



Pacto Mundial
Red Española

Las empresas españolas ante la Agenda 2030.

Análisis, propuestas, alianzas y buenas prácticas.

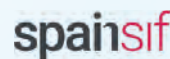
Un informe de la Red Española del Pacto Mundial con motivo del examen nacional voluntario y el Plan Nacional de Acción.



EN COLABORACIÓN CON :



CLUB DE EXCELENCIA EN
SOSTENIBILIDAD



Redacción y coordinación de la Red Española

Isabel Garro. Directora General

Cristina Sánchez. Directora de Innovación y Proyectos

Vanessa Rodríguez. Directora de Comunicación

Javier Molero. Técnico de Innovación y Proyectos

Elsa Castillo. Técnico de Reporting

Rubén Carricondo. Técnico de Reporting

Arantxa Lorenzo. Técnico de Comunicación

Focus group

Asociación Española de Fundaciones, CEOE, CEPES, Club de Excelencia en Sostenibilidad, Corporate Excellence, DIRSE, Forética, SERES y Spainsif.

Entidades que participaron en el workshop

21gramos, Accenture, Acciona, Agroamb Prodalt S.L., Air Europa Líneas Aéreas S.A.U, Art Marketing, Atlantic Copper, SLU, Azentúa, Baleària, Calidad Pascual, Canvas Estrategias Sostenibles, CEPES, Club de Excelencia en Sostenibilidad, Corporate Excellence, Corresponsables, Diagram Consultores para el Tercer Sector, DIRSE, Distrito Castellana Norte, EDP España, Emagrasa, Endesa, Esade, Forética, Fremap, Fundación Novia Salcedo, Fundación SERES, FUNDDATEC, Gioseppo , Global Compact, Gredos San Diego cooperativa (GSD), Grupo Antolin, Grupo Calvo, Grupo Ezentis, Hidralia, Gestión Integral de Aguas de Andalucía, S.A., Iberdrola, ICEX, IE Business School, Inserta Servicios Complementarios, C.E.E., Iproma, Irizar, Jardines de Liquidambar sl, Koan Consulting, Mango, Mas Business, MB Marla Bojorge, NoEsUtopía_Turismo y Desarrollo Sostenible, Organizaciones con espíritu y corazón S.L., Pernod Ricard España, Pontificia Scholas Ocurrentes, Prisa, Repsol, Revenga Smart Solutions (Revenga Ingenieros , S.A.), Red Local de Global Compact Costa Rica, Seguros RGA, Smart & City Solutions, Sostenibilidad a Medida, Spainsif, Sustentia, Técnicas Reunidas, Telefónica, TYPESA, UNICEF Comité Español, Universidad Loyola Andalucía, Vodafone España y Welever.

También colaboraron en difundir la encuesta

Cámara de Comercio de La Rioja, Club Asturiano de Calidad, Diario Responsable, Fundatec, Generalitat Valenciana, Gobierno de Aragón, ICEX, Instituto de Crédito Oficial, Nechi Group y Prisa.

Índice

1. Introducción
2. Resumen Ejecutivo
3. Posicionamiento de partida: el sector privado ante la Agenda 2030
4. Consulta: aproximación al estado de implantación de la Agenda 2030 en empresas españolas
 - 4.1. Conocimiento de la Agenda 2030
 - 4.2. Implantación de los ODS
 - 4.2.1. ODS más trabajados
 - 4.2.2. Impactos en ODS
 - 4.2.3. Medidas realizadas
 - 4.3. Expectativas sobre los ODS
 - 4.3.1. Posibles actuaciones para impulsar los ODS
 - 4.3.2. Beneficios identificados
 - 4.3.3. Objetivos más importantes que alcanzar
5. El papel de las Alianzas en la consecución de los ODS
6. Propuesta de Hoja de ruta sugerida por el sector privado
 - Anexo 1: Participación en la encuesta
 - Anexo 2: ODS más trabajados por comunidades autónomas
 - Anexo 3: Buenas prácticas empresariales

1. Introducción

En el marco del compromiso de España para la implementación y cumplimiento de la Agenda 2030, el día 28 de septiembre de 2017, mediante Acuerdo de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, se crea el Grupo de Alto Nivel para la Agenda 2030 (GAN). Su objetivo: "coordinar la posición española y las actuaciones necesarias para el cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030; [y] Preparar las evaluaciones de España ante el Foro Político de Alto Nivel del ECOSOC¹".

Tal y como establece la Resolución 70/1 de la Asamblea General de Naciones Unidas "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible", por la que se aprueba la agenda para el desarrollo después del 2015, la coordinación de la implementación de la Agenda 2030 requiere de la participación de múltiples actores, no sólo la Administración General del Estado, sino también de las Comunidades Autónomas y Entidades Locales, sindicatos, ONG, universidades y del sector privado.

Es en este contexto de coordinación con participación multi-actor donde las Redes Locales del Pacto Mundial emergen como el aliado natural para facilitar el diálogo con el sector privado y para articular la implementación y contribución de las empresas a la Agenda 2030. Por ese motivo, la Embajada en Misión Especial para la Agenda 2030 (EME A2030) solicita a la Red Española del Pacto Mundial que, en primer lugar, ayude a facilitar el diálogo con el sector privado de cara a cumplir con el compromiso de realizar el Examen Voluntario Nacional de España² en julio de 2018 y, en segundo lugar, que contribuya a la elaboración del Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030 en nuestro país que se desarrollará a partir del diagnóstico inicial.

Para cumplir con ambos objetivos, la Red Española del Pacto Mundial constituye en primera instancia un **Focus Group** que congrega a las entidades más significativas en materia de sostenibilidad empresarial del país: AEF, CEPES, Club de Excelencia en Sostenibilidad, DIRSE, Forética, CEOE, Corporate Excellence, SERES y Spainsif. A partir de ahí, y de la mano del Focus Group, se analiza el **posicionamiento de partida** del sector privado español en relación a su rol en la implementación de la Agenda 2030 y la consecución de los ODS y de sus metas; a continuación, se realiza una **Consulta** para tener una referencia respecto al punto de partida en la implantación de la Agenda 2030 en empresas españolas, haciendo especial énfasis en el ámbito de las alianzas; posteriormente, se propone una **Hoja de Ruta** de trabajo con el sector privado para los próximos años, que plantea compromisos, demandas y alianzas de las empresas para alcanzar los ODS y, por último, se detalla una relación de **buenas prácticas** empresariales que ejemplifican el efecto multiplicador que puede tener la acción empresarial para la consecución de la Agenda 2030. En los anexos se incluye información sobre cómo están trabajando las empresas el marco de la Agenda 2030 desde una **perspectiva regional**, analizando las **Comunidades Autónomas** con un número significativo de respuestas, y se proporcionan datos de participación en la encuesta.

¹ BOE, 27 octubre 2017; L: M-1/1958 - ISSN: 0212-033X

² Este examen se trata de un mecanismo de seguimiento y revisión de la implementación de la Agenda 2030 que establece Naciones Unidas y que se realiza en convocatorias anuales a nivel ministerial en ECOSOC, en el Foro Político de Alto Nivel de las Naciones Unidas, y a nivel de Jefes de Estado y de Gobierno en la Asamblea General cuatrienalmente.



“ Doy la enhorabuena a las empresas por su trabajo y las animo a ser ambiciosas, así como también lo seremos nosotros cuando presentemos el examen voluntario”.

Juan Francisco Montalbán. Embajador en Misión Especial para la Agenda 2030

“ Las empresas tenemos medios y talento para contribuir a la Agenda 2030 y al plan nacional del Gobierno”

Ángel Pes. Presidente de la Red Española del Pacto Mundial

“ La Agenda 2030 va a transformar los modelos de negocio de manera revolucionaria”

Javier Cortés. Director de redes locales de las Américas de UN Global Compact

2. Resumen Ejecutivo

España se ha comprometido a cumplir con la Agenda 2030 y se encuentra hoy, en este sentido, en un punto de inflexión determinante.

La Agenda 2030, aprobada en 2015 por todos los países de Naciones Unidas, es el plan de acción más ambicioso desarrollado nunca en favor de las personas, el planeta y la prosperidad, con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas. Para conseguirlo, se persigue la implicación de todos los actores, no sólo los políticos, sino también los sociales y, por primera vez en la historia, de las empresas. Nuestro país presentará en el mes de julio el **examen nacional voluntario ante Naciones Unidas y un Plan de Acción para implementar la Agenda** e incorporará además de la contribución del estado, la visión de los diferentes actores a nivel nacional llamados a la acción, entre ellos, la comunidad empresarial.

El documento que sigue a este resumen es el resultado de un **proceso complejo y pionero de facilitación del diálogo con las empresas españolas que la Red Española del Pacto Mundial** ha llevado a cabo por encargo del Grupo de Alto Nivel para la Agenda 2030, presidido por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. El trabajo es fruto de diferentes acciones llevadas a la práctica en colaboración con las entidades más representativas del tejido empresarial de nuestro país y del área de la sostenibilidad: Asociación Española de Fundaciones, CEOE, CEPES, Club de Excelencia en Sostenibilidad, Corporate Excellence, DIRSE, Forética, SERES y Spainsif.

Este informe consta de **cinco contenidos diferenciados**: un posicionamiento de partida sobre el rol de las empresas en la implementación de la Agenda 2030; un análisis pormenorizado de los datos recopilados a través de una consulta realizada al sector privado en relación a la Agenda 2030; una hoja de ruta, con propuestas empresariales dirigidas a la administración pública; una reflexión propositiva sobre la idoneidad de trabajar en alianzas -una de las claves de la Agenda 2030- y un elenco de más de cincuenta buenas prácticas de empresas españolas.

1. Posicionamiento de partida

Esta sección recoge de forma interrelacionada **5 elementos que resumen la visión** de las empresas en relación a su rol en la Agenda 2030 y **5 categorías de compromisos** que forman conjuntamente el posicionamiento de partida de las empresas consultadas, invitándose además al conjunto del sector privado español a suscribirlo.

De forma general, las empresas participantes **reconocen** a los ODS como un marco esencial para el conjunto del sector empresarial español y hacen hincapié en la importancia de fomentar el liderazgo empresarial, las nuevas soluciones innovadoras y la construcción de alianzas como elementos clave para lograr una implementación eficaz de la agenda a nivel nacional. En cuanto a sus **compromisos**, estos están relacionados con la incorporación de los ODS en las estrategias empresariales y actividades principales de negocio, con alcanzar culturas corporativas ligadas a la Agenda 2030, con establecer compromisos y alianzas en torno a los ODS y con la comunicación de los avances empresariales a los grupos de interés.

2. Consulta 2030

Entre los meses de marzo y mayo de 2018 se ha desplegado una encuesta a las empresas de nuestro país que ha sido **contestada por 1.320 entidades** y se ha celebrado un **workshop con más de 70 organizaciones**, donde se han validado premisas y aportado nuevos insumos. De este modo, se han recibido inputs cuantitativos y cualitativos que han quedado recogidos en este informe.

Las empresas participantes reconocen que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un marco esencial para impulsar hasta 2030 las transformaciones económicas, sociales y ambientales que el mundo necesita; el **69% de las entidades** que han respondido a la encuesta **conocen los Objetivos de Desarrollo Sostenible y un 61% afirma haber incorporado ya alguna medida** para contribuir a los ODS, No obstante, la incorporación de los ODS en la estrategia empresarial tiene dos velocidades distintas: el 87% de las grandes empresas cuenta con medidas para contribuir a los ODS, frente al 54% de las pymes.

Lo más difícil no es identificar la Agenda 2030 como el marco de referencia del desarrollo sostenible, sino trasladarlo a la estrategia de negocio, transformarlo en indicadores empresariales y materializarlo en oportunidades de negocio. En este sentido un **68% de las empresas participantes ya cuenta con un compromiso general** con los ODS y un **56% afirma haber realizado algún proyecto de acción social o cooperación** alineado con la Agenda 2030. Sin embargo, solo un **36% de las empresas comunica su contribución a los ODS a través de un informe o memoria de sostenibilidad** y únicamente el **22% de las empresas ha establecido compromisos públicos, específicos y medibles** en relación a alguno de los objetivos o metas de la Agenda 2030. Cabe destacar que un 24% de las empresas participantes afirma haber incluido los ODS dentro de los objetivos estratégicos de la empresa.

En general, las empresas consultadas sienten que tienen un papel relevante que jugar de cara a la implementación de la Agenda 2030. Los Objetivos más trabajados son **el ODS5, ODS3 y ODS8. La igualdad de género, la salud y el trabajo decente** ocupan los primeros puestos de una lista que está finalizada por el ODS 11 sobre las ciudades, el ODS 2 de hambre cero y el ODS 14 relativo a la vida marina. Estas respuestas contrastan con el conocimiento que las organizaciones tienen sobre la Agenda 2030.

En este sentido, se corrobora que **9 de cada 10 empresas han afirmado tener capacidad de impacto en materia de igualdad de género** y un 61% dice realizar alguna acción en este ámbito. En líneas generales, las diferencias entre la capacidad de acción y la acción efectiva son palpables. Por ejemplo, en el caso del ODS 3, relativo a los aspectos de salud y bienestar, un 86% de las empresas afirma tener un impacto potencial sobre este ODS, pero sólo el 57% dice haber realizado algún tipo de acción en este ámbito.

En la encuesta, se evidencian los beneficios percibidos por las empresas, sus expectativas y sus demandas. En cuanto a los beneficios que perciben las empresas en torno a los ODS, el **70 % de las empresas participantes considera que el principal de ellos es el de mejorar la relación con los grupos de interés** y el 68% afirma que el trabajo hacia la Agenda 2030 mejora la reputación corporativa. Además, un **45% cree que los ODS ofrecen a las empresas la oportunidad de encontrar nuevas modalidades de negocio** o segmentos de clientes.

3. El papel de las alianzas

La ambición y amplitud de los ODS hace que sean inalcanzables si no se forjan alianzas sólidas en las esferas pública, privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia de cada uno de los actores. En el presente documento se proporcionan **3 aproximaciones al rol, a los compromisos y a las peticiones** que realizan las empresas consultadas en materia de alianzas. El 53% de las empresas participantes afirma que para impulsar el apoyo empresarial a los ODS es clave la creación de espacios de diálogo y colaboración. El sector privado, a través de sus conocimientos, capacidades y alcance, es clave para buscar soluciones conjuntas a los desafíos que plantean los ODS. Según los datos, el **35% de las empresas participantes ya está llevando a cabo alianzas para contribuir al marco de la Agenda 2030** y un 26% pretende realizar estas colaboraciones en el corto plazo (en un periodo de entre 1 y 2 años), mientras que el 40% de las empresas no plantea de momento realizarlas. Las empresas que han participado en la consulta centran sus proyectos en alianza principalmente en el **ODS 8 relativo a trabajo decente y crecimiento económico**, el ODS 12 sobre consumo y producción responsable y el ODS 3 salud y bienestar, con un peso del 37%, 35% y 33% respectivamente.

4. Hoja de ruta con el sector privado

La Hoja de ruta contiene **5 categorías de peticiones en torno a los ODS dirigidas a la administración pública**. Estas peticiones están dirigidas a impulsar la visión y los compromisos plasmados en el posicionamiento de partida. Las empresas reclaman una Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible, así como estrategias autonómicas y locales y marcos legales a todos los niveles territoriales que contemplen la **dimensión empresarial**. Asimismo, reclaman recursos, herramientas, campañas de sensibilización e incentivos específicos para el sector privado y espacios para poder dialogar y colaborar entre todos los actores.

Estas recomendaciones han sido además contrastadas con la consulta y el workshop empresarial realizados. La principal medida que demandan las empresas para trabajar el desarrollo sostenible es el **acceso a recursos y herramientas que faciliten trabajar los ODS; así lo considera el 66%** de los participantes. El **61% de empresas reclaman el establecimiento de políticas y marcos estables** que impulsen la contribución empresarial a los ODS y el 59% consideran necesaria la incorporación en los procesos de contratación pública de criterios de sostenibilidad y la concesión de incentivos a las empresas que demuestren su contribución a los ODS.

Las organizaciones que han participado en la elaboración de esta hoja de ruta esperan que el gobierno tenga en cuenta este documento para **reflejar de forma eficaz la dimensión empresarial en el futuro Plan de Acción nacional**.

5. Buenas prácticas empresariales

Se han recogido **56 buenas prácticas (BBPP) innovadoras de empresas españolas** que ponen de manifiesto el liderazgo de las compañías nacionales en la contribución a los ODS. El elenco de BBPP ha sido elegido siguiendo criterios de representación por tamaño, sector y objetivos a los que contribuyen. Además, se ha valorado positivamente la innovación, la replicabilidad, la contribución a varios objetivos y metas y su realización en alianzas.

