

Deloitte.

Metodologías para la cuantificación del Impacto Social de la RSE

Experiencia de Deloitte.

25 Junio de 2015
Consultoría | Thinking people



Estructura de la sesión:

1. Reflexiones iniciales

2. Modelo de impacto socio económico de Deloitte

3. Caso práctico: I informe de impacto social de las empresas





Reflexiones iniciales

El hablar de los conceptos algunas veces contribuye a su banalización / simplificación; y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha hablado mucho.



Focalizarse en las acciones y sus resultados puede contribuir a fortalecer y profundizar en su implantación.



Reflexiones iniciales

La RSE no pretende tan sólo comunicar, sino:

- ser capaces de **dialogar con los grupos de interés**
- definir **relaciones estables** entre la empresa y el entorno en el que está presente
- tener unas prácticas que **legitimen a la empresa** ante terceros
- asumir unos **compromisos claros** y de dar respuestas que **contribuyan a** su sostenibilidad.

Estos elementos son esenciales en la valoración del impacto social de las empresas





Reflexiones iniciales

Una empresa que pretenda disponer de un modelo de negocio eficiente basado en los principios de RSE, debe disponer de una estructura organizativa adecuada y de los sistemas para la gestión de la empresa de forma responsable, es decir, recursos humanos, tecnológicos y físicos debidamente organizados.



- La RSE supone un **compromiso profundo y exigente para las empresas.**
- La RSE debe **estar imbricada en la organización**, manifestándose tanto en las políticas como en los programas y prácticas del negocio que soportan el proceso de toma de decisiones.
- El sector de actividad a que pertenece, la cultura empresarial, las formas de trabajo y los sistemas de gestión ya existentes **“ hacen que no exista una herramienta universal estándar de inmediata implantación de la RSE en las empresas.**”



Reflexiones iniciales

- ❑ El **compromiso con los valores** asociados a la RSE deben estar **contemplados en las declaraciones de misión, visión y valores de la organización**.
- ❑ **Modelo de negocio basado en la RSE.** La empresa debe disponer de los medios necesarios para poder medir el desempeño asociado a sus compromisos y objetivos en este ámbito, de otra forma todo quedará en una mera declaración de intenciones.
- ❑ **Importancia del modelo organizativo.** Una implantación efectiva de la RSE exige que se definan responsabilidades a todos los niveles de la organización.
- ❑ **Aprovechar los canales/herramientas ya existentes.** En muchas ocasiones, las empresas ya cuentan con herramientas de gestión. Por tanto, una de las formas más efectivas de relacionar la creación de valores con carácter sostenible con las actividades de una empresa, es a través de los sistemas de gestión presentes.
- ❑ Las herramientas e iniciativas definidas “ad hoc” para la consolidación de información sobre aspectos concretos de RSE pueden ser una ayuda para las empresas, siempre y cuando exista **una coordinación con el resto de sistemas** utilizados por la organización y la determinación al mas alto nivel organizativo de su necesidad e importancia.



En resumen...

Antes...

- ✓ Únicamente la información financiera era relevante para los responsables del gobierno corporativo y agentes externos.
- ✓ El comportamiento social o medioambiental, en el mejor de los casos, era considerado únicamente a efectos de cumplimiento legal o en casos de bajo perfil reputacional

Inside the current framework of globalization and high competitive markets,

Who will be betting on the profitability of unsustainable companies?

Pero recientemente...

- ✓ **La situación económica global ha mostrado que:**
 - Los negocios no deben ser gobernados únicamente por drivers económicos
 - La importancia de las estrategias de medio y largo plazo en términos de integración de información financiera y no financiera para identificar y gestionar riesgos y oportunidades.
- ✓ **Las exigencias a los negocios también han evolucionado: los impactos de aspectos no financieros de las empresas se subrayan como ámbitos clave en los mercados actuales:**
 - Las compañías han dado pasos para integrar en sus estrategias cuestiones como la ética, responsabilidad, sostenibilidad, etc.
 - Se reconoce el valor del compromiso con los grupos de interés .



