



GT-RSE. Tendencias de la RSE en España

CREANDO VALOR EN TIEMPOS DE CRISIS:
DE LA ACCIÓN SOCIAL A LA INVERSIÓN
EN LA COMUNIDAD.

¿QUÉ ES EL ASEGURAMIENTO?
SU VALOR PARA TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS

John Scade
Director General
MAS Business



LBG España

Creando valor en tiempos de crisis: De la Acción Social a la inversión en la comunidad

John Scade

Madrid, 3 de diciembre de 2008

jscade@mas-business.com

Otra visión de la LA RSE



Involucrarse en la comunidad

Aportaciones puntuales
Inversión social
Iniciativas alineados con el negocio

Operaciones del negocio
Núcleo básico de la RSE

Beneficios de las actividades esenciales, como:

- inversiones
- empleos creados
- impuestos pagados
- suministro de bienes y servicios vitales
- innovación tecnológica
- riqueza creada

Cadena de valor de la RSE

Enlaces en la cadena de valor con proveedores, distribuidores y clientes

Una solución



Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

LBG España | LONDON BENCHMARKING GROUP

Inicio RSS Imprimir Página



Mejora la gestión de la contribución social de las empresas a la comunidad

Hágase miembro
Más información en el 91 630 29 70 o en el e-mail: info@lbg.es

Navegación

- Inicio
- Home in English
- El modelo LBG
 - Historia
 - El modelo
 - Beneficios
- LBG España
 - El Grupo
 - Hágase miembro
- Links
- Contacto



La metodología del **LONDON BENCHMARKING GROUP (LBG)** tiene sus inicios en el Reino Unido en 1994, cuando un grupo de empresas líderes por su compromiso con la sociedad comienzan a trabajar en grupo con el objetivo de mejorar la gestión de sus iniciativas sociales.

Desde entonces, LBG ha tenido un rápido desarrollo hasta



Acceso miembros

usuario

password

Login

Próximo evento

Evento:
CSR Marketplace de Forética

Casos de éxito

Proyecto de Cadbury

¿Qué es LBG?



- ✓ La metodología LBG (LONDON BENCHMARKING GROUP) es un innovador modelo de gestión, medición y comunicación de las contribuciones sociales de las empresas a la comunidad.
- ✓ Ayuda a las empresas a plantear estrategias de actuación en la comunidad para crear un beneficio para la comunidad y para la empresa.
- ✓ Origen en el Reino Unido en los años 90
- ✓ Metodología líder mundialmente en el campo de la acción social
- ✓ Hoy en día más de 200 empresa siguen el modelo en todo el mundo



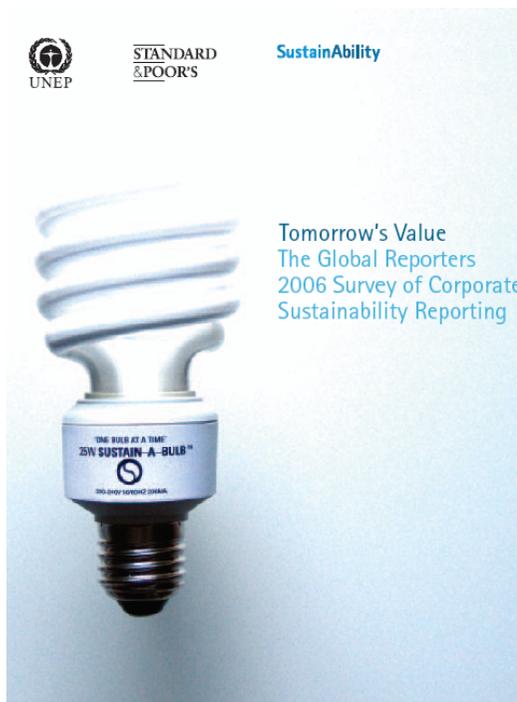
Fundadores:



Miembro:



Standard's & Poors, Sustainability & UNEP The Global Reporters 2006 Survey of Corporate Sustainability Reporting



- ✓ **Reino Unido, el país con más informes incluidos en el estudio, 22, de los cuales, 20 son miembros de LBG.**
- ✓ **LBG se ha utilizado en 6 de los 10 mejores informes, siendo los tres primeros miembros de LBG.**
- ✓ **5 otros informes incluidos de otros países también miembros de LBG**

Fuente:

