



La medición del impacto social, un nuevo eje de gestión



La medición del impacto social que generan las empresas comienza a ser para muchas de ellas un eje de gestión más, sobre todo de cara a planificar los programas de RSE, tomar decisiones adecuadas, contar con información veraz que determine el funcionamiento de estos programas para optimizarlos y lograr la consecución de los objetivos marcados.

Por Iris Roldán (irisroldan@corresponsables.com)

Es indiscutible que la Responsabilidad Social ha ido evolucionando en el seno de las empresas. Ya no se cuestiona si unas empezaron porque de verdad sentían que debían devolver parte de lo que la sociedad les daba, las otras por puro marketing y el resto por inercia gregaria, al ver que sus iguales se sumaban al carro.

Esa etapa ya pasó y ahora cuesta concebir, sobre todo por parte de las grandes, que las empresas no generen un impacto económico, social y ambiental positivo en su ámbito de operación, cosa que para muchas supone su licencia para operar.

Cada vez encontramos más proyectos encaminados a mejorar la calidad de vida de las personas, los cuales son impulsados por uno de los motores más importantes: las empresas, cuyos engranajes y largos brazos son capaces de solventar problemas reales de nuestra sociedad, de una forma eficaz.

De hecho, según la encuesta que Accenture realizó en 2013 a unos mil CEO de empresas de 103 países y 23 sectores, más del 80% cree que la sostenibilidad debe considerarse como una fuente de crecimiento, innovación y competitividad.

Sin embargo, a pesar de la fuerza que genera la Responsabilidad Social en las empresas y de los miles de proyectos hoy vigentes, falta todavía algo muy importante en este sentido:



Sistemas de medición de impacto social

En los últimos años se han desarrollado diversas herramientas para tratar de medir el impacto social. A continuación se describen algunas de ellas:

- **LBG:** Esta metodología diferencia los resultados entre logros e impactos, de manera que los primeros son cuantificables y pueden medirse en un periodo de tiempo, y los segundos, solo pueden ser evaluados a largo plazo.
- **SROI:** Este método internacional busca describir toda la actividad del proyecto. Al final del proceso cuantitativo, se obtiene un ratio (ratio SROI: Social Return on Investment) que mide el valor del impacto social en relación a la inversión.
- **Índice de Capacidades:** Impulsado por EADA Business School y Fundación Seres, se basa en el modelo de capacidades de Amartya Sen (Premio Nobel de Economía en 1998) para medir el bienestar y la calidad de vida en las personas. Incluye variables como las limitaciones personales (edad, salud, etc.), sociales (normas culturales o costumbres) y ambientales (clima, geografía, etc.).
- **Value Driver Model:** Es una herramienta de medición del valor generado en la implantación de las estrategias de sostenibilidad, impulsado por el Pacto Mundial de Naciones Unidas. Analiza tres aspectos fundamentales: crecimiento generado a partir de estrategias de sostenibilidad, mejora de la productividad y gestión de riesgos.
- **Impact Reporting and Investment Standard (IRIS):** Es una iniciativa impulsada por la Rockefeller Foundation, el Acumen Fund y B Lab para estandarizar un lenguaje común en la definición, seguimiento e información sobre el impacto de las inversiones que tengan un impacto social y medioambiental.
- **Blended Value Proposition:** Desarrollado por Jed Emerson, fundador del Robert Enterprise Development Fund e impulsor en EEUU de los emprendimientos sociales, constituye una propuesta teórica que trata de romper el paradigma clásico de la medición de valor, tradicionalmente centrada en indicadores económicos, a otras variables sociales y medioambientales.
- **Best Available Charitable Option (BACO):** Desarrollada por el Acumen Fund, tiene como objetivo informar a los inversores sobre dónde será más eficaz su inversión filantrópica, en función del valor social que se generará por cada euro invertido.

medir o monitorizar los impactos reales que estos programas generan en la sociedad para comprobar realmente su eficacia y poder optimizarlos progresivamente.

BENEFICIOS

La cuestión es que no existe una metodología común de medición de impacto social extendida, sino que existen muchos sistemas con variables diferentes, por lo tanto se hace más complicado demostrar la efectividad de los programas de RSE de las empresas.

Pero, ¿por qué es importante medir el impacto social que genera una organización? En primer lugar, para comprobar la eficacia y eficiencia de los programas llevados a cabo, pues en origen pueden parecer proyectos brillantes, pero en la práctica pueden dar unos resultados no tan buenos. Esto nos lleva directamente a la segunda ventaja, que es la posibilidad de implementar mejoras en los programas y así optimizarlos. Todo ello hace que las empresas puedan monitorizar sus inversiones en RSE, adecuándolas estratégicamente a cada proceso de implementación del programa de RSE en cuestión. Este último factor permite contabilizar los logros de forma sistemática y facilita la toma de decisiones de los responsables de RSE de las empresas, aportando reputación a la empresa.