Se han desarrollado multitud de herramientas para apoyar cada ciclo de la RSC

Topología de herramientas

- Políticas / Códigos de conducta / Normas y Procedimientos.
- Herramientas de colaboración.
- Estándares específicos.
- Herramientas de reporting.
- Memoria RSC, pagina web, intranet, campañas de información en medios generales y especializados, información en productos y servicios, etc.

- Herramientas de comunicación bidireccionales y unidireccionales con clientes, empleados, accionistas, proveedores, etc.
- Estudios o encuestas “ad hoc”.
- Estudios de materialidad.
- Plan Estratégico Global.
- Creación de grupos de trabajo y/o Comités específicos.
- Estudios de situación y análisis GAP.

Retroalimentación

Comunicación

Indicadores de Seguimiento

Integración en sistemas de gestión

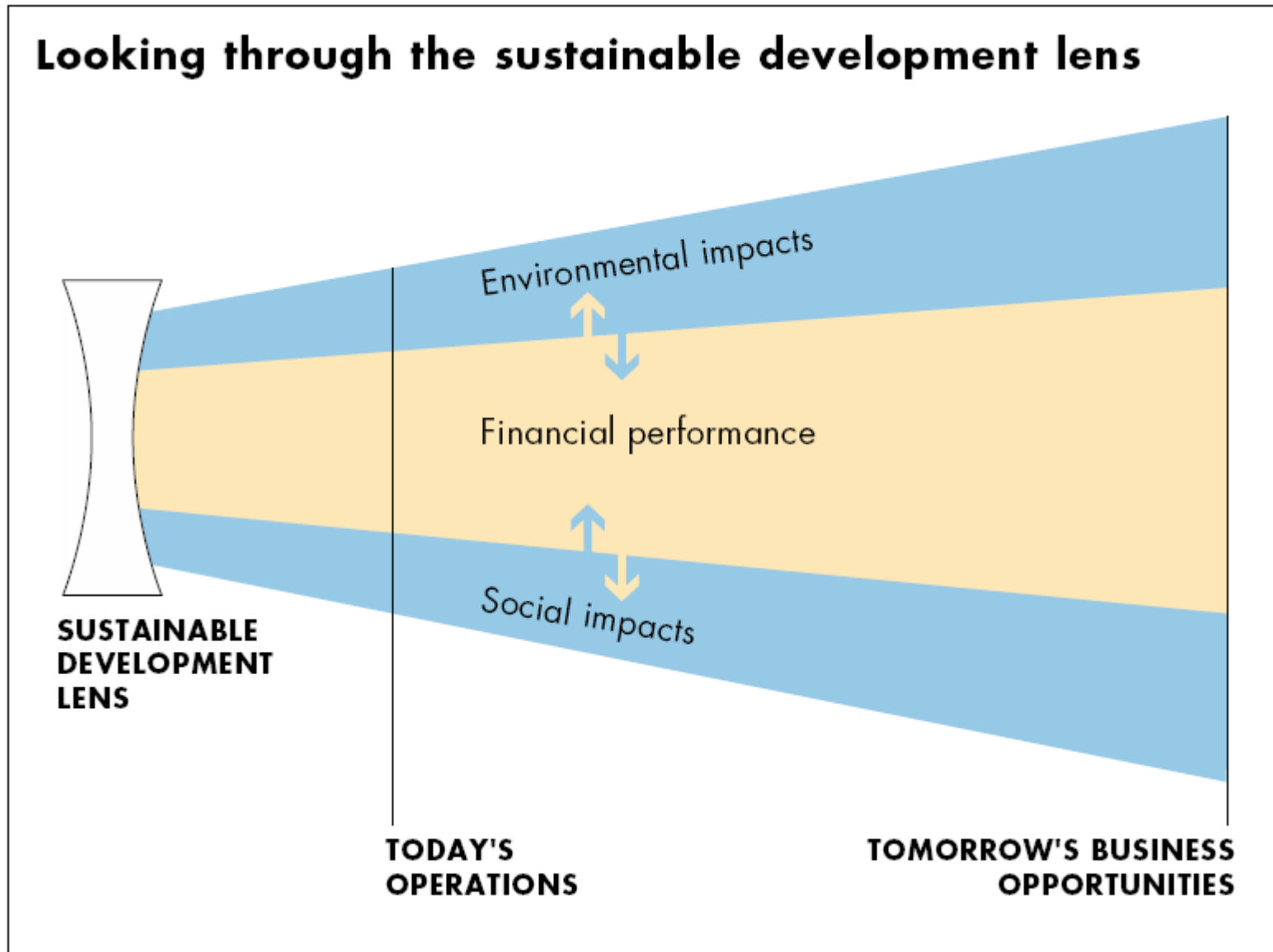
Formalización Planes y Objetivos

Estrategia RSE

Diálogo grupos interés



... y ahora se buscan nuevas herramientas para evaluar el impacto global





Deloitte ha desarrollado su propia metodología para evaluar el impacto social y económico

La evaluación del impacto socioeconómico permite **conocer el peso específico** de la actividad de las empresas, organizaciones e instituciones **en la sociedad**, así como la contribución de su actividad a la **construcción de activos propios** del territorio donde actúan.

- **Beneficio económico:** Muestra la contribución en términos de generación de riqueza, empleo y retornos fiscales.
- **Beneficio Social:** Muestra la contribución en otros aspectos clave relacionados con el avance de la sociedad, medido en 8 Capitales Básicos
- **Ambas perspectivas forman un relato innovador** que puede ofrecerse a sus stakeholders

© *Global Impact Model de Deloitte*



seres

fundación sociedad y empresa responsable

Fundación SERES promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos.