<http://www.sustainability.com/insight/research-article.asp?id=865>

Mayor transparencia



ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL DE TELEFÓNICA

Metodología LBG desde 2007 - Datos en miles de euros

	2007	2006	2005
Fundación Telefónica	51.054	33.015	28.999
ATAM*	4.500	4.500	4.500
Patrocinios sociales y culturales*	28.988	1.608	2.571
Actividades sociales O2	4.228	2.493	-
Total	88.770	41.616	36.070

En 2007, la metodología LBG no permite contabilizar las contribuciones de los 60.000 empleados que colaboran con ATAM, ni el gasto dedicado a beneficiar a personas con discapacidad que sean familiares de empleados. Se han ajustado las cantidades de años anteriores, siendo la cifra correspondiente a 2006, 13.658 miles de euros y a 2005, 13.605 miles de euros.

Se consideran patrocinios sociales y culturales todos los que tienen un impacto positivo en la sociedad, la cultura y el arte, de acuerdo a los criterios de la metodología LBG. En 2006 y 2005 no se han reajustado las cantidades.

ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL POR REGIONES

Metodología LBG - Datos en porcentaje



ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL POR ACTIVIDAD

Metodología LBG - Datos en porcentaje



Nota: Para más información sobre las diferentes categorías de actividad, ver www.telefonica.es/rc07/accionesocial

Fuente: Telefónica Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007

CREA VALOR Y CONFIANZA PARA TODOS



Declaración de aseguramiento de LBG – Telefónica

Telefónica ha encargado a Corporate Citizenship el aseguramiento de su aplicación del modelo de medición LBG en el año 2007 (finalizado el 31 de diciembre de 2007).

El modelo LBG ayuda a las empresas a mejorar la gestión, medición e información de su colaboración y compromiso con la comunidad. Va más allá de las aportaciones puntuales para incluir la gama completa de contribuciones destinadas a la comunidad (tiempo de los empleados, contribuciones en especie y dinero), y valora los resultados reales para la comunidad y la empresa.

El modelo fue desarrollado por un grupo de compañías en 1995 como una herramienta interna de evaluación y como una forma de garantizar mayor consistencia y comparabilidad de la información publicada. Hoy, más de 150 empresas internacionales líderes aplican el modelo en todo el mundo.

Telefónica es miembro fundador de LBG España (el grupo español de LBG) y está impulsando activamente la medición de las colaboraciones con la comunidad en España, en colaboración con MAS Business, que dirige LBG España, y otras empresas fundadoras.

Nuestro trabajo se ha limitado a asegurar la correcta aplicación del modelo LBG en este primer año de uso. A nuestro juicio, en términos generales, Telefónica ha demostrado con éxito que entiende el modelo y ha aplicado sus principios a la medición de actividades en la comunidad en España y en el extranjero.

Para ver el texto completo de la Declaración de aseguramiento de LBG visitar la página web de Telefónica.

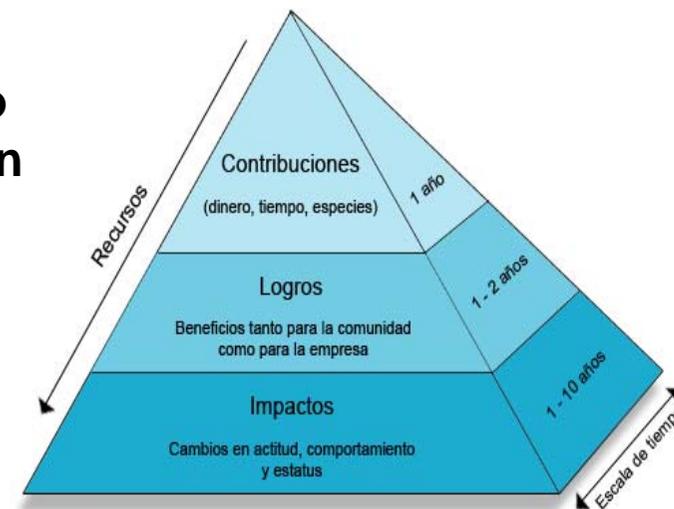
Corporate Citizenship

www.corporate-citizenship.com

Abril 2008



- ✓ Refleja más adecuadamente todo lo que la empresa hace en el área.
- ✓ Comunica mejor las acciones sociales de las empresas en la comunidad.
- ✓ Ayuda a medir el impacto directo e indirecto que genera (logros e impactos)
- ✓ Apoya y orienta a la gestión de las relaciones con la comunidad y el tercer sector
- ✓ Facilita una comunidad de conocimiento y aprendizaje que busca la innovación en la colaboración *empresa – tercer sector*



Ejemplo KPMG UK: “Listos para trabajar”



Objetivo del programa

El motivo principal de esta programa, en colaboración con Barclays, Marks & Spencer y Marsh, es conseguir que personas “sin techo” se reincorporen a un empleo sostenible a tiempo completo.



