



# GT-MSOS. Retorno, medición y memorias de sostenibilidad.

## CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO - RETORNO, MEDICIÓN Y MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

Marta Roca Lamolla  
Colegio de Economistas de Cataluña



# CONCLUSIONES

CONAMA 9

Congreso Nacional de Medio Ambiente

Grupo de Trabajo MSOS

Medición, retorno y

Memorias de Sostenibilidad

Coordina Col.legi d'Economistes de

Catalunya

- La RSE es la respuesta de las organizaciones al reto de la sostenibilidad.

1



- La RSE forma parte del espacio de *creatividad e innovación* de las organizaciones y en función del sector, actividad o localización de la organización *algunos elementos serán generadores de mayor retorno*

2



- La RSE es también un factor de competitividad e innovación para las empresas pequeñas y medianas. .



- Para las pequeñas empresas esto puede representar un esfuerzo *pero garantiza un retorno, e incrementa el valor intangible del negocio* a la vez que permite el establecimiento de una relación más duradera y cercana entre la empresa y su entorno.



- Existen como mínimo dos tipos de medida de la actuación de RSC en las organizaciones: la proactiva, generada por ellas mismas, y la externa realizada por diversos agentes.



No existe un método único de medida del retorno de la RSC generalizado. Existen métodos parciales, con diferentes enfoques y diferentes objetivos. Destacamos:

*La metodología LBG, London Benchmarking Group.*

*El modelo RepTrak®:*

*Herramienta de evaluación socio económica de Anglo American (SEAT) -socio-economic assessment toolbox-*

6



- La medida del retorno incluye una medida de la eficiencia de la comunicación de la RSC, ya que no basta con hacerlo bien sino que así debe ser percibido por los grupos de interés y la práctica de una comunicación eficiente es vital en este sentido.



- La medida de este retorno facilita la toma de decisiones posteriores a la acción, evaluando una buena la gestión de la empresa.



- Todo lo que no se conoce, no existe, por lo que parece básico que para que las acciones de responsabilidad corporativa tengan un retorno, éstas deben ser comunicadas adecuadamente.



- las estrategias de RSC y su comunicación se están convirtiendo en elementos clave de la competitividad de las empresas.

Cuanto mejor comuniquemos mayor será el retorno de la RSE

10



- El retorno de la responsabilidad corporativa depende directamente del conocimiento que los grupos de interés de la compañía tienen sobre sus acciones en esta materia, las cuales se conocen en la medida y forma en que se comunican. Por ello la importancia de una comunicación adecuada a las características de la compañía, que favorezca el diálogo y que responda a las expectativas de conocimiento y transparencia de sus grupos de interés.



- *Cada compañía tiene que hacer su medición.*
- *la RSC se conoce en la medida que se comunica, y que cuando se dan a conocer las prácticas socialmente responsables. Estas informaciones generan una percepción positiva en los grupos de interés, generando actitudes favorables hacia la compañía.*



- la necesidad de conocer mejor i medir con mayor precisión la participación de “intangibles” en la gestión de las empresas y entidades del siglo XXI es tan determinante como necesaria.



- Identificar para describir, evaluar i valorar serian los tiempos de la secuencia lógica de la incorporación de elementos intangibles en los modelos de cuentas anuales y registros económico financieros de la empresa



- De las estrategias de valoración posibles -*Método de capital intelectual (CI), Método de capitalización de mercado (MCM), Método de rendimientos de activos (ROA), Método del cuadro de mando (CM)*- . Consideramos este último como el método de mayor adaptación y utilidad en la descripción de elementos de intangibles y RSE



- Resulta necesario realizar la descripción de intangibles en cuentas anuales como fuente importante de ventajas competitivas para la empresa, porque se trata de activos valiosos, escasos, poco imitables por terceros y difícilmente transmisibles en el mercado. Se construyen y acumulan a través del tiempo a partir de la experiencia de la empresa.