Este documento es el reflejo del estado de trabajo empresarial en un momento temporal muy concreto. Reflejo de la mayor consulta empresarial que se ha desplegado a nuestras empresas en materia de sostenibilidad; fruto de la colaboración más amplia entre organizaciones líderes en empresa y sostenibilidad en virtud de la Agenda 2030. Con seguridad, **la mayor oportunidad de contribuir y de orientar los modelos negocio hacia el desarrollo sostenible.**



Las empresas son clave para los ODS por varios motivos fundamentales, entre los que destaca la creación de empleo de calidad, el aumento de las capacidades, la generación de conocimiento y el manejo de indicadores y resultados".

Cristina Pérez. Directora general de Políticas de Desarrollo Sostenible del MAEC

Hemos desplegado la mayor consulta que se ha realizado al sector privado español, por medio de una alianza, con el objetivo de implementar y coordinar la Agenda 2030".

Isabel Garro. Directora General de la Red Española del Pacto Mundial

El sector privado empresarial español

1. Reconoce que:

- 1.A Los ODS como un **marco esencial** para impulsar hasta 2030 las transformaciones económicas, sociales y ambientales que el mundo necesita.
- 1.B El **papel clave** del sector empresarial en la implementación de los ODS y la importancia de todos los sectores económicos y del conjunto del tejido empresarial español.
- 1.C La función fundamental de los **líderes empresariales** como palanca para potenciar la transformación del conjunto de la comunidad empresarial.
- 1.D La necesidad de **nuevas soluciones innovadoras** que requiere la Agenda 2030, que además pueden suponer **oportunidades** ligadas a los ODS.
- 1.E La necesidad de impulsar **alianzas** y de incrementar la movilización de recursos públicos y privados hacia la **financiación** de la Agenda 2030.



2. Se compromete a:

- 2.A Incorporar los ODS en las **estrategias empresariales**, observando siempre el cumplimiento de los marcos o normativas internacionales.
- 2.B Alinear la **actividad principal del negocio con los ODS**, evaluando la realización de un diagnóstico de impactos en toda la cadena de valor y estableciendo focos prioritarios de actuación e indicadores para medir el progreso.
- 2.C Integrar una **cultura empresarial** ligada a los ODS en todas las actividades y operaciones de la empresa y trasladarla a los grupos de interés.
- 2.D Valorar el establecimiento de **compromisos públicos, cuantificables y con límites de tiempo e informando sobre los avances en los ODS**.
- 2.E Trazar **alianzas** con la administración pública, organizaciones de la sociedad civil, la comunidad científica y académica y otras empresas para desarrollar soluciones conjuntas a los ODS.

3. Invita a la AGE a:

- 3.A Elaborar una **estrategia nacional de desarrollo sostenible** y a adoptar **políticas y marcos legales estables** orientados al desarrollo sostenible.
- 3.B Difundir recursos y herramientas que faciliten la contribución y la comunicación de los avances sobre los ODS, especialmente para la PYME.
- 3.C Lanzar **campañas de sensibilización** para dar a conocer los ODS al sector empresarial español y al conjunto de la población española.
- 3.D Incorporar en la **contratación pública** criterios sostenibles y conceder **incentivos** a empresas que adopten criterios de sostenibilidad alineados con los ODS.
- 3.E Crear **espacios de diálogo y colaboración** el sector privado, la administración pública, la sociedad civil y la comunidad científica y académica para canalizar la acción colaborativa hacia los ODS.



3. Posicionamiento de partida: el sector privado ante la Agenda 2030

En el marco del compromiso de España para el cumplimiento de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y ante el ejercicio de preparación del Plan de Acción y del Informe para el Examen Voluntario Nacional que se presentará ante el Foro Político de Alto Nivel del ECOSOC en julio de 2018, las empresas participantes en la consulta expresan su posicionamiento respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) e invitan al conjunto del sector empresarial español a suscribirlo.

Las empresas españolas consultadas comparten la visión transformadora de los ODS como plan de acción para generar un modelo de desarrollo viable y sostenible que no comprometa las necesidades de las generaciones futuras y logre acabar con los grandes problemas del planeta y respaldan el ejercicio de localización de la Agenda 2030 en España. En este contexto reconocen:

- a) *A los ODS como un marco esencial para impulsar hasta 2030 las urgentes transformaciones económicas, sociales y ambientales que el mundo necesita y sobre el cual guiar las contribuciones empresariales a nivel nacional e internacional, destacando el carácter integrador y transversal de los 17 Objetivos y de las 169 metas³*

Los ODS son una llamada mundial para adoptar medidas encaminadas a transformar el planeta hasta 2030 y solucionar así los problemas relacionados con las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económicos, sociales y ambientales. Esta agenda global pretende poner fin a la pobreza, al hambre y a la desigualdad, alcanzar la igualdad de género y el acceso para todos a condiciones laborales adecuadas, facilitar el acceso a servicios de salud y a una educación de calidad, proteger el medioambiente y los recursos naturales y garantizar que todas las personas disfruten de paz y prosperidad. La Agenda 2030 tiene una trascendencia y magnitud sin precedentes, está diseñada para alcanzarse en todo el mundo, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo, teniendo en cuenta las diferentes realidades y capacidades en cada región del planeta.

Se han de encontrar soluciones para afrontar 169 retos plasmados en metas; se necesita cambiar la situación de los 767 millones de personas que viven por debajo del umbral de la pobreza extrema y garantizar el acceso a agua potable a los más de 2 mil millones de personas que viven en países con escasez de agua⁴. También es necesario reducir la contaminación urbana, ya que 9 de cada 10 personas residentes en ciudades han respirado aire que no cumple con los valores de las directrices de la calidad del aire de la Organización Mundial de la Salud y erradicar el trabajo infantil que afecta a 1 de cada 10 niños en el mundo⁵. Es fundamental asimismo acabar con la diferencia salarial de género, que permanece en el 23% a nivel mundial, y frenar el calentamiento del planeta, que continuó avanzando en 2016 hasta establecer un récord de 1.1 grados centígrados por encima del período

³ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Pág. 6, punto 17. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

⁴ Naciones Unidas. Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2017. Pág. 31.

https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2017/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2017_Spanish.pdf

⁵ Naciones Unidas. Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2017. Pág. 35.

https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2017/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2017_Spanish.pdf

preindustrial⁶. En España también se requieren soluciones urgentes para gestionar de forma adecuada los 7,7 millones de alimentos que se desperdician anualmente⁷, es necesario reducir las emisiones de gases de efecto invernadero que han aumentado un 16,7% en el periodo comprendido entre 1990 y 2015⁸, es imprescindible aumentar el gasto en i+D+i, donde la inversión es un 10% inferior a la media de la Unión Europea⁹, y se necesita reducir el desempleo juvenil, que se sitúa actualmente en un 35,5%¹⁰.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



**¿Son los ODS el nuevo paradigma de la RSE o la sostenibilidad?
¿Es un marco completo y definitivo?**

Los ODS no suponen un cambio de paradigma para las empresas que ya estaban trabajando en sostenibilidad antes de que se aprobaran los ODS, pero sí facilitan una conversación común. Aportan unas métricas comparativas, estableciendo criterios y objetivos comunes que facilitan la contribución a la Agenda 2030. Sin embargo, las metas han sido diseñadas para los estados y las empresas echan en falta métricas propias en clave empresarial.

Los ODS no se conocen todavía por la gran parte de la ciudadanía por lo que, aunque su aprobación se reconoce como un punto de inflexión, para que se conviertan en un paradigma tienen que conocerse por el gran público y que éste exija su cumplimiento a todos los actores implicados.

¿Verdaderamente les interpela la sostenibilidad, en concreto los ODS, al nivel de otros desafíos empresariales?

En los últimos años la sostenibilidad ha ido ganando peso en las estrategias empresariales, pero queda todavía mucho por conquistar dentro de las empresas. La única manera de conseguirlo es entender la sostenibilidad como la única forma de abrir nuevos mercados. O bien las actividades empresariales son responsables o no habrá mercados donde puedan operar. Pero rentabilidad y reputación son dos conceptos que todavía no van de la mano en todas las empresas.

⁶ Naciones Unidas. Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2017. Pág. 9.

https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2017/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2017_Spanish.pdf

⁷ MAPAMA. Estrategia "Más alimento, menos desperdicio", 2017. http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/estrategia-mas-alimento-menos-desperdicio/Definiciones_cifras.aspx

⁸ MAPAMA, 2018. http://www.mapama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/sistema-espanol-de-inventario-sei-/documentoresumeninventariogei_tcm30-444543.pdf

⁹ COTEC. Informe Cotec, 2017. http://cotec.es/media/INFORME-COTEC-2017_versionweb.pdf

¹⁰ Eurostat, 2018. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8782899/3-04042018-BP-EN.pdf/15f41da1-720e-429b-be25-80f7b2fb22cd>

En este contexto, los ODS llaman a la acción a todos los actores del planeta: gobiernos, sociedad civil y comunidad empresarial. La Agenda 2030 proporciona a las empresas un marco universal, compartido e integral que permite guiar sus contribuciones al desarrollo sostenible. El 70% de más de 1000 CEOs encuestados a nivel mundial cree que los ODS proporcionan un marco claro para estructurar las contribuciones empresariales a la sostenibilidad¹¹. La comunidad empresarial española puede encontrar oportunidades en los retos que afronta el planeta a través de la contribución al marco de Naciones Unidas en sus operaciones nacionales e internacionales.

b) El papel clave del sector empresarial en la implementación de los ODS definido por las Naciones Unidas en la resolución 70/1 de la Asamblea General titulada "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible"¹² y la importancia de todos los sectores económicos y del conjunto del tejido empresarial español, incluyendo a microempresas, pequeñas y medianas empresas (pymes), empresas de economía social, grandes empresas y multinacionales para generar un crecimiento económico sostenible e inclusivo que vaya ligado a la consecución de los ODS.¹³

Naciones Unidas reconoce por primera vez en la Agenda 2030 el papel protagonista que debe jugar la comunidad empresarial en la implementación del plan de acción global, concibiendo a las empresas no solo como actores que generan riqueza, sino también desarrollo. Este papel deben jugarlo todas las empresas independientemente de su tamaño y naturaleza: desde las microempresas y las cooperativas, hasta las multinacionales. La Agenda 2030 afirma que la actividad empresarial, la inversión y la innovación privadas son los grandes motores de la productividad, el crecimiento económico inclusivo y la creación de empleo y anima a todas las empresas a aprovechar su creatividad e innovación para resolver los problemas relacionados con el desarrollo sostenible. El argumento empresarial a favor del desarrollo sostenible es sólido; genera nuevas oportunidades de negocio, promueve la innovación y mejora la reputación; además los ODS permiten a las compañías reforzar las relaciones con sus grupos de interés, favoreciendo la motivación entre empleados y la retención del talento y generando credibilidad en clientes, inversores y proveedores, impulsando una mayor eficacia operativa en la organización. En palabras del exsecretario general de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon "en todo el mundo vemos que la comunidad empresarial se está movilizándolo como nunca; cada vez más compañías entienden que un mundo más seguro y sostenible es sinónimo de unas empresas más fuertes y unos mercados más prósperos"¹⁴.

Resulta fundamental aprovechar la experiencia de los diferentes sectores y tipos de empresa, ya que las contribuciones que realice cada tipo de entidad pueden abarcar diferentes objetivos y metas de la agenda e impactar en mayor grado en determinados grupos de interés. El conjunto del sector privado español tiene un papel relevante en la contribución a la Agenda 2030. Cada organización, dependiendo de su tamaño o sector, se enfrenta a retos y oportunidades singulares

¹¹ Global Compact, Accenture. Agenda 2030: a Window of Opportunity, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/81/UNGC-Accenture-CEO-study-2016-infographic.pdf

¹² Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Página 11, punto 41. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

¹³ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Página 11, punto 41. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

¹⁴ Red Española del Pacto Mundial, 2015. <http://www.pactomundial.org/2015/10/ban-ki-moon-empodera-a-los-empresarios-espanoles-para-liderar-el-cumplimiento-de-la-agenda-de-desarrollo-de-naciones-unidas/>

sobre las que guiar su contribución a los ODS y por lo tanto las medidas que realicen pueden abarcar y dar solución a diferentes dimensiones del desarrollo sostenible.

Las microempresas y las pymes son fundamentales para alcanzar los ODS, en particular para promover la innovación, la creatividad y el trabajo de calidad. A nivel global, las pequeñas y medianas empresas representan más del 95% del total de empresas, el 52% del PIB mundial y dan empleo a entre el 60% y el 70% de la población¹⁵. En España existen alrededor de 3,24 millones de empresas, de las cuales el 99,98 % son pymes frente a un 0,2 % grandes empresas¹⁶. Además, representan el 63% del PIB y crean el 74% del empleo del país¹⁷. Las pymes poseen por tanto un enorme potencial de transformación económica a nivel nacional e internacional y muchas de ellas ya están empezando a demostrar compromisos en materia de sostenibilidad. En concreto, el 50% de las empresas que han firmado el Pacto Mundial a nivel global son pymes¹⁸. Sin embargo, debido a la falta de recursos, su impacto sobre la sostenibilidad es más limitado que el de las grandes corporaciones. En una muestra de más de 1950 empresas a nivel global, solo el 31% de las pequeñas y medianas empresas integran la responsabilidad social corporativa dentro de las funciones relevantes de la compañía y únicamente el 25% incluyen indicadores de medición en sus informes de sostenibilidad¹⁹.

La comunidad empresarial española, para asumir el papel relevante que le corresponde en la consecución de la Agenda 2030, necesita impulsar un crecimiento económico sostenible e inclusivo que vaya ligado al desarrollo social y favorezca la reducción de la pobreza y la desigualdad; fomentando el bienestar de la población, el trabajo decente, la igualdad de género y el respeto a los derechos humanos. Las empresas españolas, además, han de promover la innovación y la inversión en I+D+i, potenciar la lucha contra el cambio climático y la protección del medioambiente e impulsar la transparencia empresarial a escala local y global.

c) La función fundamental de los líderes empresariales que integran la sostenibilidad en la toma de decisiones y en las estrategias corporativas como palanca para potenciar la transformación del conjunto de la comunidad empresarial²⁰.

Los líderes empresariales de todo el mundo tienen la capacidad de impulsar el trabajo del conjunto de la comunidad empresarial hacia la contribución de la Agenda 2030 y acelerar las transformaciones que se requieren. Antonio Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas, afirmó en el Foro del Sector Privado de las Naciones Unidas en 2017, *“Si los ODS no se asumen plenamente por la comunidad empresarial, el impacto sobre las personas, la pobreza y el planeta será extremadamente pequeño. Sin su liderazgo, nuestro proyecto simplemente fracasará”²¹.*

Cualquier empresa, independientemente de su tamaño, sector o ámbito geográfico, puede tomar medidas para demostrar su liderazgo en ODS a través de estrategias

¹⁵ Naciones Unidas, 2017: <http://www.un.org/en/events/smallbusinessday/>

¹⁶ INE. España en cifras 2017. http://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2017/files/assets/common/downloads/publication.pdf

¹⁷ INE. Cifras pyme, datos mayo 2017. <http://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/EstadisticasPYME/Documents/Cifras-PYME-mayo-2017.pdf>

¹⁸ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

¹⁹ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

²⁰ WBCSD. Guía para CEOs sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Pág 13. http://deres.org.uy/wp-content/uploads/CEO_Guide_SDGs_ESP_digital.pdf

²¹ Naciones Unidas, 2017. <https://www.un.org/press/en/2017/sgsm18690.doc.htm>

comerciales, modelos y productos alineados con la Agenda 2030 y trasladando estas acciones a su cadena de valor con el fin de generar impacto a escala nacional e internacional. Cada vez más empresas asumen la posición de liderazgo que les corresponde en la nueva agenda, gracias al impulso que desde dentro de las mismas ejerce la alta dirección y los diferentes departamentos que apuestan por estrategias empresariales sobre la base de la sostenibilidad. Actualmente más de 9.500 compañías en todo el mundo se han unido a la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas²², iniciativa que posee el mandato de las Naciones Unidas para canalizar las contribuciones del sector empresarial a los ODS²³.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



La ONU afirma: "reconocemos el papel que desempeñan los diversos integrantes del sector privado, desde las microempresas y las cooperativas hasta las multinacionales (...) en la implementación de la nueva Agenda". Y a esto añade: "exhortamos a todas las empresas a que empleen su creatividad e innovación para resolver los problemas relacionados con el desarrollo sostenible". ¿Hay una correspondencia por parte de las empresas? ¿Sientes que es verdadero el llamamiento y la respuesta?

El modelo empresarial clásico no ve todavía la sostenibilidad como una oportunidad de negocio por lo que, en una parte importante de la comunidad empresarial, no se ha escuchado ese llamamiento. Los ODS pueden ser un marco muy válido pero la comunidad empresarial en su conjunto no escuchará la llamada de Naciones Unidas si no se lanza el mensaje adecuado y con la magnitud necesaria. Si esto no ocurre, los ODS no permearán y la comunidad empresarial no entenderá su responsabilidad.