Fuente

[:http://www.24dash.com/content/news/viewNews.php?navID=1&newsID=3892](http://www.24dash.com/content/news/viewNews.php?navID=1&newsID=3892)



“The Prince of Wales has tonight praised a work-placement scheme designed to help people living on the streets break the "vicious cycle of homelessness". Prince Charles was celebrating the fifth anniversary of Ready for Work, which gives the homeless the chance to take part in work experience with major companies in the hope of helping them secure a job in the future.” 24dash.com

Ejemplo KPMG UK: “Listos para trabajar”



Aportaciones durante 2 años (2002-4)	Rendimiento anual		
	Efecto multiplicador	Beneficios para la comunidad	Beneficios para el negocio
Dinero 78.600€ Tiempo de empleados 52 voluntarios contribuyendo 3,5 horas cada uno a 50,3€ = 9.100 € En especie 152.500€ Total: 240.200€	165.100 € aportado por el gobierno del Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • 234 clientes accedieron este programa, mediante 9 cursos en 6 lugares • 4 colocaciones en KPMG • 59% ofrecidos empleo de los cuales 43% aceptaron (comparado con 18% al inicio) • Percepción cambiada de los “sin techo” 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputación entre los clientes • Aumento en la motivación, atracción y retención de empleados • Desarrollo personal para los empleados que se ofrecieron voluntarios



Impacto en la comunidad	Impacto en el negocio
145 personas consiguieron empleo, con un ahorro para la sociedad de 6,1 Mio €	Nuevo negocio generado (personas bancarizadas o con acceso a servicios)

¿Por qué son miembros de LBG España?



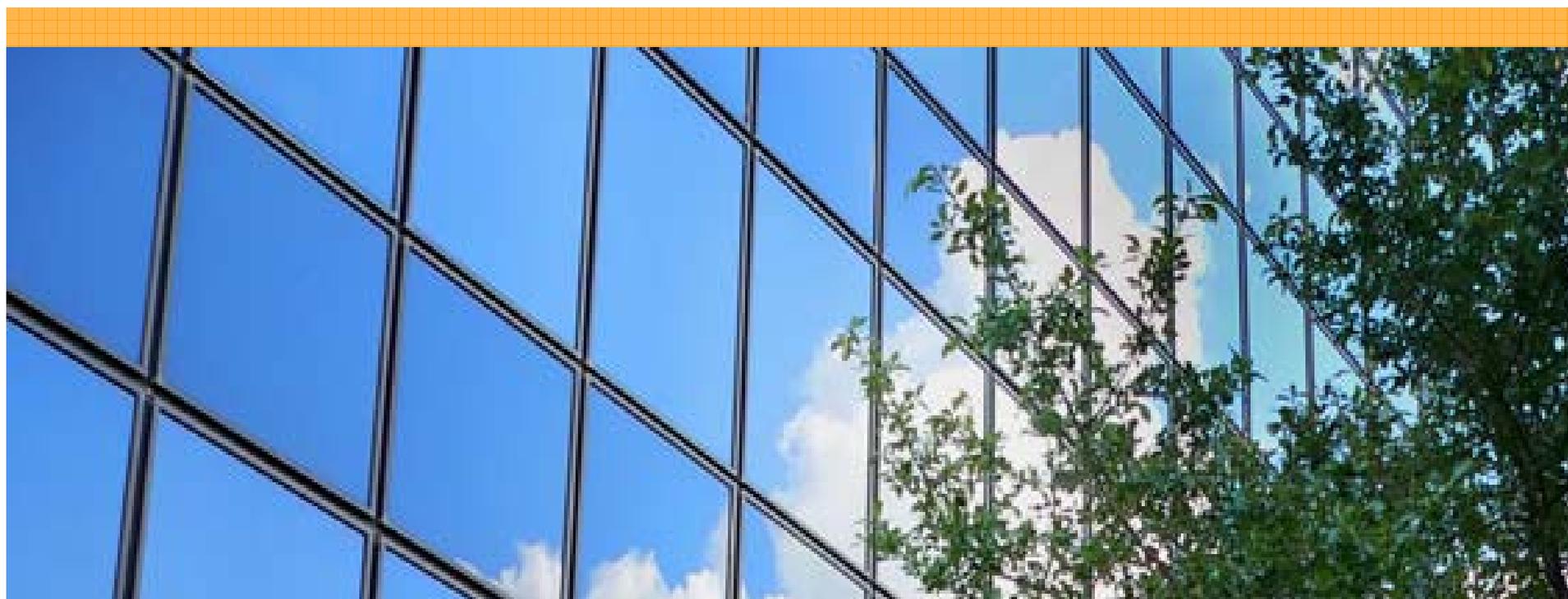
- ✓ Tener una visión completa del alcance y valor de su inversión social
- ✓ Medir el impacto que han conseguido las acciones en la comunidad
- ✓ Ayudar en la gestión de las relaciones con la comunidad y el tercer sector
- ✓ Mejorar las comunicaciones internas y externas de la empresa sobre su inversión social
- ✓ Facilitar el aseguramiento de la inversión social y así mejorar las relaciones con la comunidad y el tercer sector





