



La Responsabilidad Corporativa;
factor estratégico para el
crecimiento económico.

Las empresas opinan



La **Sostenibilidad** y **Responsabilidad Corporativa (RC)** es compatible con el rendimiento económico y financiero; así lo confirma este nuevo estudio de Deloitte realizado a través de encuestas a los **Gerentes** de **110 empresas** a nivel nacional, enfocándose en los sectores de Comercio, Finanzas, Industria y Servicios.





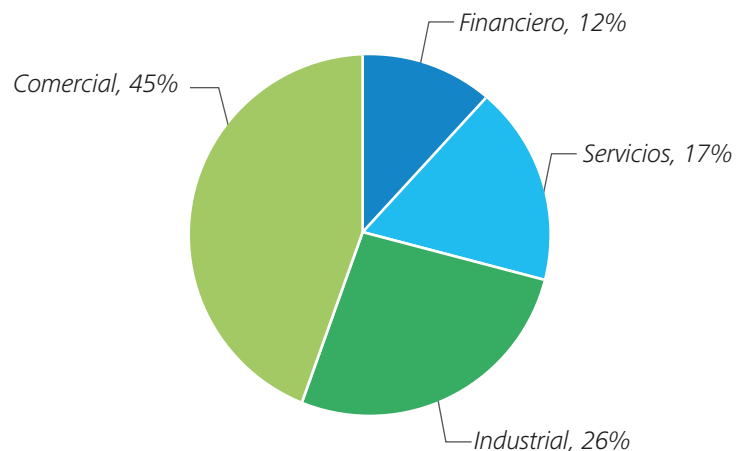
Introducción

“Los temas de Sostenibilidad han demostrado ser cada vez más importantes en las organizaciones y están atrayendo la atención de líderes mundiales, gerencias ejecutivas y directores”, Adel Melek, Director Gerencial del Departamento de Servicios de Riesgo Empresarial de Deloitte Global.

En el Ecuador cada vez son más las empresas que van sumándose al reto de ser Sostenibles, donde las Responsabilidad Social es un buen vehículo para abarcar los temas estratégicos de la empresa y de los grupos de interés. El contexto coyuntural mundial invita a que estas buenas prácticas dejen de ser únicamente para las grandes Multinacionales, sino que las MIPYMES revisen a la sostenibilidad como un pilar estratégico para su crecimiento y rentabilidad.

El Desarrollo sostenible empresarial busca el valor agregado del negocio y define estrategias de innovación que incorporen los requisitos económicos, ambientales y sociales, además maximiza la Creación de Valor, cumple con las expectativas de los públicos relacionados y da durabilidad en el tiempo a la empresa.

El camino aún es amplio, tenemos mucho por hacer; estamos seguros que este 3er estudio de tendencias nacionales en Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad dará una buena guía al país y sus actores de Desarrollo.



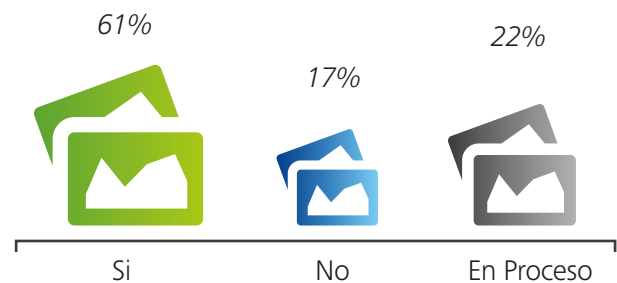


¿Actualmente su compañía mantiene una estrategia de RC?

En esta tercera edición de la encuesta anual de la firma acerca de las tendencias de Responsabilidad Social, podemos ver que el 61% de las empresas encuestadas cuenta ya con una Estrategia de RC&S.

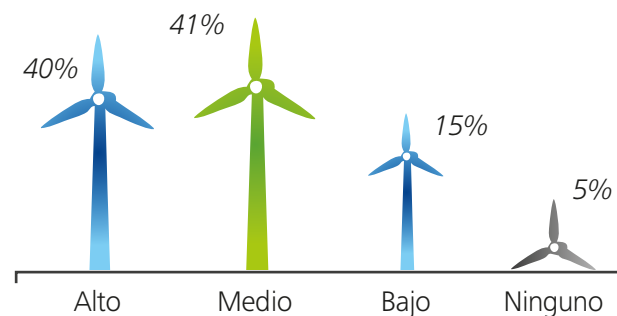
Adicionalmente han incrementado las empresas que están en proceso de definición de su estrategia frente a los resultados del 2014, y ha disminuido las empresas que aún no tienen una estrategia de RC&S.

