

Sostenibilidad

¿Qué es la sostenibilidad?

La sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

Un futuro sostenible a nuestro alcance

El modelo económico actual no garantiza la sostenibilidad, por ello la Unión europea y el resto de países del mundo están haciendo un esfuerzo importante para que podamos evolucionar hacia un modelo más sostenible, fundamentado en la siguientes estrategias:

- EL CAMBIO CLIMÁTICO Y ENERGÍA LIMPIA
- EL TRANSPORTE SOSTENIBLE
- EL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLES
- LA CONSERVACIÓN Y LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES
- LA SALUD PÚBLICA
- LA INCLUSIÓN SOCIAL, DEMOGRAFÍA Y MIGRACIÓN
- LA POBREZA EN EL MUNDO

Mayor amenaza para la humanidad

- En 1970 se emitían 40 millones de toneladas de CO₂ al día, cifra que ha ido aumentando a lo largo de los años hasta alcanzar los **100 millones de toneladas diarias en 2020**. Esto ha provocado un aumento de la temperatura global de un 1,2 °C debido a los gases de efecto invernadero acumulados.
- Si no se toman medidas al respecto, en el año 2030 el cambio climático será irreversible. Según datos proporcionados por el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático de la Organización de las Naciones Unidas (IPCC) en el informe Global Warming, un **aumento de la temperatura global de 1,5 °C** por encima de los niveles preindustriales tendrá efectos devastadores

Transición sostenible

Con el fin de evitar este escenario tan dramático, desde 2015 se han puesto en marcha tres planes de acción internacionales que proponen soluciones para frenar el cambio climático a medio y largo plazo, lo que se ha denominado transición ecológica o transición verde. La Agenda 2030, el Acuerdo de París y el Marco de Sendai. Tres acuerdos internacionales que marcan las pautas y metas a llevar a cabo y a alcanzar con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂ y frenar el cambio climático.

AGENDA 2030



Asamblea para la Organización
de las Naciones Unidas

PACTO DE PARÍS



Conferencia de las Partes de la
Convención Marco de Naciones
Unidas sobre el Cambio Climático
(COP21).

MARCO DE SENDAI

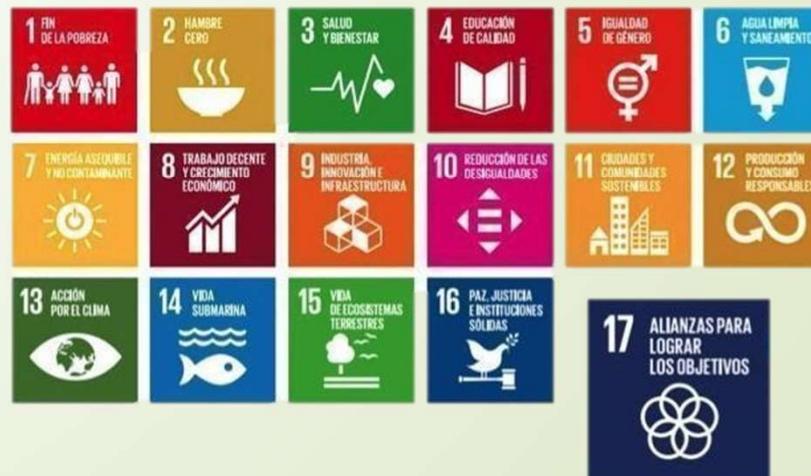


UNDRR
Oficina de las Naciones Unidas
para la reducción del riesgo de
desastres

AGENDA 2030

La Agenda 2030 es un pacto adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas que sirve de hoja de ruta a los diferentes países para erradicar la pobreza, proteger al planeta y asegurar la prosperidad para todos sin comprometer los recursos para las futuras generaciones. Estos son los principales ODS u objetivos de desarrollo sostenible

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



+ info

EL ACUERDO DE PARÍS

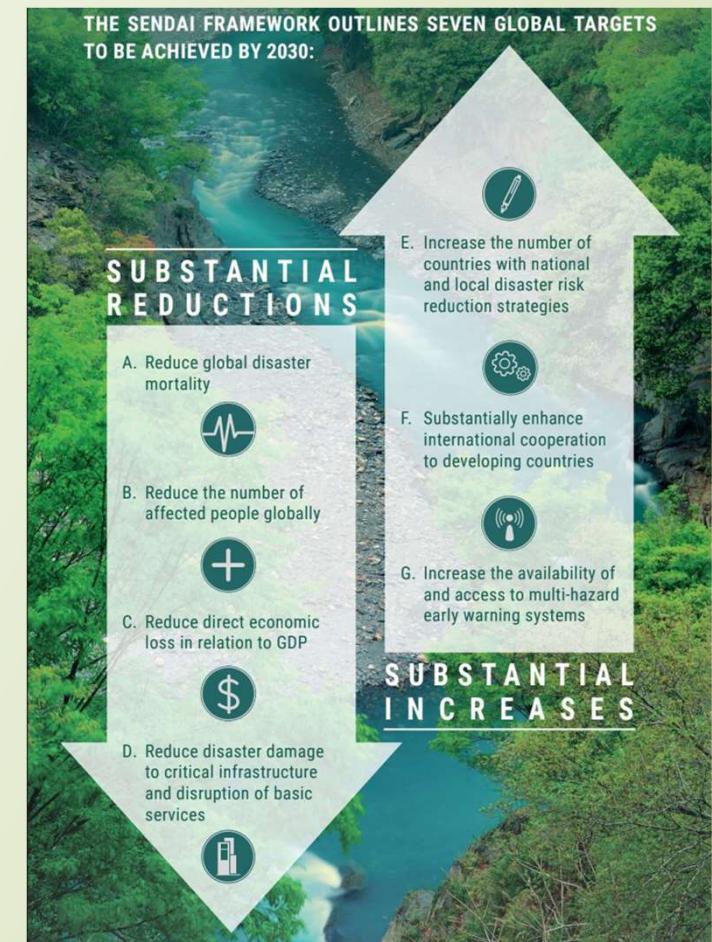
Se considera un hito histórico: por primera vez tanto los países desarrollados como en vías de desarrollo se comprometían a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), fundamentalmente las de dióxido de carbono (CO₂). En este evento climático nacía el Acuerdo de París. Lo firmaron 195 naciones y, a primeros de 2021, lo habían ratificado 189. El triple objetivo del Acuerdo de París sigue siendo limitar el aumento medio de la temperatura global a 2 grados centígrados respecto a los niveles preindustriales, redoblar esfuerzos para no superar la cota de 1,5 grados a final de este siglo y alcanzar la neutralidad climática en 2050, es decir, que la cantidad de CO₂ liberado a la atmósfera (el principal gas causante del calentamiento global) por la actividad humana sea equivalente a la que absorben los sumideros naturales, como los bosques.



EL MARCO DE SENDAI

El Marco de Sendai establece varios puntos prioritarios por los cuales los países deben pasar a la acción. Estos son los cuatro puntos más destacados:

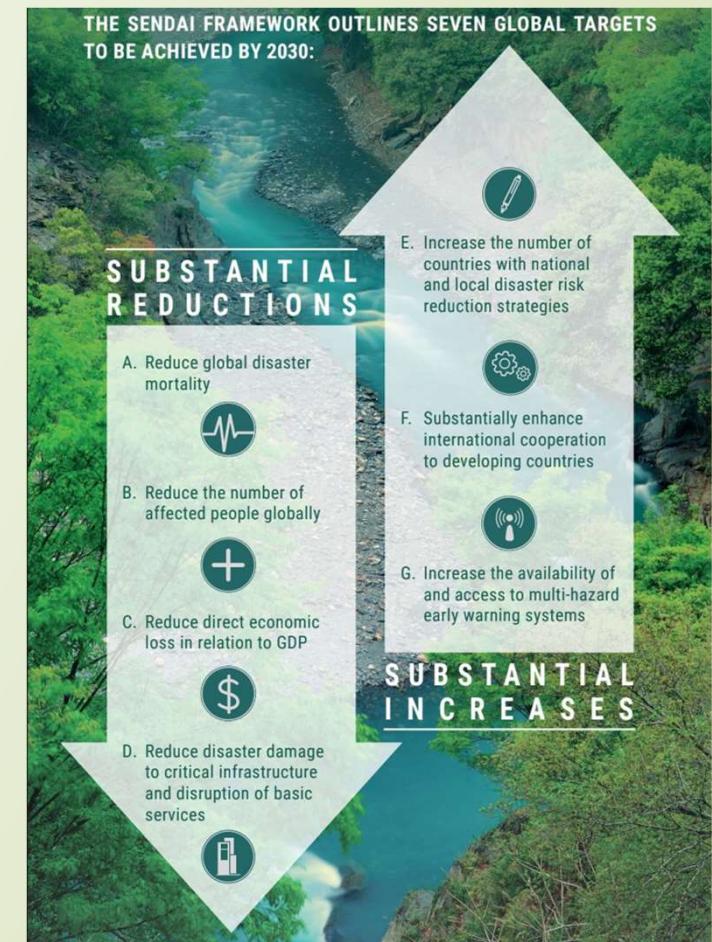
1. Es necesario comprender que existe un riesgo permanente de desastres naturales.
2. Se debe mejorar la gestión de los gobiernos para reducir el riesgo de desastres.
3. Se debe aumentar la inversión para reducir el riesgo de desastres naturales y crear una mayor resiliencia.
4. Es necesario estar preparado para hacer frente a los posibles daños causados por un desastre natural, con el objetivo de conseguir una mejor y más rápida recuperación, reconstrucción y rehabilitación.



