

En tiempos del coronavirus: definir la responsabilidad social de las empresas y de las personas

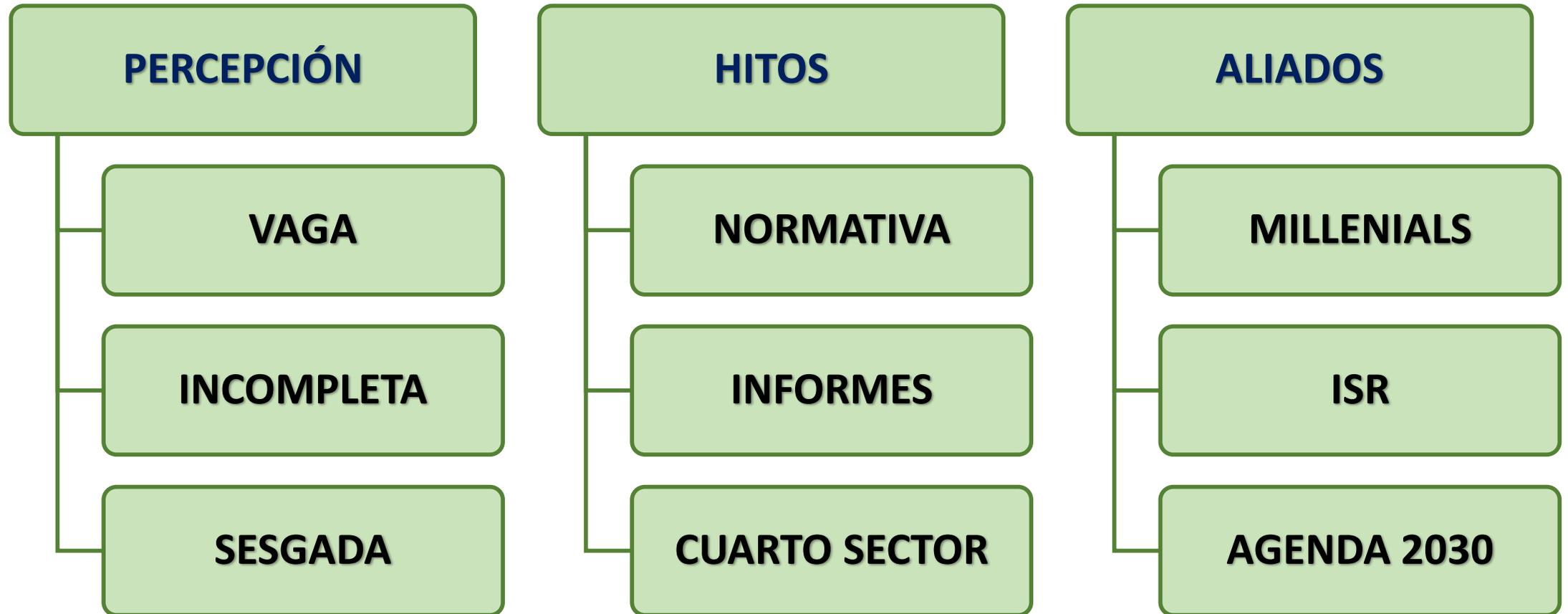
Presentación del webinar online:
Emilio Moral & Màrius Calvet

En tiempos de coronavirus: la redefinición de la responsabilidad social de las empresas

por Emilio Moral, socio-director de RESPONSABILIA



Visión actual sobre la Responsabilidad Social de las empresas (antes de la Pandemia)



Visión general sobre la Pandemia y la reacción empresarial a la misma

ERROR INICIAL

ERRÓNEA
PERCEPCIÓN DEL
RIESGO =>
PROBABILIDAD
&
SEVERIDAD
(PROPAGACIÓN)