Una estrategia de RC&S debe ser producto de un proceso participativo entre los diferentes actores relevantes, tanto internos como externos, al definir por medio de diferentes metodologías aquellos aspectos relevantes para el negocio en pro del cumplimiento de los objetivos estratégicos empresariales y la sostenibilidad de la empresa.



¿Puede haber un vínculo significativo entre la sostenibilidad y el rendimiento económico de su empresa?

El 41% de los encuestados piensa que existe un vínculo "medio" entre la sostenibilidad y el rendimiento económico de la empresa, seguidos por un 40% que piensa que el vínculo en esta relación es "alto"; esto demuestra la madurez que cada vez las empresas van adquiriendo, esto en el sentido de entender que estos resultados traen "sostenibilidad" a la empresa, en este caso por medio del ámbito financiero



El lograr entender este vínculo es posible por medio de la definición de una línea base, identificación de conductores de valor, seguidos por la propuesta de indicadores, planes de acción, monitoreo, revisión y evaluación de los resultados obtenidos frente a la línea base.

Para las empresas que aún no han encontrado el vínculo entre la sostenibilidad (5%) o lo encuentran bajo (15%), es importante que se revise la estrategia de la RC&S, es posible que el error se encuentra en la identificación de los conductores de valor o "value drivers" sobre los cuales se diseñan los planes de acción.

3

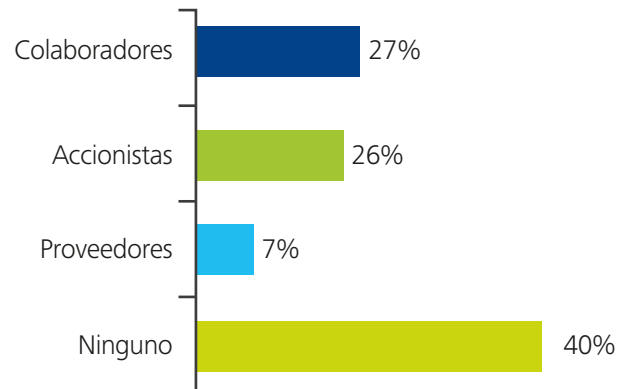
Dando ponderaciones de 5 (+) y 1 (-) nos podría comentar ¿cuál ha sido el esfuerzo en materia de RC&S por cada uno de sus grupos de interés?

La Responsabilidad Social gira alrededor de los grupos de interés, donde las iniciativas que ejecutemos en cada uno de los stakeholders definidos atenderán las expectativas/necesidades de cada grupo.

En la encuesta, el 27% de los encuestados nos comentan que el grupo con mayor atención en cuanto a los esfuerzos empleados se direccionan a favor de los colaboradores. En la encuesta del 2014 de la misma manera este grupo de Interés era el que más esfuerzo reflejó; esto nos puede demostrar que, la Responsabilidad Social se debe empezar casa adentro.

Los proveedores sigue siendo un grupo de interés “desaprovechado” al momento de ejecutar esfuerzos. La cadena de suministro llega a ser un universo de posibilidades al momento de crear o proteger valor. Según el último estudio de Verdantix acerca de “Sustainability Assurance: Global Market Forecast 2015-2020”, nos indica que el mercado de la sostenibilidad en materia de aseguramiento de gestión con la cadena de suministro alcanzará alrededor de 18 millones a nivel mundial.

El dato expuesto tiene un alcance único con respecto al servicio de aseguramiento, mientras que, a parte de este pilar existen muchas buenas prácticas a favor de los proveedores. El mismo GRI en su última versión de G4 ha motivado a trabajar más con la cadena.

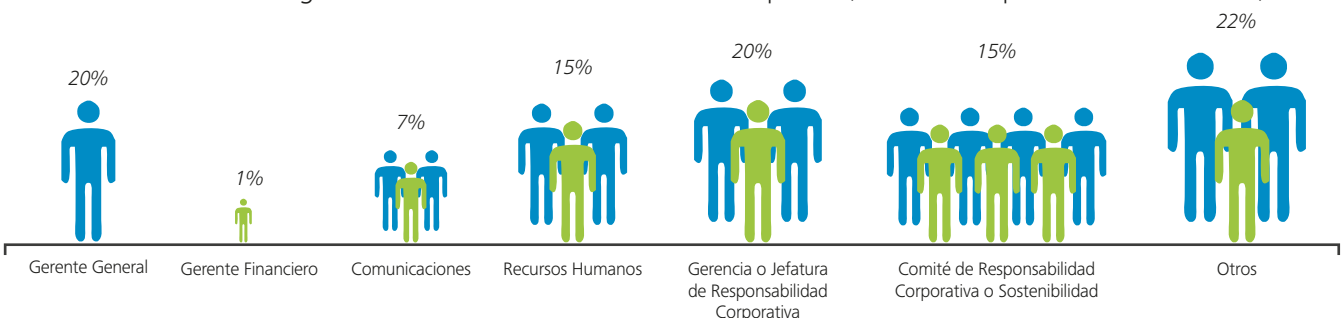


4

Los temas de sostenibilidad en su compañía están siendo administrados por:

