

LabS

IMPACTO SOCIAL

Transversalización de lo social en la toma de decisiones

CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES CLAVE

AGENDA

10:00 - 10:15	Café de bienvenida
10:15 - 10:30	Introducción: Lo social en la toma de decisiones Asun Cano Escoriaza, Social Impact Project Manager en Fundación SERES
10:30 - 11:15	Dinámica: Barreras, aceleradores y acciones
11:15 - 11:40	Conclusiones y próximos pasos
11:40 - 12:00	Networking de buenas prácticas

RESUMEN DE LA SESIÓN

En esta sesión del LabS Impacto Social de la Fundación SERES, hemos reflexionado juntos sobre las barreras y palancas que tenemos en nuestras organizaciones para que lo social esté todavía más integrado en la toma de decisiones. Asimismo, hemos acordado algunas acciones que podemos poner en marcha para transversalizar lo social en toda la organización, de forma que optimicemos el impacto social generado.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Tras una introducción sobre lo que entendemos por lo social, principalmente aterrizado a los grupos de interés taxonómicos (empleados, clientes y comunidad), potenciales vulnerabilidades y riesgos, abordamos algunas tendencias sociales vinculadas al incremento del coste de la vida, equidad, talento y tecnología. Posteriormente repasamos las novedades regulatorias que nos trae [EFRAG](#), así como el marco [AAAQ](#) del borrador de taxonomía social, que ampara los criterios a tener en cuenta para mejorar el impacto positivo inherente a la actividad económica (disponibilidad de producto; accesibilidad económica y física, sin discriminación y con la información necesaria; aceptabilidad ética y cultural, respetando a grupos vulnerables; así como calidad).

Tras una breve pincelada de posibles palancas para la transformación social, como liderazgo y escucha activa, colaboración y fomento de la innovación social, alineamiento de propósitos personales y corporativos, así como empoderamiento a través de la clara asignación de responsabilidades e incentivos, formamos grupos intersectoriales para reflexionar sobre barreras, palancas y acciones que nos ayuden a transversalizar todavía más lo social en nuestras organizaciones. Recogemos a continuación una visión global de las conclusiones presentadas por los diferentes grupos.

LECCIONES APRENDIDAS

A continuación recopilamos las barreras, palancas y acciones mencionadas en la sesión.

Principales **barreras**:

- Falta de recursos humanos y de recursos económicos.
- Falta de transversalidad y de sinergias entre todos. Silos individuales: Cada área está a su negocio y las territoriales son

mundos independientes a la hora de desarrollar proyectos sociales.

- Falta de KPIs, objetivos homogéneos y lenguaje común, tanto a nivel interno como externo, intersectoriales, para facilitar la comparación. La dificultad de medir lo social no permite visibilizar el retorno de la inversión social.
- Falta de sensibilidad y de cultura que abrace lo social.
- Falta de proactividad para abordar lo que no está de moda. Hay temas sociales que pueden no estar en la agenda pública y ser importantes.
- Burocracia.

Principales **palancas**:

- Transformar lo social a través de su integración en el negocio, en la toma de decisiones de los departamentos, con un impacto en números, para que se tenga más en cuenta en la estrategia.
- Conectar lo social con la gestión de riesgos y su influencia en la reputación.
- Implicar a la alta dirección, a la oficina del CEO, y que cale en los equipos.
- Establecer objetivos internos (enlazados con el bonus de los empleados) y tener compromisos públicos. Las empresas grandes tienen potencial para llegar a todas partes con su capilaridad.
- Generar comunicación interna con los empleados para que se sientan alineados con la estrategia social.
- Cumplir con las exigencias regulatorias.

Principales **acciones** a poner en marcha:

- Desarrollar un plan director estableciendo temáticas sociales estratégicas que encajen con la estrategia corporativa y de negocio, teniendo también visión de largo plazo.
- Integrar la sostenibilidad en la estrategia y en los planes y políticas internas. Establecer objetivos en línea con la estrategia.
- Diseñar una estrategia, un plan cultural, para sensibilizar a todos los niveles. Accionar la visión y la misión. Transformar las acciones en euros a través de la medición.
- Fijar responsabilidades y roles. Nombrar embajadores de lo social por unidad de negocio, que impulsen a los compañeros en el día a día.
- Tener los recursos humanos y económicos necesarios.
- Formar a los equipos y conocer sus opiniones.

- Potenciar alianzas internas y externas.
- Implementar canales de escucha para todos los grupos de interés y realizar un análisis de materialidad para saber qué es de interés para todos y para cada grupo de interés. Tener en cuenta tendencias para saber dónde puede estar el foco en cada momento.
- Potenciar un plan de voluntariado corporativo en el que se implique la alta dirección, los empleados y la red de negocio.
- Tener en cuenta criterios sociales en la relación con proveedores, incluyendo como criterio su contribución social.
- Poner en valor el trabajo que se está realizando; que llegue a los comités.

PRÓXIMOS PASOS

La próxima sesión del LabS de impacto social tendrá lugar en 2024. Hasta entonces, estamos muy abiertos a acompañaros en vuestros retos sociales, así como a la recepción de sugerencias sobre posibles temáticas a abordar, vinculadas a impacto social, como tendencias sociales, regulación social, medición de impacto, colaboración con grupos de interés y materialidad.

En los próximos meses anunciaremos la próxima línea de trabajo del LabS. ¡Os esperamos!

EMPRESAS PARTICIPANTES