**MUCHAS GRACIAS
POR
VUESTRA ATENCIÓN**

jscade@mas-business.com





¿Qué es el aseguramiento? Su valor para todos los grupos de interés

John Scade

Madrid, 3 de diciembre de 2008

[***jscade@mas-business.com***](mailto:jscade@mas-business.com)

¿Qué es el aseguramiento?



Gran noticia:

“La empresa Pedro & Co. ha plantado 11.000 árboles durante el año, lo cual representa un ahorro de 5 toneladas de CO2.”

- *Los datos son verídicos. Están verificados.*
- *Pero...¿Es una acción adecuada? ¿Es suficiente? ¿Qué representan estos números?*

¡Necesitamos saber más mucho más!



- ✓ ¿Porque se ha hecho esto?
- ✓ ¿Forma parte de su gestión estratégica?
- ✓ ¿Que pretende conseguir con ello?
- ✓ ¿Cómo contribuye a la sostenibilidad?
- ✓ ¿Debería haber hecho más, o otra cosa?
- ✓ ¿.....

Realmente la noticia no es lo mas importante, lo que necesitamos saber es si esta acción es la **ADECUADA** para contribuir a la sostenibilidad de la empresa.

El propósito del aseguramiento



A través del aseguramiento se genera confianza en la forma de trabajar y actuar de una organización, y así..

... influencia en el comportamiento de los grupos de interés e impacta en el éxito de la organización.

El aseguramiento es el resultado que se está buscando conseguir, no en sí mismo el método utilizado.



Verificación

- Auditoria o verificación: **comprueba** que la información, los datos y los cálculos son exactos y fiables.

Certificación

- Testifica que se han **satisfecho** unos **determinados criterios** (los criterios podrían ser de sistemas, procesos o de objetivos de desempeño). E.j. las ISOs, el SA 8000, etc.

Aseguramiento

- **Evalúa** el grado de adhesión a principios que se basan en el desempeño, es decir, **si la organización está haciendo lo adecuado.**



“El objetivo es generar confianza sobre la información divulgada del desempeño en sostenibilidad basada en una evaluación de los sistemas, datos y procesos subyacentes apoyados en criterios y estándares adecuados.”

Aseguramiento: ¿método o resultado?



Para la empresa

Un método:

- ✓ Utilizado por la organización
- ✓ El proceso se centra en la propia organización

Para los grupos de interés

Un resultado:

- ✓ Enfocado a un público
- ✓ El público o audiencia no siempre es el mismo

El aseguramiento de la sostenibilidad en la práctica



- ✓ Aseguramiento de sostenibilidad: **enfocado a la mejora**
- ✓ Alcance **muy amplio**
- ✓ De **alto valor añadido para todos** los grupos de interés
- ✓ Basado en una revisión de los **procesos de gestión** de la sostenibilidad
- ✓ **Obliga** a valorar la gestión de la sostenibilidad y recomendar mejoras

Su valor para todos los grupos de interés



Internos:

✓ La Dirección misma:

- Se asegura ella misma del buen funcionamiento del sistema de gestión de la sostenibilidad que utilizan en la organización y se asegura de que cumplan los principios de AccountAbility.

✓ Empleados

- Genera más confianza en la organización para la que trabajan.