En este sentido, la implicación de los CEOs es imprescindible, pero para que les llegue el mensaje y los ODS se introduzcan transversalmente en la estrategia empresarial, hay que crear antes el caldo de cultivo necesario. Es también una cuestión de tiempo. Los ODS invitan a un cambio de mentalidad y esto exige constancia y paciencia.

El sector privado, además, tiene que tener muy presente que los gobiernos cambian, pero el liderazgo empresarial es más estable, por lo que tiene que apropiarse de la Agenda 2030, hacerla suya para que el devenir político de los próximos años no afecte a su compromiso con ella reduciendo la potencialidad de su contribución a la misma.

²² United Nations Global Compact, 2018. <https://www.unglobalcompact.org/>

²³ Naciones Unidas. Resolución 70/224 del 23 de febrero de 2016 Asamblea General, 2016. <https://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/70/224>

Las empresas líderes desempeñan la labor fundamental de sensibilizar y difundir el mensaje de los ODS al conjunto de la comunidad empresarial y por lo tanto de agilizar las transformaciones que requieren los mercados y la sociedad. Esta corriente se está extendiendo rápidamente a nivel internacional y también nacional; un 75% de más de 1950 compañías encuestadas a nivel global, afirma que ya están llevando a cabo acciones de contribución a los ODS y un 69% de la alta dirección supervisa las estrategias y políticas de desarrollo sostenible de la empresa²⁴. En España, 26 de las 35 empresas del IBEX 35, es decir, el 74 %, ya incluye un compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible dentro de su memoria de sostenibilidad²⁵. Estos datos reflejan con optimismo cómo las empresas del IBEX 35 están asumiendo los retos que plantea la Agenda 2030; pero todavía queda camino por recorrer, especialmente a la hora de convertir estos compromisos en acciones medibles y concretas y de extender esta visión transformadora al resto del tejido empresarial español.

Lograr el liderazgo empresarial en ODS consiste, en última instancia, en alcanzar en una organización un sentido permanente de propósito en cada uno de los empleados como vía para enfocar la creatividad y la innovación del conjunto de la compañía hacia la contribución de los ODS. Las empresas líderes españolas se encuentran en una posición aventajada para inspirar la adopción generalizada de soluciones hacia la Agenda 2030 entre el resto de las empresas y actores del planeta.

*d) La necesidad de nuevas **soluciones innovadoras**, basadas en modelos de negocio sostenibles e inclusivos, en tecnologías y procesos de digitalización orientados al desarrollo, en la creación de empleo de calidad, en las inversiones sostenibles en mercados emergentes y en el desarrollo de productos y servicios innovadores y sostenibles²⁶, que además pueden suponer **importantes oportunidades** ligadas a los ODS²⁷*

Las transformaciones económicas, sociales y ambientales que se necesitan para alcanzar los ODS en 2030 requieren de soluciones innovadoras por parte de todos los actores del planeta y, particularmente, por parte de la comunidad empresarial. La Agenda 2030 tiene aún una vigencia de 13 años durante los cuales se producirán innovaciones en diferentes campos. Resulta fundamental orientar y adaptar estas innovaciones al logro de los ODS, además de investigar y desarrollar nuevas soluciones específicas a los retos globales y replicar y hacer escalar las medidas que tengan un impacto real a nivel nacional-internacional, local y global. Los ODS brindan una nueva forma de pensar y de hacer, no es posible resolver los problemas de hoy con la mentalidad de ayer.

La Agenda 2030 reconoce la actividad empresarial como gran motor de la innovación. El sector privado español posee una alta capacidad para innovar; integrando nuevos modelos de negocio basados en la economía circular, la digitalización o los negocios inclusivos, utilizando las nuevas tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial, el Big Data o Blockchain bajo criterios de

²⁴ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

²⁵ Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. ODS, año 2 análisis, tendencias y liderazgo empresarial en España. http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/09/web_GUIA-ODS2_2017-v6.pdf

²⁶ UNCTAD. New innovation approaches to support the implementation of the sustainable development goals, 2017. Pág 1. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2017d4_en.pdf

²⁷ Business Europe. A business agenda on sustainability. Position Paper, 2017. Pág. 1, puntos 1. 4 y 5. https://www.buinessurope.eu/sites/buseur/files/media/position_papers/social/2017-11-28_a_business_agenda_on_sustainability.pdf

sostenibilidad, promoviendo la inversión socialmente responsable, impulsando tecnologías sostenibles y bajas en carbono, desarrollando nuevos productos y servicios que den respuesta a los retos que plantean los ODS e invirtiendo en I+D+i.

El impulso de la innovación por parte del sector empresarial, además de contribuir al logro de los ODS, puede ser altamente rentable, ya que existen potenciales oportunidades de negocio ligadas a los ODS. El informe *Better Business, Better World*, elaborado por la Comisión de Comercio y Desarrollo Sostenible y presentado en el Foro Económico Mundial en 2017, afirma que alcanzar los ODS puede generar al menos 12 billones de dólares en oportunidades de negocio hasta 2030 y potencialmente el doble o el triple y crear 380 millones de empleos a través del desarrollo de 60 soluciones innovadoras ligadas a los ODS en cuatro sectores empresariales clave, que representan el 60% de la economía mundial²⁸. Más de la mitad de las oportunidades de negocio identificadas se encuentran en países en desarrollo. Todas las oportunidades identificadas requieren de un alto grado de innovación por parte del sector empresarial y materializarlas generaría una alta rentabilidad para las empresas y el mercado global, al mismo tiempo que ofrecerían soluciones a muchos de los retos que afronta la Agenda 2030.

*e) La necesidad de **promover alianzas** con el conjunto de la comunidad empresarial, las instituciones públicas, la sociedad civil y la comunidad científica y académica para contribuir al logro de los ODS²⁹ y de incrementar la **movilización de recursos financieros** públicos y privados hacia la financiación de la Agenda 2030³⁰.*

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son el resultado de un proceso de consultas a gran escala y sin precedentes, entre todos los actores del planeta. Solo a través del trabajo conjunto de todos los actores, los ODS se podrán alcanzar en 2030. La ambición y amplitud de los Objetivos hace que sean inalcanzables si no se forjan alianzas sólidas en las esferas pública, privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia de cada uno de los actores.

El sector privado, a través de sus conocimientos, capacidades, recursos y amplio alcance, es clave para buscar soluciones conjuntas a los desafíos locales y globales, así lo creen el 53% de los líderes de las Naciones Unidas, que consideran que las empresas serán el socio más importante de la organización internacional para cumplir los ODS³¹. Las alianzas lideradas por las empresas deben ser transformativas y orientadas a objetivos; es necesario pasar del enfoque tradicional basado en la donación, a enfoques estratégicos que aprovechen las sinergias de todas las partes y logren impactos reales a escala local y global.

La financiación de la Agenda 2030 es asimismo un elemento fundamental para alcanzar los ODS. Se estima que, para que la Agenda sea un éxito, se necesitarán entre 5 y 7 billones de dólares de inversión pública y privada anual a nivel mundial en sectores tan variados como la educación, la energía limpia, la agricultura y la salud³². El Producto Mundial Bruto se valora en más de 110 billones de dólares, por lo que existe potencial suficiente para redirigir los mercados de capital hacia el

²⁸ Business and Sustainable Development Commission. Better business, better world, 2017.

https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/g3/better-business-better-world.pdf

²⁹ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible", Pág. 11, punto 39. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

³⁰ Naciones Unidas. Resolución 69/313 de la Asamblea General "Agenda de Acción de Addis Abeba" Pág. 18, punto 48. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares69d313_es.pdf

³¹ Global Compact, Accenture. Transforming partnerships for the SDGs, 2018: https://www.accenture.com/t20180404T213323Z_w_w_us-acnmedia/PDF-74/Accenture-Transforming-Partnerships-for-the-SDGs-UNGC-Accenture-Strategy.pdf#zoom=50

³² UNDP. Impact investment to close the SDG funding gap, 2017. <http://www.undp.org/content/undp/en/home/blog/2017/7/13/What-kind-of-blender-do-we-need-to-finance-the-SDGs.html>

apoyo de la implementación de los ODS³³. Sin embargo, desde Naciones Unidas, alertan que existe una brecha de 2,5 billones de dólares anuales en la financiación de la Agenda 2030 en los países en desarrollo³⁴, por lo que no alcanzaremos los ODS a tiempo si no se movilizan más recursos, tanto públicos como privados.

Los medios de implementación de la Agenda 2030 se abordan principalmente en el ODS 17 y en la Agenda de Acción de Addis Abeba sobre financiación para el desarrollo³⁵. Estos medios recomiendan aumentar la movilización y el intercambio de conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros destinados a lograr los ODS, particularmente por parte de la comunidad empresarial. Es importante que las empresas, inversores e instituciones financieras alineen sus prácticas de inversión con los objetivos y las metas globales, priorizando los resultados económicos de igual forma que los sociales y ambientales, como medio para impulsar la movilización de recursos privados que ayuden a dar solución a los retos mundiales.

Las empresas españolas se comprometen a trabajar en la contribución de los ODS a nivel nacional e internacional:

- a. *Incorporando los ODS en la estrategia empresarial, fomentando modelos de negocio sostenibles e inclusivos que potencien las transformaciones que necesita el mercado, promuevan la competitividad y generen rentabilidad, observando siempre el cumplimiento de los marcos o normativas internacionales como los 10 Principios del Pacto Mundial, los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos o los convenios de la Organización Internacional del Trabajo³⁶.*

Las empresas han de comprender en qué consisten los ODS y familiarizarse con ellos. Es necesario un análisis en profundidad de los 17 Objetivos y de las 169 metas para entender el papel que el sector privado puede desempeñar en su logro. Cada empresa tendrá que estudiar cómo encajar los ODS en su estrategia empresarial y las oportunidades de negocio que ofrece el marco de Naciones Unidas, con el foco puesto en que puedan materializarse las contribuciones al desarrollo sostenible. Según una encuesta realizada a más de 1000 CEOs a nivel mundial, el 97% cree que la sostenibilidad es importante para el futuro éxito de su organización³⁷.

Es importante situar la sostenibilidad, y por lo tanto a los ODS, dentro de la visión, misión y valores generales de la empresa, alinear las políticas y estrategias económicas, sociales y ambientales con el marco de Naciones Unidas y mostrar públicamente el compromiso de la compañía hacia la Agenda 2030. Una estrategia empresarial alineada con los ODS busca impulsar una nueva forma de hacer negocios con el foco puesto en la sostenibilidad, sin dejar a un lado la rentabilidad.

³³ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

³⁴ UNDP. Impact investment to close the SDG funding gap, 2017. <http://www.undp.org/content/undp/en/home/blog/2017/7/13/What-kind-of-blender-do-we-need-to-finance-the-SDGs.html>

³⁵ Naciones Unidas. Agenda de Acción de Addis Abeba de la Tercera Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo (Agenda de Acción de Addis Abeba). http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares69d313_es.pdf

³⁶ Business Europe. A business agenda on sustainability, 2017. Pág. 8, punto 37.

https://www.busineurope.eu/sites/buseur/files/media/position_papers/social/2017-11-28_a_business_agenda_on_sustainability.pdf

³⁷ Global Compact, Accenture. The UN Global Compact Accenture Strategy CEO Study, 2018. <https://www.accenture.com/us-en/insight-un-global-compact-ceo-study>

Además, proporciona a las empresas un lenguaje común para colaborar con gobiernos, organizaciones de la sociedad civil y con otras compañías. Es necesario que las empresas estudien su contribución actual hacia los ODS y la viabilidad de implementar nuevos procesos, actividades, productos y servicios orientados a su contribución, que además puedan representar nuevas oportunidades de negocio.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



¿Cuál es el argumento empresarial más sólido para defender que el sector empresarial es un agente fundamental de desarrollo?

El PIB es sin duda el argumento fundamental para demostrar el papel de la empresa en la consecución de los ODS. El nivel y capacidad de impacto que tiene la empresa a todos los niveles, tanto con clientes, con proveedores y con empleados, convierte a la empresa en un agente fundamental. Las empresas generan valor económico, ambiental y social.

Internamente, el argumento clave es que la sostenibilidad es realmente una gestión avanzada de riesgos y si no se aplica esta visión, la empresa sufrirá una presión por parte de los inversores, del regulador y de los grupos de interés que hará peligrar el modelo de negocio. Si configuras tu negocio para hacer frente a esos riesgos, las oportunidades de negocio vendrán de forma casi automática.

Los argumentos son diferentes si hablas externamente, a si hablas internamente. No es lo mismo defender los ODS a un empleado, a un CEO o a un cliente. Los inversores están ganando cada vez más peso y no solo en grandes empresas. Hay que anticipar escenarios y adaptar el discurso a los grupos de interés.

¿Hasta qué punto la innovación en las empresas o que las empresas sean innovadoras es imprescindible para contribuir a la Agenda 2030?

La innovación, si está alineada con los grandes problemas sociales, será imprescindible para la consecución de la Agenda. Además, no debemos concebir solo la innovación tecnológica sino también en la gestión y procesos. La mayor innovación es cambiar la manera de hacer las cosas. Si la empresa busca adaptarse a las expectativas de la sociedad y del mercado, entonces tendrá que innovar y generar valor.

En el nivel más fundamental, una empresa sostenible es aquella que garantiza que sus actividades comerciales no tengan un impacto negativo en las personas, la sociedad, el medio ambiente y la economía, por ello es imprescindible que los ODS se implementen de manera transversal con otros marcos existentes, como los 10 Principios del Pacto Mundial³⁸ o los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos³⁹ y siempre teniendo en cuenta los convenios de la Organización Internacional del Trabajo⁴⁰. Estos marcos establecen los estándares mínimos de un comportamiento empresarial responsable para evitar impactos negativos en áreas como los derechos humanos, el medioambiente o la transparencia, complementando al marco de los ODS, más enfocado en potenciar las contribuciones positivas del sector empresarial. Integrando los ODS conjuntamente con estos marcos, se fomentará un sector empresarial dinámico y eficiente, que potencie sus impactos positivos sobre el planeta y la sociedad y reduzca los negativos.

b. *Alineando la actividad principal del negocio con los ODS relacionados, evaluando la realización de un diagnóstico de impactos en la cadena de valor y estableciendo focos prioritarios de actuación e indicadores para medir el progreso*⁴¹.

Los 17 ODS y las 169 metas no son igual de relevantes para todas las organizaciones. Es fundamental que las empresas identifiquen aquellos ODS que pueden alinear con su actividad principal de negocio, es decir, sobre los que la empresa puede contribuir a través de sus operaciones, productos y servicios elementales. En concreto, en España, el 57% del IBEX 35 ya ha alineado los ODS con su actividad principal de negocio⁴².

Además, es recomendable que las empresas realicen un diagnóstico de impactos sobre los ODS considerando todos los impactos positivos y negativos, actuales y potenciales, en la cadena de valor, para poder identificar así las principales áreas de contribución de la compañía. Estas áreas variarán sustancialmente según el sector de la empresa y los países y regiones de operación, así como aquellos en los que la compañía cuente con proveedores. Existen determinadas zonas del mundo donde los retos relacionados con los ODS son mayores, por lo que las empresas deben prestar especial atención a los retos específicos de cada zona de operación. Según el *SDG Index and Dashboard Report 2017*, que analiza la contribución de los ODS por país y compara los avances, España se encuentra en la posición 25 de 157 países, mientras que las últimas posiciones las ocupan países como la República Centroafricana, El Chad o la República Democrática del Congo⁴³. Es aconsejable que las empresas realicen de forma periódica este diagnóstico, particularmente cuando se realicen procesos de internacionalización, cambios o aperturas de nuevas sedes o cuando la actividad principal de negocio varíe sustancialmente.

Las compañías han de fijar medidas de acción en torno a las principales áreas de contribución. Estas medidas deben estar enfocadas en potenciar los impactos

³⁸ Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. 10 principios del Pacto Mundial, 2018: <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

³⁹ Naciones Unidas, Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, 2018. http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_SP.pdf

⁴⁰ Organización Internacional del Trabajo, 2018. <http://www.ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang-es/index.htm>

⁴¹ Business Europe. A business agenda on sustainability, 2017. Pág. 8, punto 40.

https://www.bussinesseurope.eu/sites/buseur/files/media/position_papers/social/2017-11-28_a_business_agenda_on_sustainability.pdf

⁴² Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. ODS, año 2 análisis, tendencias y liderazgo empresarial en España.

http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/09/web_GUIA-ODS2_2017-v6.pdf

⁴³ SDG Index and Dashboards 2017 Report. <http://www.sdgindex.org/>

positivos y en mitigar los negativos que afecten a los 17 ODS. También pueden estar enfocadas en desarrollar nuevas actividades, productos o servicios ligados a la Agenda 2030 que se hayan identificado como potenciales oportunidades de negocio para la empresa. En una encuesta realizada a más de 1.950 empresas a nivel global, el 75% de ellas indicaba haber realizado ya acciones sobre los ODS⁴⁴. Estas medidas deben ir acompañadas de indicadores específicos que permitan medir periódicamente los progresos de la compañía en su contribución a los ODS.

