

LA FERRER QUE QUEREMOS SER

CONVERSACIÓN CEO-PRESIDENTE.

MARIO ROVIROSA Y SERGI FERRER-SALAT

QUEREMOS SER UNA COMPAÑÍA QUE MIRA AL FUTURO CON LA TRANQUILIDAD DE QUE **ES SOSTENIBLE Y** ASÍ PODER SEGUIR AYUDANDO A CAMBIAR VIDAS E INSPIRAR A OTRAS COMPAÑÍAS A QUE SIGAN EL MISMO CAMINO

MARIO ROVIROSA: En Ferrer entendemos que hay otra manera de hacer negocios. Las compañías tienen que luchar por tener una sostenibilidad financiera a largo plazo, pero las personas que trabajan en Ferrer entienden que esto va mucho más allá y que tiene que ver con las personas, con el medio ambiente, con la sociedad.

SERGI FERRER-SALAT: Efectivamente, sin olvidar la rentabilidad, como tú dices, **que todo esté siempre supeditado a la justicia social** que, desgraciadamente, es lo que muchas veces no está suficientemente inculcado en el seno de las compañías. Lo que es importante es hacerlo desde el más profundo convencimiento, desde la coherencia. En Ferrer, y hablando con humildad, **lo hacemos sencillamente por convicción.**

MARIO: Es poco habitual encontrarse una compañía como Ferrer que dedica **una parte importante de sus beneficios a proyectos sociales y medioambientales.** Aquí podemos estar hablando muchísimo de ESG y de responsabilidad social corporativa, de propósito, pero, al final, los hechos son los que demuestran si esto de verdad está pasando o no. Y esto solo es posible porque tú quieres que así sea.

SERGI: Efectivamente, hay que cuantificarlo, y cuantificarlo en términos porcentuales, porque las cantidades, dependiendo del tamaño de cada compañía, quedan totalmente desvirtuadas. Lo fundamental es que esta creación de riqueza a través de la propia actividad empresarial sea fruto de una actividad ética impecable con la sociedad. Esta es la piedra filosofal.

MARIO: Absolutamente. Cuando hablo de Ferrer, me gusta explicar que la compañía incorpora en sus procesos diarios este entendimiento del propósito. Y, de nuevo, es importante dar algunos ejemplos.

En Compras estamos llevando a cabo un proyecto muy importante para involucrar a todos los proveedores que trabajan con nosotros, que son centenares, para que adopten la misma filosofía y entiendan que tenemos que ser un ecosistema en el que nos retroalimentemos. En Ferrer vamos a trabajar solo con aquellas compañías que sean así. **Este 2022 nosotros hemos conseguido la certificación oro de EcoVadis**, porque entendemos que somos los primeros que tenemos que dar ejemplo.

En el otro extremo de la cadena de valor, estamos llevando a cabo el mismo proyecto con todos nuestros *partners*, tratando de involucrar desde el CEO a la última persona que está promocionando nuestros productos en más de 120 países.

Nuestro propósito está impregnado dentro de la empresa. Es decir, Ferrer no está para generar unos recursos y luego mandarlos a una fundación, sino que la propia empresa lo entiende así. Ahora, me gustaría que tú nos hablaras de esos beneficios que van a parar a nuestras fundaciones, ¿qué estamos haciendo al respecto y que ha pasado durante el 2022?

EN FERRER NUESTRO
PROPÓSITO ESTÁ
IMPREGNADO DENTRO
DE LA EMPRESA, LO
INCORPORAMOS EN
NUESTROS PROCESOS
DIARIOS

SERGI: Las fundaciones las hemos creado siempre buscando la sinergia con estructuras y con instituciones que ya existen. Por ejemplo, la Fundación de la Música Ferrer-Salat, que se ha desarrollado históricamente con el Conservatorio del Liceo, ¿a qué responde? Está demostrado que la música, como ninguna otra área del conocimiento humano, consigue mejorar el potencial a nivel cognitivo, a nivel social y a nivel emocional. **A través de la educación musical, creamos oportunidades** y aseguramos que las personas con talento o que están en entornos socioeconómicos desfavorecidos vean garantizado este nivel de formación integral musical, que tiene después múltiples repercusiones en su día a día, y en su proyección a nivel personal y profesional.



SERGI FERRER-SALAT
PRESIDENTE DE FERRER

MARIO ROVIROSA
CEO DE FERRER

Se estima que en 2040-2050, el 80% de la población mundial vivirá en grandes ciudades. Con la Fundació Ferrer Sustainability trabajamos a través de tres ejes estratégicos que hay que garantizar en estas mega urbes del futuro: la cuestión ecológica de las ciudades, que sean refugios climáticos que potencien la biofilia, el bienestar de las personas garantizando la autosuficiencia alimentaria, y la integración social. El objetivo es, en última instancia, **empoderar a las personas** a través de esta conexión con la agricultura regenerativa, que será un elemento clave para la sostenibilidad de las ciudades del futuro.