EL MARCO DE SENDAI

La meta principal de este documento es comprender el riesgo existente, mejorar la gestión, reducir el peligro en medida de lo posible y prepararse para los desastres naturales. Para valorar el progreso de estos principios de acción, se han acordado 7 objetivos globales que deben cumplirse entre el 2020 y el 2030:

1. Reducir la mortalidad por desastres naturales.
2. Reducir el número de personas afectadas por desastres naturales.
3. Reducir el efecto causado por los desastres en el PIB mundial.
4. Reducir el daño en infraestructuras y servicios básicos, y aumentar la resiliencia.
5. Aumentar el número de estrategias individuales y globales contra desastres.
6. Aumentar la cooperación internacional entre las principales potencias mundiales y los países en desarrollo.
7. Mejorar y aumentar los sistemas de alerta temprana contra desastres naturales.



OTROS ACUERDOS SOBRE SOSTENIBILIDAD

Agenda de Addis Abeba
sobre financiación para
el desarrollo

Tercera Conferencia
Internacional sobre
Financiamiento para el
Desarrollo

Revisión de la Directiva
sobre información no
financiera
Unión Europea

Nueva Agenda Urbana
Unión Europea

Establece también la movilización de recursos nacionales a través de una ampliación de la base tributaria, una mejora de los sistemas recaudatorios y un combate a la evasión fiscal y los flujos financieros ilícitos. Asimismo, compromete a los países a cumplir con la partida de asistencia oficial al desarrollo, sobre todo hacia los países menos desarrollados, y estipula una mayor cooperación

Trabajo preparatorio para el desarrollo de un marco regulatorio para presentar la información sobre sostenibilidad y revisión de la directiva sobre información no financiera, con el objetivo de permitir y garantizar que las empresas puedan informar de forma objetiva sobre sostenibilidad

Es una guía estratégica para el desarrollo de políticas y acciones urbanas sostenibles. Las ciudades necesitan apostar por las zonas verdes, las energías renovables, la bioarquitectura, las políticas de reciclaje y el consumo responsable para reducir la contaminación y convertirse en lugares más saludables y habitables.



OTROS ACUERDOS SOBRE SOSTENIBILIDAD

UN NUEVO ENFOQUE PARA ONU-HÁBITAT

The infographic features four circular icons with dashed green outlines, each containing a symbol related to urban sustainability:

- Icon 1:** A balance scale with two yellow bowls, symbolizing equality or reducing inequality.
- Icon 2:** A bar chart with three bars increasing in height, topped by a green arrow pointing upwards, symbolizing shared prosperity.
- Icon 3:** Two hands holding a blue globe, symbolizing climate action and improving the urban environment.
- Icon 4:** Two hands clasped together with red diagonal slashes through them, symbolizing prevention and effective response to urban crises.

Fuente: ONU.

Reducir la **desigualdad** en las comunidades tanto en el entorno urbano como en el rural.

Impulsar una mayor **prosperidad** compartida para las ciudades y las regiones.

Reforzar la acción **climática** y mejorar el entorno urbano.

Implementar políticas de **prevención** y de **respuesta efectiva** ante las crisis urbanas.



EMPRESA SOSTENIBLE

Es una organización capaz de crear valor a medio y largo plazo en estos tres niveles, al mismo tiempo que consigue minimizar el impacto medioambiental de su actividad. Se construye sobre una base ética y no busca exclusivamente la rentabilidad económica sino contribuir también al bienestar de las comunidades donde operan, tanto interna como externamente, proteger el medioambiente y realizar un reparto más equitativo de los recursos y los beneficios



ECONÓMICO

SOCIAL

MEDIO AMBIENTAL



Empresa sostenible y stakeholders



Una compañía no puede garantizar su viabilidad a largo plazo sin haber adoptado un propósito y sin considerar las necesidades de un amplio abanico de stakeholders



Empresa sostenible y stakeholders

Una compañía no puede garantizar su viabilidad a largo plazo sin haber adoptado un propósito y sin considerar las necesidades de un amplio abanico de stakeholders

En una empresa sostenible las personas responsables de la Dirección han de centrarse en el nexo existente entre los intereses de los clientes, proveedores, empleados, comunidades o propietarios, entornos cada vez más interconectados, por ello, reconocen las relaciones como activos fundamentales para el éxito empresarial y su función consiste en crear tanto valor como sea posible en beneficio de las personas implicadas, grupos de interés o stakeholders. Los inversores actuales no sólo se preguntan por los estados financieros y las estrategias comerciales de una compañía. Analizan cómo será el mercado y las empresas en un horizonte de inversión mucho mayor. Si en esa proyección, se vislumbra una caída en su productividad y fortaleza de marca, como consecuencia de sus comportamientos en relación a materias ESG, pierden el interés y atractivo bursátil.

GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

Enfoque de una empresa sostenible ESG+

E. Environment
Medio ambiente



G⁺. Governance
Buen Gobierno

S. Social
Sociedad | Compromiso social



Haz clic en la imagen para obtener más información

Enfoque de una empresa sostenible ESG+

E. Environment Medio ambiente

Se consideran como criterios ambientales dentro de una estrategia ESG aquellas actividades empresariales que tienen un impacto positivo en el medio ambiente. Un ejemplo de esto pueden ser las actuaciones para reducir la contaminación y la generación de residuos o la emisión de gases de efecto invernadero.

Las actividades no deben ser solo de mitigación de los efectos negativos del negocio, sino también pueden tener una visión proactiva, como la reconversión de la matriz energética o la protección de la biodiversidad.

La base para el desarrollo de un gobierno corporativo es la ética, es el elemento clave para garantizar su calidad corporativa. El buen gobierno es una herramienta fundamental para garantizar la credibilidad de las empresas y garantizar la estabilidad económica del mercado. Incluye aspectos como el compliance o el cumplimiento de las obligaciones, desde un punto de vista ético, más allá de cumplir con la legislación, planes de transparencia y políticas que garanticen la reputación de la organización.

G+. Governance Buen Gobierno

S. Social Sociedad | Compromiso social

Se desarrolla a través de un plan de responsabilidad social corporativa, tanto a nivel interno, principalmente con las personas empleadas como a nivel externo, como la sociedad en general, proveedores, clientes, organizaciones sociales y comunidad donde opera. A nivel interno, destaca por la protección y la promoción de una empresa diversa y que genere inclusión, así como un espacio saludable y de respeto para las personas empleadas. A nivel externo, destaca por la exigencia del respeto de los derechos humanos y del cuidado del medio ambiente con los grupos que opera y el desarrollo de las comunidades locales.

Haz clic en la imagen para obtener más información



E. Environment

MEDIO AMBIENTE



Enfoque de una empresa sostenible

MEDIO AMBIENTE

Políticas y prácticas de responsabilidad ambiental.

- ISO 50001. Es la norma medioambiental que **certifica los Sistemas de Gestión de Energía** en las empresas. Dispone medidas para ayudar a las compañías a implementar procedimientos eficaces para hacer un uso eficaz de los recursos energéticos.
- La certificación ISO 14001 – Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) es una norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada.

Un Sistema de Gestión ambiental (SGA) es un proceso cíclico e integrado de planificación, implantación, revisión y mejora de los procedimientos y acciones de una organización para realizar su actividad garantizando el cumplimiento de sus objetivos establecidos previamente por una Política Medioambiental

- El EMAS es un certificado europeo que reconoce por medio de auditorías independientes a aquellas empresas que han implantado un sistema de Gestión Medioambiental adquiriendo un compromiso de mejora continua. Aquellas empresas reconocidas por este certificado han alcanzado un alto nivel de calidad en sus productos, trabajando cada día por mejorar sus servicios sin olvidar el respeto por el medio ambiente.



G⁺. Governance

BUEN GOBIERNO

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO



Áreas para desarrollar un buen Gobierno



Transparencia

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Cómo se gestiona un sistema compliance I

¿Qué es un sistema Compliance?