REACCIÓN

PARÁLISIS
FORZOSA

ERTES

REPERCUSIÓN
DESIGUAL

COMPORTAMIENTOS

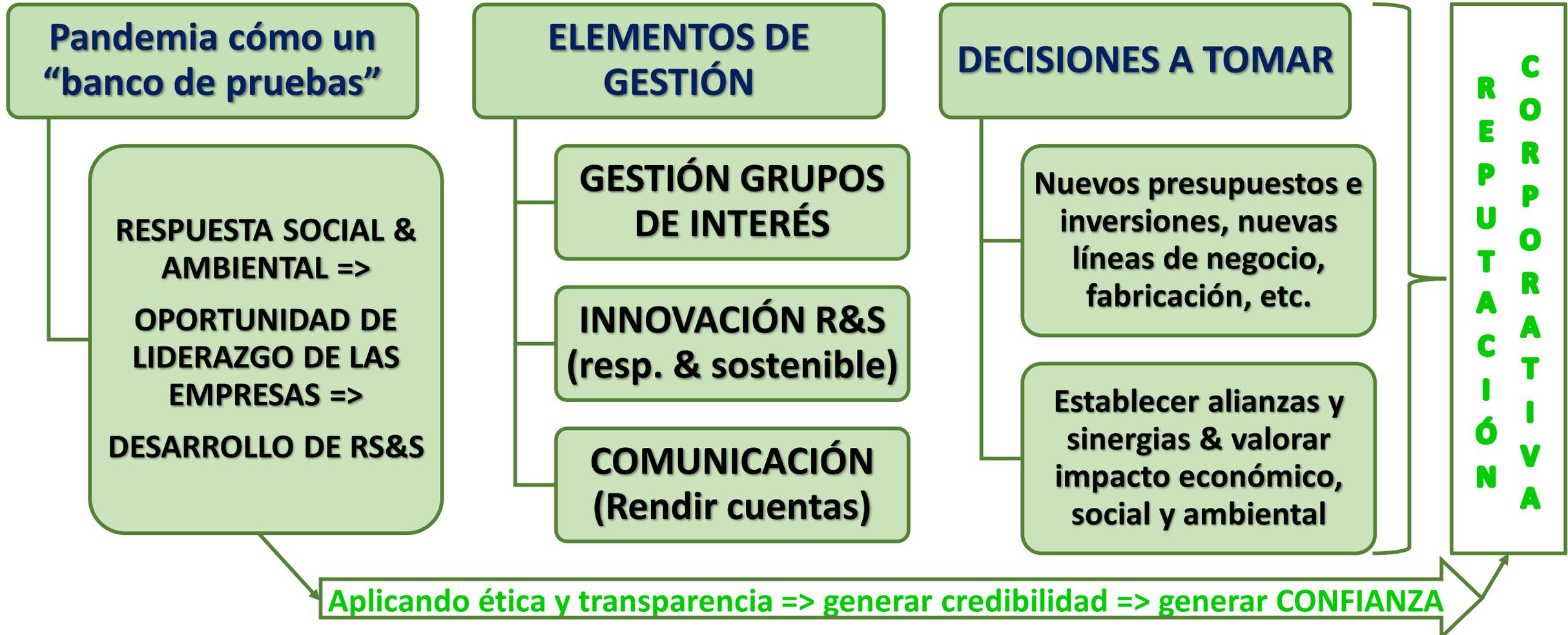
POSITIVOS:
donaciones, acción 3er
sector, producción
material sanitario

NEGATIVOS: compra
acciones a bajo precio,
precios abusivos
material sanitario

El futuro de la RS&S, Resp.Social & Sostenibilidad – A nivel interno de la organización



El futuro de la RS&S, Resp.Social & Sostenibilidad – A nivel externo de la organización



El futuro de la RS&S, Resp.Social & Sostenibilidad – A nivel global

**Pandemia cómo
oportunidad para
AFIANZAR la AGENDA
2030**

**ALIANZAS &
SINERGIAS &
INVERSIÓN DE
IMPACTO =>**

Contribución a los
ODS, Objetivos de
Desarrollo Sostenible

**OPORTUNIDAD
LIDERAZGO EMPRESAS**

Usar la tecnología (TIC,
digitalización, big-data,
etc.) => Mejor toma de
decisiones =>