Naciones Unidas adoptó en la Asamblea General el 6 de julio de 2017, a través de la Resolución adoptada por la Asamblea General sobre el trabajo de la Comisión de Estadística relativa a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (A / RES / 71/313)⁴⁵, un sólido mecanismo de seguimiento y revisión para la implementación de la Agenda 2030 compuesto por 232 indicadores mundiales. Estos indicadores no están diseñados para medir las contribuciones del sector privado, pero pueden servir de pauta para el desarrollo de indicadores empresariales. Existen iniciativas y herramientas como el *SDG Compass*⁴⁶ o publicaciones como *Business Reporting on the SDGs: An Analysis of the Goals⁴⁷ and Targets* que facilitan a las empresas la tarea de rendición de cuentas en materia de información no financiera.

c. *Integrando una cultura empresarial ligada a los ODS en todas las actividades y operaciones de la empresa, considerando las agendas locales en los procesos de internacionalización, la gestión de la cadena de suministro y los proyectos de acción social y cooperación al desarrollo⁴⁸, orientando la financiación y la innovación a la consecución de los ODS y trasladando esta cultura a todos los grupos de interés⁴⁹.*

Los ODS están colocando a la sostenibilidad en el centro de la cultura corporativa de muchas organizaciones alrededor del mundo, a través de la alineación no solo de las estrategias de sostenibilidad con la Agenda 2030, sino del conjunto de las políticas de las compañías. La cultura empresarial ligada a los ODS se está extendiendo a nivel global; un 77% de las grandes empresas y un 58% de pymes de más de 1.950 encuestadas ya han elaborado o ajustado sus políticas para incorporar la visión de los ODS⁵⁰.

Es fundamental que el sector privado continúe dando pasos para extender esta cultura al conjunto de sus actividades y operaciones en toda la cadena de valor, incorporando una nueva mentalidad empresarial enfocada hacia una rentabilidad ligada al desarrollo. Para alcanzar un cambio organizacional significativo es necesario contar con el liderazgo activo de la alta dirección de las compañías, que deben encabezar el impulso de una cultura empresarial ligada a los ODS y trasladar esta cultura al conjunto de los empleados de la compañía y resto de grupos de interés, particularmente a clientes, inversores y proveedores, a través de acciones de comunicación, sensibilización, formación y capacitación.

⁴⁴ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

⁴⁵ Naciones Unidas. Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development, 2017. <https://undocs.org/A/RES/71/313>

⁴⁶ SDG Compass, Business Indicators, 2018: <https://sdgcompass.org/business-indicators/>

⁴⁷ Business Reporting on the SDGs: An Analysis of the Goals

https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/GRI_UNGC_SDG_Reporting_An_Analysis_of_Goals_and_Targets_2017.pdf

⁴⁸ ICEX. Estrategias para atender nuevos mercados a través de modelos de negocio inclusivos y sostenibles, 2017.

https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mde3/nzm1/-edisp/dax2017735778.pdf

⁴⁹ SDG Compass. The guide for business action on the SDGs, 2016. Pág. 21. https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104_SDG_Compass_Guide_2015_v29.pdf

⁵⁰ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

Además, es necesario que las empresas consideren el contexto de sus lugares de actuación. La Agenda 2030 es global y tiene diferentes implicaciones en cada una de las regiones del mundo. Esta cuestión es fundamental en relación con los procesos de expansión de las empresas españolas. Las filiales de empresas españolas en el exterior generaron una cifra de negocios de 185.027 millones de euros y ocuparon a 654.994 personas en 2015⁵¹. Las empresas españolas han de considerar las agendas locales en sus procesos de expansión, internacionalización y en relación con su cadena de suministro para potenciar impactos positivos acordes a los retos particulares que afrontan en sus diferentes ámbitos de actividad y operación. Otras actividades sobre las que se ha de aplicar el enfoque de ODS son los proyectos de filantropía y cooperación al desarrollo y las inversiones que realice la empresa, que deben considerar criterios ambientales, sociales y de buen gobierno como palanca para movilizar recursos privados hacia la financiación de la Agenda 2030. En este sentido, determinados enfoques innovadores, como la inversión socialmente responsable, brindan nuevas formas de alcanzar los ODS.

El impulso de la innovación puede también acelerar el logro de los ODS, a través de la implementación de nuevos modelos empresariales que permitan desarrollar soluciones que aborden los desafíos globales. El 87% de más de 1000 CEOs encuestados a nivel mundial cree que los ODS proporcionan una oportunidad para replantear la creación de valor⁵². Por ejemplo, la expansión de la economía circular permitiría ahorrar 600.000 euros a las empresas europeas, crearía 2 millones de puestos de trabajo y reduciría las emisiones de efecto invernadero entre un 2% y un 4%⁵³. A largo plazo, los ODS pueden formar parte de los objetivos financieros, estratégicos y operativos de las empresas, como medidas que refuercen el nuevo paradigma de desarrollo sostenible que propone la Agenda 2030.

- d. *Valorando el estableciendo de **compromisos públicos, cuantificables y con límites de tiempo** basados en metas realistas y ambiciosas, que refuercen el liderazgo empresarial e impulsen los ODS como factor de competitividad⁵⁴ e **informando con periodicidad y transparencia** sobre los avances en las contribuciones empresariales a los ODS a través de la presentación de informes⁵⁵.*

Las empresas líderes en sostenibilidad deben apostar por establecer compromisos públicos, cuantificables y con límites de tiempo en relación con los ODS, especialmente en el caso de aquellos objetivos que resulten prioritarios para la empresa, demostrando así un alto nivel de responsabilidad con la Agenda 2030. Actualmente hay más de 300 empresas a nivel mundial que ya han fijado compromisos públicos bajo criterios científicos en los que se comprometen a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Estos compromisos están alineados con el *Acuerdo de París* y por lo tanto también con el *Objetivo 13 de Lucha contra el cambio climático*⁵⁶

⁵¹ INE, 2015. http://www.ine.es/prensa/filext_2015.pdf

⁵² Global Compact, Accenture. Agenda 2030: a Window of Opportunity, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/UNGC-Accenture-CEO-study-2016-infographic.pdf

⁵³ Comisión Europea. Hacia una economía circular: un programa de cero residuos para Europa, 2014. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52014DC0398>

⁵⁴ Business Europe. A business agenda on sustainability, 2017. Pág. 2, punto 1. https://www.businesseurope.eu/sites/buseur/files/media/position_papers/social/2017-11-28_a_business_agenda_on_sustainability.pdf

⁵⁵ SDG Compass. The guide for business action on the SDGs, 2016. Pág. 16 y 25 https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104_SDG_Compass_Guide_2015_v29.pdf

⁵⁶ Science Based Targets, 2017. <http://sciencebasedtargets.org/2017/09/18/more-than-300-to-set-science-based-targets/>

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



¿La agenda es para grandes y para pequeñas empresas?

Los ODS pueden ser también un marco para la pequeña y pequeña empresa, pero se abordará a diferentes velocidades. Para conseguirlo, hay que hacer una labor de sensibilización y formación muy importante con campañas de comunicación específicas, pero no solo sobre los ODS, sino también a través de ideas concretas para contribuir a ellos.

Para potenciar el impacto de las pymes en la Agenda 2030, se puede aplicar una visión sectorial proponiendo herramientas específicas, trabajo conjunto sectorial y asegurarse de que tienen los mecanismos necesarios para trabajar en ello. La empresa grande es una palanca fundamental para comprometer a la pyme.

¿Qué principales medidas debe implementar una empresa para contribuir de forma eficaz a la consecución de la Agenda 2030?

Lo principal es focalizar el esfuerzo en aquellos ODS que afectan al negocio propiamente dicho. Posteriormente, es importante incluir los ODS en los objetivos estratégicos de la empresa y definir indicadores internos, los cuales no siempre están claros. El proceso es el mismo de siempre: identificar prioridades, fijar objetivos y hacer seguimiento, como dice básicamente el SDG Compass. Lo difícil no es eso, sino incluirlo en la estrategia de negocio y elevarlo al comité de dirección. Ese es el salto definitivo de calidad.

Otras medidas prácticas son introducir cláusulas contractuales con proveedores, formación interna a empleados y a filiales, alinear las políticas de la empresa con los ODS, reportar a inversores, crear espacios de diálogo con los grupos de interés y fomentar alianzas con otros actores clave.

Los ODS representan un consenso político sin precedentes y una oportunidad para que las empresas apliquen un enfoque compartido con el resto de los actores globales en una amplia gama de desafíos relacionados con el desarrollo sostenible. Establecer objetivos "de afuera hacia adentro" en ODS permite a las empresas gestionar riesgos, estar preparadas ante futuras políticas y legislaciones relacionadas con las áreas en las que la Agenda 2030 impacta, mejorar su reputación corporativa, generar credibilidad en los grupos de interés, fomentar la creatividad entre los empleados e impulsar la innovación en el conjunto de la compañía, como

vía para encontrar nuevas soluciones a los retos que plantean los ODS. La definición de compromisos públicos y medibles por parte de las empresas puede impulsar a los ODS como factor de competitividad empresarial y marcar la diferencia en la participación del sector privado en la contribución a los ODS, reforzando su papel de liderazgo frente a la Agenda 2030.

Los ODS proporcionan un lenguaje común entre todos los actores del planeta, lo que facilita la tarea de comunicación en las contribuciones del sector privado, pasando éstas a ser comprensibles por parte de gobiernos locales y nacionales y otras organizaciones de la sociedad civil o del ámbito académico. La *meta 12.6* de la Agenda 2030 pide a los gobiernos de todo el mundo "*Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes*". Cada vez se reconoce más el valor de la divulgación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas; la transparencia se está convirtiendo rápidamente en un nuevo paradigma para hacer negocios. De las 250 compañías más grandes del mundo, más del 90% de ellas informan sobre su desempeño en sostenibilidad⁵⁷ y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha pasado de 44 empresas adheridas en el año 2000, a más de 9.500 en 145 países⁵⁸. Esta iniciativa requiere que las empresas adheridas elaboren un informe de progreso o memoria de sostenibilidad anual en la que recojan sus avances en la implantación de los 10 Principios del Pacto Mundial y en las contribuciones hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La Red Española del Pacto Mundial cuenta actualmente con 2.378 entidades adheridas, primera red a nivel mundial en número de firmantes, por lo que las empresas españolas son líderes en el reporte en sostenibilidad. Comunicar el progreso empresarial a la contribución de los ODS es fundamental para que el conjunto de actores del planeta perciba a las empresas como agentes líderes en el impulso de la Agenda 2030.

e. Trazando alianzas con la administración pública, organizaciones de la sociedad civil, la comunidad científica y académica y otras empresas para desarrollar soluciones conjuntas a los ODS⁵⁹.

Alcanzar los ODS requiere de la alianza de todos los actores del planeta para su éxito, por ello, el *Objetivo 17 Alianzas para lograr los objetivos* es primordial para alcanzar la Agenda 2030. Las empresas han de apostar por empezar a trazar alianzas estratégicas con otros actores que impacten de forma real sobre los retos que plantean los ODS. Según el 85% de más de 1000 CEOs encuestados a nivel mundial, las alianzas multiactor son fundamentales para que las empresas puedan contribuir a los ODS⁶⁰.

Estas alianzas pueden trazarse con otras empresas y organizaciones, con la sociedad civil, con las instituciones públicas y/o con otros actores como la comunidad científica y académica. Además, han de diseñarse sobre estructuras de coordinación claras y objetivos compartidos, bajo un enfoque de orientación a resultados, aprovechando la experiencia de todos los participantes e incluyendo

⁵⁷ KPMG. Current of Changes, 2015. <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/12/KPMG-survey-of-CR-reporting-2015.pdf>

⁵⁸ United Nations Global Compact Progress Report, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf

⁵⁹ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Pág. 11, punto 39. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

⁶⁰ Global Compact. Accenture. Agenda 2030: a Window of Opportunity, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/UNGC-Accenture-CEO-study-2016-infographic.pdf

acciones a corto, medio y largo plazo. Un 54% de más de 1.950 empresas internacionales encuestadas ya han desarrollado proyectos en alianza con organizaciones públicas o privadas y en España el 34% del IBEX 35 ya trabaja el *Objetivo 17 Alianzas para lograr los objetivos*⁶¹.

Las alianzas por parte del sector privado pueden materializarse en diferentes fórmulas:

- Proyectos conjuntos con otras empresas u organizaciones que forman parte de la cadena de valor, para compartir habilidades, tecnología y recursos
- Iniciativas sectoriales para concentrar los esfuerzos en identificar los retos compartidos y desarrollar estándares y prácticas para afrontarlos
- Alianzas multiactor donde las instituciones públicas, el sector privado, las organizaciones de la sociedad civil y la comunidad científica y académica unen fuerzas para hacer frente a los retos globales

El conjunto de actores del planeta está avanzando en la constitución de alianzas eficaces con potencial transformador. Por ejemplo, la plataforma digital de Naciones Unidas *Partnerships for the SDGs* cuenta actualmente con más de 3800 alianzas y compromisos registrados⁶².

⁶¹ Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. ODS, año 2 análisis, tendencias y liderazgo empresarial en España. http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/09/web_GUIA-ODS2_2017-v6.pdf

⁶² Partnerships for the SDGs, 2018. <https://sustainabledevelopment.un.org/partnerships/>

4. CONSULTA: aproximación al estado de implantación de la Agenda 2030 en empresas españolas

Para contar con una aproximación al estado de implantación de la Agenda 2030 en empresas españolas, la Red Española del Pacto Mundial, de la mano del Focus Group, preparó una Consulta pública a empresas que difundió a través de una plataforma online desarrollada exprofeso⁶³ y que estuvo abierta 40 días, del 15 de marzo al 24 de abril de 2018. Para que la Consulta se difundiera entre el mayor número de empresas posible, se realizaron numerosas acciones de difusión⁶⁴ y se estima llegó a más de 420.000 empresas. Durante el periodo en el que estuvo abierta la Consulta, se recopilaron un total de 1.320 respuestas, lo que supone un ratio de respuesta aproximado del 0,32%. Una vez cribadas las respuestas no válidas (eliminando las respuestas de entidades no empresariales, empresas con CIFs inválidos y encuestas no contestadas de forma completa), se recopilan un total de 894 respuestas válidas, lo que representa la opinión de aproximadamente el 0,03% del tejido empresarial español⁶⁵.

Por un lado, el ratio de respuesta pone en evidencia la **necesidad apremiante de sensibilización** en materia de Agenda 2030 que existe entre la comunidad empresarial. Será imposible construir entre todos el mundo que queremos si no damos a conocer a gran escala los retos a los que se enfrenta nuestro país y el mundo en los próximos años y las oportunidades que la Agenda 2030 representa para las empresas españolas.

Por otro lado, el significativo peso de empresas vinculadas al Pacto Mundial de Naciones Unidas en el total de las respuestas registradas, pone en evidencia la **mayor sensibilidad que existe en materia de ODS** entre las entidades que ya están trabajando en un **enfoque empresarial basado en Principios**, como es el caso de las empresas que se han comprometido con los 10 Principios del Pacto Mundial. En concreto, del total de empresas que respondieron a la consulta, un 32,55% son entidades firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas y de ellas un 16,66% son entidades asociadas a la Red Española del Pacto Mundial. Este hecho, además, puede haber influido de manera significativa en los resultados agregados obtenidos, por lo que puede resultar difícil extrapolar las respuestas a la totalidad de la comunidad empresarial española. Aun así, se trata de la **mayor consulta que se ha realizado al sector privado español, por medio de una alianza**, con el objetivo de implementar y coordinar la Agenda 2030.

En los siguientes epígrafes se exponen los **resultados de la consulta**, que detallan el grado de conocimiento de la Agenda 2030 por parte de las empresas que han participado en la consulta o las expectativas que dichas empresas tienen con respecto a la Agenda 2030, así como algunas de las potenciales **conclusiones** que pueden deducirse de dichos resultados.

⁶³ Ver en *Anexo 1: Participación en la encuesta* más detalles sobre la encuesta

⁶⁴ Ver en *Anexo 1: Participación en la encuesta* el desglose de las acciones de difusión realizadas

⁶⁵ Para el cálculo del porcentaje se han teniendo en cuenta los datos del Directorio Central de Empresas del INE a 1 de enero de 2017.

4.1. Conocimiento de la Agenda 2030

Han pasado ya casi tres años desde la aprobación de la Agenda y, si bien son muchas las empresas españolas que ya conocen y trabajan en base a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, aún es enorme la **labor que hay que hacer de sensibilización y comunicación sobre el marco de la Agenda 2030** hacia el sector privado del país.