El Corporate Compliance es un conjunto de procedimientos y buenas prácticas adoptados por las organizaciones para identificar y clasificar los riesgos operativos y legales a los que se enfrentan y establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos.



¿Por qué es necesario establecer un sistema Compliance?

El entorno legislativo en el que la empresa desarrolla sus actividades es cada vez más abundante y complejo. El nivel de beligerancia de las autoridades y organismos regulatorios es cada vez mayor y el impacto de la regulación es más intenso que nunca. Por ello, y por los recientes escándalos societarios y el innegable incremento de la sensibilidad social respecto de la ética de los negocios, un mayor número de organizaciones públicas y privadas internalizan estándares éticos y legales como protocolos de buen gobierno de obligado cumplimiento

¿Cuál es el valor de un sistema Compliance?

Principalmente, la integridad de la institución, una gestión empresarial que no solo cumple la legislación sino que lo hace desde una visión responsable y ética, exigiendo a sus grupos de interés que actúen siguiendo esos valores. Por otro lado, la prevención de riesgos que conllevan consecuencias como el daño reputacional, la imposición de importantes multas y sanciones, las pérdidas de negocio por contratos no ejecutables o la exclusión de licitaciones o subvenciones públicas, entre otras

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Cómo se gestiona un sistema compliance II

NIVEL 1. Cumplir con la legislación

Lo primero que tiene que respetar una organización son las obligaciones fiscales, laborales, mercantiles así como cualquier otra regulación derivada de la gestión de su negocio. Este es un requisito indispensable para garantizar su legalidad, pero el compliance va más allá de esto y entiende que es dirigir la organización, en cumplimiento con las normas, desde una base ética , y en respeto con el medio ambiente.

NIVEL 2. Desarrollar un código ético

El código ético es una compilación de los valores, principios y padrones de comportamiento a observar en el ámbito de un desempeño profesional ético y con elevados estándares de calidad, en línea con su misión, visión y los valores de la organización. Representa una declaración pública en la cual una empresa manifiesta su compromiso de **hacer lo correcto** en todos los ámbitos de su organización. Es por ello, que este código se transforma un recurso de gran valor y una herramienta de divulgación, que contribuye a que el personal o cualquier otro grupo de interés o parte interesada (**visión stakeholder**), tome decisiones éticas y fundamentadas, incentivando a las empresas con las que trabaja , así como a sus empleados y empleadas, a actuar en conformidad con el Código ético de la empresa.

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se gestiona un sistema compliance III

NIVEL 3. Establecer un sistema integrado de gestión de riesgos

Un sistema integrado de gestión **SGI** es un conjunto de procedimientos y buenas prácticas adoptado por la organización para identificar y clasificar los riesgos operacionales y legales a los que podría enfrentarse y, establecer mecanismos internos para prevenir, gestionar, controlar y cómo reaccionar a tales riesgos.

NIVEL 4. Implementar procedimientos

Se establecen en orden cronológico y mediante la secuencia estructurada de actividades homogéneas a realizar, donde existe un flujo de documentación en forma de unidad, coordinada con cada puesto que interviene en la realización de esa actividad.

NIVEL 5. Desarrollar manuales para definir comportamientos

En muchas ocasiones se confunde Código ético y manual de conducta, a veces incluso se presentan juntos. No obstante, el código ético es un elemento inspirador que define la voluntad de hacer bien las cosas en todos los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Por otro lado, el manual de conducta establece los procedimientos y las reglas a aplicar en estas situaciones, definiendo también el comportamiento que deben adoptar en la ejecución de las diferentes actividades inherentes a su trabajo.

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Cómo se gestiona un sistema compliance V

Beneficios de un sistema Compliance

- Prevenir riesgos corporativos.
- Identificar problemas anticipadamente.
- Reducir costes, en virtud de una mayor eficiencia de los procesos internos.
- Aumentar la buena reputación e imagen de la organización.
- Reconocer prácticas ilícitas en otras organizaciones.
- Concienciar y generar confianza y satisfacción en los empleados y empleadas de la empresa.
- Proporcionar gran seguridad al verificar, a través de evaluaciones externas, que se cumplen con los requisitos establecidos en las normas.
- Preservar la integridad de la organización.



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Desarrollo del Código ético I

Contenido del Código ético

- **Ética empresarial.** El código ético se destina a definir los comportamientos apropiados a adoptar con el fin de garantizar la integridad de la organización y a asegurar que todos los procedimientos del Sistema de Gestión Integrado se realicen de acuerdo a esos principios éticos.
- **Objetivos del código.** El código ético debe reflejar los objetivos que persigue con el fin de alcanzarlos de forma conjunta.
- **Mensaje del Consejo de Administración.** Algunos códigos éticos incluyen un mensaje del consejo de Administración, este debe ser motivador, expresarse con franqueza, reflejando los valores de la organización así como la voluntad de llevarlo a la práctica de forma regular ya que representará el ADN de una organización sostenible.
- **Responsabilidad compartida.** El código ético se ha de desarrollar desde una perspectiva **stakeholder**, dando lugar a un conjunto de reglas de actuación e interacción con todas las partes interesadas. No se trata de establecer directrices para directivos y personal de la empresa sino también para todos los grupos de interés, así como el modo en que deben interactuar entre todos ellos.
- **Adhesión al Código ético.** Se ha de indicar las personas físicas o jurídicas a las que es de aplicación el código ético, que, en principio, serán todas las partes antes citadas.
- **Divulgación del código ético.** Un código ético no tendría sentido si se queda en un simple documento que no se lleva a la práctica por falta de conocimiento o difusión. Por tanto, se ha de definir también la forma en que el personal de la organización y también los grupos de interés van a poder conocerlo y ejercitarse en el desarrollo de cualquier relación o actividad.

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Desarrollo del Código ético II