**PRIORIZAR los ODS =>
VENTAJA DIFERENCIAL**

**ACCIONES GOBIERNOS
sobre:**

- Gobernanza corporativa
- Respeto a los DD.HH.
- Prácticas laborales
- Asuntos de consumidores
- Competencia justa
- Medio Ambiente
- Relación con la comunidad

Pandemia => CAMBIO DE PARADIGMA => Decisiones en la ERA DE LA SOSTENIBILIDAD

El futuro de la RS&S, Resp.Social & Sostenibilidad – Conclusiones

TRANSICIÓN hacia una EMPRESA SOSTENIBLE mediante:

- 1) Establecer PROPÓSITO
- 2) Indicar CONTRIBUCIÓN
- 3) Añadir COMPROMISO
- 4) Comunicar IMPACTO
- 5) Promover ALIANZAS

HERRAMIENTAS a utilizar para la TRANSICIÓN:

- Los 7 PRINCIPIOS de la Responsabilidad Social
 - Las 7 MATERIAS de la Responsabilidad Social
- FUENTE: Guía ISO 26000 de Responsabilidad Social

OBETIVOS a alcanzar y CÓMO HACERLO:

OBJETIVOS:

- A nivel interno => generar nueva CULTURA de empresa
- A nivel externo => generar REPUTACIÓN corporativa

Integrando la RS en:

- Las DECISIONES
- LAS ACTIVIDADES

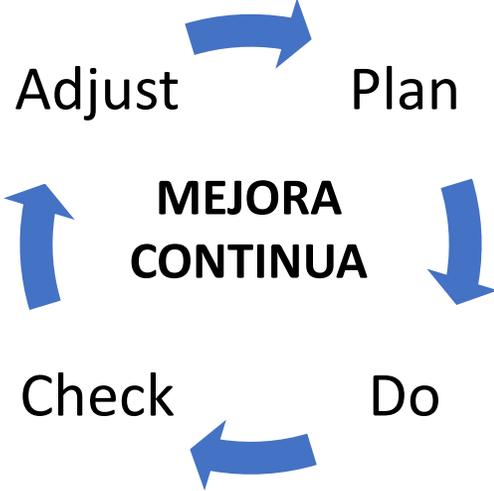
EDUCAR a los empresarios, directivos, emprendedores, etc. en RESPONSABILIDAD SOCIAL