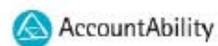
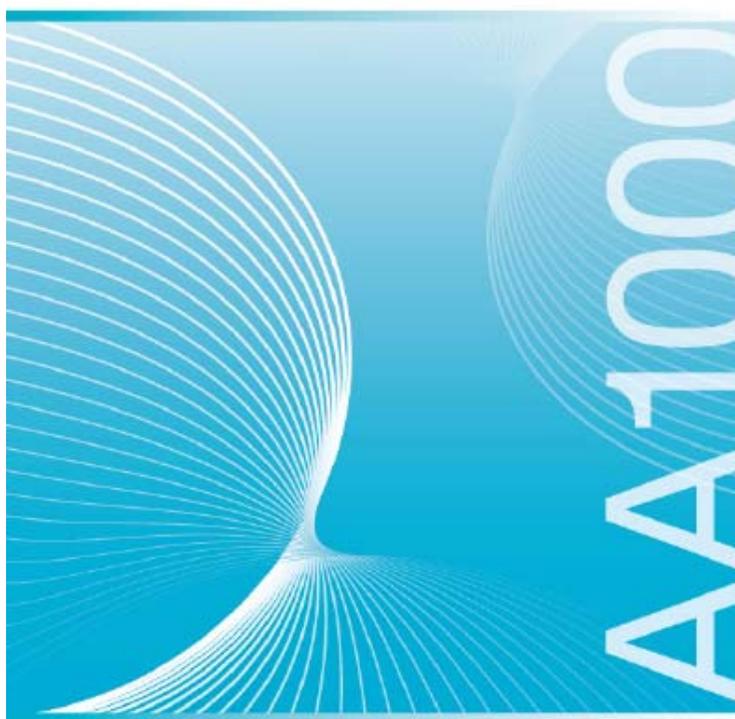
Externos:

- Demuestra transparencia y compromiso con la sostenibilidad.
- Aporta mayor credibilidad al informe de sostenibilidad.
- Reconocimiento internacional.

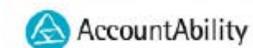
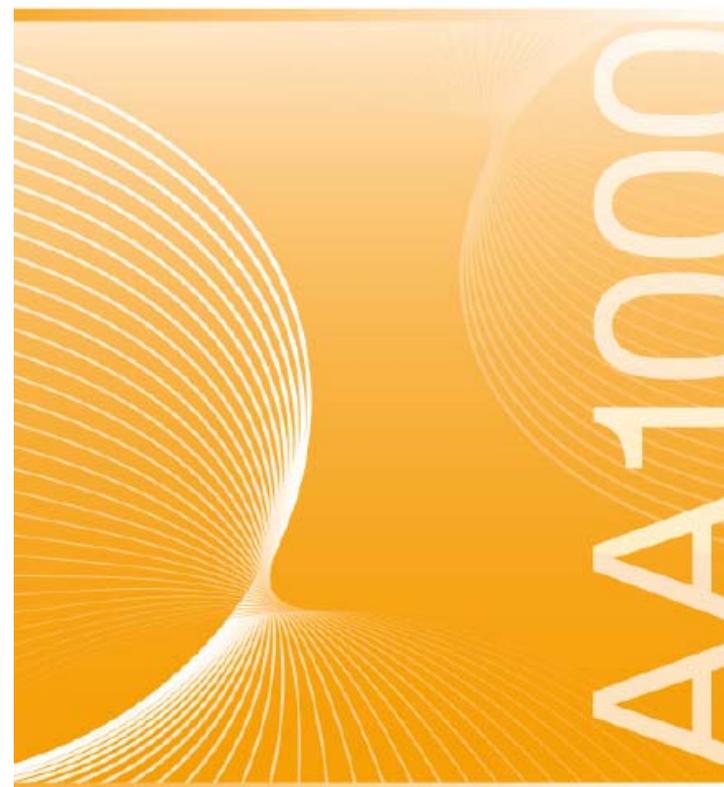
AA1000AS (2008) AA1000APS (2008)



Norma de Principios de
AccountAbility AA1000APS (2008)