En esta ocasión podemos ver que existe una igualdad entre los administrados de la gestión de RC&S, entre: Gerentes Generales y las Gerencia o Jefaturas de Responsabilidad Corporativa, ambas con un 20% de los encuestados; sin embargo un gran porcentaje, que representa el 22%, nos ha comentado que la administración de esta gestión está a cargo de otras áreas diferentes a: Comunicaciones, Recursos Humanos, Gerencias Financieras o Comités de RC&S.

Con lo que respecta a la gestión del año pasado el Gerente General lideraba la administración con un 28%, esto ha disminuido. La figura de Comité de RC&S incrementó 1 punto (del 14 al 15 por ciento en el 2015).



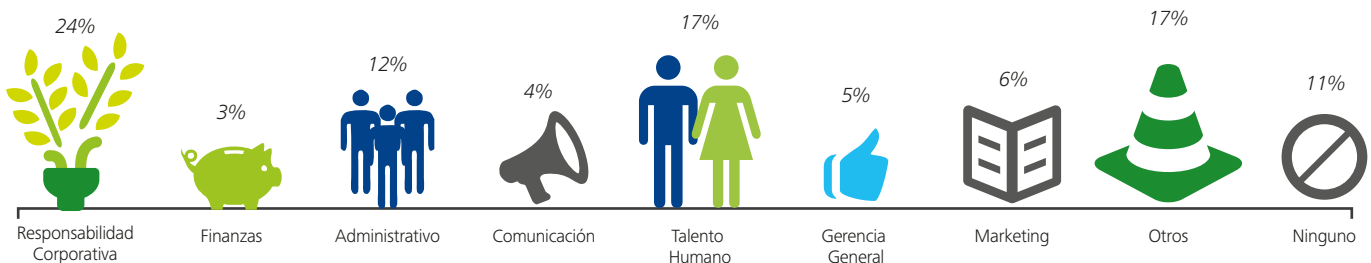
5

En caso de no tener a una persona o área designada específicamente, ¿en un futuro a que área podría ser otorgada esta responsabilidad?

Para las empresas que no cuentan con un administrador “formal designado” de la RC&S, el 24% de los encuestados nos comentan que otorgarían esta responsabilidad a un área específica de Responsabilidad Corporativa, seguida por un 17% que estimaría otorgar la gestión a áreas diferentes a: Finanzas, Administrativo, Comunicaciones, Marketing, Recursos Humanos y Gerencia General.

A pesar de que no hay una fórmula perfecta a cómo estructurar un equipo de RC&S, es importante que el concepto en todas las áreas esté socializado y sensibilizado; haciéndoles partícipes del proceso con la finalidad de asegurar el logro de las metas ambientales, sociales y económicas, de esta manera la estrategia tendrá más probabilidades de éxito.

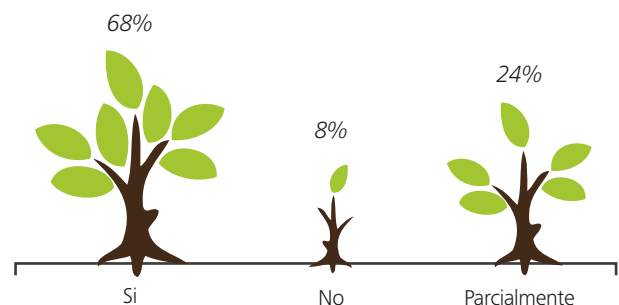
A medida que la empresa se va tornando más madura en la materia, va identificando con más detalles las áreas donde tiene oportunidades de gestión, ya sean áreas primarias o secundarias, todas son importantes en la consecución del objetivo final, es así como cada área puede promover la sostenibilidad desde su eje de acción.



6

¿Cree usted que si su compañía invierte en acciones de Responsabilidad Corporativa puede asegurar mejores resultados financieros a mediano y largo plazo?

El 68% cree que invertir en acciones de RC&S va a asegurar mejores resultados financieros a mediano y largo plazo. Esto quiere decir que las empresas están contemplando el concepto de la sostenibilidad de una manera real, donde, las acciones que se ejecuten de manera estratégica el día de hoy apoyarán a la perdurabilidad de la empresa con el pasar del tiempo.



Existe un 24% que aún no ha visto cómo las acciones pueden mejorar sus resultados financieros a mediano y largo plazo, la clave está en identificar los conductores de valor propios de la empresa, donde por medio de la creación de indicadores claves se visualizará cómo la estrategia de sostenibilidad del negocio contribuye al rendimiento general de la empresa.