En tiempos de coronavirus: adaptación empresarial & nueva realidad social

RSC
Responsabilidad Social Corporativa



RCS
Responsabilidad Corporativa Sostenible



INYECTAR EN LA **GESTIÓN** UNA **VACUNA**



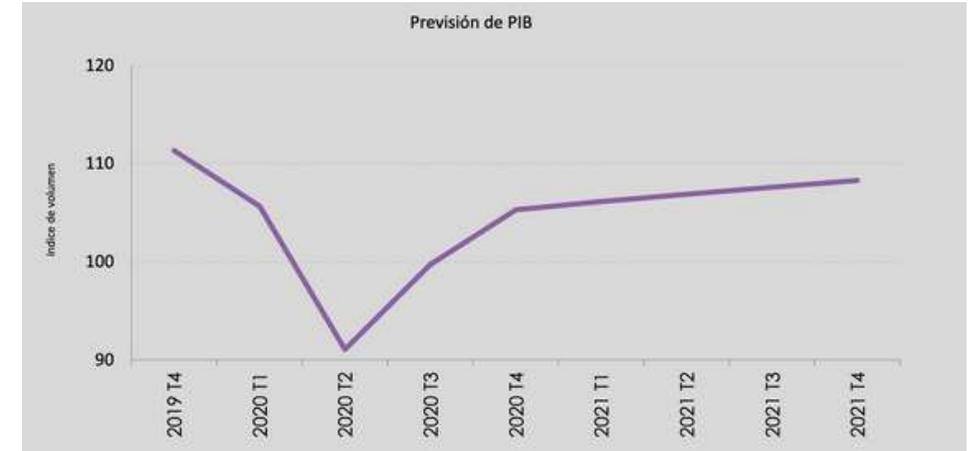
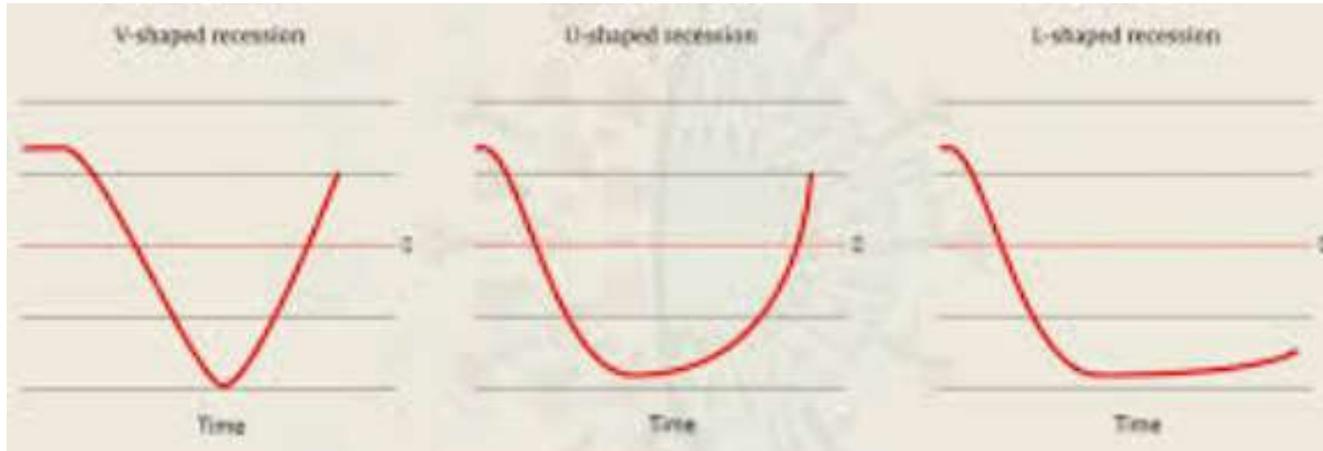
- Valiosa** (Genera valor)
- Ambiciosa** (Genera impacto)
- Coherente** (Genera credibilidad)
- Util** (Partes interesadas)
- Novedosa** (Genera innovación)
- Amistosa** (Genera confianza)



La situación social en el contexto de la crisis del coronavirus

por Màrius Calvet

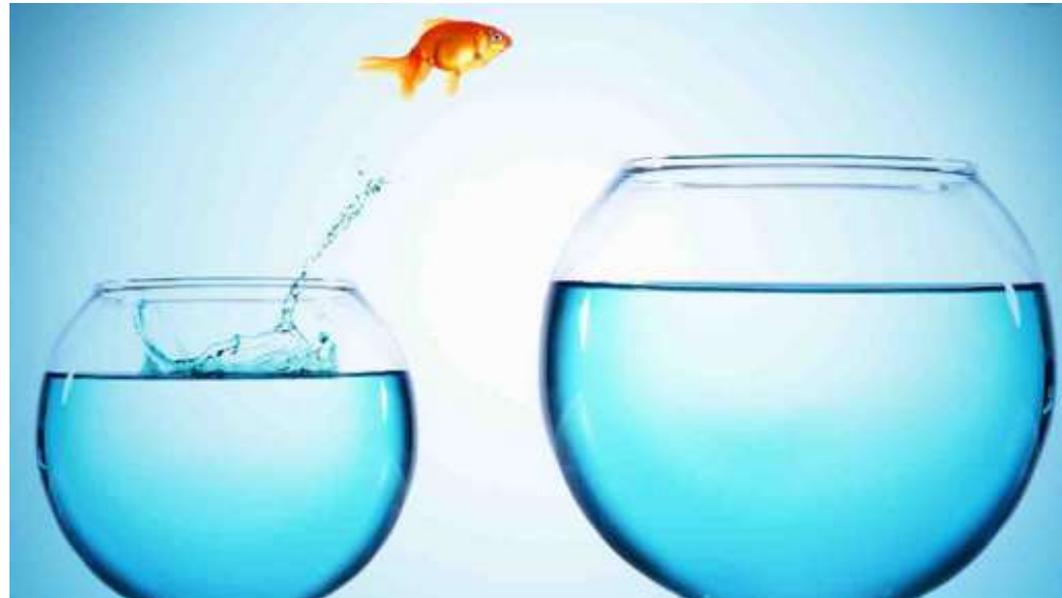
¿Cuándo acabará la crisis provocada por la pandemia del COVID 19?