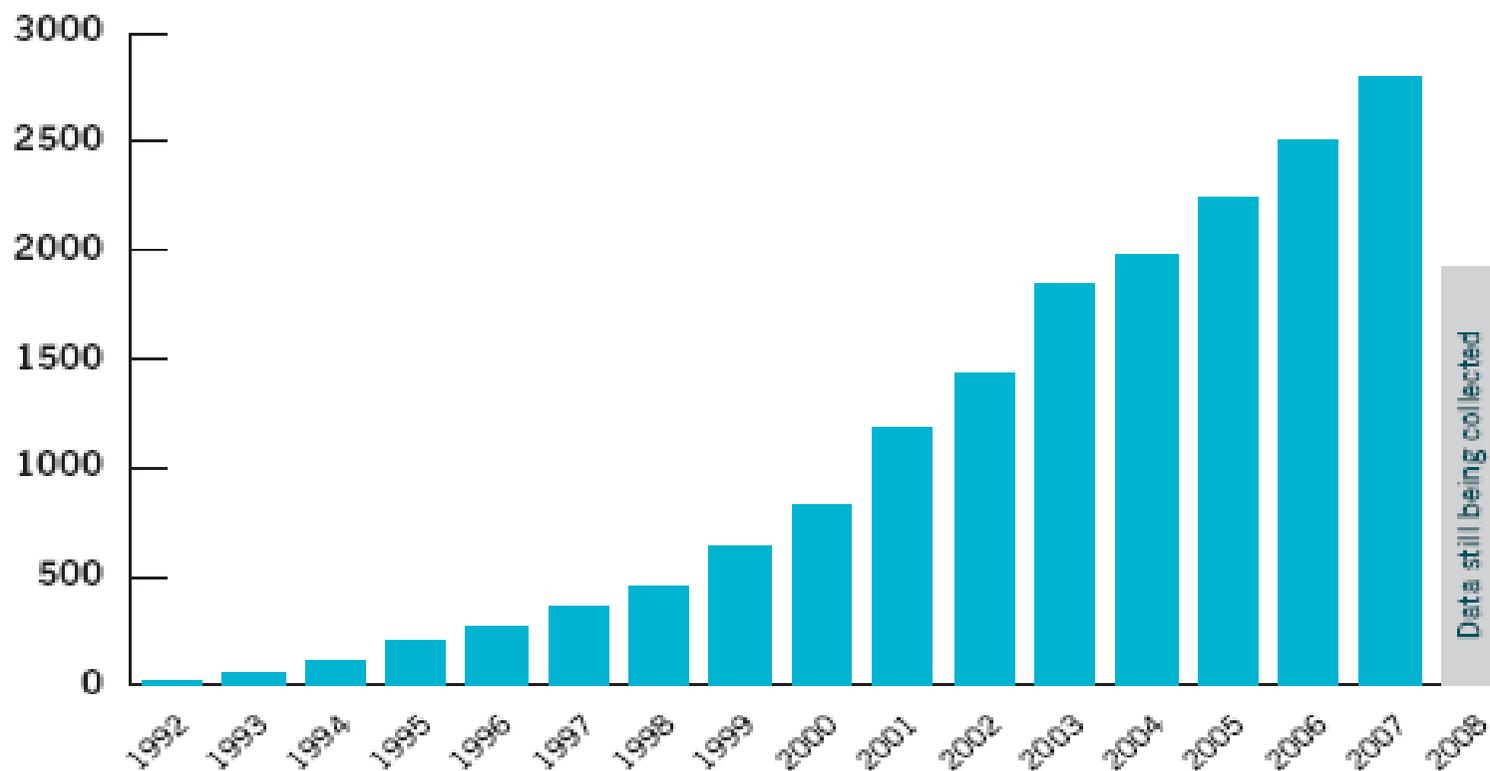
Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad
AA1000 AS (2008)