SERES agrupa más de 100 empresas que persiguen que se haga más y mejor Responsabilidad Social Corporativa realizando actuaciones empresariales de carácter estratégico, y por tanto sostenibles en el tiempo, que contribuyan a la integración social de las personas desfavorecidas. Creemos en la importancia de las actuaciones de las empresas para la mejora de la realidad social y por ello tienen cabida todas las empresas, con independencia de su ubicación y tamaño

“Creando valor desde la Acción Social”





Social Progress Index

Medición del progresos social de las naciones / regiones

Marco metodológico desarrollado desde el convencimiento de que el desarrollo de un país / región no debe medirse únicamente en términos económicos, ya que el crecimiento económico en sí mismo no es suficiente. Está orientado a evaluar el progreso social

<http://www.socialprogressimperative.org/>

Principios que han guiado su diseño:

- Únicamente indicadores sociales y medioambientales
- Outcomes, no inputs
- Holístico y relevante para los países
- Facilita la acción



Muchas gracias

mlambarri@deloitte.es



Si desea información adicional, por favor, visite www.deloitte.es

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (*private company limited by guarantee*, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios de auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado número de sectores de actividad. La firma aporta su experiencia y alto nivel profesional ayudando a sus clientes a alcanzar sus objetivos empresariales en cualquier lugar del mundo. Para ello cuenta con el apoyo de una red global de firmas miembro presentes en más de 140 países y con aproximadamente 170.000 profesionales que han asumido el compromiso de ser modelo de excelencia.

Esta publicación es para distribución interna y uso exclusivo del personal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sus firmas miembro y las empresas asociadas de éstas. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, Deloitte Global Services Limited, Deloitte Global Services Holdings Limited, la Verein Deloitte Touche Tohmatsu, así como sus firmas miembro y las empresas asociadas de las firmas mencionadas, no se harán responsables de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© 2011 Deloitte, S.L.