¿Es una gran crisis o es un paso más “agudo” de una crisis más sostenida?
Y quizás no es la última....

Dos alternativas a partir de ahora:

- Intentar paliar los efectos dentro del sistema actual
- Intentar hacer un cambio profundo de sistema

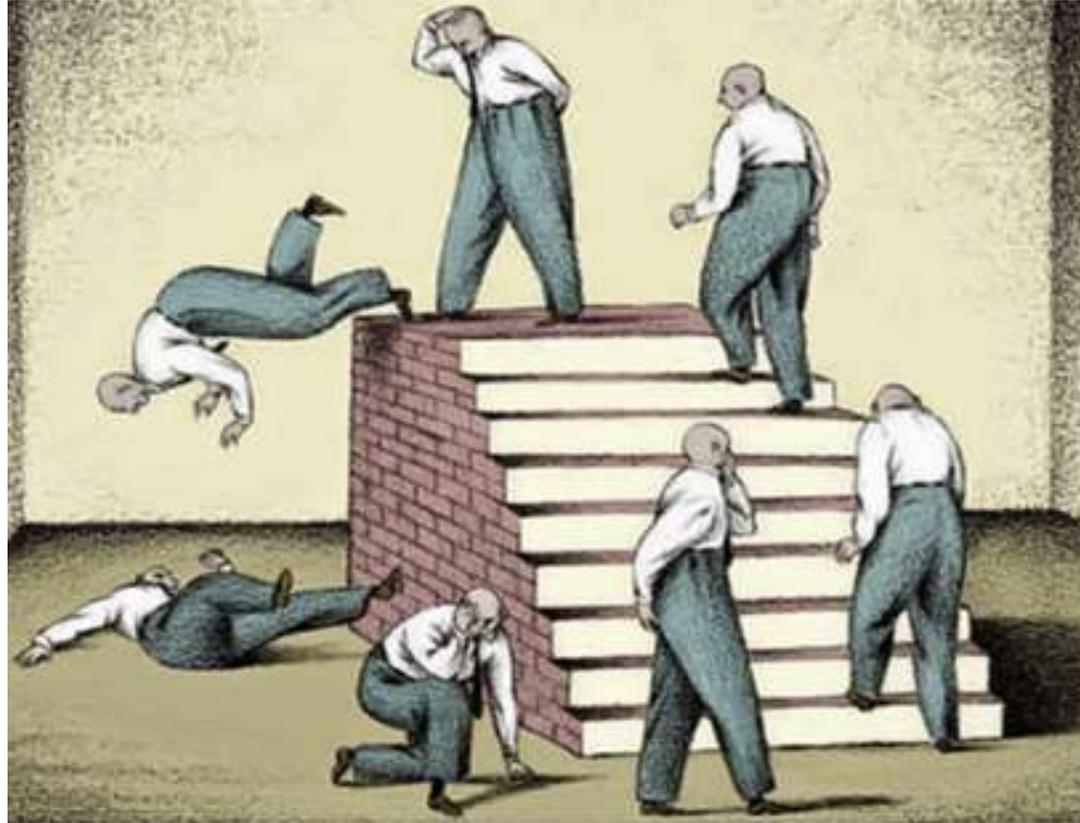


Experiencia de todos (casi) nosotros

La mayoría somos consultores, asesores de empresas, empresarios o directivos.



¿Cuál ha sido la respuesta mayoritaria real?