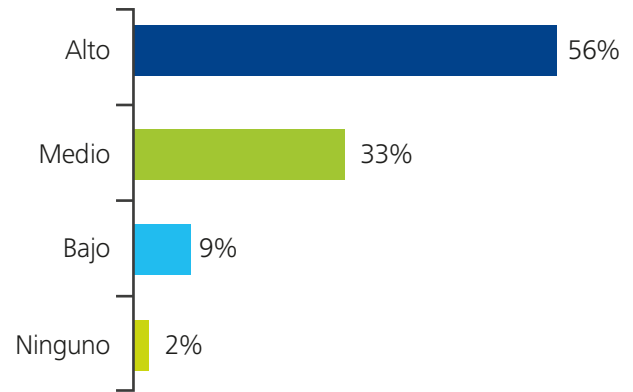
Esta óptica va desde, ver a la sostenibilidad como una mitigación de riesgos a una fuente de innovación que impulsa el crecimiento y la rentabilidad.



¿Qué nivel de involucramiento tiene la alta gerencia con la RC?

El 56% de los encuestados tiene un involucramiento alto por parte de la Alta Gerencia, a comparación al 2014, este resultado ha incrementado; lo que significa que cada vez los Gerentes Generales o la Alta Dirección está no solo más vinculada con la toma de decisiones sino con la gestión misma de la estrategia.

La sostenibilidad al ser transversal al negocio se ve reflejada en el apoyo a la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa, ya que, la clave de una estrategia exitosa es nacer desde lo más profundo de la empresa, como lo es: la filosofía, misión, visión, valores, los objetivos estratégicos del negocio y las expectativas en materia de sostenibilidad de los grupos de interés.



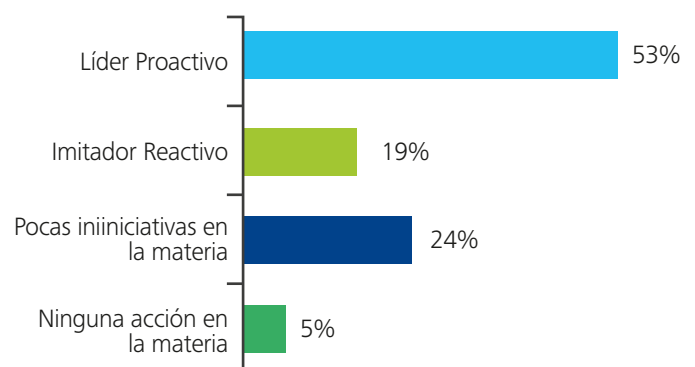
De esta manera, el involucramiento de la Alta Gerencia va desde apoyar iniciativas y buenas prácticas a cumplir con el plan estratégico empresarial.



Con respecto a sus competidores, ¿Cómo considera el posicionamiento en RC de su compañía?

El grupo que encabeza la lista son las empresas que se autodefinen como "líderes proactivos" (53%) seguido por un las empresas "con pocas iniciativas en la materia" (24%).

Los resultados para los "imitadores reactivos" han sido variables en los últimos 3 años, 16% en el 2013, para el 2014 este mismo grupo llegó a un 0%, en esta ocasión para el 2015, la posición vuelve a tomar fuerza con un 19%.



Las empresas que se sienten en este grupo deben revisar el proceso que usaron para la creación de su estrategia de RC&S, es importante notar que la misma, como lo dijimos anteriormente, debe reflejar los intereses propios y externos, lo cual es posible por medio de una vinculación asertiva con los diferentes stakeholders. De esta manera las iniciativas que se establezcan responderán a sus propias necesidades proactivamente.

Es interesante notar que solo el 5% de los encuestados no ha gestionado ninguna acción, este dato frente al 2014 se encontraba en un 10%.

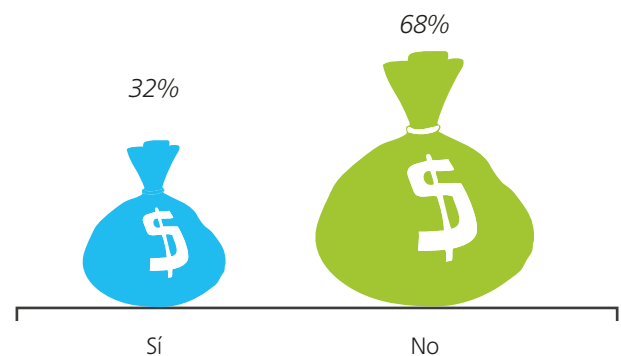


¿Su compañía ha podido medir el retorno financiero de las inversiones sociales y ambientales?