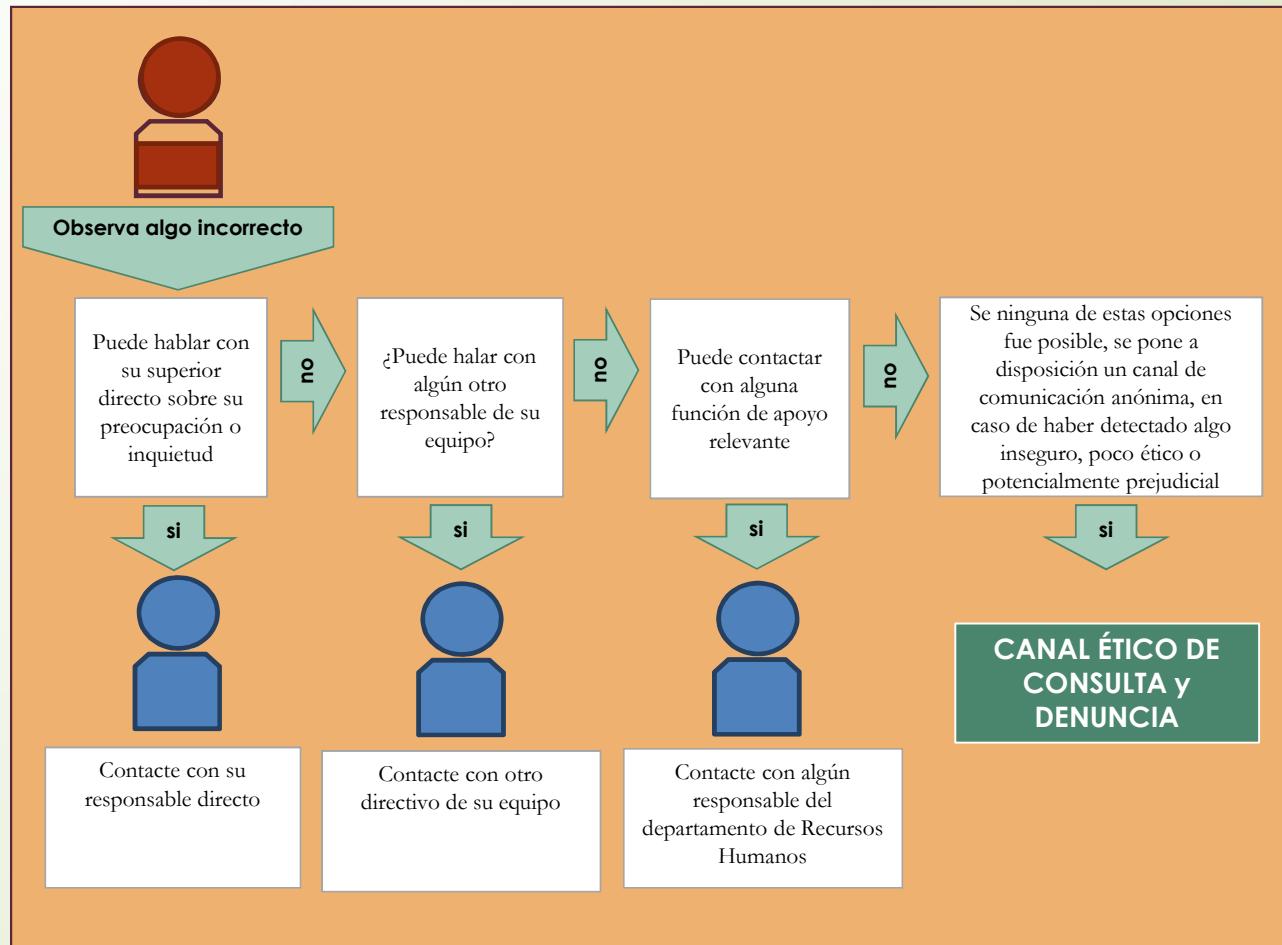
Contenido del Código ético

- **Responsabilidades de todas las partes implicadas.** El valor y utilidad del código ético radica en los principios que en él se definen. Estos principios confieren derechos y obligaciones a todos los grupos de interés, contribuyendo al desarrollo sostenible en conformidad con un modelo de gestión con base ética, donde destaca su compromiso social y el apoyo a las comunidades locales.
- **Canal de Comunicación y denuncia de situaciones lesivas al Código Ético.** Garantizar la posibilidad de hablar abiertamente para comunicar cualquier acción contraria al código ético es prioritario para alcanzar los objetivos definidos. Como forma de asegurar una comunicación abierta e con garantías de funcionalidad, al desarrollar el código ético se deberá definir un sistema que permita informar de estas situaciones, sin que se ponga en riesgo la seguridad e integridad de las personas trabajadoras de la empresa o cualquier otro grupo de interés, facilitando un canal anónimo para tal fin. También se ha de disponer de un segundo canal, que tendrá un sentido más didáctico u orientador, para esclarecer cualquier duda o interpretación de los preceptos que el código contiene,
- **Comisión Ética.** También se debe crear una comisión de Ética, nombrada por el Consejo de Administración, quien será la responsable de velar por el cumplimiento de los procedimientos y normas del Código ético. La aceptación del cargo como miembro de la comisión de Ética implica la obligación de mantener el secreto profesional y no comprometer a cualquier parte que reportó una situación que pudiera estar en contradicción con el código ético. Los miembros de esta comisión deben firmar un pacto de no divulgación y confidencialidad.
- **Tolerancia cero con las represalias .** Un código ético debe expresar claramente que cualquier acto de venganza o represalia es considerada de mala conducta y por tanto prohibido y contrario al código ético. Las represalias pueden asumir diversas formas, tales como amenazas, intimidación, exclusión, humillación, mobbing u otros.

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Desarrollo del Código ético III

PROCEDIMIENTO PARA COMUNICAR CONDUCTAS CONTRARIAS AL CÓDIGO ÉTICO



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Diseño de un sistema de gestión integrado

El posicionamiento ético sitúa a una empresa o cualquier organización, a un nivel diferente de aquellas que buscan atajos con actividades no sostenibles o prácticas contrarias a la ética. Esta forma de dirigir una organización se convierte en una ventaja competitiva en la atracción de inversores, talento, socios...

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Diseño de un sistema de gestión integrado

OBJETIVOS DEL CÓDIGO ÉTICO

- Definir la identidad de una organización como comunidad ética.
- Mantener una línea de comportamiento uniforme entre todos los elementos de la organización.
- Promover e incentivar la adopción de principios de actuación de naturaleza deontológica y ética.
- Reforzar el sentido de pertenencia de los colaboradores de la organización.
- Comunicar con claridad los valores de la organización a todos los stakeholders, para consolidar la imagen institucional.
- Mejorar las relaciones laborales y el clima organizacional.
- Atraer, fascinar y retener a los clientes gracias al desarrollo de las mejores prácticas sostenibles.
- Transmitir la responsabilidad ética y los compromisos de sostenibilidad a los proveedores y sus trabajadores.
- Fomentar el respeto por la calidad de vida de las comunidades donde la organización opera, contribuyendo a la preservación del medio ambiente.
- Favorecer la transparencia en la gestión de las diferentes áreas de actividad.

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Diseño de un sistema de gestión integrado

SGI.

Sistema de gestión integrado

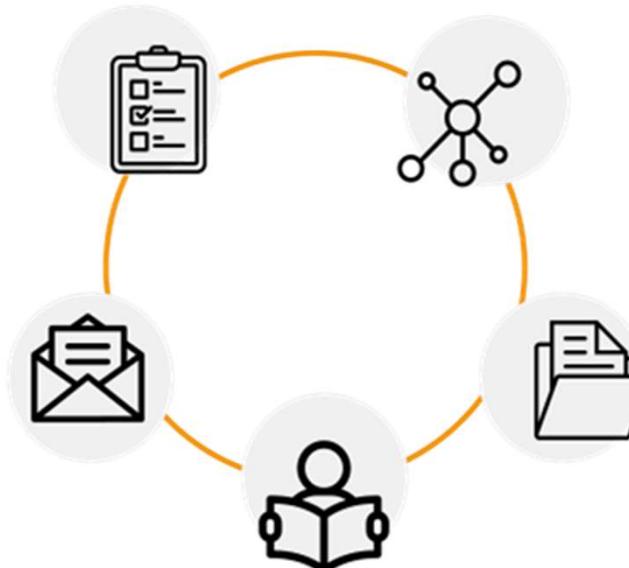
Evaluación periódica de la efectividad del modelo

Creación de canales de comunicación, procedimientos y código de conducta profesional

Creación de un Mapa de riesgos operativos

Establecimiento de los procedimientos y protocolos

Implementación de los protocolos:
Acciones formativas



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación I

PERSONALIDAD CORPORATIVA

Es el conjunto de características, valores y peculiaridades de una empresa que establecen su manera de ser como entidad y la diferencian de las demás. No se puede construir. Como todas las personas, los proyectos tienen la personalidad de sus impulsores. Por mucho que se quiera construir una personalidad para un proyecto no será efectiva si no es coherente con aquellos que lideran el proyecto.

Cultura corporativa

Es el alma y representa lo que la organización es en ese momento.

No es interpretable, es lo que es. Es el conjunto de creencias, valores y pautas de conducta que rigen en la organización. Los tres componentes de la Cultura Corporativa son:

- Las Creencias: son un conjunto de ideas básicas sobre la organización.
- Los Valores: son los principios de organización dentro de la entidad.
- Las pautas de conducta: son modelos de comportamiento que expresan las creencias y valores de la organización.

Filosofía corporativa

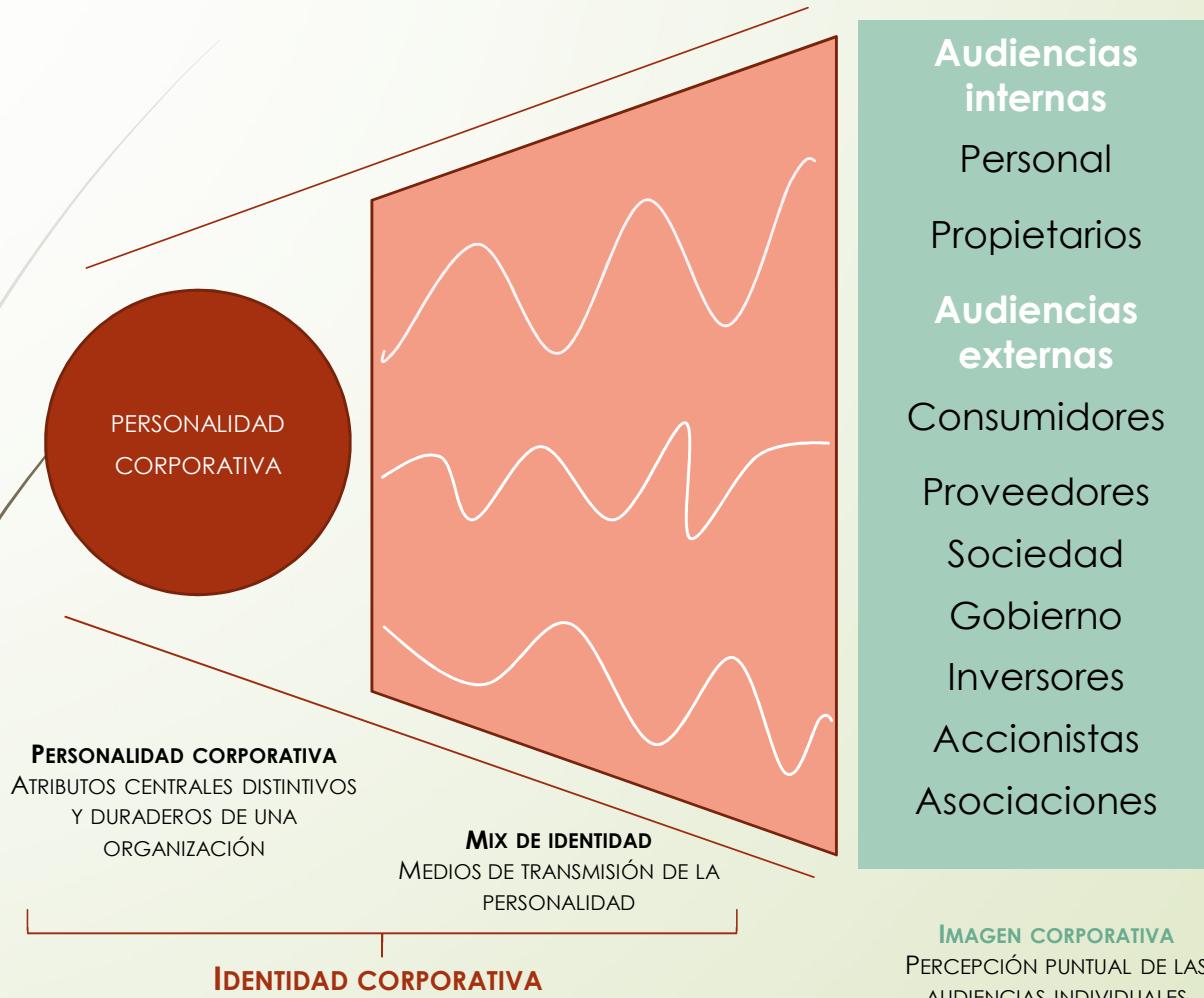
Es la mente y representa lo que la organización quiere ser.