Memorias de sostenibilidad



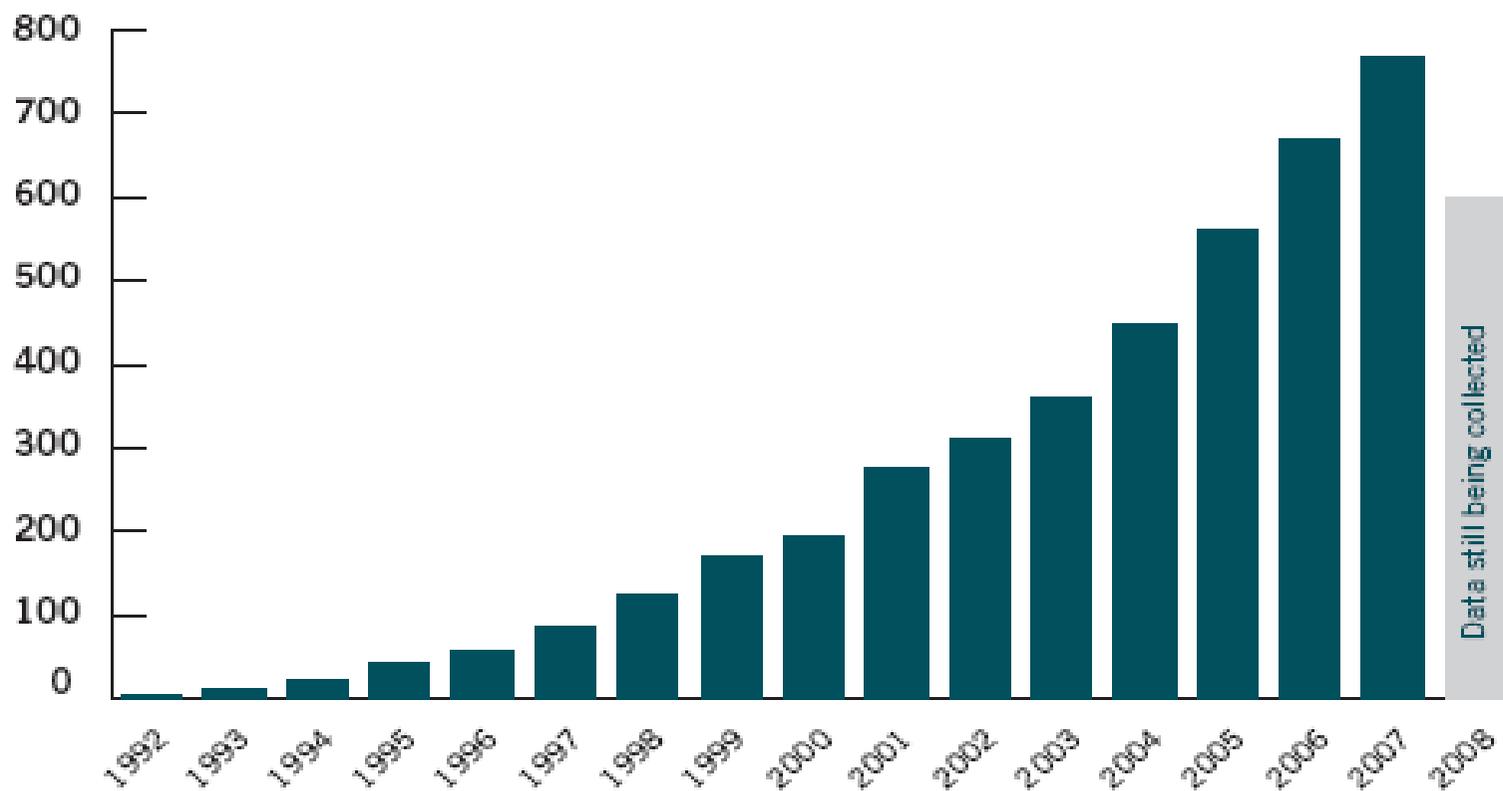
Global CR report output annually



Declaraciones de aseguramiento



Number of external assurance statements published annually



La Serie AA1000

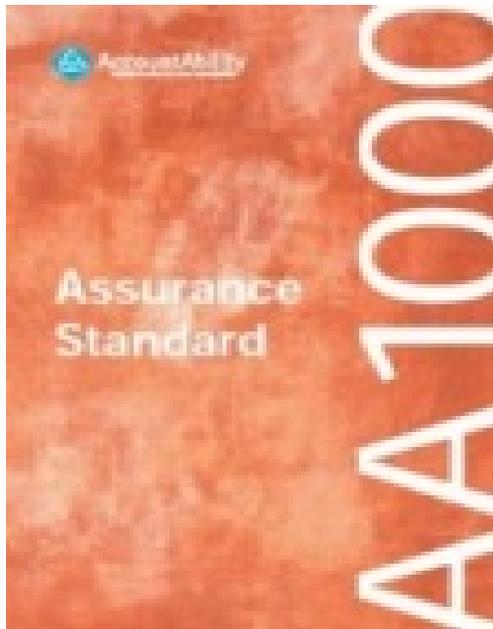


1^a 1999 AA1000 Marco

2^a 2003 AA1000AS
2005 AA1000SES

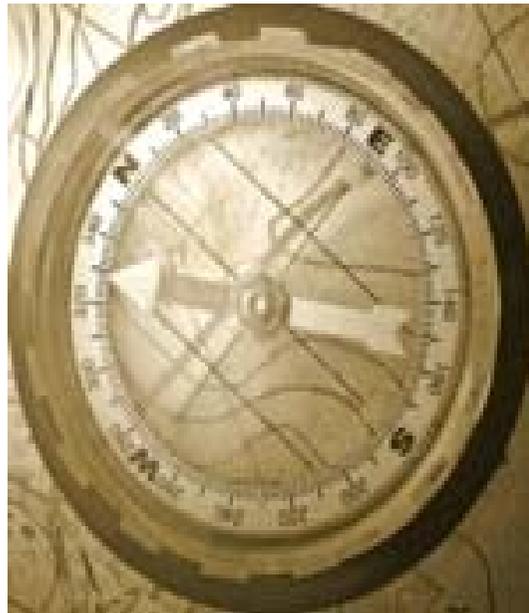
3^a 2008 AA1000APS
AA1000AS
2010 AA1000SES

