBVA Chile	Building Reputation Capital through CSR
7. BBVA Panamá	Dr. Charles J. Fombrun
8. BBVA Paraguay	BBVA, incursionando en nuevos paradigmas de RSC
9. BBVA Puerto Rico	BBVA, advancing into new CSR paradigms
10. BBVA Uruguay	Gustavo Herrero
11. Presentación pública del Plan de Acción Social de BBVA para Latinoamérica	Responsabilidad y cooperación para avanzar en la equidad y en la cohesión social
5. La evaluación de la primera edición del Programa Niños Adelante	Responsibility and cooperation in the promotion of equity and social cohesion
	Álvaro Marchesi
	Notas

LA OBRA

Acción social estratégica es, en palabras de su prologuista Carlos Losada, director general de ESADE, «un libro que trata sobre las relaciones entre la empresa y la sociedad, un tema de gran importancia que en estos momentos se encuentra en el centro de los debates abiertos a raíz de la crisis económica».

Durante más de tres años, los profesores Marcel Planellas y Lourdes Urriolagoitia han realizado su investigación sobre el caso de BBVA: «un ejemplo de organización que amplía los límites del concepto de empresa, que ha sabido alinear sus actividades de acción social con su estrategia competitiva. Como dice su presidente, Francisco González, ajustando siempre la rentabilidad a los principios».

La obra presenta el estudio integral de la experiencia de acción social en Latinoamérica de BBVA, analizando desde el proceso de diseño hasta la puesta en práctica de la estrategia.

Tal y como explica el propio presidente del BBVA, este texto «permite adentrarnos en el Plan de Acción Social de BBVA para América Latina y el programa de becas de integración Niños Adelante. Un Plan al que destinamos en 2008 el 1% del beneficio neto generado en la región, es decir, más de 29 millones de euros. Y un programa, Niños Adelante, que en 2009 beneficiará a más de 50.000 niños y niñas de familias desfavorecidas».



Esta obra parte del convencimiento de que conocer la filosofía del grupo BBVA en relación con la RSC y la acción social, y profundizar en la experiencia de su política de acción social en Latinoamérica es una valiosa aportación al debate actual sobre las relaciones entre empresa y sociedad. Los autores describen con detalle todo el proceso, para el que han utilizado «metodologías cualitativas de entrevistas en profundidad con los principales protagonistas y realizar un seguimiento longitudinal de las actividades más importantes, a lo largo de estos tres años. Además, se ha tenido acceso a fuentes primarias, lo que ha permitido la recopilación exhaustiva de los documentos internos originales, y a fuentes secundarias, como noticias y artículos aparecidos en la prensa».

Acción social estratégica se estructura en una introducción, cinco capítulos y unos breves comentarios finales, tal y como Planellas y Urriolagoitia describen:

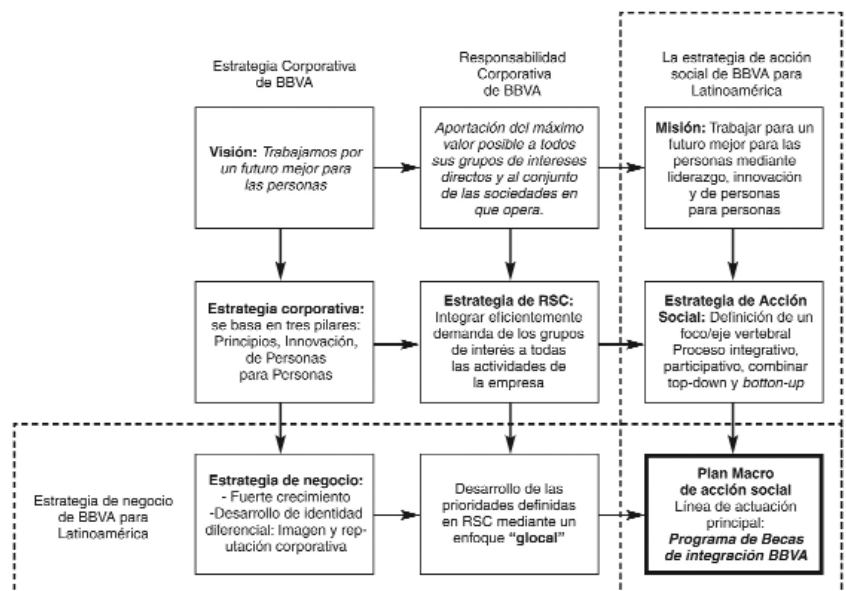
El capítulo 1 explica, de una forma breve y concisa, el panorama actual del Grupo BBVA y en los cuatro capítulos siguientes, que están ordenados de forma cronológica, se explican las etapas del proceso de reflexión estratégica.

