



Silvia Urarte / Reportaje

Imprimir Enviar Suscribirse Baja Proponer A A /

Medir el valor de los intangibles es el reto de la RSE

En los últimos años, han surgido infinidad de ranking que señalan cuáles son las organizaciones en las que mejor se trabaja, las que tienen mayor reputación o las más valoradas por los consumidores. Estos estudios se centran en sus intangibles.



Ampliar

Los intangibles son aquellas cuestiones a las que no se les puede otorgar un peso exacto pero, que lugar a dudas, aportan valor para la compañía. Entre dichas cuestiones se encuentra el saber hacer de personas que forman parte de la organización- el famoso "know how"-, la calidad en las relaciones con : clientes, el grado de satisfacción de los empleados o la efectividad de la comunicación en la empre elementos que aportan un carácter único a cada organización, la diferencian del resto y la convierten algo irreplicable. Numerosos estudios aseguran, además, que el peso de los intangibles podría aproxima ya al 50% del valor total de la empresa.

En este contexto, la Responsabilidad Social de las Empresas surge como una oportunidad para organizaciones. Aplicar políticas de RSE permite acercarse a los grupos de interés, atender a : necesidades y obtener su reconocimiento. Si una empresa cumple con los compromisos que ha adquir con sus empleados, clientes, proveedores, accionistas y con la sociedad en general, verá aumentar reputación. Y ese aumento de reputación es lo que le otorgará credibilidad y confianza.

Pero ¿cuánta confianza?, ¿cuánta credibilidad? y ¿cómo es de "buena" la reputación? Sin duda, es cuestiones son difíciles de contestar con precisión. Si pudiésemos cuantificar el valor de los acti intangibles, medir su rentabilidad o saber exactamente cómo éstos contribuyen al éxito de la empresa Responsabilidad Social Empresarial avanzaría mucho más deprisa.

Los que no nos cansamos de defender que la RSE es rentable, que apostar por un modelo de gestión ét aporta valor a las organizaciones y que éste queda reflejado en la cuenta de resultados, somos conscien de que muchos no se convencerán de ello si no encuentran un sistema efectivo que ayude a medirla. S lo lograremos si aplicamos términos cualitativos a los métodos tradicionales de medición.

De hecho, la medición de intangibles ha avanzado mucho. La información contable financiera ya incluye sus balances los valores de ciertos intangibles como la marca o las patentes, pero aún queda mucho camino por recorrer. Cada vez es mayor el número de empresas que buscan la mejor fórmula para medir y cuantificar el valor de sus activos intangibles, para conocer, entre otras cosas, cómo afectan las acciones de Responsabilidad Social Empresarial a su cuenta de resultados.

Si encontramos la manera de medir la RSE, conseguiremos que no sea percibida como un gasto innecesario, la llevaremos al terreno de lo palpable e, incluso, demostraremos su rentabilidad. Si no conseguimos, la toma de decisiones priorizará otros aspectos y las empresas se verán forzadas a dejar de pasar de largo las oportunidades que les ofrece la RSE, lo que supondrá, también, una pérdida de oportunidades para toda la sociedad.

Puede que el hecho de no poder comprobar los resultados de una determinada acción impida tomar decisiones más adecuadas para la empresa. Si, por ejemplo, una compañía del sector químico decide lanzar al mercado un envase ecológico para que su producto sea mejor percibido por su entorno y cumplir, además, con una política medioambiental responsable, deberá analizar, posteriormente, si con esta acción su cliente está más satisfecho y si valora el compromiso que ha adquirido la compañía con el medio ambiente. Deberá, entonces, contar con los mecanismos adecuados para conocer los beneficios que ha generado dicha iniciativa. De lo contrario, es probable que se vea como un coste cuyo retorno no conocemos y que esta acción socialmente responsable pierda valor.

Cuanta más información tengamos, menor será el porcentaje de error. Debemos conocer el valor de los intangibles de nuestra empresa no sólo para poder tomar las decisiones más adecuadas, sino también para evitar tomar una decisión equivocada que nos haga perder diferenciación y posicionamiento en un mercado como éste, cada vez más competitivo.

Este es el reto de las empresas actuales y el reto de los que sostenemos que la Responsabilidad Social Empresarial es rentable: investigar sobre las mediciones no financieras y los procesos de seguimiento asociados a ellas.

¿Qué hacer cuando los indicadores financieros no son suficientes?

La denominada "triple cuenta de resultados" añade a la tradicional visión económica, el impacto social y medioambiental de las organizaciones. Muchas empresas se fijan el objetivo de ser sostenibles, es decir (cito textualmente) "de obtener beneficios económicos, creando, además, valor medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general".

A estas organizaciones que quieren ser sostenibles ya no les basta con medir los resultados financieros. Deben saber también si están logrando las ventajas competitivas que les proporcionan sus intangibles. Conocer las finanzas de la empresa no tiene sentido si no se comprende, además, de dónde surgen esos resultados, por qué se obtuvieron o por qué no se consiguieron. que disponen ambas entidades para posteriormente, aumentar la lealtad de los trabajadores, basándose en estos activos.

En definitiva, en un escenario donde los intangibles ocupan un lugar cada vez más predominante, las organizaciones diseñan sus planes estratégicos. Planifican acciones que les permitan que aporten valor a sus accionistas y que generen confianza entre sus grupos de interés.

Y para implementar estos planes estratégicos se deben establecer indicadores que les proporcionen información sobre el avance de estas acciones, midiendo los índices de satisfacción, de eficacia, de retención del personal, etc. Basta con tener claro el procedimiento y contar con la tecnología adecuada. Herramientas como el Cuadro de Mando Integral serán de gran ayuda a la hora de evaluar los resultados de sus acciones sociales y medioambientales.

Para cuantificar estos valores podemos encontrar empresas que cuentan con una plataforma tecnológica para evaluar y analizar los intangibles que se derivan de la implantación de sus procesos. Es el caso de la consultora de dirección Grupo Galgano que, junto con OpenMet Group, utiliza una herramienta que permite medir, cuantificar y gestionar intangibles como el clima laboral, la efectividad de la formación, el rendimiento de las personas o la satisfacción de los empleados.

Según el socio de OpenMet Group, Xavier Juanico, "hasta ahora no existía una cultura de medición de los intangibles de forma profesional, pero cada vez son más las organizaciones que quieren conocer cómo los activos intangibles afectan a la cuenta de resultados".

Para ello, han definido una serie de indicadores y modelos de encuestas que ayudan a las empresas

medir, visualizar los resultados y conocer cómo evolucionan intangibles como las políticas de conciliación de la vida laboral y la vida personal y familiar, las acciones de comunicación, las iniciativas de innovación y las medidas de igualdad que han implantado. Ofreciendo a las organizaciones la posibilidad de optar en diseñar el modelo de cuestionario y cuadro de mandos relativo a cada intangible que se quiera o adaptar uno de los muchos modelos tipo de los recoger los datos y analizar los resultados. El sistema OpenI automatiza esos cuestionarios y emite unos informes que son de gran utilidad para la toma de decisiones.

Dentro de este marco, se puede decir que herramientas como el Cuadro de Mando Integral (CMI) se han convertido en el modelo de gestión esencial en más del 50% de las empresas americanas y el 40% de europeas para convertir los objetivos en realidades y hacer tangibles los resultados.

COMENTARIOS A LA NOTICIA

 **Comen**

- ♦ No hay comentarios de esta noticia