Según la encuesta, el **69% de las entidades** que han respondido la encuesta **conocen los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, un 37% de las empresas superficialmente y un 31% de forma profunda. Desde la aprobación de la Agenda 2030, numerosas organizaciones de la sociedad civil, entidades del ámbito de la sostenibilidad y la RSC, y administraciones públicas a nivel nacional, regional y local han realizado un **proceso de sensibilización y concienciación sobre los 17 ODS** y el papel fundamental de las empresas en su consecución. También las empresas han contribuido a esta difusión a través de sus grupos de interés, tanto directos, como clientes y cadena de suministros, como indirectos, medios de comunicación o sociedad en general. Pero a pesar de los esfuerzos, de las empresas que han respondido la consulta, sólo el 31% dice conocer los ODS en profundidad.

Este dato, unido al hecho de que sólo el 0,3% de las empresas que recibieron la encuesta contestaron a la misma, nos hace ser conscientes de la necesidad que existe de dar a conocer a la comunidad empresarial los retos vinculados a la Agenda 2030 a los que se enfrentan y de que es necesario recalcar que en una realidad empresarial interconectada como la actual, el éxito empresarial está condicionado más que nunca al desarrollo de sociedades prósperas y sostenibles.

Teniendo en cuenta el **tamaño de la empresa**, los resultados a esta misma pregunta son los siguientes:



Prácticamente la **totalidad de las grandes empresas se han mostrado conocedoras de los ODS**, en concreto, el 91% ha respondido la encuesta afirmando conocer estos Objetivos y un 68% declara conocerlos en profundidad. Este alto grado de conocimiento pone de relieve el trabajo que están haciendo este tipo de empresas en su apuesta por la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa. De hecho, considerando únicamente las empresas del IBEX35, según un estudio de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas⁶⁶, 26 de las 35 empresas del índice bursátil incluyen un compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible dentro de su memoria de sostenibilidad.

Cuando analizamos las respuestas dadas por **pymes y microempresas**, vemos que el porcentaje de empresas que dice conocer los ODS se reduce considerablemente. En concreto, el **63% de ellas afirma conocer los ODS, pero sólo el 22% dice conocerlos en profundidad**. Por tanto, son pocas las empresas de menos de 250 trabajadores que tienen un conocimiento exhaustivo de la Agenda 2030 y de los 17 ODS, lo que implica que tampoco han utilizado mecanismos ni han realizado acciones para su consecución, como se podrá comprobar en los siguientes apartados.

Estas divergencias en función del tamaño de la empresa pueden atribuirse a diferentes factores.

En líneas generales, la **internacionalización de las actividades y de la cadena de suministro** es más habitual entre las grandes empresas, lo que implica que este tipo de entidades tienden a adaptarse de forma más directa a diferentes normativas, principios y marcos a nivel internacional. Además, con frecuencia, los países en los que estas empresas y sus cadenas de valor operan son países con riesgos vinculados a aspectos relativos a sostenibilidad (riesgos en derechos humanos, normas laborales, medioambiente, etc.), por lo que la incorporación en su estrategia de negocio del marco de la Agenda 2030 resulta de especial importancia para **gestionar y mitigar estos riesgos e identificar oportunidades** relativas a estos ámbitos.

También conviene tener en cuenta que las grandes empresas suelen buscar una **posición de liderazgo** dentro del mercado que se traduce en la búsqueda de **innovación constante**, no sólo referente a su actividad principal, sino también en otros aspectos como la sostenibilidad y la RSE. En este sentido, las empresas de mayor tamaño han sido pioneras en incluir los Objetivos de Desarrollo Sostenible dentro de su estrategia empresarial interna.

Por último, las pymes suelen encontrar más **dificultades para asignar recursos a temas** relacionados con la Responsabilidad Social y la sostenibilidad⁶⁷, por lo que no es extraño que sean éstas, además, las que proporcionalmente han contestado en menor grado a la consulta.

Teniendo en cuenta únicamente los sectores con un número significativo de respuestas, las **empresas que han indicado conocer los ODS en profundidad** pertenecen mayoritariamente a los sectores "**energético**" y "**utilidades (agua, gas y electricidad)**" y aquellos del ámbito de la sostenibilidad, "**servicios profesionales (consultoría RSC)**" y "**medioambiente**". En todos estos sectores, más del 50% de las empresas afirma conocer los ODS en profundidad. Igualmente, en sectores en los

⁶⁶ Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Reporting 2017: Comunicando el progreso. <http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/02/Reporting-2017-v5.pdf>

⁶⁷ Pacto Mundial. El valor de compartir principios. 2014. <http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2015/03/Estudio-REPM-El-valor-de-compartir-Principios.pdf>

que hay un mayor número de grandes empresas, como "servicios financieros de banca y seguros" y "telecomunicaciones tecnologías de la información", el conocimiento en profundidad de la Agenda 2030 es amplio.

Las empresas que menos declaran conocer los ODS se enmarcan en los sectores primario y secundario, como sería el caso de "agricultura, plantaciones" e "industria, conglomerados y otros"; y sectores que, por su naturaleza, disponen de un mayor número de microempresas y pymes, como son el de "transportes y almacenamiento" y "comercio y distribución". En todos estos sectores, más del 40% de las respuestas han sido negativas en cuanto al conocimiento del marco de la Agenda 2030.

Conviene detenerse en el sector "hostelería, restauración, turismo y deporte" por ser un sector estratégico en nuestro país, pues no en vano la aportación del sector turístico al PIB español fue del 11,2% según el último dato oficial de 2016⁶⁸. Se trata de un sector bastante heterogéneo, con una proporción alta de pequeñas empresas (sobre todo en el ámbito de la restauración) pero también muchas grandes empresas (cadenas hoteleras, grandes agencias de viajes, franquicias de restaurantes, etc.). En concreto, el **33% de las empresas del sector que han contestado la consulta dice conocer los ODS en profundidad**, un porcentaje **ligeramente superior a la media global**. Este hecho puede ser consecuencia de diversas acciones que se están realizando para promover el turismo sostenible a nivel nacional e internacional (Naciones Unidas declaró 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo), así como por la mayor concienciación que estas empresas tienen de las consecuencias negativas que los impactos medioambientales pueden tener de forma directa sobre su sector.

4.2. Implantación de los ODS

4.2.1. ODS más trabajados

El conocimiento del marco de la Agenda 2030 por parte del sector privado es un paso importante para poder trabajar en su consecución, como también lo es la **implantación dentro del núcleo de negocio** de los factores vinculados a la Agenda 2030 y el **establecimiento de acciones** que permitan contribuir a los ODS. Es decir, es fundamental que las empresas sean capaces de identificar en qué aspectos están impactando para realizar acciones con respecto a estos.

Según los resultados de la encuesta, un **82% de las empresas afirma estar trabajando en los ámbitos de los ODS**, por ejemplo, adoptando medidas encaminadas a la lucha contra el cambio climático o contribuyendo a la mejora de la salud y el bienestar de las personas. Este dato es prácticamente el mismo independientemente del tamaño de la empresa de que se trate (gran empresa, Pyme o microempresa), lo que nos permite comprender que realizar acciones relacionadas con alguno de los 17 ODS no implica conocer la Agenda 2030 (dado que un 31% de empresas declara no conocerlos). Va a resultar necesario, por tanto, explicar qué se entiende por la "indivisibilidad" de los Objetivos de la Agenda 2030, característica que explica cómo

⁶⁸ Cuenta Satélite de Turismo (CSTE). Aportación del turismo a la economía española, 2016.

la lucha contra el cambio climático no será posible si no se actúa también sobre el resto de los 17 ODS.

Este hecho se ve de forma clara si nos fijamos en concreto en las empresas de menos de 250 empleados. Mientras que el **82% de las pymes y microempresas afirma realizar acciones** en los ámbitos de los ODS, sólo el **63% conoce el marco de la Agenda 2030**. Es decir, hay un porcentaje amplio de empresas de menos de 250 trabajadores que está contribuyendo a los ODS sin conocer realmente los Objetivos. Aunque la falta de conocimiento de los ODS no implica que las empresas no estén trabajando en su consecución, ser consciente del carácter integrado e indivisible de la Agenda 2030 permite comprender realmente las implicaciones del desarrollo sostenible. Se concluye, por tanto, que una de las áreas de mejora que arrojan estos datos es la **necesidad de un mayor esfuerzo en la labor de sensibilización a pymes y microempresas** sobre las implicaciones del marco de la Agenda 2030 y de los ODS, incluso a aquellas que ya están trabajando en los ámbitos vinculados a estos Objetivos.

En el siguiente gráfico se presentan los **resultados obtenidos** por las empresas encuestadas al ser preguntadas sobre los ámbitos de los ODS en los que están trabajando:

| | Acciones |
|--------|----------|
| ODS 5 | 551 |
| ODS 3 | 510 |
| ODS 8 | 475 |
| ODS 13 | 454 |
| ODS 12 | 451 |
| ODS 4 | 411 |
| ODS 9 | 408 |
| ODS 7 | 394 |
| ODS 10 | 366 |
| ODS 6 | 293 |
| ODS 1 | 272 |
| ODS 15 | 270 |
| ODS 17 | 232 |
| ODS 16 | 230 |
| ODS 11 | 189 |
| ODS 2 | 152 |
| ODS 14 | 109 |

Tal y como se observa en el gráfico, la **igualdad de género** es el aspecto en el que más están trabajando las empresas que han respondido la encuesta, dado que **más del 60% de las entidades** dice haber realizado acciones vinculadas a este Objetivo. En este sentido, es cierto que las empresas pueden jugar un papel fundamental en todos los aspectos relacionados con la igualdad de género, por ejemplo, garantizando que todas las políticas de la empresa incluyan la dimensión de género o estableciendo políticas salariales que aseguren una igual retribución por igual trabajo. Uno de los factores que impactó en los aspectos relativos a la igualdad efectiva de hombres y mujeres dentro del tejido empresarial español fue la puesta en marcha de la **Ley Orgánica 3/2007**. Esta ley obliga a las empresas a desarrollar

medidas dirigidas a **evitar cualquier tipo de discriminación laboral** entre mujeres y hombres, así como a elaborar y poner en práctica un **plan de igualdad** en el caso de empresas con más de 250 trabajadores.

El segundo Objetivo más trabajado por las empresas encuestadas es el **ODS 3** referente a **salud y bienestar**. Este ámbito repercute de forma directa en el tejido empresarial español y, al igual que ocurría con igualdad de género, se trata de un aspecto muy regulado en España a través de leyes como la **Ley de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL)** y otras normativas a nivel sectorial. Si bien las acciones más evidentes relativas al ODS 3 son las relacionadas con estos aspectos (accidentes laborales, medidas de seguridad, prevención de riesgos, etc.), también aquí se incluyen las acciones encaminadas a la **promoción de un estilo de vida saludable** entre los empleados, como la impartición de formaciones sobre salud y nutrición, o la implantación de programas de ejercicio físico, así como la concepción de nuevos modelos de negocio que impacten directamente en la salud y bienestar de la sociedad.

El **ODS 8** correspondiente a **trabajo decente y crecimiento económico** es otro de los ODS en los que más están trabajando las empresas que han contestado la encuesta. No en vano, el sector privado es el principal generador de puestos de trabajo. Con respecto a este Objetivo, sin embargo, es importante que las empresas sean conscientes de la necesidad de crear puestos de trabajo en **condiciones laborales dignas**, la importancia de **fomentar el empleo joven** o la potencialidad que reside en la promoción de **medidas de diversidad** en la empresa.

Otros de los Objetivos que han sido destacados por las empresas encuestadas son el ODS 13, relacionado con la acción por el clima, o el ODS 12, sobre producción y consumo responsable.

Los **ámbitos menos trabajados** por las empresas encuestadas son los relativos a la **vida submarina** (ODS 14) y el **hambre cero** (ODS 2). En cuanto al primer objetivo, su escaso peso en la encuesta puede deberse a que se considera un ODS de fuerte carácter sectorial, que afectaría al sector primario y algunos sectores con alto impacto ambiental, como son el energético y el de utilidades. De nuevo, se pone de manifiesto la necesidad de sensibilizar a las empresas del impacto que nuestros mares y océanos tienen sobre la actividad empresarial, especialmente en un país rodeado por agua como es España cuyo producto interior bruto está fuertemente influenciado por el sector del turismo. Sobre el Objetivo de hambre cero, que figura como otro de los menos trabajados por las empresas, sería importante dar a conocer, entre otras cosas, el fuerte impacto que el desperdicio alimentario tiene en nuestro país.

En líneas generales, los resultados de la encuesta coinciden con otros **estudios realizados por Pacto Mundial a nivel nacional e internacional con relación al marco de la Agenda 2030**. La Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas publicó en septiembre de 2017 el estudio **ODS, año 2: análisis, tendencias y liderazgo empresarial en España**⁶⁹, en el que se establecían estos mismos Objetivos como los más trabajados a nivel nacional por las empresas adheridas a la iniciativa, con la excepción del ODS 4, educación de calidad, que, si bien en esta encuesta ocupa el

⁶⁹ Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. ODS, año 2 análisis, tendencias y liderazgo empresarial en España. http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/09/web_GUIA-ODS2_2017-v6.pdf

puesto sexto en cuanto a los más trabajados, en el estudio se situaba en el cuarto lugar.

A nivel internacional, el Pacto Mundial analiza cuáles son los **ODS más abordados en los Informes de Progreso** por parte de las entidades adheridas a la iniciativa en todo el mundo⁷⁰. Nuevamente, los cinco primeros Objetivos que más trabajan las empresas españolas que han contestado la encuesta, coinciden con los resultados a nivel internacional. Únicamente se aprecia un mayor peso del ODS 8 en el análisis internacional, que ocupa la primera posición.

Una vez analizados los ODS más trabajados, conviene desagregar esta información entre **grandes empresas y pymes y microempresas**.

| | Microempresa y pyme | Gran empresa |
|--------|---------------------|--------------|
| ODS 5 | 420 | 122 |
| ODS 3 | 376 | 126 |
| ODS 8 | 346 | 119 |
| ODS 13 | 330 | 118 |
| ODS 12 | 325 | 124 |
| ODS 4 | 290 | 108 |
| ODS 9 | 287 | 113 |
| ODS 7 | 281 | 107 |
| ODS 10 | 252 | 103 |
| ODS 6 | 210 | 80 |
| ODS 1 | 200 | 66 |
| ODS 15 | 168 | 93 |
| ODS 17 | 144 | 82 |
| ODS 16 | 141 | 81 |
| ODS 11 | 118 | 66 |
| ODS 2 | 102 | 48 |
| ODS 14 | 79 | 29 |

Si bien los datos son similares, existen ligeras diferencias en función del **tamaño de la empresa** que merece la pena destacar.

Según la encuesta, los ámbitos en los que más trabajan las **grandes empresas** son los de **salud y bienestar** (ODS 3) y la **acción por el clima** (ODS 13). En concreto, 3 de cada 4 grandes empresas que han respondido la encuesta han identificado estos ODS como importantes en su actividad. Uno de los hitos que puede haber generado esta mayor concienciación en materia de cambio climático por parte de las grandes empresas es el **Acuerdo de París**, adoptado en 2015 en el seno de la XXI Conferencia sobre Cambio Climático (COP 21), donde se reconocen los esfuerzos realizados por el sector privado para "*hacer frente al cambio climático y adoptar medidas de respuesta*"⁷¹.

En el caso de las **pymes y microempresas**, el **ODS 5** (igualdad de Género) y **3** (salud y bienestar) son los que más se están trabajando, habiendo sido señalados en la encuesta por el 59% y el 53% de las empresas respectivamente. Conviene destacar que estos Objetivos son dos de los **aspectos más regulados** en España; como se comentó anteriormente, el ámbito de la igualdad de género, a través de la Ley

⁷⁰ <https://www.unglobalcompact.org/interactive/sdgs/global> Datos obtenidos a 2 de mayo de 2018.

⁷¹ Naciones Unidas. Convención Marco sobre el Cambio Climático. 12 de diciembre de 2015. <https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/spa/109s.pdf>

Orgánica 3/2007, y el de la salud y bienestar, mediante la Ley de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL) y otras normativas sectoriales.

A nivel sectorial, los resultados son prácticamente idénticos, siendo la **igualdad de género** (ODS 5), la **salud y el bienestar** (ODS 3), la **acción por el clima** (ODS 13) y el **trabajo decente** (ODS 8) los Objetivos más trabajados. Algunas de las diferencias destacadas entre sectores son las siguientes:

Para los sectores "**medios de comunicación, cultura y gráficos**", "**telecomunicaciones tecnologías de la información**", uno de los ámbitos más trabajados es el relativo a la **educación de calidad** (ODS 4). Aunque todas las empresas pueden contribuir a este Objetivo, por ejemplo, mediante programas de formación periódica a empleados, son estos sectores, debido a la naturaleza de su negocio, en los que más se trabaja el ODS4. No cabe duda que, los medios de comunicación, tienen un papel fundamental en el ámbito de la educación y en la sensibilización en materia de desarrollo sostenible. Lo mismo ocurre con las empresas de tecnologías de la información, un sector también muy relacionado con este Objetivo.