De lo que no cabe duda es que la medición del impacto social debe centrarse en el beneficiario del programa de RSE y en mejorar su calidad de vida para poder analizar en profundidad el cambio que se produce en la sociedad.

ANÁLISIS DE LA MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

Precisamente, para profundizar sobre la evaluación y monitorización del impacto social generado por las empresas, Media-

Responsible organizó el pasado mes de marzo el Taller Corresponsables 'Metodologías para la medición del impacto social', en el marco de la 50 Jornada Corresponsables, celebrada en la Torre Agbar de Barcelona.

Promovido por Agbar, el taller fue moderado por Ignasi Fainé, director de Reputación y RSC de la compañía, quien explicó que "las compañías no son solo los números", aludiendo a la necesidad de impulsar proyectos que vayan más allá del terreno financiero. Fainé abogó por la medición del impacto que generan las compañías básicamente porque "lo que no se mide no se gestiona".

Otro de los participantes, Miguel Laloma, director del área de Socios de la Fundación Seres, apuntó que "hay que buscar una profesionalización de la RSE" y que "las herramientas de medición del impacto social deben ser sencillas y comparables".

Por su parte, Elisabet Garriga, directora del Centro de Social Sustainability Impact de EADA, señaló que "definimos impacto social como impacto en el bienestar de los beneficiarios". Y enfatizó en que "la medición ayuda a los directores de la RSE a diseñar mejor sus programas".

“No existe una metodología común de medición de impacto social extendida”



Para John Scade, coordinador de LBG Group, “tenemos que definir qué queremos hacer con la RSE y después empezar a medirla”. Scade destacó que “la inversión en la comunidad de las organizaciones que emplean la herramienta LBG es de 3,6 billones de dólares”.

Finalmente, Isabel Garro, directora general de la Red Española del Pacto Mundial, afirmó que “la mayor parte de los negocios del futuro van a estar ligados al desarrollo social”, pero también advirtió de que “si te dedicas a medir cada paso que das, no avanzas”.



SERGI LOUGHNEY, director de Relaciones Institucionales de Abertis y director de la Fundación Abertis

“La valoración de los logros y el impacto de las acciones en la comunidad es la parte más difícil de conseguir. Pero es la que realmente justifica las aportaciones realizadas”



IGNASI FAINÉ, director de Reputación y RSC de Agbar

“El principal reto es sin duda el desarrollo de una metodología sólida y fiable que permita establecer un estándar común para las empresas”



ELISABET GARRIGA, directora del Centro de Social Sustainability Impact de EADA

“La medición ayuda a los directores de la RSE a diseñar mejor sus programas”



MIGUEL LALOMA, director del área de Socios de la Fundación Seres

“Las herramientas de medición del impacto social deben ser sencillas y comparables”



HERNÁN CORTÉS, director de Sostenibilidad de Endesa

“Estamos avanzando para obtener una metodología propia que nos permita medir tanto las mejoras de nuestros proyectos sociales como los retornos que dicha acción tiene en la propia empresa”



GONZALO SALES, responsable de Programas de RSC de Ferrovial

“La medición del impacto socio-económico es necesaria para mantener la licencia para operar, la mejora del negocio, el medio ambiente, el fortalecimiento de las cadenas de valor y la innovación en productos y servicios”



ANTONIO FUERTES, CSR Manager de Gas Natural Fenosa

“La empresa debe medir su impacto social como un ejercicio de responsabilidad del que se obtienen múltiples beneficios, como el desarrollo de sus operaciones, la reducción de riesgos y un aprendizaje colectivo sobre sus efectos”



JOHN SCADE, coordinador de LBG Group

“Tenemos que definir qué queremos hacer con la RSE y después empezar a medirla”



ISABEL GARRO, directora general de la Red Española del Pacto Mundial

“La mayor parte de los negocios del futuro van a estar ligados al desarrollo social”

¿Cómo medir el impacto social de los programas de RSE?

La respuesta a esta pregunta es clave. Las empresas tienen que demostrar y justificar que sus programas de RSE tienen un impacto social ante una gran variedad de grupos de interés. Además, es importante mostrar que el dinero gastado en los programas de RSE ha obtenido un efecto en la sociedad y más actualmente en este contexto de crisis económica y social.