Vincula el presente con el futuro de la empresa.

- Misión corporativa: es la definición del negocio o actividad de la empresa. La razón de ser de la organización.
- Visión corporativa: es la perspectiva de futuro de la organización, el objetivo deseable al que quiere llegar la marca.
- Valores corporativos: representan el cómo se hacen las cosas en esa organización.

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación II



REPUTACIÓN



CORPORATIVA

INTEGRA LA PERCEPCIÓN DE TODAS LAS
AUDIENCIAS A LO LARGO DEL TIEMPO

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación III

MIX DE IDENTIDAD

Instrumentos para crear una percepción de la organización a sus grupos de interés



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación IV

Identidad ambiental

O estética corporativa, que la componen elementos como la arquitectura del local, diseño exterior e interior, mobiliario, documentos, entre otros

SIMBOLISMO

Conjunto de expresiones **tangibles** de la organización, que favorecen una integración visual capaz de transmitir una idea clara, distintiva y favorable de la organización por medio de sus sistemas gráficos y parágraficos

Identidad visual corporativa

Formada por logotipo, nombre, eslogan, colores y tipografía

MIX DE IDENTIDAD

Apariencia del personal

Aplicación de la estética corporativa al vestuario de las personas empleadas

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación V

Comunicación de Marketing

COMUNICACIÓN INTEGRADA

Es el instrumento más utilizado como transmisor de identidad, de ahí la importancia de generar procesos de comunicación coordinados y coherentes respecto a lo que es, hace o pretende la organización

Comunicación de redes sociales

Comunicación interna

Comunicación institucional

Comportamiento corporativo

Comportamiento de directivos y personas empleadas

MIX DE IDENTIDAD

COMPORTAMIENTO CORPORATIVO

Es el conjunto de acciones guiadas por un conjunto de normas creadas en base a la **misión, visión y objetivos de la organización** (cultura organizativa y clima organizativo) y se expresa en comportamientos observables que reflejan los valores internos de las personas

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación VI

La construcción de la imagen es un proceso social y subjetivo, y por lo tanto, la organización tendrá tantas imágenes como personas interactúen con ella.

Suma de informaciones, impresiones, expectativas, creencias y sentimientos que un individuo acumula sobre la organización

IMAGEN CORPORATIVA

La imagen global de una organización se configura como la suma del conjunto de imágenes unitarias, informaciones o percepciones que tiene un individuo respecto a dicha organización (**asociaciones corporativas**)

Representación visual/simbólica.

Asociaciones tangibles basadas en los diseños y elementos tangibles de la organización

La imagen corporativa tiene por tanto, un componente individual y multidimensional

Representación mental.

Asociaciones afectivas/racionales de dos tipos:

- Asociaciones de habilidad corporativa
- Asociaciones de responsabilidad social corporativa

ASOCIACIONES CORPORATIVAS

Cada una de las informaciones y percepciones que un individuo posee de una organización, se combinan y ordenan configurando una imagen global

Enfoque de una empresa sostenible

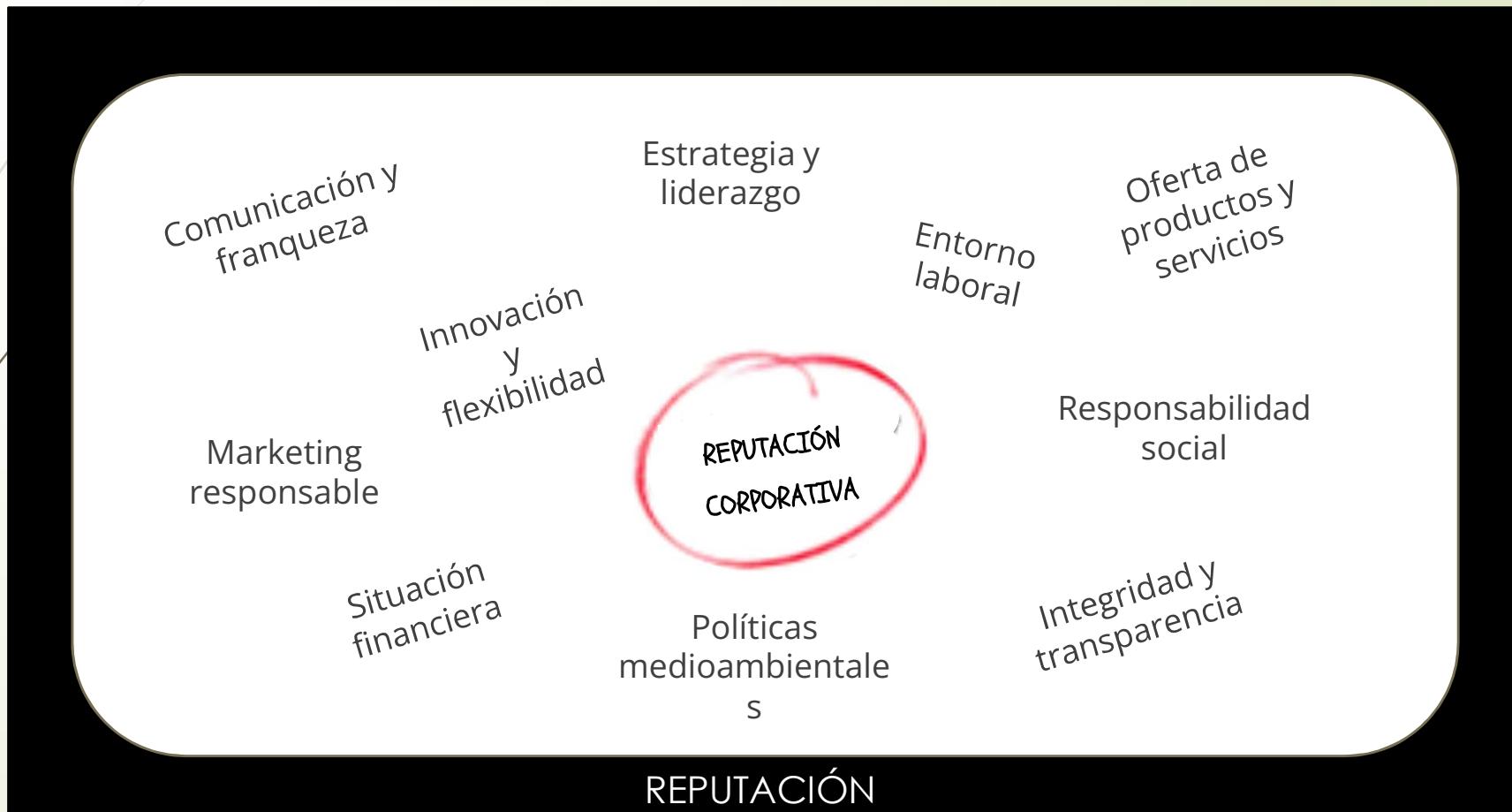
BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación VII

La reputación corporativa es un proceso de gestión empresarial que se inicia con la proyección de la imagen de la personalidad de organización y la percepción que de esta van haciendo sus grupos de interés o stakeholders, en base a las acciones internas y externas prolongadas a lo largo del tiempo, integrándose todas estas percepciones para dar forma a la opinión, prestigio o estima o consideración que se tiene de esta organización. La evolución de estas acciones, comportamientos y su forma de transmitirlo servirá para consolidar una buena reputación o por el contrario podrá menoscabarla.