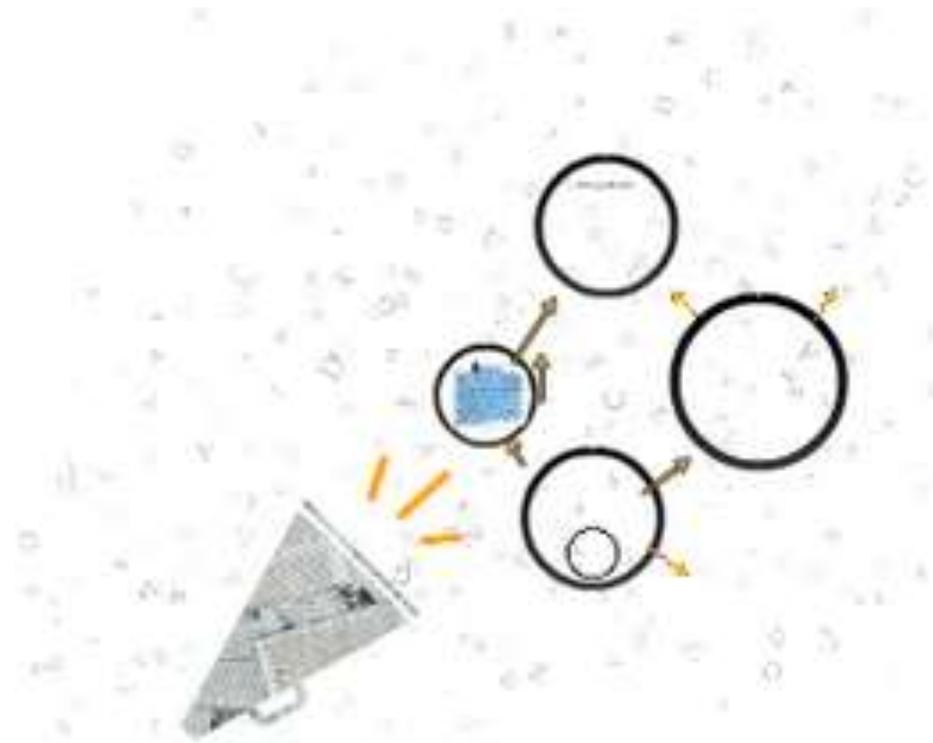
¿Cuál será probablemente la respuesta a partir de ahora?

Probablemente la tendencia será paliar los efectos dentro del sistema



Entonces vendrán otras y peores
(Carbonell, Pugès, Sala i Martín, Niño, Gay, Mas Font....)

¿Y si desde muchos altavoces volvemos a esforzarnos en intentar un cambio profundo de sistema?



Meta y condiciones necesarias de las organizaciones

Hay tres tipos de objetivos generales a alcanzar:

- Conseguir los objetivos de los promotores, accionistas o propietarios
- Satisfacer ciertas necesidades del entorno
- Promover la mejora del conjunto de los integrantes de la organización

Si escogemos una de ellas como meta, las otras dos pasan a ser condiciones necesarias para conseguir la primera. Cada una de las tres tiene requisitos a tener en cuenta, y éstos son los que generan los conflictos organizacionales

