

5 claves para calcular el impacto social de las organizaciones según Oriol Amat



La responsabilidad social se define como entregar valor a todos los stakeholders (internos y externos) enfocándose en el servicio, la compensación justa, el apoyo a las comunidades, la inversión en los empleados y la rentabilidad a largo plazo.



La dimensión social se mide a través de un triple bottom line que tiene en cuenta, tanto los resultados económicos como los sociales y medioambientales. La mejor forma de presentar esta información es a través de un informe integrado.



Los informes integrados cuentan con datos valiosos para todos los stakeholders. Estos parten a través de objetivos claros que permiten medir cuáles son los resultados de la dimensión social y medioambiental en la organización.



Cada meta nace a partir de las expectativas de los stakeholders y de cómo la compañía puede plantear acciones claras para generar valor en todos los involucrados y, posteriormente, poder medir o monetizar los aspectos de la dimensión social y medioambiental.



Darle valor a una dimensión social y medioambiental permite ganar reputación, tener posiciones en los ranking internacionales y conquistar a consumidores que están interesados en organizaciones con un enfoque social. Estos aspectos, unidos, permiten generar mayor rentabilidad económica.