Las empresas del sector "**alimentación y bebidas**" y "**agricultura plantaciones**" trabajan de forma significativa en **producción y consumo responsables** (ODS 12). También en estos sectores el número de empresas que realiza acciones con respecto a **hambre cero** (ODS 2) es significativamente mayor. Este dato corrobora las conclusiones de la *Guía sectorial en ODS: sector alimentario*⁷² publicada por la Red Española del Pacto Mundial, donde los ODS 2 y 12 figuran como los más relevantes para las empresas del sector agroalimentario. En concreto, el Objetivo 2 es el más trabajado por pymes y microempresas que están en contacto directo con las prácticas agrícolas y el Objetivo 12 es el más trabajado por grandes empresas que están liderando el impulso de prácticas de producción sostenible y la integración de criterios de economía circular.

Para los sectores relacionados con la industria y la construcción: "**construcción e ingeniería**", "**industria, conglomerados y otros**", "**automoción y material de automóviles**", "**metales y minería**", los ODS 9 y 12 son los más trabajados. En cuanto al Objetivo 12, relacionado con la **producción y el consumo responsable**, las estrategias de economía circular figuran como uno de los elementos clave a integrar en las actividades de negocio de todos estos sectores.

Para el sector de "**hostelería, restauración, turismo y deporte**", uno de los ámbitos más importantes a trabajar es el ODS 7 de **energía asequible y no contaminante**, al igual que para sectores que trabajan de forma directa este ámbito, como son el sector "**energético**" y el de "**utilidades (gas, agua y electricidad)**". Mientras que para el sector energético y de utilidades es lógico que el ODS 7 sea uno de los más trabajados, para el sector de la "hostelería, restauración, turismo y deporte" este hecho podría ser consecuencia de una mayor preocupación por el establecimiento de medidas de ahorro y eficiencia energética.

Por último, las **fundaciones de empresa** trabajan sobre todo los ODS 10 y 4. Uno de los objetivos de este tipo de entidades es lograr impactos positivos en las comunidades en las que están presentes, por lo que no es de extrañar que estos

⁷² Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Guía sectorial en ODS: sector alimentario. <http://www.pactomundial.org/GuiaODSagroalimentacion/#/1/>

Objetivos relacionados con la **reducción de desigualdades** y la **educación de calidad**, sean más trabajados.

Se demuestra, por tanto, que muchas empresas ya están orientando sus esfuerzos a contribuir a los **ODS relacionados con sus actividades principales de negocio**. Efectivamente, aunque haya Objetivos transversales a todos los sectores, como los relacionados con la igualdad de género o la salud y el bienestar, hay numerosos **Objetivos que son trabajados de forma específica por aquellos sectores que están directamente relacionados**. Este aspecto es clave para la consecución de la Agenda 2030, ya que las empresas deben trabajar en aquellos ámbitos en los que más está impactando su actividad principal.

4.2.2 Impactos en ODS

Según la metodología **SDG Compass**⁷³, que tiene como objetivo guiar al sector privado en la contribución al marco de la Agenda 2030, una de las cosas que se recomienda hacer a las empresas es una **evaluación de impacto que mapee toda la cadena de valor de la empresa**, para identificar aquellas áreas con mayor probabilidad de impactar positiva o negativamente en los ODS.

El siguiente gráfico muestra las respuestas relativas a la **capacidad de impacto** que las empresas consideran tener sobre **cada uno de los 17 ODS** y las áreas en las que están desarrollando acciones.

| | Porcentajes acciones | Porcentaje impactos |
|--------|----------------------|---------------------|
| ODS 5 | 62 % | 90 % |
| ODS 3 | 57 % | 86 % |
| ODS 8 | 51 % | 84 % |
| ODS 13 | 53 % | 83 % |
| ODS 12 | 44 % | 81 % |
| ODS 4 | 46 % | 79 % |
| ODS 9 | 50 % | 78 % |
| ODS 7 | 41 % | 77 % |
| ODS 10 | 46 % | 76 % |
| ODS 6 | 30 % | 69 % |
| ODS 1 | 30 % | 68 % |
| ODS 15 | 33 % | 65 % |
| ODS 17 | 26 % | 63 % |
| ODS 16 | 26 % | 63 % |
| ODS 11 | 21 % | 63 % |
| ODS 2 | 17 % | 54 % |
| ODS 14 | 12 % | 52 % |

Como se puede observar, 9 de cada 10 empresas han afirmado tener capacidad de impacto en materia de **igualdad de género** y un 61% dice realizar alguna acción en este ámbito. Dado que la **brecha salarial** en España es del **35,7%**⁷⁴, es evidente que existe aún un amplio margen de mejora para las empresas en este ámbito. De igual

⁷³ SDG Compass. The guide for business action on the SDGs, 2016. https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104_SDG_Compas_Guide_2015_v29.pdf

⁷⁴ La brecha salarial total entre géneros es la diferencia entre los ingresos anuales medios de las mujeres y de los hombres. Tiene en cuenta tres tipos de desventajas a las que se enfrentan las mujeres: un menor salario por hora, menos horas de trabajo remunerado y unas tasas de empleo inferiores. Eurostat 2014. https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf

forma, el acceso a los altos cargos sigue siendo desigual para hombres y mujeres, lo que se refleja en el peso de la mujer en los **Consejos de Administración de las empresas del IBEX35**, que se sitúa en el 23,66%⁷⁵, lejos del objetivo del 30% que establece la CNMV en el Código de Buen Gobierno para el año 2020.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



Los ámbitos de la Agenda 2030 en los que las empresas identifican más impactos son los relativos al ODS 5 Igualdad de Género (89% de las empresas encuestadas indican que impactan en este ámbito) y el ODS 3 Salud y bienestar (86% de las empresas encuestadas) ¿Cómo pueden las empresas contribuir a la consecución de estos Objetivos?

Según las entidades participantes del workshop, pese a que el Objetivo más trabajado por las empresas que contestaron la encuesta fue el relativo a igualdad de género, habitualmente en este ámbito no se tienen en cuenta aspectos fundamentales como la promoción del talento femenino o el establecimiento de políticas concretas de conciliación laboral. En las mesas de debate se reflexionó sobre la necesidad de implantar este Objetivo en la cultura empresarial, debiendo ser transversal a toda la cadena de valor y a todos los departamentos de la empresa.

En cuanto al ODS 3 relativo a salud y bienestar, se concluyó que es necesario crear procesos y espacios de diálogo para mejorar el bienestar de los empleados, analizando aspectos como las cargas de trabajo, los horarios y el estrés dentro de las oficinas.

El ODS 14 relativo a Vida submarina es el Objetivo en el que menos están trabajando las empresas (12% de las empresas encuestadas). Tratándose España de un país rodeado por costa y con ingresos en la pesca, ¿lo consideras una contradicción, un riesgo, crees que se debería incidir más en este ámbito? ¿Cómo?

En el workshop se reflexionó sobre el hecho de que el Objetivo menos trabajado entre las empresas que realizaron la encuesta es el relativo a vida submarina (ODS 14). Según los participantes, este ámbito es sumamente importante ya que en muchos casos la degradación ambiental que se está dando en los océanos y mares es más acelerada a la de los bosques. Además, las políticas de mitigación de cambio climático se centran fundamentalmente en los bosques, casi sin tener en cuenta los océanos y mares.

⁷⁵ Atrévía, IESE. Informe Mujeres en los Consejos de las empresas cotizadas, 2018. <https://www.iese.edu/research/pdfs/ST-0466.pdf>

Por otra parte, un 86% de las empresas afirma tener impacto en el **ODS 3**, mientras que el 57% realiza acciones en este ámbito. Nuevamente, este Objetivo es uno de los principales para las empresas ya que está relacionado con áreas clave del sector privado como son la **prevención laboral y el bienestar del empleado**. Según datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 484 trabajadores fallecieron en accidente laboral durante su jornada de trabajo en 2017, un 1,5% más que el año anterior⁷⁶; en cuanto al bienestar en el trabajo, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el **59% de los trabajadores** en España dice sufrir algún tipo de **estrés en el trabajo**.

Los **ODS en los que las empresas consideran tener menor impacto** vuelven a ser los **Objetivos 14 y 2**.

En líneas generales, estos datos indican que aún son aún **muchas las empresas que consideran tener un impacto directo** en algún área vinculada a los ODS pero que aún **no están llevando a cabo acciones** al respecto. Es necesario, por tanto, impulsar el trabajo de las empresas para **materializar las potenciales contribuciones empresariales** a nivel local y global.

Por último, conviene detenerse en el **Objetivo 17** relativo a **Alianzas**, fundamental para la consecución de los ODS. Pese a que el 63% de las empresas afirma tener impactos en cuanto a este ámbito, sólo 1 de cada 4 afirma haber realizado acciones encaminadas a fomentar las alianzas. Se trata de un **aspecto clave de mejora especialmente en el caso de las pymes y microempresas**, que son las que proporcionalmente tienen menos acciones en este ámbito. En el epígrafe relativo a **Alianzas** se realiza un análisis pormenorizado de este tipo de acciones.

4.2.3 Medidas realizadas

De forma complementaria a las acciones que las empresas ya están llevando a cabo en materia de sostenibilidad, la metodología del SDG Compass propone a las empresas una serie de medidas con el objeto de facilitar y potenciar su contribución a la consecución de los ODS en el marco de la Agenda 2030.

Para medir el grado de implantación de los ODS en España, en la encuesta se preguntaba a las empresas sobre las acciones que han llevado a cabo en este sentido. Las preguntas, basadas en la citada metodología del SDG Compass, giraban en torno a las siguientes cuestiones:

- Existe un compromiso general y se ha alineado la estrategia empresarial con los ODS
- Se han formado a empleados o proveedores en ODS
- Se han llevado a cabo proyectos de acción social y/o cooperación alineados con los ODS
- Se han fijado compromisos públicos, específicos y medibles en alguno de los ODS e indicadores para medir el progreso

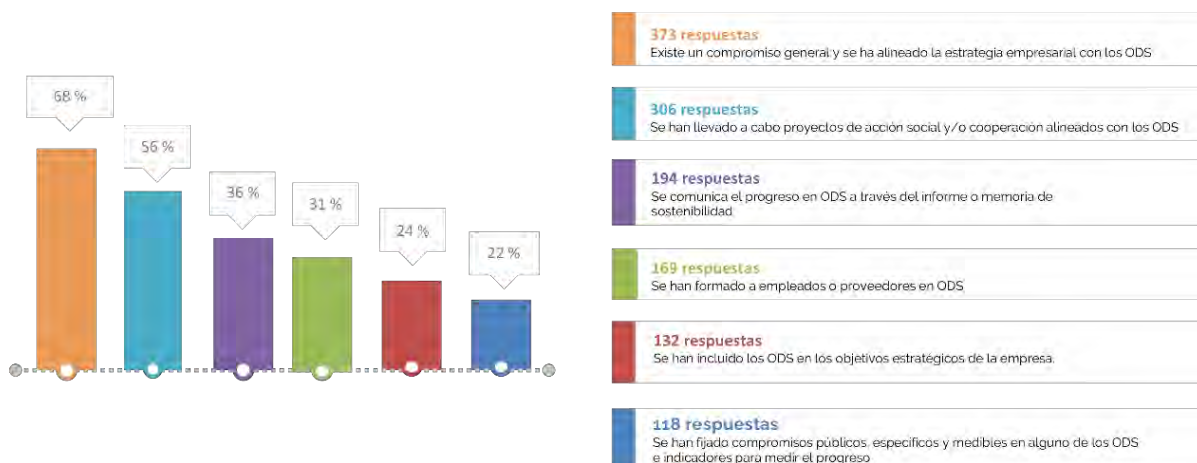
⁷⁶ Ministerio de empleo y seguridad social. Estadística de accidentes laborales. <http://www.empleo.gob.es/estadisticas/eat>

- Se comunica el progreso en ODS a través del informe o memoria de sostenibilidad
- Se han incluido los ODS en los objetivos estratégicos de la empresa. (compensación variable de empleados, accionistas, etc.)

En cuanto al establecimiento de medidas para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, un total de **546 empresas** (el 61% de las entidades que han contestado la encuesta) **han afirmado realizar una o varias de las medidas** antes indicadas. El resto, 348 entidades, aún no han realizado ninguna medida. Teniendo en cuenta que casi un tercio de las empresas que han respondido la encuesta no conocían los ODS antes de cumplimentarla, el porcentaje de empresas que afirma haber realizado acciones para contribuir a los ODS es significativo.

Si tenemos en cuenta el tamaño de las empresas, son las **grandes empresas** las que más medidas están realizando para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En concreto, un **87% de las grandes empresas** habría incorporado ya alguna medida para contribuir a los ODS mientras que el porcentaje de **pymes y microempresas** que afirma haber realizado alguna acción es del **54%**.

También al igual que ocurría con el conocimiento de los ODS, se comprueba que los **sectores que más medidas** habrían desarrollado para contribuir a los ODS serían los **sectores de "energía y utilidades"** (agua, gas y electricidad) y el sector **"energético"**; y **sectores del ámbito de la sostenibilidad** como "servicios profesionales: consultora RSC". Los sectores que habrían desarrollado un menor número de acciones serían aquellos en los que existe una mayor presencia de pymes y microempresas, esto es "transportes y almacenamiento" y "comercio y distribución".



Teniendo en cuenta las empresas que han implementado medidas para contribuir a los ODS, un **68% ha establecido un compromiso general** y ha alineado su estrategia empresarial con los ODS. Establecer un compromiso público sobre la contribución de la entidad al marco de la Agenda 2030 y realizar una medición de impacto analizando la cadena de valor de la empresa para identificar los Objetivos prioritarios de la entidad, es un aspecto básico para comenzar a trabajar en los ODS, por lo que no es extraño que sea la principal medida reportada.

Si bien las empresas deben realizar sus acciones teniendo en cuenta la identificación de sus Objetivos prioritarios, es muy probable que también estén contribuyendo a

otros Objetivos no relacionados con su actividad a través de, por ejemplo, **acciones y proyectos sociales**. Un **56%** de las empresas afirma haber llevado a cabo este tipo de proyectos alineados con los ODS. Se trata de un porcentaje bastante alto, pero si hacemos una **diferenciación por tamaño de empresa**, el porcentaje es bastante inferior entre las pymes y microempresas (45%), frente a las grandes empresas (83%). Este hecho pone de relieve que mientras que en las empresas de menor tamaño es menos habitual que se desarrollen proyectos de acción social, ya sea por una cuestión de recursos o porque no identifiquen dichas acciones como "acción social", en las grandes empresas es más común que se desarrollen este tipo de programas y se tengan claramente identificados.

Otro de los puntos en los que más diferencias se encuentran entre las grandes empresas y las entidades de menor tamaño es en la **publicación de un informe o memoria de sostenibilidad** que comunique la contribución de la empresa a los ODS. En concreto, el **65% de las grandes empresas** ha afirmado realizar esta medida, frente al **24% de las pymes y microempresas**. Cada vez es más habitual que las empresas de mayor tamaño informen de forma periódica a sus grupos de interés sobre sus avances en Responsabilidad Social y sostenibilidad, pero este ejercicio de transparencia se da menos entre las empresas de menor tamaño. La publicación de informes de progreso en materia de sostenibilidad es uno de los principales compromisos de las entidades adheridas a la iniciativa de Pacto Mundial y supone un requerimiento obligatorio para las empresas europeas de más de 500 empleados, tal y como establece la *Directiva Europea sobre Información no Financiera*⁷⁷. Esta directiva obliga a las grandes empresas a incluir en su informe de gestión información relativa al impacto de su actividad sobre aspectos como el medioambiente, los derechos humanos o la lucha contra la corrupción.

Sobre la **formación a empleados o a proveedores** en ODS, el **31%** de las empresas que han respondido la encuesta reportan haber realizado esta medida. Es conveniente tener en cuenta que, según el estudio desarrollado por el Pacto Mundial, ninguna empresa del IBEX35 había reportado en sus memorias de sostenibilidad de 2017 haber realizado acciones de formación específica en ODS a sus empleados⁷⁸, por lo que se puede deducir que las acciones de formación desarrolladas por las entidades que han contestado la encuesta serían en todo caso **acciones de sensibilización** generales sobre el marco de la Agenda 2030, o **formaciones en alguna temática específica** del ámbito de los ODS.

Por otra parte, un **24%** de las empresas afirma que ha incluido los ODS en los **objetivos estratégicos de la empresa**, lo que podría considerarse como una de las medidas más avanzadas de contribución a los ODS por parte del sector privado. Estas empresas deberían, por tanto, haber desarrollado una **estrategia interna de implementación** de la Agenda 2030, alineando los ODS con los objetivos estratégicos empresariales. Para poder verificar la efectividad de dichas acciones, sería importante establecer a medio y largo plazo indicadores de medición de resultados e integrar la contribución a la Agenda 2030 en las evaluaciones de desempeño y en los sistemas de remuneración de las empresas.