REPUTACIÓN

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como se construye la reputación VII



Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO

Coherencia

Confianza

Transparencia

Honestidad

Cercanía

Credibilidad

Transparencia

Enfoque de una empresa sostenible

BUEN GOBIERNO. Como una organización puede ser más transparente I

¿Qué es la transparencia?

La transparencia empresarial significa la posibilidad de que la información real de una empresa, gobierno u organización pueda ser consultada por los diferentes sujetos afectados por ella, de tal modo que estos pueden tomar decisiones con conocimiento de causa y sin asimetría de información.

¿Cómo debe ser la información para considerarse transparente ?

Los indicadores de transparencia son los medidores de esta cualidad.

Para que una organización se considere transparente ha de ofrecer información abierta, integral, accesible, clara y comprensible.

¿Por qué es importante la transparencia?

La honestidad y la transparencia empresarial generan confianza entre los diferentes grupos de interés y la confianza se traduce en atracción y lealtad hacia la empresa



10 Razones para implantar la transparencia en la empresa

- 1. Mejora la competitividad.** La empresa tiene mayor probabilidad de atraer inversores y clientes al disponer de información clara y completa sobre la evolución económico- financiero de la empresa.
- 2. Fidelidad de la clientela.** Mejora las relaciones con los clientes y en consecuencia su fidelidad.
- 3. Mejora continua.** Favorece la estabilidad de la empresa ya que facilita la detección de errores y reduce el riesgo de comisión de errores más graves
- 4. Reputación de la organización y superación de crisis.** Si se produce una crisis resulta más fácil recuperar la reputación corporativa perdida si la empresa ha sido siempre transparente en sus acciones. Siempre será peor que un problema se descubra por terceros , que sea la empresa quien lo comunique.
- 5. Felicidad Laboral.** Cuando todo el personal de la empresa tiene acceso libre a la información de lo que está sucediendo en ella y por qué, aumenta la felicidad y los niveles de satisfacción de sus miembros, puesto que se sienten parte de la organización y partícipes de la misma
- 6. Consecución de objetivos.** Cuando los trabajadores y las trabajadoras conocen la misión, valores y objetivos de la empresa, le resulta más fácil desempeñar sus funciones, puesto que comparten la misma visión que la empresa y esto incrementa la consecución de los objetivos.
- 7. Ética y cumplimiento de normas.** Fomenta el cumplimiento normativo de todos los niveles de la empresa, lo que implica la reducción de la corrupción e instaura una política más igualitaria y justa.
- 8. Fomento de la innovación.** El acceso a datos de la empresa permite desarrollar mejor la creatividad, y contar con más herramientas para tomar decisiones acertadas.
- 9. Atracción del talento.** Para atraer a empleados alineados con los valores de la compañía y conseguir que quieran permanecer en la organización, la transparencia es fundamental.
- 10. Retención del talento.** La comunicación clara entre la empresa y sus empleados es fundamental para que estos no quieran abandonar la empresa

Mecanismos para implementar la transparencia

1. Facilitar la información a todos los grupos de interés

La información se deberá compartir como algo rutinario.

2. Contar con una comunicación interna que refleje los valores de la organización

Para que todos los integrantes de una organización actúen en concordancia, se debe vocalizar y poner énfasis en los valores de la empresa, por ejemplo, valores como no hacer las cosas por la vía rápida, tratar a los demás con respeto y entender que la honestidad es la mejor política. Al declarar lo que la empresa representa, los miembros del personal comprenden mejor la organización y son capaces de seguir estos valores.

3. Comunicación externa coherente y congruente

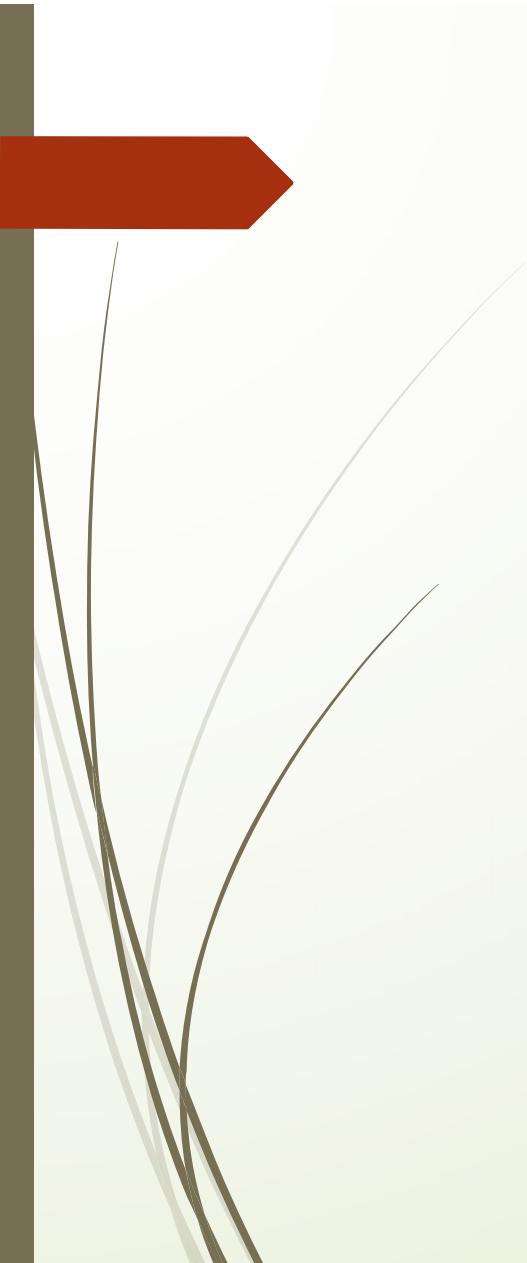
La información que se suministre debe ser veraz, relevante y verificable y responder a principios éticos y honestos. Una información falsa no generará confianza, es más, si se descubre que se ha mentido, la empresa perderá confianza y reputación, dos elementos difíciles de volver a recuperar de manera rápida.

4. Hacer pública todas las informaciones referentes a la empresa, incluidos los números de la empresa e información más sensible

5. Informar de todos los cambios con rapidez

Cuando se producen cambios en la empresa, especialmente de aquellos que son relevantes, hay que informar inmediatamente sobre ellos, para evitar momentos de incertidumbre y generar confianza. Primero a los empleados, socios y accionistas y después a los clientes y el resto de la sociedad.





S. Social

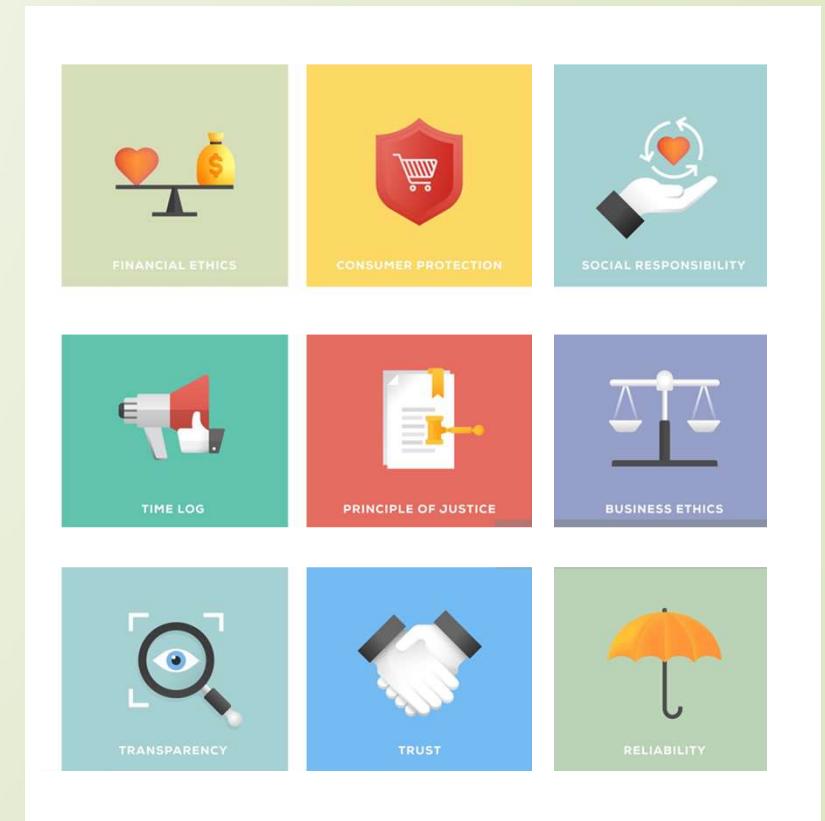
RESPONSABILIDAD SOCIAL

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Una empresa responsable es la que **de forma voluntaria**, entiende que ha de contribuir, por un lado, a generar beneficios económicos que favorezcan su viabilidad a largo plazo, pero por otro lado se compromete a actuar como agente de desarrollo económico y social de su entorno, generando riqueza para sus trabajadores, las comunidades locales y la sociedad en general.