PROPUESTA: Alianza con la comunidad

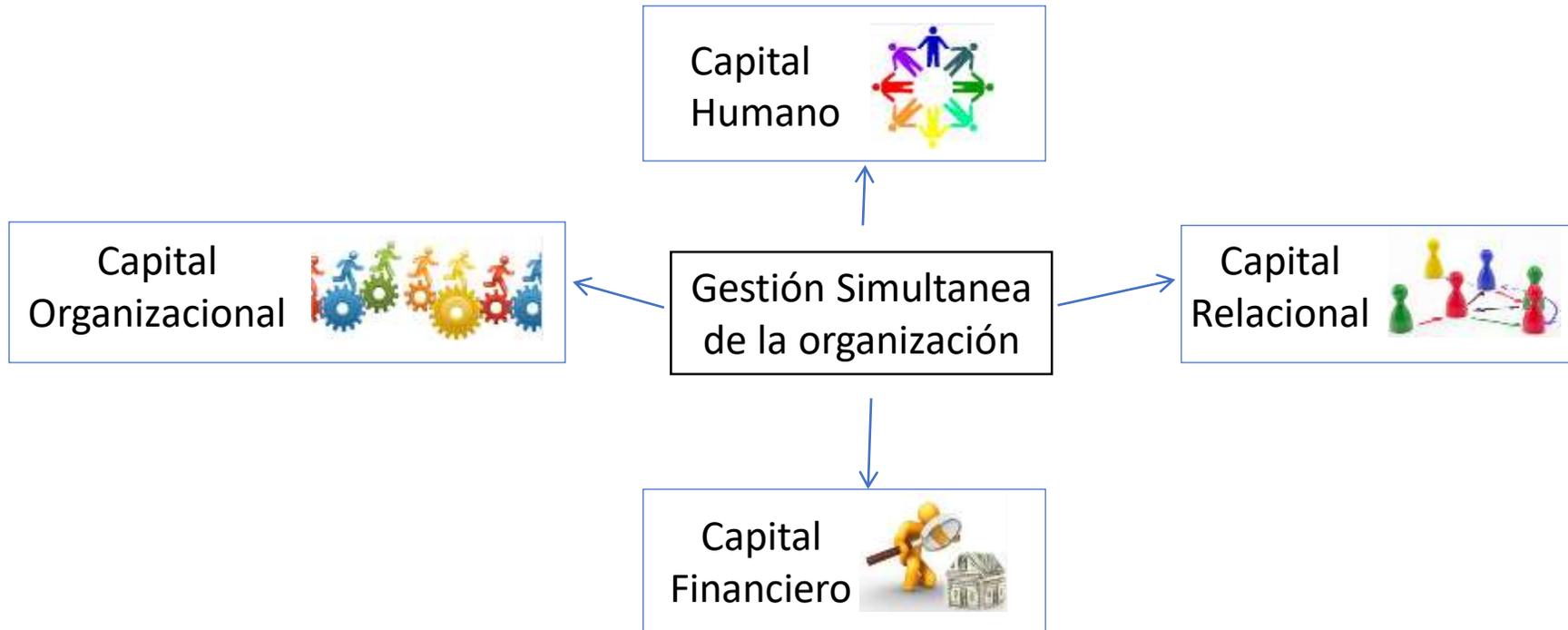


Propuesta de APDO:

Valoración ética y social de las empresas

Observatorio Ético - Social de las Empresas





CONTENIDO

6 Encuestas / Formularios:

Datos generales de la empresa (10 preguntas)

Profesionales / Trabajadores (5 preguntas)

Proveedores (5 preguntas)

Clientes / Consumidores / Usuarios (5 preguntas)

Entorno / Vecinos / Asociaciones de la Comunidad (5 preguntas)

Propietarios / Accionistas (5 preguntas)



Preguntas relacionadas con 5 principios



Objetivo: Aumento del Capital Integral de la Organización

Funcionamiento actual de la organización

¿Los trabajadores lo aprueban?

Puntuar cada pregunta con un número entre 0 y 10	Puntos
¿Cómo evaluo la valoración que hacen en la empresa de mi aportación/implicación? (¿Cuentan realmente con nuestra participación en los procesos de toma de decisiones?)	
¿Qué nota merece la confianza que les tengo?	
¿Estoy satisfecho en como se enfoca la formación y desarrollo profesional? (Valoración de los planes de formación)	
¿Se cumplen mis expectativas profesionales y personales, al ser miembro de esta empresa? (Que valor tiene respecto al desarrollo profesional del personal....)	
¿Hasta que punto queda claro que se ha de hacer y que no se ha de hacer por parte de todos y cada uno?	
TOTAL	

Objetivo: Aumento del Capital Integral de la Organización



Puntuar cada pregunta con un número entre 0 y 10	Puntuación
¿La empresa explica de forma clara y sencilla el alcance de su garantía en los servicios y productos que ofrece?	
¿En cuanto valora la capacidad de la empresa para resolver conflictos con los clientes?	
¿En cuanto valora la velocidad en la entrega de los productos, bienes o servicios dados por la empresa?	
¿En cuanto valora la calidad de los productos, bienes o servicios dados por la empresa?	
¿Hasta que punto la empresa entiende las necesidades de los clientes?	
Total	