El pasado 2014, el 24% de los encuestados habían podido medir su retorno financiero en cuanto a las inversiones sociales y ambientales, en este año, podemos ver que el porcentaje se ha elevado a un 32%. Directamente proporcional a este resultado las empresas que no han logrado medir su retorno también han disminuido frente al 2014.

Es importante que las empresas una vez identificados sus generadores de valor y hayan ejecutado las acciones en la materia, tengan un control acerca del desempeño de sus acciones, es decir un proceso de mejora continua, donde el monitoreo y la evaluación sea parte del mismo.

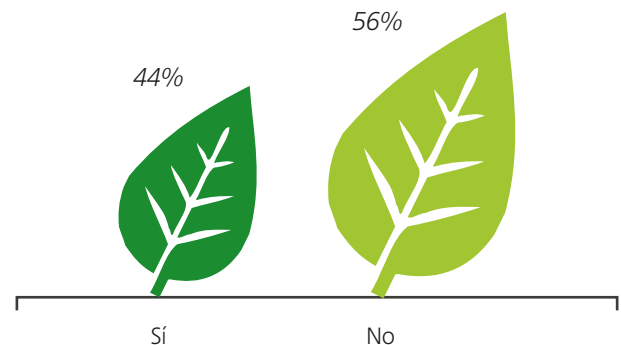
La medición del retorno es importante que se lo haga en términos económicos, es decir monetizando los resultados, sean cuantitativos o cualitativos, de esta manera la empresa va a poder definir si fue exitosa su estrategia o si debe replantearla. Las metodologías para la evaluación del retorno son varias, las cuales permite tangibilizar los intangibles.



¿Su compañía ha podido medir su Impacto Ambiental (línea base/huella de carbono o hídrica)

El 56% de los encuestados no ha podido medir su impacto ambiental, este dato frente al 2014 disminuyó importantemente, donde el 92% no lo había hecho hasta entonces. Este cambio es relevante por el significado que tiene, ya que, al no tener una línea base del impacto ambiental, las iniciativas o acciones que realicen las empresas serán solo medidas en gestión, más no en impacto.

Adicional, de no tener una línea base será difícil visualizar los resultados de las iniciativas ejecutadas, tampoco será posible comunicar de manera más real a los diferentes stakeholders acerca del impacto de las operaciones, lo cual puede sumar complejidad a la relación con grupos más sensibles que otros. El no tener mediciones se traduce a casi como no haber ejecutado ninguna acción.



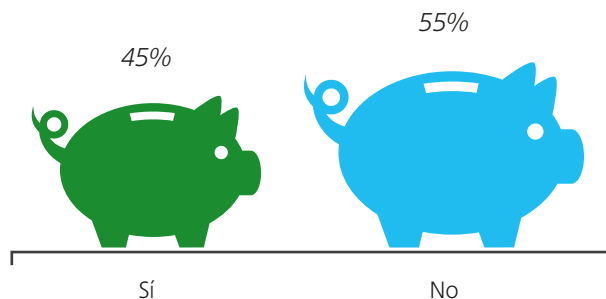
11

¿La empresa tiene un porcentaje anual destinado a proyectos de sostenibilidad y responsabilidad corporativa? Si su respuesta anterior fue Sí indique el porcentaje.

Los encuestados en esta ocasión nos han comentado que el 45% cuenta con un porcentaje anual destinado a proyectos de sostenibilidad y de responsabilidad corporativa, este dato frente al 2014 ha disminuido notablemente, el año pasado este dato era superior al 60%.

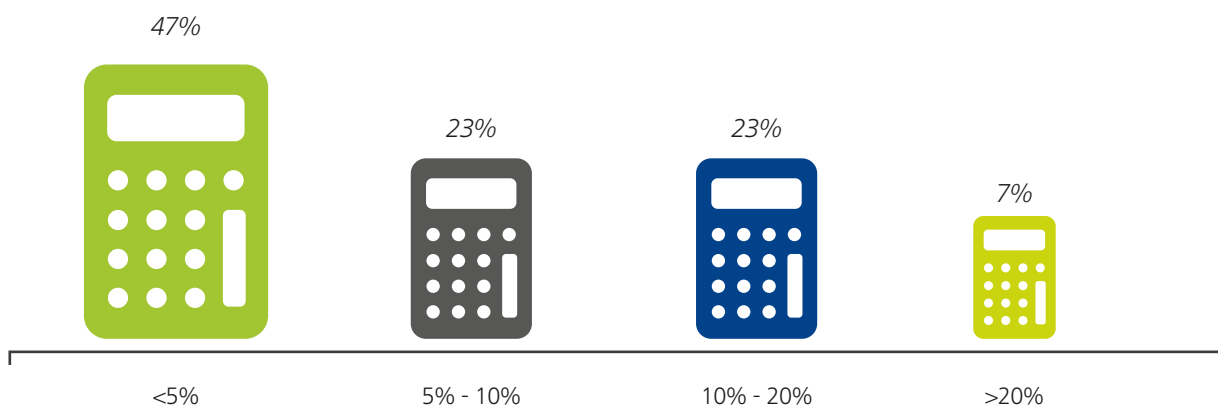
La lectura de este resultado puede apelarse a componentes externos a la empresa, como lo es el contexto nacional e internacional, el mercado y demás coyunturas que pueden afectar notoriamente el un presupuesto empresarial.