Su compromiso se extiende también al cuidado y respeto del medio ambiente, protegiéndolo de los daños que con sus actividad pueda causar, y ayudando en la medida de lo posible, a su cuidado y conservación, con una oferta de productos y servicios no basados exclusivamente en calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social.





Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL



**EL Triple
RESULTADO**
Triple Bottom Line

El beneficio en una empresa RSC evoluciona respecto al modelo clásico de empresa, y ya no es factible el objetivo de maximización del beneficio económico, sino que el beneficio se diversifica en un triple resultado, el de obtener rentabilidad positiva en su **actuaciones sociales, económicas y medioambientales**.

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

El triple resultado. BENEFICIO ECONÓMICO

El fin de la empresa ya no es maximizar el beneficio, sino obtener unos beneficios estable y positivo para garantizar su sostenibilidad a largo plazo, y siempre bajo las premisas de la ética en los negocios y un reparto equitativo de la riqueza. Un modelo de gestión basado en el crecimiento sostenible, que es una forma de crear valor por sí mismo.



El crecimiento económico
debe ser sostenible

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

El triple resultado. BENEFICIO ECONÓMICO

- Incremento de la eficiencia operacional
- Reducción de los costes por materiales, energía y residuos
- Reducción de los costes de transporte, almacenamiento y embalaje
Reducción de las multas, seguros y costes de compensación a los trabajadores
- Mejores condiciones de acceso al capital. Un modelo sostenible aumenta el atractivo de los inversores, acceso a subvenciones públicas.
- Reducción de los costes de capital: reducción del fondo de maniobra y de los costes operacionales
- Mejora de la información disponible para la toma de decisiones
- Establecimiento de programas de mejora continua.



El crecimiento económico
debe ser sostenible

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

El triple resultado. BENEFICIO SOCIAL



La empresa puede contribuir al bienestar del entorno social que le rodea.

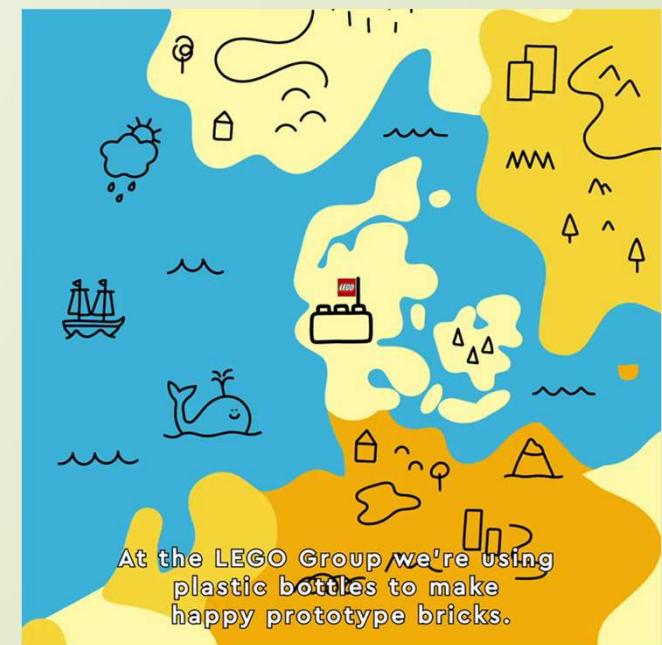
- Respetar los derechos humanos creando condiciones laborales dignas y seguras.
- Igualdad de oportunidades
- Desarrollo profesional
- Ofrecer productos útiles en condiciones justas.
- Crear empleo estable.
- Lucha contra la corrupción.
- Impulsar proyectos.
- Invertir recursos en el tejido productivo.
- Favorecer el desarrollo de comunidades locales.
- Contratación de proveedores locales .
- Promover alianzas.
- Hábitos saludables
- Voluntariado

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

El triple resultado. BENEFICIO MEDIOAMBIENTAL

- Minimizar el impacto medioambiental
- Reducir huella de carbono en empresas
- Revisar la eficiencia energética de la empresa.
- Luchar contra el cambio climático.
- Reciclaje de residuos
- Economía circular
- Uso eficiente de los recursos | Reducción de desperdicios
- Reutilización de materiales
- Actividades de reforestación
- Empleo de materiales ecológicos
- Evitar cualquier clase de contaminación y hacer un uso razonable de los recursos naturales.
- Campañas de concienciación del cuidado del entorno.
- Actos solidarios de protección o de recuperación de zonas afectadas



Encontrar formas de reducir su huella ecológica y proteger al Planeta.

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA INTERNA

Pretende buscar la excelencia de la organización, con especial **atención a las personas** y sus **condiciones de trabajo**, así como a la maximización de sus destrezas y a la optimización de los procesos productivos con la incorporación de nuevas tecnologías y un sistema de gestión transparente que garantice la igualdad de oportunidades y la información regular a inversores. También incluye la gestión del impacto ambiental con la disminución del consumo de recursos o un mejor aprovechamiento de los desechos.

DOBLE DIMENSIÓN DE LA RSC

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EXTERNA

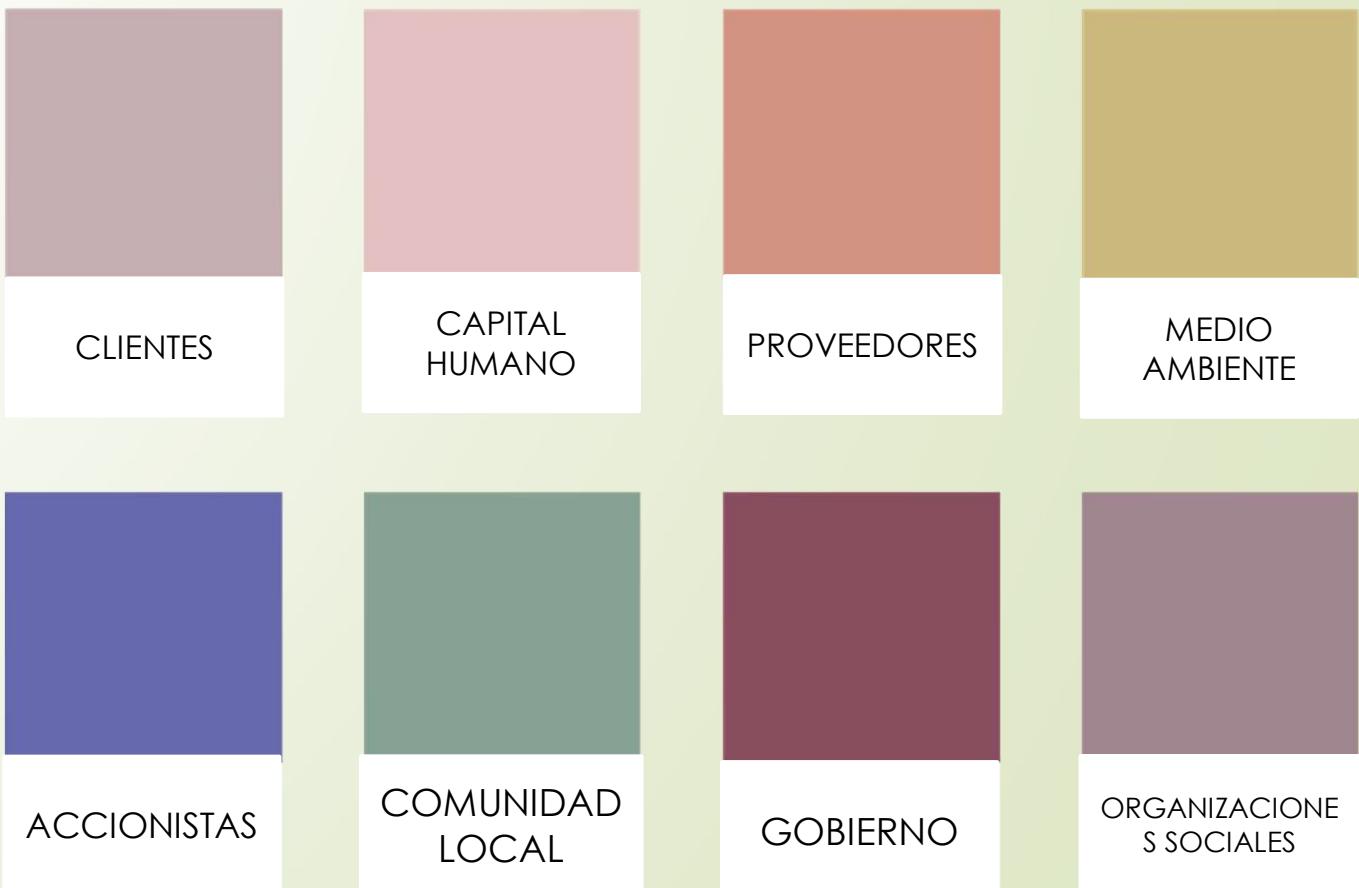
La responsabilidad social también se extiende a las comunidades locales, socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas, ONG y el medio ambiente. La responsabilidad social abarca la integración de las empresas en su entorno local, favoreciendo el trabajo y el desarrollo económico de las comunidades donde opera. Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores y entender que también son actores en el cuidado y protección del medio ambiente.