⁷⁷ Directiva 2014/95/UE del parlamento europeo y del consejo. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=ES>

⁷⁸ Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Reporting 2017: Comunicando el progreso. <http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/02/Reporting-2017-v5.pdf>

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



Según la encuesta, la principal medida que podría ayudar a la empresa para contribuir a los ODS, seleccionada por el 66% de las empresas, es "Acceder a recursos y herramientas que faciliten trabajar los ODS" ¿Qué herramientas o recursos son los más interesantes?

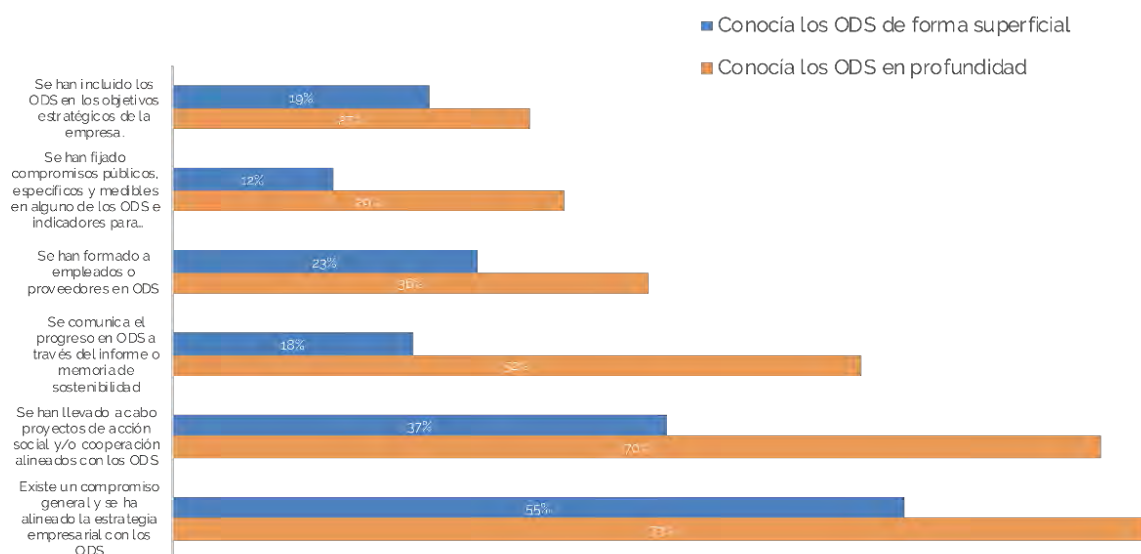
Al ser preguntadas las entidades participantes del workshop sobre el acceso a herramientas para trabajar los ODS por parte del tejido empresarial, se consideró que son sobre todo las empresas de menor tamaño las que precisan este tipo de herramientas ya que disponen de menos recursos humanos y financieros para llevar a cabo esta labor. En este sentido, las entidades participantes consideraron clave el papel del gobierno y de las administraciones locales para facilitar este tipo de herramientas.

Uno de los beneficios más destacados por las empresas encuestadas es que el marco de la Agenda 2030 permite mejorar la gestión interna de la sostenibilidad / Responsabilidad Social Corporativa, el 66% de las empresas han reportado este beneficio ¿Os han ayudado los ODS a mejorar vuestra gestión interna en el ámbito de la sostenibilidad? ¿En qué sentido?

Con respecto a los beneficios que puede obtener la empresa al contribuir a los ODS, en las mesas de debate del workshop se argumentó que los ODS permiten dibujar un conjunto de acciones comunes a todos los departamentos de las empresas y no sólo en el área de Responsabilidad Social, permitiendo llevar la sostenibilidad de algo más periférico a un aspecto central en la organización. Además, según los participantes, el marco de la Agenda 2030 también permite definir indicadores para poder medir el impacto en sostenibilidad, un aspecto clave para crear un lenguaje común dentro de la empresa.

En este sentido, es fundamental el **establecimiento de compromisos públicos, específicos y medibles**, de manera que se pueda comprobar en qué medida la entidad está contribuyendo a los ODS. El hecho de establecer compromisos específicos y de comunicarlos implica, en líneas generales, una apuesta clara por parte de la alta dirección con la Agenda 2030. Según los resultados de la encuesta, sólo el **22%** de las empresas estaría reportando actualmente su contribución a la Agenda 2030.

Para comprobar en qué medida afecta el **grado de conocimiento de los ODS al establecimiento de medidas** concretas para contribuir a los mismos, se ha realizado un cruce de datos teniendo en cuenta ambas variables:



Considerando el grado de conocimiento de los ODS y el establecimiento de medidas para su consecución, se comprueba que **las entidades que conocen de forma profunda los ODS** son las que porcentualmente **realizan más medidas** para contribuir a los mismos. Las principales diferencias se dan en medidas como la realización de proyectos sociales alineados con los ODS, o la publicación de una memoria incluyendo los avances en estos Objetivos.

De esta forma, el **trabajo de sensibilización** a las empresas en cuanto al marco de la Agenda 2030 **resulta fundamental** para que estas comiencen a trabajar en su consecución. Esta labor no sólo se debe basar en dar a conocer los 17 Objetivos ya que, como se analizó anteriormente, la mayoría de las empresas que han respondido la encuesta ya los conocen, sino que debe ir más allá, ofreciendo capacitación para saber en qué medida las empresas pueden contribuir a los ODS, buenas prácticas o herramientas de medición, entre otras cosas.

4.3. Expectativas sobre los ODS

4.3.1. Posibles actuaciones para impulsar los ODS

Con relación a la pregunta sobre posibles actuaciones que podrían ayudar a las empresas a contribuir en mayor grado a los ODS, los resultados son los siguientes:



La principal actuación seleccionada por las empresas es el **acceso a recursos y herramientas que faciliten trabajar los ODS**, en concreto el **66%** de las empresas afirma que esta acción podría ayudar a su organización a contribuir a los ODS. Las empresas demandan recursos y herramientas que les faciliten la gestión interna orientada a la contribución a Agenda 2030. Según la metodología del SDG Compass, las compañías han de **incorporar los ODS en su estrategia empresarial** alineando su núcleo de negocio con los objetivos, estableciendo focos prioritarios de actuación e indicadores para medir el progreso y, en última instancia, extendiendo una cultura empresarial ligada a los ODS a toda la organización y comunicando a los grupos de interés el trabajo realizado. Pero para poder hacerlo, las empresas reclaman ayuda en el proceso de implementación de los ODS.

Por último, el **45%** de las empresas destacan la necesidad de **acceder a programas de sensibilización o formación para empleados**. Según la metodología del SDG Compass⁷⁹, para que las empresas desarrollen una cultura empresarial ligada a los ODS, es necesario llevar a cabo acciones de comunicación, sensibilización, formación y capacitación a los empleados y resto de grupos de interés de la compañía, lo que permitiría impulsar un cambio permanente de mentalidad en la organización y alinear el propósito compartido de los empleados con el logro de los ODS.

El **61%** de las empresas considera que **contar con políticas y marcos legales estables** que contemplen los ODS es fundamental para potenciar la contribución empresarial a la Agenda 2030. Las empresas encuestadas demandan políticas y un mayor desarrollo normativo orientado a los ODS. La eventual estrategia de desarrollo sostenible ha de contemplar al sector privado a través de medidas específicas que incentiven a las empresas a trabajar el marco de Naciones Unidas. Esta estrategia ha de complementarse con normativas que regulen objetivos y metas particulares de la Agenda 2030 y que cuenten con acciones dirigidas al sector privado.

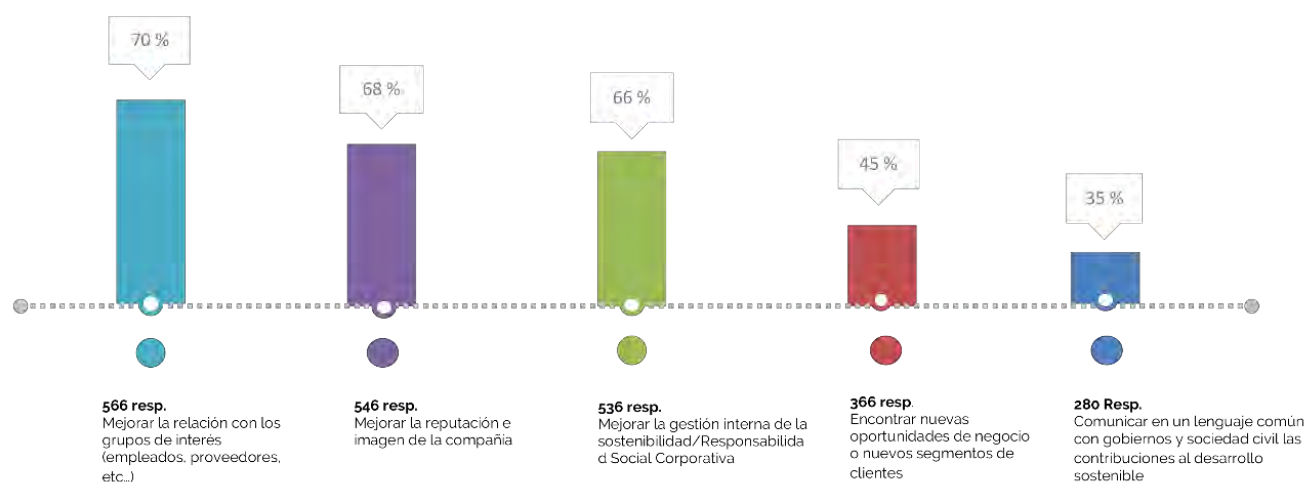
⁷⁹ SDG Compass, The guide for business action on the SDGs, 2016. https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104_SDG_Compass_Guide_2015_v29.pdf

En este mismo sentido, el **59%** de las empresas considera necesaria la **incorporación en los procesos de contratación pública de criterios de sostenibilidad** y la concesión de incentivos a las empresas que demuestren su contribución a los ODS. El conjunto de instituciones públicas son las encargadas de poner en marcha estas medidas desde una perspectiva no únicamente estatal, sino también tomando en consideración las instituciones autonómicas y locales.

El **53%** de las empresas afirma que para impulsar el apoyo empresarial a los ODS es clave la **creación de espacios de diálogo y colaboración** entre el sector privado y la administración pública, la sociedad civil y la comunidad científica y académica. Estos espacios de colaboración han de servir para compartir conocimientos y desarrollar estrategias para hacer frente a los retos nacionales y globales.

4.3.2. Beneficios identificados

Al analizar los potenciales **beneficios** que la contribución a los ODS puede tener sobre las empresas, los resultados son los siguientes:



El principal **beneficio potencial** que las empresas identifican de contribuir a los ODS es el de **mejorar la relación con los grupos de interés**. No cabe duda de que la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés es uno de los aspectos básicos de la Responsabilidad Social y que la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible puede suponer un fortalecimiento del compromiso de la empresa con empleados, proveedores, clientes y otros grupos de interés. En concreto, un **70%** de las empresas que han respondido la consulta señala este beneficio como uno de los tres más importantes.

La **mejora de la reputación** de la entidad es **otro de los beneficios** que el 68% de las empresas identifica de contribuir a los ODS. Esto significa que las empresas que han respondido a la encuesta consideran en su mayoría que gestionar los aspectos sociales, medioambientales y éticos vinculados a los ODS y comunicar los logros obtenidos, refuerza la imagen de la empresa, lo que se traduce en una mejora de la reputación.

El tercer **beneficio** que las empresas han identificado de su contribución a los ODS es la mejora de la gestión interna de los aspectos vinculados a la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa. El marco de la Agenda 2030 establece un lenguaje común que ayuda a las empresas a trabajar, gestionar y comunicar de

forma más eficiente sus impactos y su desempeño en materia de sostenibilidad. Se trata de un beneficio que ha destacado el **66%** de las empresas que han respondido la encuesta.

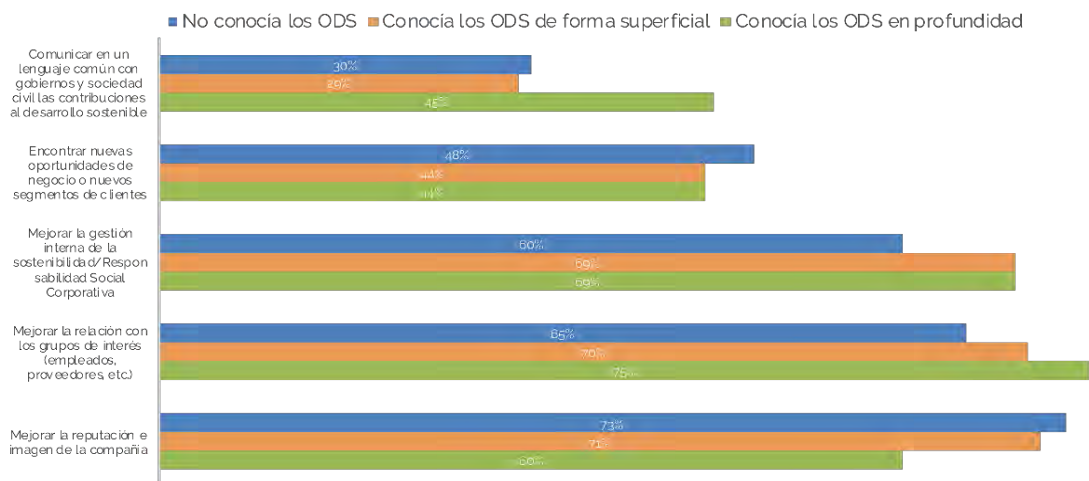
Cabe destacar que los **tres beneficios** destacados suponen diferentes aproximaciones a la actividad empresarial desde **perspectivas complementarias**. Por un lado, la perspectiva de la gestión de grupos de interés de mercado o internos (relación con empleados, proveedores, clientes), por otro lado, la perspectiva de la gestión de grupos de interés externos (los consumidores y su reputación) y en tercer lugar la perspectiva de la gestión empresarial (gestión interna de los aspectos vinculados a la sostenibilidad).

Por último, los beneficios potenciales de **encontrar nuevas oportunidades de negocio** y de **comunicarse en un lenguaje común** con gobiernos y sociedad civil, han sido seleccionados por un **45%** y un **35%** de las empresas respectivamente. Este hecho nos permite concluir que es necesario dar a conocer la potencialidad de encontrar nuevos segmentos de mercado que se esconden tras el marco de la Agenda 2030. Tal y como se recoge en el estudio *Better business, better world*⁸⁰, el desarrollo de nuevos modelos de negocio más sostenibles, de planes sectoriales e intersectoriales, o el lanzamiento de productos y servicios que contribuyan a los ODS pueden generar oportunidades de negocio anuales valoradas en 12 billones de dólares.

La **colaboración con otros actores**, como las administraciones públicas o la sociedad civil, con el objeto de contribuir al marco de la Agenda 2030, figura como el beneficio menos mencionado por las empresas que han respondido la encuesta. Este beneficio, sin embargo, es uno de los más relevantes y destacados en la declaración de la Agenda 2030, lo que nos lleva a deducir que las empresas aún no son plenamente conscientes de la potencialidad que existe en el establecimiento de alianzas. El papel del sector privado es clave para la consecución de la Agenda 2030 y el establecimiento de un **lenguaje común para trabajar de la mano de otros actores** resultará crítico para poder alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2030.

