

La Fundación Adecco y la Generalitat Valenciana presentan #ESGParaTodas las empresas, un mapa para diseñar estrategias de sostenibilidad

En forma de mapa de metro, este nuevo recurso permite visualizar y conectar las áreas estratégicas de una empresa con las dimensiones éticas, sociales y medioambientales implicadas en su correcta gestión

La Cámara de Comercio de Valencia ha acogido la presentación del mapa #ESGParaTodas las empresas, una herramienta con fines didácticos y prácticos, que ha sido diseñada por la Fundación Adecco, con la colaboración de la Generalitat Valenciana. Su objetivo: guiar a las empresas hacia la competitividad, sostenibilidad y excelencia, identificando los criterios sociales, medioambientales y de buen gobierno implicados en cada una de sus áreas estratégicas. A través de esta hoja de ruta, las empresas pueden diseñar estrategias de sostenibilidad de alto impacto, poniendo en valor las acciones que ya están realizando y detectando aquellas que aún no han puesto en práctica y que tienen potencial de desarrollo.

Este nuevo recurso se presenta en un momento en el que el marco regulatorio plantea una complejidad creciente a la hora de diseñar este tipo de estrategias, dirigiéndose especialmente a pymes y empresas, que están iniciándose en la materia, para facilitarles el trabajo. El nuevo Mapa #ESGParaTodas las empresas puede descargarse en la web fundacionadecco.org/esg

El acto ha contado con la presencia de Francisco Mesonero, director general de la Fundación Adecco, Mercedes Alcover, directora regional de la Fundación Adecco en Levante y Pablo García, DIRCOM de la entidad.

ESG, un acrónimo en auge

El nombre de la guía se basa en el acrónimo ESG, que está adquiriendo cada vez más fuerza y se refiere a las siglas en inglés "Environmental" (Medioambiental), "Social" (Social) y "Governance" (Gobernanza). En los últimos años, los criterios ESG se han posicionado como referentes en materia de inversión socialmente responsable (ISR), ofreciendo a los inversores una seguridad aún mayor que los resultados económicos. El término ESG se está generalizando hasta tal punto que, poco a poco, empieza a sustituir al concepto de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) en el lenguaje de las compañías.

En la introducción del acto, Mesonero ha explicado el origen de esta publicación, que se remonta a 2016, cuando ambas instituciones presentaron la herramienta #RSCParaTodos. "El nuevo recurso se ha actualizado con las últimas tendencias y ha cambiado su nomenclatura, sustituyendo el concepto de RSC por el acrónimo ESG. Es cierto que la RSC y los criterios ESG son conceptos que conviven, aunque este último es más global y define mejor el recurso que hoy presentamos. Mientras que la RSC se ha centrado tradicionalmente en la contribución de las empresas al bienestar social y medioambiental, los criterios ESG dan por hecho esta aportación y van un paso más allá, incidiendo en

la medición de riesgos y oportunidades para construir relaciones a largo plazo con accionistas, inversores y otros grupos de interés".

Un recorrido hacia la excelencia y el valor compartido

Representado como un mapa de metro, este recurso permite visualizar y conectar las áreas estratégicas de una empresa con las dimensiones éticas, sociales y medioambientales implicadas en su correcta gestión. De forma gráfica y sencilla, las compañías pueden visionar estas variables e integrarlas como imperativo de competitividad, alineándose además con las metas de desarrollo sostenible al impactar en retos como la reducción de las desigualdades o el trabajo y el crecimiento económico.

"Diseñar estrategias de negocio basadas en criterios ESG genera un indiscutible valor compartido, permitiendo a las empresas construir confianza con sus grupos de interés y descubrir su propio camino hacia la excelencia, a la vez que impactan en la comunidad en la que operan. En los últimos años se han hecho patentes los beneficios de incorporar principios medioambientales, sociales y de buen gobierno en todas las operaciones empresariales; sin embargo, muchas compañías siguen teniendo dudas a la hora de definir o implementar estas estrategias. El valor añadido de esta nueva herramienta es que huye de la complejidad, sintetizando el conocimiento y proporcionando un modelo completo, directo y visual para que las empresas diseñen políticas de ESG transversales y de alto impacto", destaca Francisco Mesonero.

El mapa consta de seis líneas de metro o recorridos clave; cinco de ellos corresponden a los grupos de interés que se ven involucrados en el diseño de una adecuada estrategia de ESG: lugar de trabajo, mercado, cadena de valor, comunidad y medioambiente. La sexta, por su parte, engloba las áreas transversales (buen gobierno corporativo, derechos humanos, ética y cumplimiento, gestión de riesgos, etc.).