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

PERSPECTIVA STAKEHOLDER

Las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas esperan obtener contraprestaciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada, con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.





Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

La planificación RSC

Es el instrumento del que se sirven las empresas para establecer los objetivos, líneas de actuación y acciones concretas para alcanzar ese modelo de empresa que contribuye, como agente económico y social, a mejorar las condiciones de los trabajadores, del entorno social y a minimizar su impacto medioambiental como organización sostenible.

Estructura del plan RSC

El Plan de RSC constituye el documento de gestión y evaluación que define el marco y las directrices generales a seguir en el ámbito de la RSC

Los elementos que integran el plan de responsabilidad social corporativa son los siguientes:

1. MISIÓN
2. VISIÓN
3. VALORES DE LA ORGANIZACIÓN
4. LÍNEAS ESTRÁTÉGICAS DE ACTUACIÓN O COMPROMISOS

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es una declaración de intenciones de la organización, cuál es su razón de ser. El motivo por el que existe esta empresa y se ha de fundamentar en los valores éticos de la empresa, debiendo integrar los conceptos de sostenibilidad y las apuestas clave de responsabilidad social a los que deberá responder la organización. En la formulación de la misión se haga referencia al posicionamiento de valor que la empresa hace ante sus principales grupos de interés.



Cuando se define la misión de una empresa se da respuesta a estas preguntas:

¿Quiénes somos?

¿Para qué existe nuestra organización?

Cómo podemos crear valor para nuestros accionistas?

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es como le gustaría ser a la empresa en un futuro, en otras palabras, es la **empresa deseable**. El nivel de organización que se espera alcanzar a largo plazo, servirá de guía para el personal directivo y las personas empleadas en la organización del camino a emprender, da un enfoque de largo plazo a las actividades de la empresa.



NUESTRA VISIÓN

La visión define y describe la situación futura que desea alcanzar la empresa. En este caso, al planificar la RSC, los responsables deben dar respuesta a estas cuestiones:

¿Cómo queremos que sea nuestra organización para los próximos años?

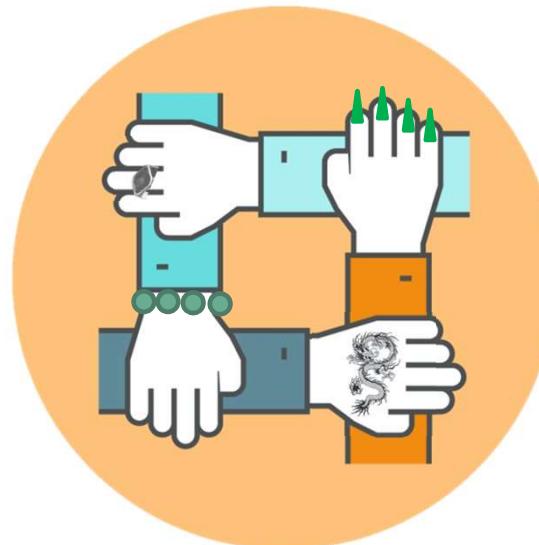
¿Qué pilares estratégicos van a sustentar nuestro modelo de negocio?

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Constituyen el estilo de gestión de la empresa a través de un sistema fundamental de creencias y comportamientos. La empresa responsable aplica **valores éticos**, humanos y de respeto que se han de integrar en la gestión empresarial y deberán ser interiorizados por todos los grupos de interés. Los responsables de la organización han de trabajar de acuerdo a estos principios, y compromisos éticos, actuando en ejemplo, para que el resto del equipo humano que integra la organización, los asimile y actúe también de forma ética y responsable.

¿En que creemos?



NUESTROS
VALORES

¿ Cuáles son las cualidades
que nos definen como
organización?

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN

Son los objetivos que se establecen en la planificación RSC. Se trata de medidas y actuaciones que ha de llevar a cabo la organización, y que van a facilitar a la empresa llegar a esa situación deseable, que es su visión de futuro. Se ha de construir en una perspectiva stakeholder y en base al establecimiento de una línea efectiva de comunicación y **compromiso** con ellos:



IDENTIFICAR Y
SEGMENTAR
los Grupos de interés
GIS

Partiendo de la Misión, Visión
Valores. ¿Quiénes son los GIS
Grupos y subgrupos?



ASUNTOS
RELEVANTES O
ÁREAS CLAVE

¿Qué demandan los GIS
a la empresa?
Necesidades y
expectativas



PRIORIZAR

¿Qué es lo más
importante? ¿Por dónde
empezar?



REVISAR LOS
CANALES DE
COMUNICACIÓN

¿Qué canales existen?
¿Es necesario articular
nuevos canales para
hacerles llegar nuestro
esfuerzo?



DISEÑO DEL PLAN
DE ACCIÓN

Actuaciones respecto a
la relación y a los asuntos
relevantes



MONITORIZAR Y
REPORTAR

Analizar resultados e
informar del desempeño

MAPA DE GIS

ACTUACIÓN Y COMUNICACIÓN

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN

Grupos/subgrupos	Áreas clave	Canales de Comunicación	Dimensiones
<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas/inversores • Personas empleadas, • Clientes/Consumidores, • Proveedores • Competencia • Medioambiente • Comunidad local • Administración • ONG'S y otros agentes sociales 	<p>Necesidades, expectativas y demandas de estos grupos. Una organización cuenta con recursos limitados (generalmente escasos), por lo que es preciso seleccionar o priorizar aquellos grupos más relevantes para la organización.</p> <p>Esto permite asignar estos recursos limitados de manera que puedan generar el mayor impacto posible, tanto en la organización como en el grupo de interés al que se va a dirigido</p>	<p>Selección de herramientas de diálogo y desarrollo del proceso.</p> <p>Herramientas unidireccionales.</p> <p>Aplicables generalmente a aquellos grupos de interés menos relevantes para la organización o con menor capacidad de compromiso.</p> <p>Herramientas bidireccionales.</p> <p>Contemplan la posibilidad de un intercambio informativo. Se busca trabajar junto a los grupos de interés para conocer e integrar sus expectativas en el desarrollo de la actividad de la organización .</p> <p>Herramientas integradoras. Se trata de herramientas en el nivel superior de desarrollo del modelo de gestión de los grupos de interés, que consisten en la integración de los stakeholders en los procesos de toma de decisiones de la compañía</p>	<p>Existen distintos niveles de gestión modular en función de diferentes variables estratégicas, tales como la importancia del grupo de interés, su voluntad de cooperación, su posibilidad de influir en o ser influidos por la actividad de la organización.</p> <p>Las principales dimensiones son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Responsabilidad 2. Influencia 3. Cercanía 4. Dependencia 5. Representación

Enfoque de una empresa sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN | COMPROMISO

Grupos/subgrupos	Áreas clave	Canales de Comunicación	Dimensiones

ACCIONES ESPECÍFICAS PARA ALCANZAR LOS COMPROMISOS

Son todas las actividades llevadas a cabo por la organización para cumplir los diferentes compromisos asumidos con los diferentes grupos de interés como empresa sostenible. Son acciones concretas desarrolladas por los distintos departamentos de la empresa, con un indicador de logro a alcanzar

Acciones específicas	Departamento/s Implicado/s	Indicador de logro
Reducir el consumo de energía	Todos los departamentos	40 % en tres años



INTRODUCCIÓN A LA SOSTENIBILIDAD

Fin de la unidad