Objetivo: Aumento del Capital Integral de la Organización



Puntuar cada pregunta con un número entre 0 y 10	Puntuación
¿En cuanto valora la consideración que tiene la empresa con los proveedores de su ámbito de actuación?	
¿En cuanto valora la calidad de relación entre ustedes y la empresa? (capacidad de la empresa para resolver conflictos operativos con los proveedores?)	
¿En cuanto valora la respuesta/transparencia de la empresa (pagos, cumplimientos, etc) por sus servicios?	
¿En cuanto valora la colaboración de la empresa per obtener un acuerdo de ganar-ganar con los proveedores	
¿En cuanto valora la disposición de la empresa en priorizar proveedores de proximidad del país?	
Total	

Objetivo: Aumento del Capital Integral de la Organización

Funcionamiento actual de la organización

¿El entorno lo aprueba?

Puntuar cada pregunta con un número entre 0 y 10	Puntuación
¿En cuanto valora la marca de la empresa? (en función de: indicadores de calidad, relación calidad/precio.....)	
¿En cuanto valora la calidad de la actividad de la empresa? (en función de: relación calidad/precio, utilización de energías renovables...)	
¿En cuanto valora la transparencia o información y los servicios a los clientes y/o a la comunidad que da la empresa?	
¿En cuanto valora las acciones de la empresa para superar los conflictos con el entorno cuando estos es producen? (como políticas de reciclaje, embalajes ecológicos...)	
¿En cuanto valora la implicación de la empresa en la comunidad? (colaboraciones con agentes sociales, fomento de trabajo o empleo, acciones claras de promoción de puestos de trabajo, actividades de apoyo social, cultural...)	
Total	

Objetivo: Aumento del Capital Integral de la Organización

Funcionamiento actual de la organización

¿Es rentable de forma sostenible? (Accionistas, propietarios, etc.)

Puntuar cada pregunta con un número entre 0 y 10	Puntuación
¿En que medida está satisfecho como accionista/propietario de haber invertido o creado la empresa?	
¿En que medida confía en el grupo (y su funcionamiento) que tiene en la empresa?	
¿En cuanto valora la actuación general de la empresa desde un punto de vista de sostenibilidad y ética social?	
¿En cuanto valora la fiabilidad de los planes de desarrollo a corto plazo de la empresa?	
¿En cuanto valora fiabilidad o existencia de los planes de desarrollo a largo plazo de la empresa?	
Total	

Parámetros específicos de la Empresa

Se pide a las empresas participantes, que cuando puedan rellenen el cuestionario de esta página.

Indicadores para la Bolsa de Valores Éticos y Sociales	Valor
% de Ganancias o pérdidas del período	
Número de trabajadores	
Variación en el número de trabajadores (Altas y Bajas)	
División entre el precio por hora más alto y el más bajo dentro de la empresa (a nivel de salario, sin comisiones, bonos o incentivos extras)	
Número de acciones de mejora en Calidad (en procedimientos, organización, operatividad....)	
Número de acciones de mejora en Prevención de Riesgos Laborales y condiciones de seguridad y confort de los miembros de la empresa	
Número de actividades de formación (Promoción de mandos intermedios, liderazgo transversal, formación específica profesional.....)	
Número de actividades en Creatividad, Investigación, Innovación, Desarrollo (programas de generación de talento, de generación de ideas, de creación de nuevos proyectos, acciones....)	
Número de actividades de Colaboración Social (programas de participación comunitaria, de reducción de diferencias y falta de oportunidades por razones de género, programas de lucha contra riesgos de personas que puedan sufrir exclusiones o discriminaciones sociales.....)	
Variación en porcentaje positivo o negativo del salario medio de la empresa en el período	



DESARROLLO DEL PROGRAMA

Los participantes envían los datos a APDO y reciben al inicio un distintivo de su participación en el programa.

APDO aplica unos algoritmos propios y establece un índice de Valoración Ética y Social

Cada participante recibe sus resultados, una posición relativa a su sector, zona y posición global.

Esta información se recibe periódicamente, así como también recomendaciones y sugerencias desde APDO para establecer un verdadero programa de mejora continua.



¿HACEMOS ALGO?

¿Entre todos?



MUCHAS GRACIAS

