



II ENCUENTRO DE EMPRESAS
RESPONSABLES CON EL VIH Y EL SIDA
EN ESPAÑA

seres
fundación sociedad y empresa responsable

RSE: Generación de valor y fuente de innovación para las empresas

DOCUMENTO CONFIDENCIAL propiedad de Fundación SERES. Sociedad y Empresa Responsable.
Queda prohibido su uso y distribución sin la autorización expresa de
Fundación SERES. Sociedad y Empresa Responsable.



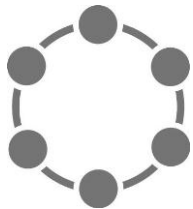
1

quiénes somos

qué

Somos un **grupo** de empresas que persiguen hacer más y mejor acción social.

SERES es un **campus** que favorece el aprendizaje individual y colectivo.



cómo

Creando valor compartido.
Resolviendo problemas sociales al mismo tiempo que se genera valor económico.

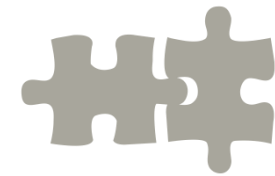
Promoviendo el papel de la empresa en la mejora de la realidad social.



perseguimos

Transformar la realidad empresarial para conseguir una sociedad mejor.

Ser referentes por la acción social que realizan las empresas.

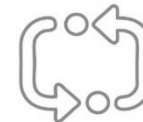
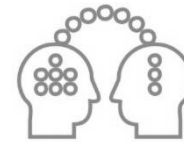
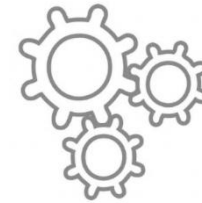


2

cómo trabajamos

ejes de actividad

- **Actuamos sobre la empresa.**
Ayudamos a la empresa a gestionar la acción social con criterios empresariales favoreciendo el cambio cultural.
- **Trasladamos conocimiento de la realidad social.**
- **Interactuamos con otros agentes sociales.**
- **Comunicamos** al exterior.



la visión de Seres...



propuesta de valor

herramientas



Patrones de mejora
gestión RSE
II Edición



Impacto social

Medición empresarial
rsc². Total: 29

McKinsey&Company

Herramientas

Empresa



Acompañamiento
individualizado

seres

Diagnóstico para un
voluntariado eficaz



medición del valor social



¿qué aporta?

- 1 Mayor medida del impacto social de los programas de RSE.
- 2 Optimización de los programas de RSE.
- 3 Factores clave: Intensidad del programa.

¿cómo funciona?



Medir el impacto en los beneficiarios.



Medir los cambios del bienestar y calidad de vida en los beneficiarios.



Medir las capacidades generadas en los beneficiarios (según el enfoque de capacidades del Premio Nobel de economía Amartya Sen).

medición del valor empresarial



El objetivo principal de **rsc²** es generar diálogo sobre la **creación de valor** de una forma sistemática en las empresas, de forma que se fomente el interés en desarrollar proyectos de **RSC**.

This tool to assess the value of Social Corporate responsibility projects is based on McKinsey & Company's proprietary Sustainability Compass framework and its enhancement.

una oportunidad para ser reconocido



premios **se**res 2016
a la Innovación y Compromiso Social de la Empresa

divulgar, enseñar, contagiar.

7ª edición

Anímate y participa en la 7ª edición de los premios SERES. Sea cual sea tu sector, el tamaño de tu compañía o foco de actividad; participa en la convocatoria de los premios SERES a la Innovación y Compromiso Social.

iParticipa!



Presenta tu candidatura
plazo de entrega: 27 de mayo 2016

3

valor de la RSE

el valor de la RSE

incremento de la
población

aumento y
cambios en la
demanda

presiones sobre
los recursos

interconexión de
los problemas

agentes de
transformación

nuevo papel de las
empresas

confianza = desempeño responsable = compromiso sostenible

Dos escenarios para la aproximación a la RSE



A la hora de determinar su enfoque en materia de RSE, las compañías pueden responder a dos preguntas clave:

¿Creen las compañías que las exigencias de cumplimiento en materia de RSE o cuestiones extra-financieras se harán más intensas? ¿En qué ámbitos?