Vale la pena mencionar que los presupuestos de RC&S pueden verse desde diferentes ópticas, donde, no necesariamente debe existir un gran presupuesto exclusivo para la gestión; sino que hay que tomar en cuenta todos los valores repartidos en la empresa y sus diferentes áreas que trabajan por la sostenibilidad de la organización.



Dentro de las empresas que sí cuentan con un presupuesto asignado, el 47% de los encuestados destinan menos del 5% del presupuesto anual total empresarial, mientras que el 46% están entre el 6%-20% del presupuesto.

Un dato relevante a ser considerado es que los valores considerados como “gastos” pueden ser transformados a positivo, esta traducción haría que valores designados a gastos sean parte de proyectos de real impacto de Sostenibilidad.

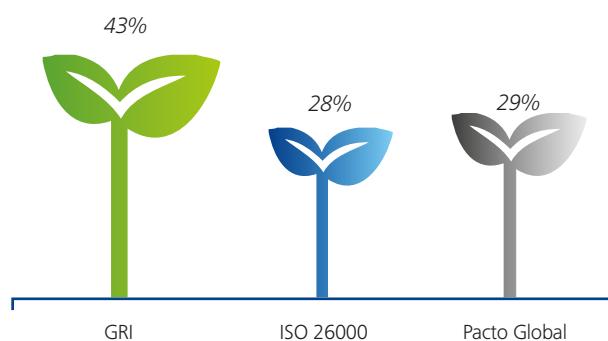


12

¿En cuál de estos sistemas reporta o le gustaría reportar sus acciones de RC&S?

Al igual que en el año pasado, llegamos a un empate entre ISO 26000 y Pacto Global, mientras que la delantera la vuelve a llevar el Global Reporting Initiative, GRI y sus indicadores, este marco de reporte llegó al 43%.

Según el último estudio del World Business Council for Sustainable Development, WBCSD, "Reporting Matters", elaborado en base a la revisión de 162 reportes a nivel mundial en 2014, el 86% de los informes fueron realizados bajo metodología del Global Reporting Initiative, GRI; a este dato, y con la finalidad de sumar tendencias de la región latinoamericana, tenemos el caso de Colombia, donde, el último estudio de Deloitte nos comenta que el 77% de los informes también han optado por el mismo marco de reporte.



Para los reportes que se elaboren a partir del 2016 el uso de la Guía G4 será lo requerido.

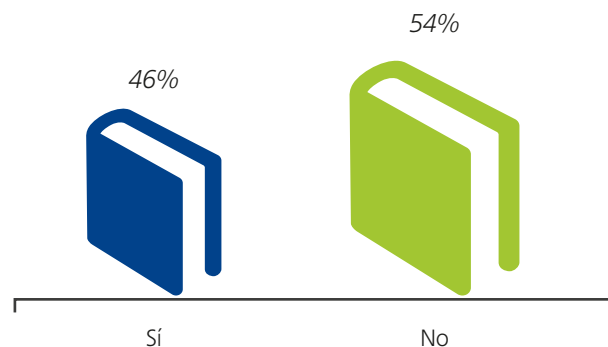
13

¿Su empresa cuenta con una Memoria/Reporte de Sostenibilidad?

El 46% de los encuestados cuentan actualmente con una memoria de Responsabilidad Social, el porcentaje restante (54%) no lo ha hecho aún. Es importante destacar los beneficios de emitir un reporte, más allá de ser un documento de imagen corporativa debe llegar a tornarse en una herramienta de toma de decisiones.

Hay una gran diferencia entre reportar y cómo se lo reporta, si hacemos este análisis tomando las palabras en inglés es más fácil detectar la gran diferencia entre "Report" y "Reporting", donde el "Report" será el documento como producto final, sin embargo, el valor agregado de hacer un Reporte está en el "Reporting" es decir en el proceso que se lleva a cabo para la elaboración del documento.

Para elaborar una memoria es importante un trabajo previo de gestión y estrategia, donde la definición de la misma será la base para la ejecución de los programas, la identificación, monitoreo y evaluación de indicadores de gestión e impacto, lo cual se traduce en el insumo del reporte.