AA1000APS (2008)





Inclusividad se refiere a la participación de sus grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad”

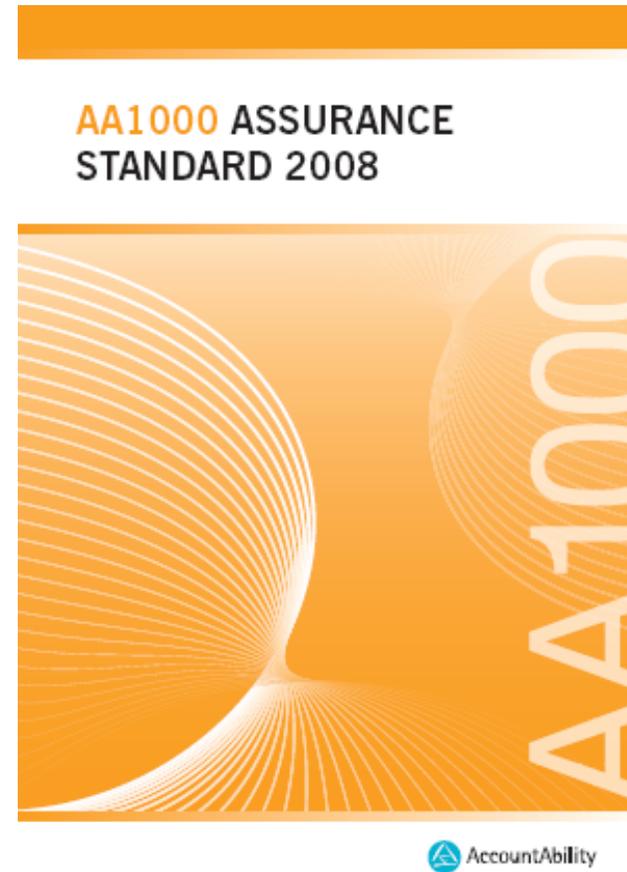
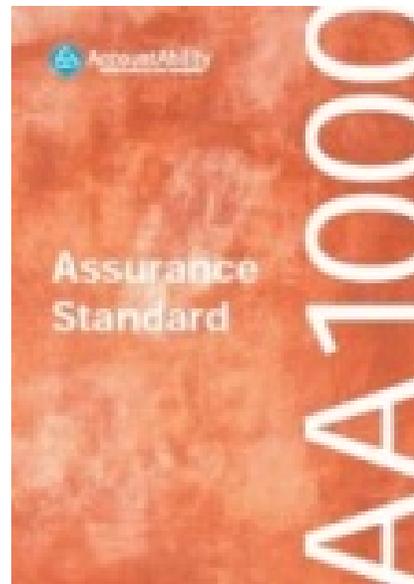


El Principio de Relevancia consiste en determinar la relevancia e importancia de un asunto para la organización y sus grupos de interés



La Capacidad de Respuesta es la respuesta de una organización a los asuntos de los grupos de interés que afectan su desempeño en materia de sostenibilidad.

AA1000AS (2008)



AA1000AS (2008)



La Norma de Aseguramiento AA1000AS (2008) provea la metodología para un proveedor de aseguramiento a evaluar y formar conclusiones sobre:



- ✓ La naturaleza y el cumplimiento de los Principios de AccountAbility de AA1000, y
- ✓ La calidad de la información divulgada sobre el desempeño en sostenibilidad

Cambios principales



Más



- ✓ **Tipos** – AA1000AS (2008) ha introducido dos tipos de alcance
 - **Tipo 1** – Requiere una evaluación del grado de cumplimiento de los tres Principios de AccountAbility por parte de la organización informante.
 - **Tipo 2** – Requiere, además de una evaluación del cumplimiento de los tres Principios de AccountAbility, la verificación de información específica de su desempeño en sostenibilidad..
- ✓ **Niveles** – AA1000AS (2008) ha establecido dos niveles de aseguramiento, **moderado** y **alto**.



**MUCHAS GRACIAS
POR
VUESTRA ATENCIÓN**

jscade@mas-business.com