Y dentro de la Fundació Ferrer Sustainability, también hemos logrado el objetivo de garantizar 1 millón de menús al año, 4.000 comidas cada día, para colectivos muy vulnerables a través de una alimentación saludable, equilibrada y de proximidad, y también luchando contra el despilfarro alimentario.

Y otras fundaciones que ya existen y que con el tiempo iremos desarrollando un poco más. Pero me gustaría enfatizar que el objetivo último es **crear oportunidades y empoderar a las personas y, sobre todo, luchar por una mayor equidad y justicia social.**

MARIO: Está claro que responden a visiones de futuro y a emergencias actuales. Y una cosa muy bonita es que gracias a todo lo que están haciendo, cada día, las personas de Ferrer, suceden estas cosas maravillosas que están empoderando y cambiando la vida de muchas personas.

SERGI: Y a mí, no hay nada que me pueda hacer sentir más honrado e ilusionado que ver un compromiso auténtico por parte de todas las personas de Ferrer, que hacen todo esto posible. Cuando la implicación está dentro de la propia dinámica de la compañía y cuando este activismo después se extiende en múltiples iniciativas, no solo profesional, también personal. Y este es el sueño ¿no? que, de forma perfectamente simbiótica, todo el mundo en Ferrer esté convencido hasta la médula de los múltiples efectos beneficiosos de justicia social que este activismo genera.

MARIO: Me gustaría hablar de otro aspecto que también es importante. Nosotros podemos estar haciendo muchas cosas de impacto social y medioambiental, pero primera obligación son nuestras personas. Por ello, otro de los pilares estratégicos que tenemos en la casa es Great People. **Queremos que realmente piensen que están en un excelente lugar para trabajar, que aquí se van a poder desarrollar**, que se les va a escuchar, que van a poder participar, que podrán cometer errores y nadie les señalará, que tendrán la posibilidad de trabajar en proyectos transversales, que formarán parte de este propósito... Intentamos ser una compañía atractiva para que el gran talento acabe decidiendo que Ferrer puede ser un buen lugar para trabajar. Y eso, lógicamente, como todo lo que hacemos, necesita medirse también, ¿no?

Un ejemplo es la **certificación Great Place to Work, que logramos en 2022 por tercera vez.** En

el 2022 hemos incorporado, además, dos países: Costa Rica y Chile, que se unen los que ya estaban certificados: México, Portugal y España. Para nosotros esto no es solo un sello, va de escuchar a nuestra gente para seguir trabajando en la mejora de Ferrer.

SERGI: De esta manera también generas un círculo virtuoso. Es decir, este compromiso social a nivel de la propia actividad de la empresa y después retornando a la sociedad, te permite **captar gente con compromiso, con talento, que en última instancia repercute positivamente en la propia rentabilidad de la compañía.**

ES BONITO VER UN
COMPROMISO AUTÉNTICO
POR PARTE DE TODAS
LAS PERSONAS DE
FERRER, QUE HACEN
TODO ESTO POSIBLE

MARIO: ¡Así es! Y por añadir otras cosas que han pasado en 2022, y que creo que es el compendio de todo lo que hemos estado hablando, hace unos tres años decidimos que una buena manera de medir todo lo que hacemos podría ser la certificación B Corp. Hemos trabajado muchísimo y lograrla ha sido una sorpresa agradable. Y, dicho sea de paso, con una puntuación francamente alta para ser la primera participación. Nos hemos metido dentro del 25% de empresas con mejor puntuación del mundo. Pero, más allá de esto, a mí me ha encantado ver que expertos en la materia dicen que somos lo que nosotros pensábamos que éramos. Pero seguimos aprendiendo. B Corp clasifica la certificación en comunidad, personas, medio ambiente, gobernanza y clientes, y hemos llevado a cabo muchas mejoras en estos aspectos. Y nuestra mentalidad es de seguir mejorando para ser todavía más esa compañía de propósito que contábamos al principio, en toda la cadena de valor.

SERGI: Y es bonito ver cómo, desde la autenticidad, desde la integridad, y de forma perfectamente natural, la labor se da a conocer. Es importante saber comunicarlo de forma respetuosa, humilde y prudente, pero también **es bueno contribuir a impregnar a la sociedad y que pueda servir de inspiración para otras empresas.**

MARIO: Yo cuando pienso en aspectos a largo plazo, me viene a la mente el incentivo a largo plazo que hemos puesto en marcha en 2022 para

todas las personas de Ferrer, con el objetivo de remar conjuntamente en la misma dirección. Es un incentivo cuyos únicos aspectos financieros tienen que ver con la sostenibilidad económica de la compañía a largo plazo, y más de la mitad relacionados con nuestro propósito. Si conseguimos todos estos objetivos, seremos la compañía que queremos ser: una empresa que mira al futuro con cierta tranquilidad de que será sostenible y, de esta manera, poder seguir haciendo real ese propósito en el cual tanto, tanto cree.

SERGI: Exacto, ayudando a cambiar vidas e intentando inspirar a muchas otras compañías para que se impliquen y prosigan el mismo camino.

¿QUIERES VER LA ENTREVISTA COMPLETA EN VÍDEO?

