

LabS Impacto Social

27 de abril de 2022

CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES CLAVE

Agenda

12:30 – 12:45	Bienvenida y presentación Beatriz Gómez Escalonilla, directora de empresas de Fundación SERES, y Asunción Cano, Project Manager en Fundación SERES.
12:45 – 13:30	Mesa redonda: taxonomía social y buenas prácticas en la medición de lo social
13:30 – 13:45	Próximos pasos LabS Diálogo y propuesta por parte de las empresas asistentes.
13:45	Fin de la sesión

Resumen de la sesión

El concepto de impacto social está muy ligado a cambio generado a nivel sistémico. Pero existe un gran desafío a la hora de medirlo, ya que no existe un lenguaje común ni homogeneidad en las métricas utilizadas.

Por eso, desde Fundación SERES inauguramos el nuevo Labs de Impacto Social que tiene por objetivos:

- **Optimizar** el impacto social que las empresas pueden generar
- Detectar los **retos sociales** a los que las empresas pueden contribuir en mayor medida
- Reflexionar sobre cómo tomar la mejor **decisión** en cuanto a los **ejes sociales clave**
- Mejorar en la **medición** de lo social anticipándonos a la **taxonomía social** y teniendo presentes las **metodologías** más novedosas
- Mejorar el proceso de **materialidad** y diálogo con **grupos de interés**
- Empatizar con **colectivos vulnerables**
- Cómo definir productos y servicios desde la perspectiva social
- **Innovación social** y orientación social del modelo de negocio; **transversalizar el propósito**

En la primera sesión, repasamos las últimas novedades y tendencias en materia social, principalmente el último borrador de taxonomía social publicado en febrero 2022.

Lecciones aprendidas

En la mesa de debate se extrajeron grandes aprendizajes, entre ellos:

- La taxonomía nos hace hablar a todos el mismo idioma, tanto en el mercado como internamente.
- A nivel interno están implicados la dirección económico-financiera, sostenibilidad y todos los negocios. Ha cambiado la gestión interna.
- La anticipación y preparación es clave. También la automatización del proceso de *reporting*.
- Consolidar a nivel sociedad o unidad de negocio ya no vale, hay que ir a consolidar a nivel proyecto, porque la información requerida demanda ese nivel.
- Se necesita un sistema informático híbrido, que aúne lo financiero y la sostenibilidad
- Se necesita un sistema de control interno igual para información financiera y sostenible.
- Seleccionar actividades económicas que abordan problemas sociales específicos y se dirigen a una población objetivo indicada previamente, con métricas de impacto asociadas. Tenemos el esqueleto, la carcasa, que nos permite medir impactos internamente y los generados a través de nuestros clientes, pero hay mucho recorrido en este ámbito.
- Un equipo 100% focalizado en taxonomía ayuda, porque es un tema complejo. No sólo es comprender lo que se nos está demandando, sino que hay que transformar internamente a la organización para poder reportarlo.
- El alineamiento a nivel sectorial es clave. Cada sector tiene que aterrizar los temas de taxonomía tanto medioambiental como social.
- Cualquier actividad económica tiene un impacto positivo inherente, pero hay que distinguirlo de los beneficios sociales adicionales.
- Los criterios técnicos ambientales son más fáciles de cuantificar que los sociales.
- El *reporting* social tiene un pero, y es que puedes reportar lo que te convenga y no lo que verdaderamente es significativo a nivel social.
- Los temas sociales están siendo actualmente clave para inversores. Empleados y consumidores también esperan que trabajemos los temas sociales.

En conclusión, el reto es hablar el mismo lenguaje todos. Transmitir al mercado indicadores sociales precisos, transparentes y oportunos. El indicador ha de ser sustituto del objetivo que aborda. Medición, sensibilización y previsión recogen lo debatido en la sesión.

Póximos pasos

Seguiremos ahondando en los temas más relevantes en materia de impacto social en el Labs así como ayudando a las empresas a avanzar en la medición del valor de lo social a través de herramientas como:

RSC3: Herramienta que mide el grado de alineación de la estrategia social y del propósito con la estrategia de negocio, teniendo presente el impacto en ODS.

Huella Social: Herramienta que mide el impacto social generado por proyectos de inversión, anticipándose a la taxonomía social y de forma integrada con otros *frameworks* como ODS, GRI, SASB... Se recomienda especialmente para proyectos de inversión vinculados a NextGen / España Puede.

Empresas participantes:



AMADEUS



MEDIASET *españa.*