En el capítulo 2 se relata el análisis y el diagnóstico de la situación de las actividades de patrocinio y mecenazgo del Grupo BBVA en Latinoamérica, en 2005. A continuación, el capítulo 3, está dedicado al proceso de generación de opciones y toma de decisiones estratégicas del Grupo BBVA, que se concretan en la apuesta por la educación y, especialmente, el programa Niños Adelante. En el capítulo 4 se relata el proceso de puesta en práctica del plan de acción social del Grupo BBVA en cada uno de los países de Latinoamérica en los que está presente. La evaluación de la primera edición del programa Niños Adelante, que se hizo público a inicios de 2008, se da a conocer en el capítulo 5.

Para finalizar, los autores realizan unos comentarios finales, donde señalan algunos de los aspectos que consideran más relevantes de este estudio: sobre el proceso, el alineamiento y el encaje estratégico. Las notas y referencias que aparecen en el texto se han agrupado al final para facilitar la lectura.

Las reflexiones finales demuestran cómo «la estrategia de acción social para Latinoamérica se ha elaborado desde un enfoque de armonía estratégica. Desde el centro corporativo BBVA se formuló un plan de acción social inicial, centrado en la educación y concretado en el programa Niños Adelante, que presentó a los diez países para que cada uno seleccionara su acción social, a partir de sus propias características y necesidades. De esta forma cada país pudo encontrar el encaje entre los objetivos estratégicos globales y las necesidades locales, con el propósito que estas acciones fuesen beneficiosas tanto para el BBVA como para la sociedad».

El siguiente cuadro, elaborado por Planellas y Urriolagoitia, ilustra el alineamiento estratégico de la acción social para Latinoamérica, desarrollada en México, Panamá, Colombia, Perú, Chile, Puerto Rico, Venezuela, Paraguay, Uruguay y Argentina, por parte del Grupo BBVA.



Construir capital reputacional gracias a la responsabilidad social corporativa

Dr. Charles J. Fombrun

Fundador y presidente del Reputation Institute
(www.reputationinstitute.com)

«La investigación también indica que, si las empresas pretenden cosechar beneficios positivos de la RSC, deberán superar sus bajos niveles de conocimiento y de notoriedad y comunicar, de forma sistemática, sus iniciativas a los grupos de interés. Los resultados del Caso BBVA confirman estas conclusiones y sugieren que las actividades de RSC pueden producir mejoras tangibles de la reputación y de la credibilidad de la empresa. Otras compañías de servicios pueden, por lo tanto estar tranquilas y considerar a las actividades de RSC como motores del valor estratégico de sus negocios, y como una manera sistemática de consolidar el capital reputacional para sus accionistas».

BBVA, incursionando en nuevos paradigmas de RSC

Gustavo Herrero

Director ejecutivo del Latin American Research Center de la Harvard Business School

«El apalancamiento con grupos de interés locales que a menudo desarrollan los proyectos constituyen un freno a la estabilidad de los programas. En este sentido, la transversalidad del compromiso social de BBVA, su comunicación efectiva a todos los integrantes del banco y la delegación de autoridad para que sean los ejecutivos locales quienes determinen de qué manera alcanzar los objetivos fijados, dentro de una armonía estratégica consistente, augura un futuro promisorio a sus esfuerzos».

Responsabilidad y cooperación para avanzar en la equidad y en la cohesión social

Álvaro Marchesi

Secretario general de la OEI

«Junto a la atención a la infancia, existen otras muchas formas de cooperación para mejorar la educación y lograr que más alumnos estudien durante más tiempo. Para ello, nada mejor que mejorar la formación de los profesores, garantizar un tiempo de estudio suficiente a los alumnos o promover becas que garanticen la igualdad de oportunidades y la mejor formación de todos los alumnos. La responsabilidad corporativa de BBVA se extiende también a alguno de estos campos, lo que supone un compromiso importante con la calidad y la equidad educativa. En unos momentos en los que se está discutiendo en Iberoamérica un proyecto enormemente ambicioso ¿las Metas Educativas 2021: la educación que queremos para la generación de los bicentenarios? de BBVA para el logro sus objetivos es para la OEI un motivo de satisfacción y una exigencia para redoblar su esfuerzo. impulsado por los jefes de Estado y de Gobierno en la Cumbre celebrada en El Salvador en octubre de 2008, el apoyo de BBVA para el logro sus objetivos es para la OEI un motivo de satisfacción y una exigencia para redoblar su esfuerzo».

Con la colaboración de:

ESADE

BBVA

Para más información:

laura.diez@lideditorial.com • veronica.aragon@lideditorial.com • 91 372 90 03

LIDeditorial
com