LÍNEA 1. Lugar de trabajo y mercado laboral. En este recorrido se trabajan la gestión de las relaciones laborales, la diversidad, el talento y la contribución a la generación de empleo.

LÍNEA 2. Mercado (clientes, consumidores, inversores y accionistas). En este tramo se abordan aspectos vinculados al diseño de productos y servicios sostenibles, el marketing justo ético y responsable, la experiencia de cliente, la inversión ética y la transparencia de la información, entre otros.

LÍNEA 3. La cadena de valor. El objetivo es construir un modelo de compras responsable, en el que se incorporen cláusulas sociales, así como un proceso de escucha activa para evaluar la satisfacción de los proveedores y consolidar colaboraciones a largo plazo.

LÍNEA 4. Comunidad. Se evalúa la relación de la empresa con las comunidades en las que opera, tejiendo alianzas estratégicas con la Administración Pública o el tercer sector para hacer frente a los retos locales.

LÍNEA 5. Medioambiente. Esta línea se recogen las claves para crear un sistema de gestión ambiental sostenible, aumentando el ciclo de vida de los productos, contribuyendo a la reducción de los efectos del cambio climático, etc.

LÍNEA 6. Transversal. Contiene aquellos aspectos que se deben tener en cuenta en la relación con todos los grupos de interés, integrando los criterios ESG en la misión, visión y valores, buen gobierno corporativo, gestión de riesgos y establecimiento de indicadores para poder auditar el progreso de

estas políticas.

Eficiencia, previsión o reducción de costes: los beneficios de la estrategia ESG

Para estimular a las empresas a diseñar sus estrategias de ESG, el mapa recoge los beneficios que aporta la incorporación de criterios sociales, medioambientales y de buen gobierno en todas sus operaciones, de modo que puedan visualizarlos y pasar a la acción. Estos beneficios se sintetizan en los siguientes:

Competitividad, innovación y posicionamiento en el mercado

La búsqueda de productos y servicios sostenibles que respondan a criterios sociales y medioambientales conduce a la innovación y se convierte en una ventaja competitiva.

Eficiencia y reducción de costes

La eficiencia es un principio básico de la ESG que implica una mejora y optimización continua del sistema de gestión propio y de la cadena de suministro que conduce a la reducción del consumo de recursos y como consecuencia, al ahorro económico.

Mejor previsión y gestión del riesgo

Los controles, estándares, códigos de conducta ética y protocolos de prevención reducen las posibilidades de que la empresa incurra en conflictos, incumplimiento legal o malas prácticas empresariales que perjudiquen la reputación de la empresa. Asimismo, esto contribuye a una percepción positiva de estabilidad y confiabilidad.

Atracción y retención del talento

Favorece la adaptación de la empresa a las nuevas tendencias de recursos humanos, mejorando los principales indicadores en este ámbito (orgullo y satisfacción, fidelidad, compromiso, clima laboral...). Por otro lado, ayuda a que sea percibida como una empresa buena para trabajar.

Relación con la Administración Pública

La Administración, a través de cláusulas sociales, valora o exige a las empresas que quieren acceder a concesiones, subvenciones o concursos públicos, lleva a cabo medidas sociales y medioambientales.

Acceso a nuevos consumidores y fidelización de clientes

Están cambiando los patrones de consumo, sobre todo en las nuevas generaciones, existiendo una mayor conciencia y compromiso con aquellas marcas cuya identidad social es sólida. La estrategia de ESG proporciona una ventaja competitiva, reconocimiento y posicionamiento social.

Reputación corporativa

Las empresas que demuestran un fuerte compromiso con la ESG y la sostenibilidad a menudo disfrutan de una mejor reputación y una imagen de marca más positiva. Esto puede ayudar a atraer clientes y talento que valoran la responsabilidad corporativa.

Licencia social para operar

La estrategia de ESG de una pyme junto con un buen planteamiento de comunicación, mejora la relación entre la empresa, la comunidad en la que opera y sus grupos de interés, facilitando sus operaciones, su implantación y desarrollo empresarial.

Acceso a la financiación

Los inversores institucionales cada vez valoran más los criterios de ESG al tomar decisiones de inversión. Una empresa que integra la ESG es más atractiva, lo que puede hacer que incremente su valor en el mercado.

Datos de contacto:

Autor
Fundación Adecco
914115868

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Valencia](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Recursos humanos](#) [Sostenibilidad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>