

La importancia del cómo

La marca no debe responder ya solo a la pregunta de qué pinta en la vida de sus consumidores y clientes, sino también a la de cuál es el fin último de su existencia. Durante años, la RSC representó la respuesta a dicha inquietud, pero actualmente es posible que ese enfoque esté en buena medida superado, sobre todo en los casos en los que fue concebida como un mero lavado de cara corporativo.

Hoy en día, con un ciudadano cada vez más informado y exigente, la clave está en el cómo, es decir, en los valores y en la cultura que identifican a cada empresa o cada organización. Y es en ese cómo, donde cobran importancia los grupos de interés, ya que la cultura, los valores de una empresa se demuestran y se reflejan en su relación con sus consumidores y clientes, por supuesto, pero también con sus empleados o con su entorno. Es a partir de dicha gobernanza donde alcanza toda su magnitud la función social de la empresa y su papel esencial como motor de desarrollo económico y progreso.

Es por todo ello por lo que hablamos de marcas con conciencia, con valores, en las que la responsabilidad forma parte de su ADN y no es simplemente un departamento más. ☺

PABLO LÓPEZ, director general adjunto del Foro de Marcas Renombradas Españolas



La RSC, prioridad para las multinacionales extranjeras

La RSC implica a todos y cada uno de los actores relacionados con la empresa, ya sean internos o externos. En este sentido, hay que destacar el papel de la alta dirección, que es fundamental. Sólo si la alta dirección se lo cree y se implica será posible que las estrategias de RSC se ejecuten y logren sus objetivos. La influencia positiva de las acciones de RSC también se ve reflejada en el *engagement* de los empleados. Está demostrado que el orgullo de pertenencia a la empresa pasa también por el compromiso de la propia empresa con la RSC.

Por otro lado, no podemos olvidar que otro aspecto importante, cada vez más ligado con la RSC, es la reputación. La gestión de la reputación, ese intangible imprescindible para la Sostenibilidad y continuidad de las empresas. Se construye día a día teniendo en cuenta a todos los grupos de interés y en ello la RSC juega un papel clave.

Desde la Comisión de RSC que presido es muy gratificante ver la concienciación de las empresas de multinacionales por marca España con la RSC y su ejemplaridad en la aplicación de los principios de buen gobierno corporativo y los altos estándares en las prácticas de *compliance*. ☺

PEDRO TOMEY, presidente de la Comisión de RSC de Multinacionales por Marca España



Green bonds, una carrera de fondo

La iniciativa de las emisiones de bonos verdes, *green bonds*, nace en 2007, cuando el Banco Europeo de Inversiones lanza una primera emisión para financiar proyectos medioambientales. Posteriormente, se han ido realizando sucesivas emisiones por parte de distintas organizaciones, gobiernos, bancos y empresas privadas. El crecimiento de las emisiones de bonos verdes en 2015 y 2016 ha sido exponencial. Si en el 2015 las emisiones totales habían superado la cifra de los 40 billones de dólares, en los ocho primeros meses de este año ya se habían alcanzado los 44 billones de dólares y el potencial de cierre de ejercicio, según Climate Bonds Initiative (CBI), está por encima de los 100 billones de dólares.

Como conclusión, los inversores institucionales y los gestores de activos son conscientes de la urgente necesidad de transformación del modelo industrial y económico hacia alternativas respetuosas con el medio ambiente (economía baja en carbono) y lo contemplan desde un doble enfoque, en este caso financiero, el de los riesgos ambientales que han de ser minimizado, y las oportunidades de inversión de alta rentabilidad que se abren en todo este proceso, factor decisivo para la toma de decisiones. ☺

JAIME SILOS, presidente de Spainsif



Por qué los ODS tienen tanto que ver con el respeto de los derechos humanos

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) están ocupando cada vez más un lugar preponderante en las agendas de empresas y gobiernos. Sin embargo, muchas empresas están intentando comprender la conexión entre estos y los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos. Son muchas las preguntas que nos plantean: ¿Son los ODS una alternativa o un sustituto de los Principios Rectores? La respuesta es muy simple: contribuir a los ODS no puede ser un sustituto de la implementación de los Principios Rectores.

Las empresas deben considerar su política de derechos humanos como una política medio ambiental en la que lo prioritario es la reducción de los impactos negativos para, posteriormente, realizar acciones en positivo.

De acuerdo a los Principios Rectores, todas las empresas tienen la responsabilidad de utilizar su influencia para impulsar el respeto de los derechos humanos a través de sus cadenas de valor. Cuando consideramos los millones de personas que trabajan en cadenas de suministro globales, nos damos cuenta del verdadero potencial de todas las empresas, grandes y pequeñas, para contribuir al desarrollo sostenible. ☺

MARIA PRANDI, fundadora de Business and Human Rights