El modelo de impacto social de EADA Business School se basa en el modelo de capacidades de Amartya Sen para conceptualizar y medir el bienestar y la calidad de vida en las personas. El enfoque de capacidades, es mejor que otra teoría que conceptualice el bienestar y calidad de vida porque: el tipo de información que se utiliza para conceptualizar el bienestar es más completa y multidimensional, tiene en cuenta los aspectos subjetivos y objetivos, posee una fundamentación económica (premio Nobel de economía, 1998) y permite construir un índice de capacidades para cada programa de RSE.

Este enfoque aporta un mejor y mayor conocimiento del impacto social de los programas de RSE y permite la optimización de los programas de RSE: en el momento de diseñar los programas de RSE debe tenerse en cuenta qué capacidades se pueden generarse y cómo se puede diseñar el programa para obtener mayor número de capacidades y en un mayor grado.



ELISABET GARRIGA, directora del Centro de Social Sustainability Impact de EADA Business School



Medir y comunicar

La Red Española del Pacto Mundial cumple ahora 10 años de historia, tras los cuales ha llegado el momento de aprender a contar nuestra historia; de empezar a comunicar. Esto mismo es lo que le ocurre a la mayoría de las empresas que nos han acompañado en el camino. Son entidades que desde los comienzos de la sostenibilidad decidieron arriesgarse incorporando estos 10 Principios en su día a día, pero muchas de ellas han fallado en lo mismo que nosotros: en contar lo que han hecho. Por eso, el Pacto Mundial propone un modelo de 'medición del valor creado' que les permita evidenciar que todos estos esfuerzos han merecido la pena.

El *Value Driver Model* se constituye, por tanto, como una herramienta de medición y de comunicación del valor generado en la implantación de las estrategias de sostenibilidad. En concreto, en lo relativo a tres dimensiones: crecimiento generado a partir de estrategias de sostenibilidad, mejora de la productividad, entendida como la reducción de costes o la eficiencia en la gestión de los recursos, y la de la gestión de riesgos. Porque hoy en día no es suficiente con hacer las cosas bien, comunicarlas de manera homogénea y eficiente es fundamental para el éxito.



ISABEL GARRO, directora general de la Red Española del Pacto Mundial

Medir los resultados de la acción social empresarial

Conocer los impactos que las actividades sociales empresariales generan es cada vez más importante para todos: organizaciones apoyadas, departamentos del área social de las empresas, grupos de interés y sociedad en general. Por eso es importante tener una metodología que ayude a medir y evaluar adecuadamente la inversión y los resultados. Con el objeto de profundizar en la medición de los resultados de la acción social empresarial, en 2007 se creó LBG España www.lbg.es. La finalidad era comunicar mejor la acción social, con un método que permitiera la comparabilidad y que estuviera reconocido. LBG es, actualmente, la única metodología reconocida internacionalmente y recomendada por el DJSI para medir y evaluar la acción social empresarial. Las empresas que miden los resultados de sus acciones sociales, se plantean una estrategia para alinear su inversión social al negocio y fijan objetivos medibles para conseguir el retorno deseado. Con la metodología LBG, se evalúan también los cambios de comportamiento, desarrollo de habilidades o mejora en la calidad de vida de las personas, entre otros. Evidentemente, en muchos casos, es difícil la obtención de datos fiables, pero el uso de un sistema riguroso que evalúe convenientemente los cambios, se hace imprescindible para que la inversión en la comunidad tenga garantía de continuidad.



JOHN SCADE, coordinador de LBG Group

Medir o no medir, esa no es la cuestión

Medir es conocer, si conocemos podemos mejorar. Ante todo, es una oportunidad para afianzar la gestión de los grupos de interés. Ahora bien, ¿qué medimos? La respuesta es fácil: todo. Pero no se trata de medir por medir, se trata de trabajar con consistencia. En Fundación SERES también hemos querido contribuir a este reto. Hace ya tres años desarrollamos rsc2, basado en el 'Sustainability Compass' de McKinsey & Company, con el fin de cuantificar el impacto económico de la RSC. Además de aportar métricas e indicadores, fomenta el diálogo con otras áreas de la compañía y facilita el entendimiento de la Alta Dirección en términos de aportación de valor de las actuaciones sociales de la compañía.

Tras la medición del valor económico nos pusimos manos a la obra con el impacto social junto con EADA Business School y basados en el enfoque de capacidades de Amartya Sen, Premio Nobel de Economía.

Como vemos, las opciones que se presentan son muchas. Cada organización encontrará la metodología que se adapta mejor su compañía. Lo importante es trabajar por una cultura de medición que permita mejorar día a día y tomar decisiones que construyan una empresa más fuerte, que potencia su estrategia mejorando la sociedad en la que opera.



LUCILA GARCÍA, subdirectora general de Fundación SERES