¿Creen las compañías que la sostenibilidad, y las tendencias a las que viene asociada, dará origen a la aparición de nuevas oportunidades y nuevos modelos de negocio en el sector?

La respuesta a las dos preguntas anteriores debe ayudar a los consejos de administración de las compañías a entender y definir su posición al respecto.

La RSE puede ser vista desde una doble perspectiva. Como un elemento garante del cumplimiento y como un instrumento para propiciar la innovación en las compañías dando respuesta a las tendencias en las que la RSE se apalanca.

transformación de las empresas

antes

- filosofía “push” (de la empresa a la sociedad)
- sólo negocio
- accionistas
- beneficio económico
- empresa aislada

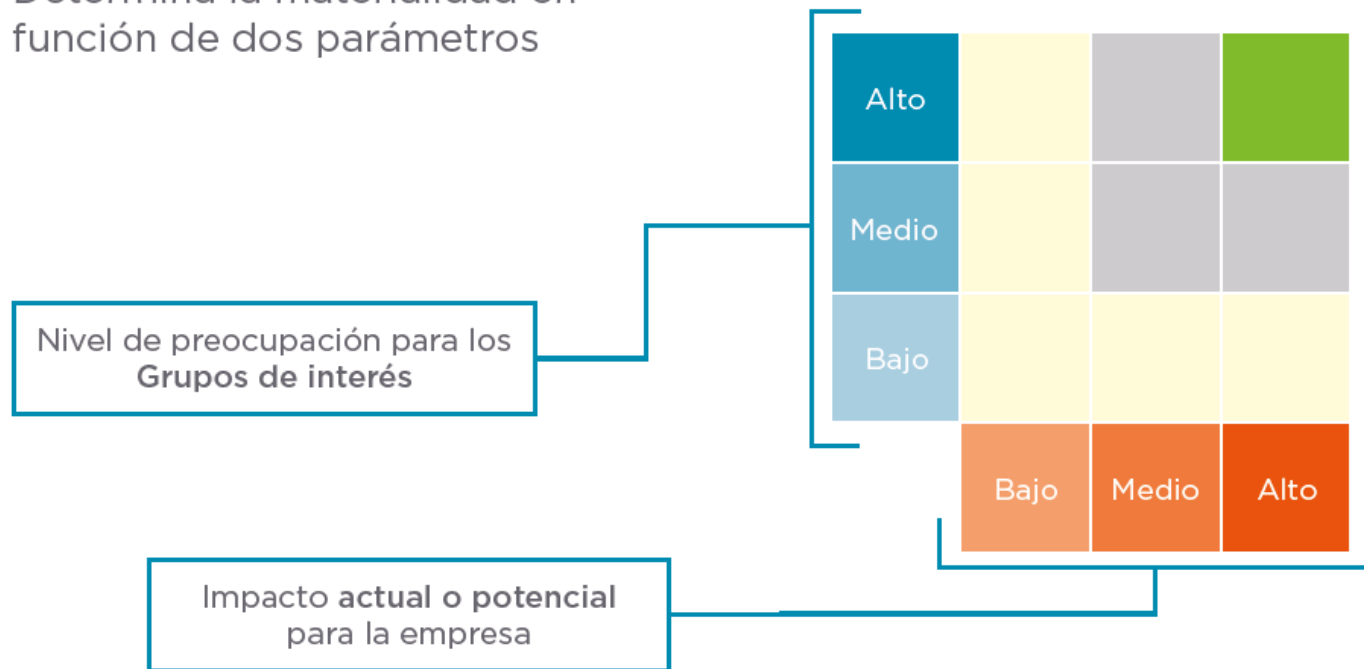
ahora

- filosofía de escucha (de la sociedad a la empresa)
- negocio y valor social
- visión global de stakeholders
- beneficios económicos y sociales
- empresa en un contexto global