Empezar a contemplar la idea de tener una memoria refleja un trabajo arduo y conciso en la materia, el cual, al estar elaborado con una metodología robusta detrás, el proceso de toma de decisiones posterior a la emisión del documento será el resultante del trabajo realizado.

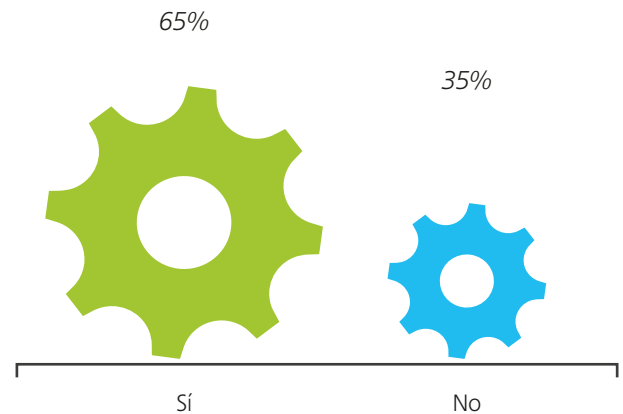
14

¿Invertiría en una herramienta que le permita medir el impacto financiero derivado de una buena gestión a nivel de RC&S?

Con un representativo 65% los participantes de la encuesta nos han comentado que una herramienta para medir el impacto financiero derivado de las gestiones de RC&S sería un apoyo técnico muy valioso. El poder poner en términos económicos las gestiones intangibles da la respuesta acerca de los impactos que se están consiguiendo.

El método de valoración social sirve como una herramienta de diagnóstico para ayudar a mejorar el diseño de los proyectos y de esta manera maximizar el impacto social o ambiental y aportar el mayor beneficio a los grupos de interés

Importantes beneficios que se derivan de intervenciones de proyectos eficaces son rara vez o nunca, monetizadas. La metodología utiliza precios sombra (valores en dólares asignados a los resultados) en el análisis de costo-beneficio con el fin de capturar toda la gama de beneficios para la sociedad o el ambiente.

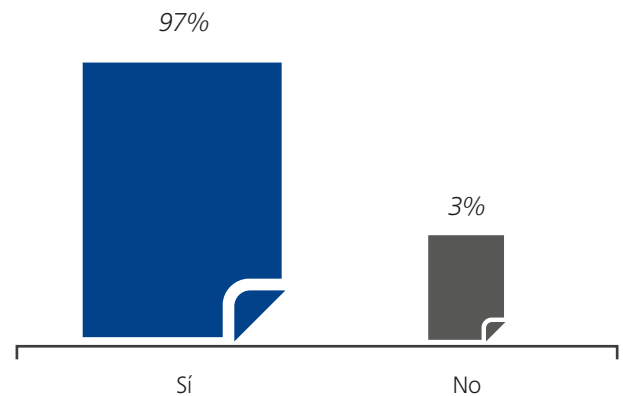


15

¿Le gustaría recibir un boletín informativo mensual sobre temas de RC&S?

Por parte de la firma, como de parte de otras entidades representativas en sostenibilidad, se realizan continuamente artículos de interés, el 97% desearía recibir un boletín mensual sobre temas de RC&S. Existen diferentes espacios virtuales donde los interesados pueden suscribirse y recibir diferentes notas de interés.

De la misma manera, las actualizaciones relevantes a nivel mundial son difundidas por medio de canales oficiales o "Socios" de información.

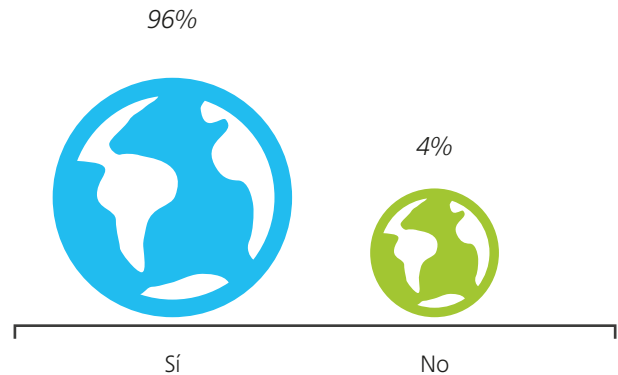


16

¿Le interesaría conocer más sobre las tendencias nacionales y globales de la RC&S?

La información acerca de la RC&S es abundante, las tendencias mundiales y los estudios que se llevan a cabo dan a los especialistas de la sostenibilidad más insumos acerca de los caminos acertados para gestionar las estrategias en la materia.