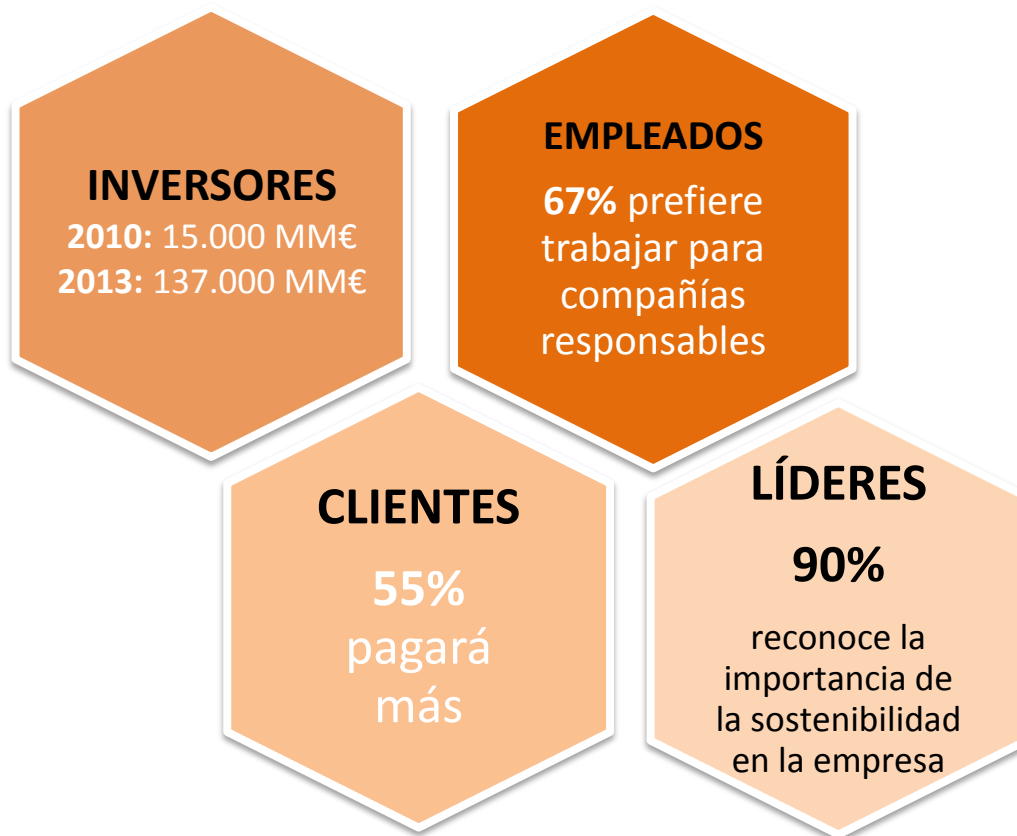
grupos de interés

Matriz de Materialidad

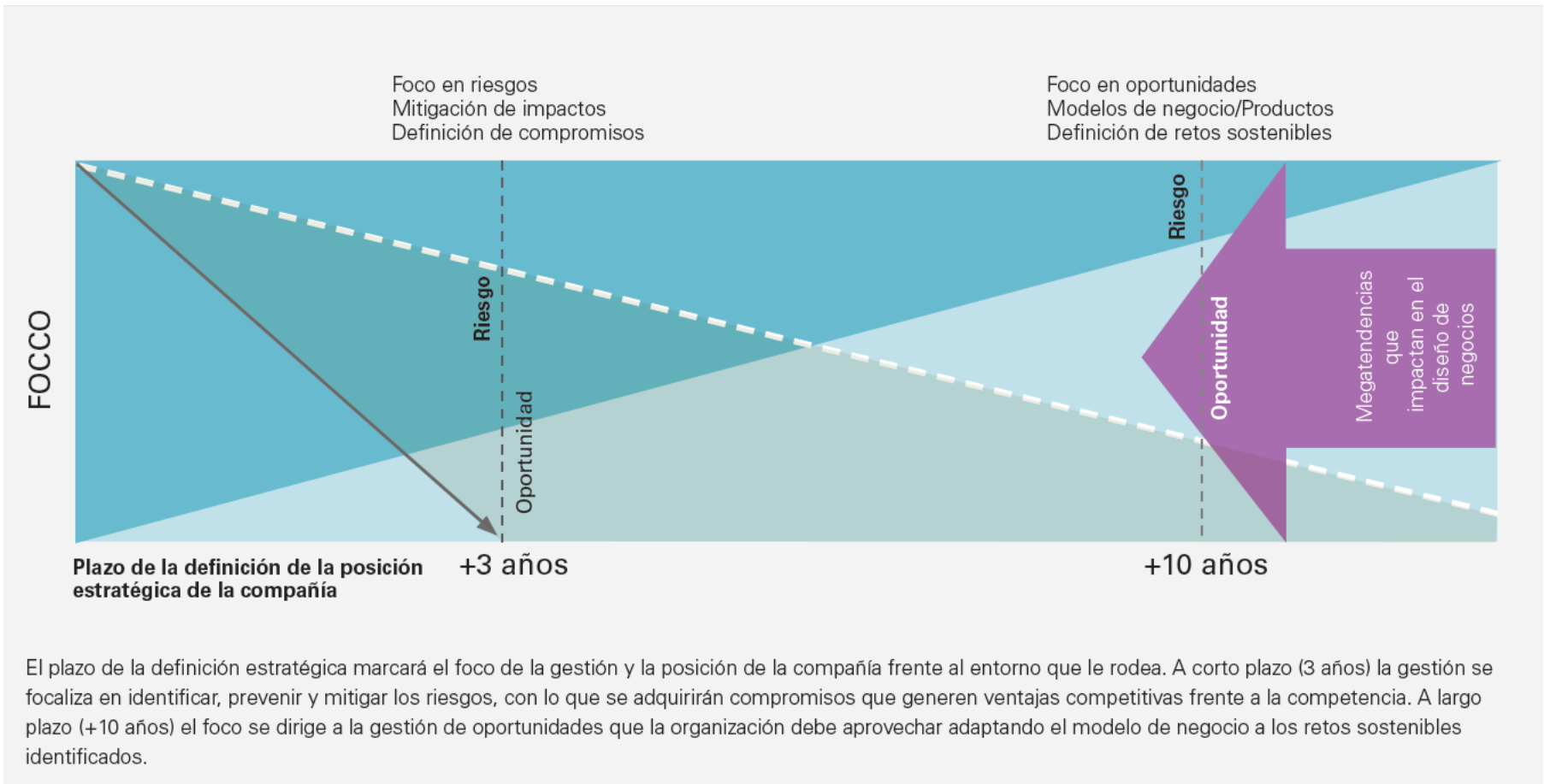
Determina la materialidad en función de dos parámetros



grupos de interés



elección



El plazo de la definición estratégica marcará el foco de la gestión y la posición de la compañía frente al entorno que le rodea. A corto plazo (3 años) la gestión se focaliza en identificar, prevenir y mitigar los riesgos, con lo que se adquirirán compromisos que generen ventajas competitivas frente a la competencia. A largo plazo (+10 años) el foco se dirige a la gestión de oportunidades que la organización debe aprovechar adaptando el modelo de negocio a los retos sostenibles identificados.

Fuente: Manual para Consejeros. KPMG y Fundación Seres.

A corto plazo:

- Los grupos de interés serán una pieza clave en la estrategia de las empresas.
- La RSE es una herramienta fundamental para gestionar la escucha a los grupos de interés.
- Las decisiones de los consumidores empezarán a definir la estrategia de RSE de las compañías.

¿Y respecto de las personas excluidas?

- La escucha a los grupos de interés pasa por una correcta gestión de la diversidad.
- Gestionaremos correctamente la diversidad de nuestros grupos de interés si hemos gestionado esa diversidad internamente.



C/Ayala, 27, 3º izq.
28001. Madrid
T.915758448
www.fundacionseres.org

seres
fundación sociedad y empresa responsable