El estar informados y actualizados, más allá de “aspectos de moda” brinda la posibilidad de entender de mejor manera los retos que se tiene al momento de liderar la sostenibilidad en las empresas. El 96% de los encuestados les gustaría tener mayor información acerca de temas relevantes de la RC&S. El compartir prácticas, conocimientos, metodologías, herramientas, entre otros aspectos de ayuda, harán que las empresas locales tengan mayor respaldo probado de las acciones correctas en la materia.



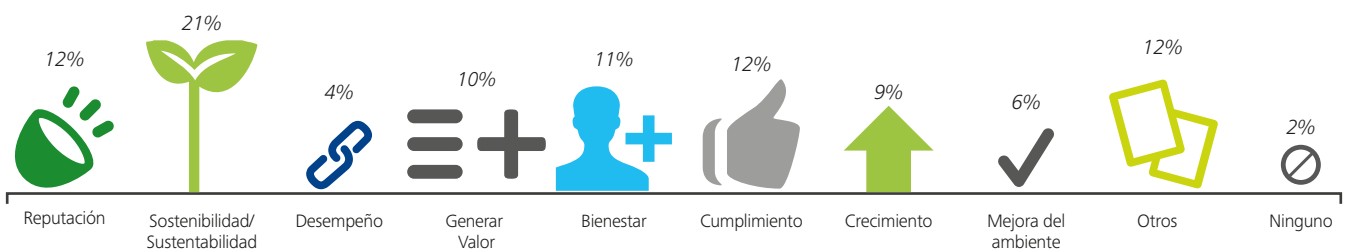
17

¿Qué busca su empresa al hacer RC&S?

El 21% de los participantes en el estudio 2015 están de acuerdo en que las empresas buscan sostenibilidad al momento de hacer Responsabilidad Social, otros aspectos interesantes de las respuestas se asientan en aspectos como: la reputación, la sociedad en general, los colaboradores de las empresas, el ambiente y el hecho de ser responsables con las acciones ejecutadas (cumplimiento).

La RC&S es un modelo de negocios, donde el revisar una estrategia exitosa generará relaciones ganar-ganar con todos los grupos de interés, la Responsabilidad Social toma en cuenta a todos sus stakeholders. La sostenibilidad por su parte, debe ser transversal al negocio y la estrategia de Responsabilidad Social apoyará a la sostenibilidad de la empresa.

Por medio de un proceso minucioso se puede llegar a un paso más arriba de la Responsabilidad Social, lo cual es la Creación de Valor o Share Value, esto es posible por medio de la identificación de generadores de valor y proyectos que generen valor financiero y valor social.





Conclusiones

Podemos decir que el Ecuador se encuentra cada vez más maduro al momento de ejecutar la RC&S, los actores del desarrollo social van adquiriendo conocimientos en la materia y sobre todo acerca de la relevancia del tema y de los beneficios que esta estrategia representa para la continuidad del negocio.

Las tendencias mundiales siguen apoyando a que esta práctica esté en crecimiento continuo, los mercados son cada vez más demandantes, desde cada ámbito de la Sostenibilidad (Social, ambiental y económico) se exige y se espera más. Los grupos de interés son más conscientes acerca del ambiente y de las acciones sobre el mismo, las actuaciones sobre la sociedad buscan un mundo mejor y equitativo para todos. El crecimiento económico no está desligado de las exigencias del mercado, ya que, la rentabilidad a costa de prácticas negativas afecta a todo el entorno.

La vinculación asertiva con los diferentes Stakeholders facilita el proceso de definición de la sostenibilidad, dado que una organización no puede prescindir de las interacciones con sus actores estratégicos en el cumplimiento de los objetivos empresariales, es por esto que es importante dar un proceso participativo desde las diferentes aristas de la empresa.

En el país contamos con varias empresas líderes en sus diferentes ámbitos de acción, donde el liderazgo en la Sostenibilidad también es uno de sus fuertes; el papel de estos grandes referentes es ser el impulsor del resto de su cadena; así el proceso de aprendizaje es compartido.



Deloitte se refiere a una o más de Deloitte Touche Tohmatsu Limited compañía privada de UK limitada por garantía, y su red de firmas miembro, cada una separada legalmente como entidades independientes. Por favor visite www.deloitte.com/about para una descripción más detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios de auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de Firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos del negocio. Más de 210.000 profesionales de Deloitte se comprometen a ser estándar de excelencia.

Esta publicación contiene exclusivamente información general y ninguna de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sus firmas miembro o entidades relacionadas (colectivamente, la "Red Deloitte"), por medio de esta publicación da asesoramiento profesional o de servicios. Antes de dar cualquier decisión o tomar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o negocio, Ud. debe consultar un profesional experto. Ninguna entidad en la Red Deloitte será responsable por cualquier pérdida sustentada por cualquier persona que se refiera a esta publicación.

© 2015. Para más información, póngase en contacto con Deloitte Touche Tohmatsu Limited.