Si cruzamos el dato relativo al **conocimiento del marco de la Agenda 2030** con las respuestas dadas con relación al beneficio **que ven las empresas** en la contribución a los ODS, obtenemos los siguientes resultados:

⁸⁰ Business and Sustainable Development Commission. Better business, better world, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.3/better-business-better-world.pdf

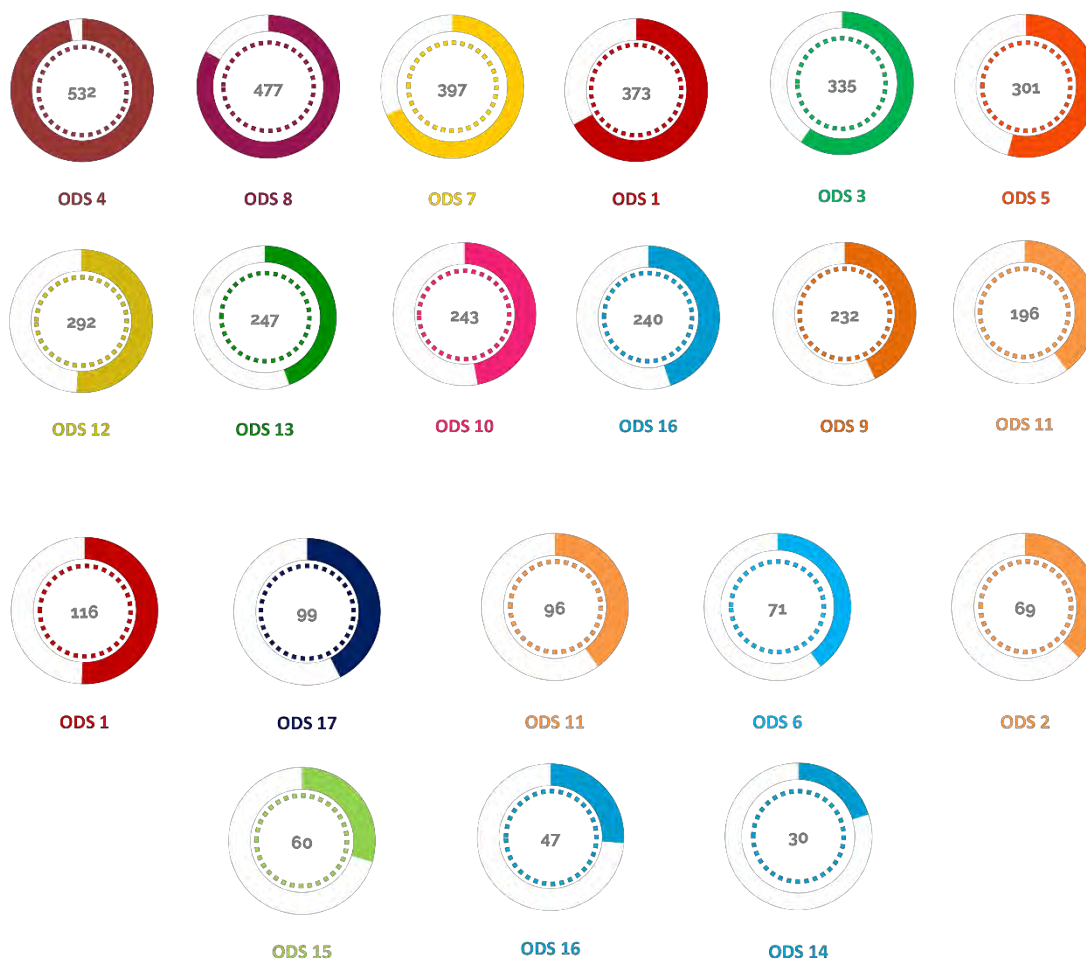


Mientras que las **empresas que no conocían los ODS** antes de la encuesta o aquellas que los **conocían de forma superficial**, resaltan como beneficio principal la **mejora de reputación e imagen de la compañía**, las empresas que **conocían los ODS en profundidad** destacan los beneficios de **mejorar la relación con los grupos de interés** y **mejorar la gestión interna de la sostenibilidad** como los más significativos. Este cruce de datos nos permite ver cómo el conocimiento de la Agenda 2030 convierte los ODS y la sostenibilidad en factores empresariales estratégicos. Las empresas con un alto grado de conocimiento de la Agenda 2030 priman aspectos que ofrecen valor añadido en cuestión de gestión interna o satisfacción de grupos de interés, mientras que las empresas que conocen poco estos Objetivos o las que no los conocen, consideran principalmente el marco de la Agenda 2030 como una oportunidad para mejorar su imagen y reputación.

El beneficio de **comunicar en un lenguaje común con gobiernos y sociedad civil, las contribuciones al desarrollo sostenible**, también es un beneficio destacado principalmente por las **empresas que conocen de forma profunda los ODS**, las cuales comprenden la importancia de trabajar junto a otros actores en la consecución de la Agenda 2030.

4.3.3. Objetivos más importantes a alcanzar en España

A través de la encuesta se ha pretendido conocer cuáles son los **Objetivos más importantes a alcanzar en España** a nivel general. Para ello, se ha pedido a las entidades encuestadas que eligieran los cinco Objetivos que consideraban más importantes para el país. Los resultados son los siguientes:



El Objetivo más importante a alcanzar en España según las empresas encuestadas sería el **ODS 4** relativo a **educación de calidad**. En concreto, un **63%** de las entidades habría marcado este Objetivo como prioritario. La educación es sin duda un ámbito estratégico para los países, pues permite impulsar la innovación, garantizar un crecimiento económico sostenible y, en definitiva, mejorar la vida de las personas. Si bien en España el acceso a la educación está garantizado y aspectos como la tasa de escolaridad presentan datos muy altos, aún existen áreas de mejora, como la tasa de abandono tras la educación obligatoria que en 2016 fue de un 19%⁸¹, uno de los más altos de la Unión Europea. Alcanzar las metas del ODS 4 educación de calidad reportará resultados positivos en el sector privado español; una población más

⁸¹ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Curso escolar 2017/2018. <https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/educacion/indicadores-publicaciones-sintesis/datos-cifras/DatosyCifras1718Esp.pdf>

educada repercutirá en una **mayor productividad por parte de los trabajadores**, un mejor conocimiento de procesos y mecanismos relacionados con la actividad empresarial y una **mayor motivación de los empleados**.

El **ODS 8** es el segundo Objetivo más importante para las empresas encuestadas, habiendo sido seleccionado en un **56%** de los casos. Se trata de un ámbito relacionado de forma directa con el sector privado y que afecta de manera transversal a todos los sectores empresariales. La consecución de este Objetivo conlleva conseguir un **crecimiento económico sostenible** e inclusivo que beneficie a todas las personas por igual, o **erradicar prácticas de trabajo forzoso e infantil**. El sector privado es uno de los actores más importantes para el crecimiento económico y para la creación de puestos de trabajo, por lo que parece evidente que las empresas hayan seleccionado este objetivo. Cabe mencionar que, según el informe *SDG Index and Dashboards Report 2017* que mide la contribución de cada país a la consecución de los ODS, este Objetivo es uno de los que más áreas de mejora presenta en España, sobre todo teniendo en cuenta que el índice de jóvenes que no trabajan, no estudian y no reciben formación alcanzó el 22'8% en 2016⁸².

Energía asequible y no contaminante es el tercer ODS más relevante para España según las empresas encuestadas (ODS 7), habiendo sido seleccionado en un **47%** de los casos. A través de este Objetivo se persigue garantizar el acceso universal a servicios de energía asequibles, confiables y modernos, aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable y mejorar la tasa de eficiencia energética, entre otros. Aunque se trate de un Objetivo relacionado con algunos sectores específicos, como los relativos a energía o utilidades o al sector energético, todas las empresas, independientemente de su sector, pueden contribuir a este Objetivo utilizando **fuentes de energía limpia** o invirtiendo en tecnologías que mejoren la **eficiencia energética** y **reduzcan la huella de carbono** de la empresa.

Los otros dos Objetivos que han sido destacados en mayor medida han sido el relacionado con el **fin de la pobreza** (ODS 1) y el de **salud y bienestar** (ODS3). En cuanto al primero, si bien es un aspecto que afecta más a países en desarrollo, es un problema que también afecta a nuestro país, donde en 2017 se calculaba que el 22% de la población vivía por debajo del umbral de la pobreza⁸³.

Los dos **ODS menos importantes para España**, según las empresas que han respondido la encuesta, serían el de **vida submarina** (ODS 14) y el de **vida de ecosistemas terrestres** (ODS 15). Cabe señalar que tanto estos Objetivos como el ODS 13, referente a acción por el clima, son los que se consideran menos relevantes para España según las empresas encuestadas. Sin embargo, según las empresas, el ODS 13 es de los Objetivos en los que las empresas encuestadas consideran tener mayor impacto potencial. Por tanto, aunque **a nivel interno las empresas dan más importancia a aspectos medioambientales** y a su impacto en este ámbito, preguntados por los Objetivos a alcanzar **a nivel general en el país**, estas mismas empresas **priman la consecución de aspectos sociales**.

⁸² Sustainable Development Solutions Network. *SDG Index and Dashboards Report 2017*. <http://www.sdgindex.org/assets/files/2017/2017-SDG-Index-and-Dashboards-Report--regions.pdf>

⁸³ INE. Porcentaje de personas con ingresos bajos en relación al conjunto de la población. "España en Cifras 2017": http://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2017/index.html#24/z

5. El papel de las Alianzas en la consecución de los ODS

El *Objetivo 17 Alianzas para lograr los objetivos*, llama a una alianza mundial entre todos los actores del planeta para desarrollar soluciones conjuntas a los ODS. El éxito de la Agenda 2030, dada su magnitud, dependerá por tanto de la capacidad de forjar alianzas sólidas en la esfera pública, privada y de la sociedad civil y de aprovechar las competencias y experiencias de todos los agentes. En este contexto, el sector empresarial está llamado a impulsar alianzas multiactor para desarrollar y compartir potenciales medidas de contribución a los ODS.

Las empresas participantes en la consulta han ratificado la necesidad de impulsar alianzas multiactor, **reconociendo** en el posicionamiento de partida *la necesidad de promover alianzas con el conjunto de la comunidad empresarial, las instituciones públicas, la sociedad civil y la comunidad científica y académica para contribuir al logro de los ODS*; y, por tanto, su **compromiso** a impulsar dicha promoción *trazando alianzas con la administración pública, organizaciones de la sociedad civil, la comunidad científica y académica y otras empresas para desarrollar soluciones conjuntas a los ODS*.

Para comprobar en qué grado el tejido empresarial español está contribuyendo a crear esta Alianza Mundial, se preguntó a las entidades **si han llevado a cabo alianzas** con otros actores para realizar proyectos de contribución a los ODS. Los resultados fueron los siguientes:



Según la encuesta, el **40%** de las empresas encuestadas de momento **no va a llevar a cabo alianzas** para contribuir al marco de la Agenda 2030 y un **26%** pretende **realizar estas colaboraciones en el corto plazo** (en un periodo entre 1 y 2 años), mientras que el **35% ya las está realizando**. La construcción de alianzas eficaces de desarrollo sostenible requiere de un alto grado de compromiso por parte de las empresas que deben establecer objetivos compartidos, aprovechar sus respectivas competencias básicas, desarrollar estructuras de gobernanza claras, crear un marco de seguimiento, pronosticar necesidades de recursos futuros, etc. Considerando este

factor, no es de extrañar que únicamente un reducido número de empresas estén dando este paso.

Otro de los factores que puede explicar el bajo porcentaje de empresas que realizan alianzas para contribuir a los ODS es el **grado de conocimiento de estos Objetivos**. En efecto, son aún pocas las empresas que conocen el marco de la Agenda 2030 de forma profunda. Si comparamos el grado de conocimiento de los ODS con la creación de alianzas, se comprueba que mientras que el 66% de las empresas que conocen de forma profunda los ODS están realizando alianzas para contribuir a estos Objetivos, el porcentaje se reduce al 24% si tenemos en cuenta las empresas que conocen el marco de la Agenda 2030 superficialmente. La **labor de sensibilización resulta, por tanto, clave** para contribuir al marco de la Agenda 2030 y **para que las empresas comiencen a llevar a cabo proyectos en alianzas** con otros actores.

Desglosando los datos **por tamaño de empresa**, vuelven a reportarse grandes **diferencias entre las grandes empresas y las pymes y microempresas**. El 67% de empresas de más de 250 trabajadores están ya realizando alianzas para contribuir a los ODS, mientras que en el caso de las pyme y microempresas el porcentaje se reduce al 25%. Como factores que puedan explicar estos datos figuran:

- Las grandes empresas suelen tener mayor experiencia a la hora de **colaborar conjuntamente con otros actores**, poniendo en común conocimientos, ideas y proyectos. Este tipo de colaboraciones son especialmente relevantes en los ámbitos relacionados con el desarrollo sostenible, dado que otorgan a las empresas una posición de liderazgo en aspectos medioambientales y sociales, ambos muy valorados por los diferentes grupos de interés.
- Además, las grandes empresas cuentan con más recursos para llevar a cabo **alianzas a gran escala y a nivel multiactor**, siendo capaces de construir alianzas complejas con entidades del tercer sector, organizaciones del ámbito académico o administraciones públicas.
- Por último, como ya se comprobó, el **grado de conocimiento de la Agenda 2030** es un factor determinante en la creación de alianzas, por lo que el escaso número de pymes y microempresas que conocen de forma profunda los ODS puede también explicar esta diferencia.

Al ser preguntadas las empresas sobre los **Objetivos en los que han centrado sus alianzas**, los resultados han sido los siguientes:

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



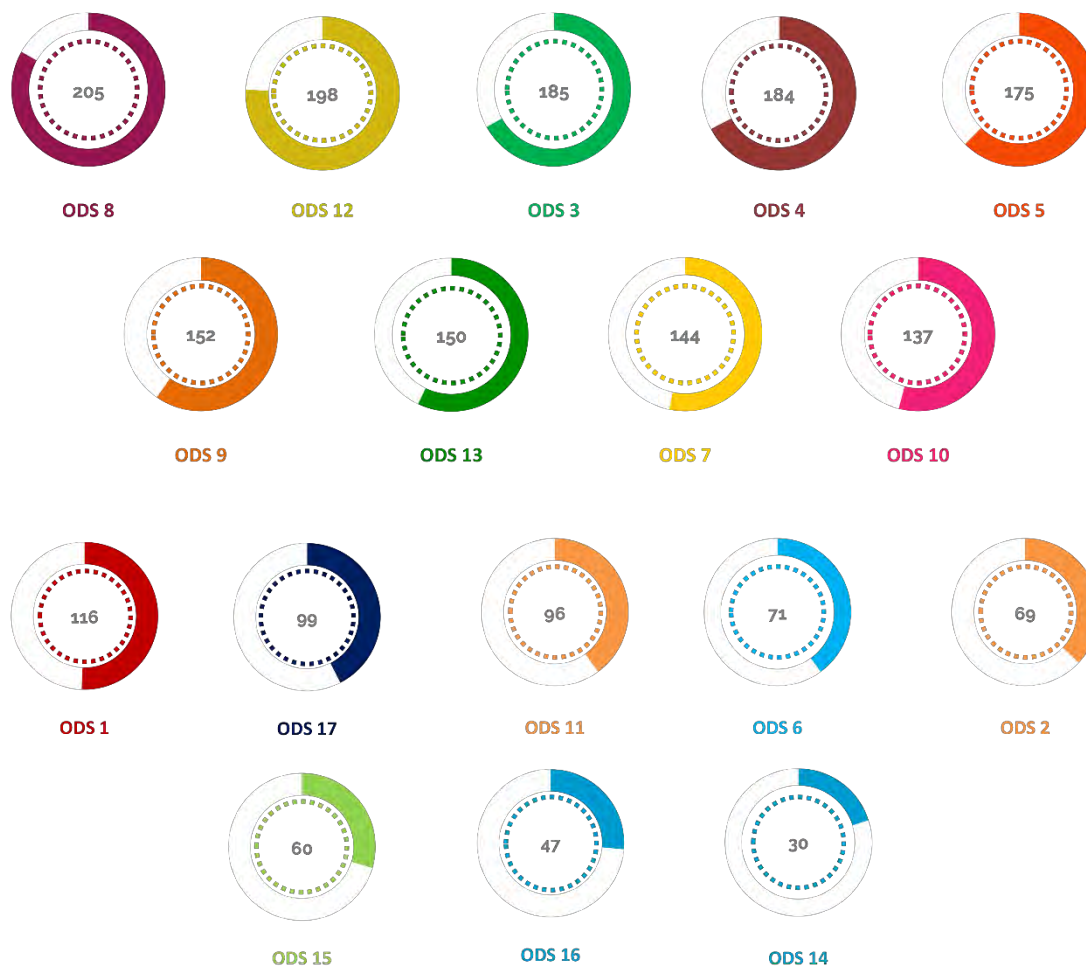
¿Consideras el desarrollo de alianzas algo prioritario para trabajar determinados ODS y no otros?

Uno de los asuntos que se analizaron en el workshop es la amplia brecha existente entre el mundo académico y las necesidades que tienen las empresas. Se debatió la necesidad de apostar por alianzas entre el tejido empresarial y el sector universitario a través de iniciativas como el fomento del empleo joven o la capacitación de personas procedentes de entornos desfavorecidos.

Un 65% de las empresas encuestadas aún no están llevando a cabo alianzas para contribuir a los ODS ¿Cómo se podrían incentivar este tipo de alianzas?

En las mesas de debate se reflexionó sobre la necesidad de potenciar alianzas en materia de innovación (ODS 9), fundamentalmente con start-ups. Según los asistentes, existe una gran desconexión entre el mundo del microemprendimiento y las empresas de mayor tamaño, por lo que es necesario crear espacios que permitan fortalecer este vínculo.

Según los asistentes al workshop, la pequeña y mediana empresa tiene menos oportunidades de crear alianzas ya que no tienen la experiencia ni los medios para llevarlas a cabo. Para mejorar en este aspecto, se consideró fundamental el papel de la administración pública, fomentando la inclusión de los ODS y del marco de la Agenda 2030 entre este tipo de empresas.



Las empresas encuestadas afirman centrar sus alianzas en el ODS 8 relativo a **trabajo decente**, el ODS 12 sobre **consumo y producción responsable** y el ODS 3 de **salud y bienestar**, con un peso del **37%**, **35%** y **33%**, respectivamente.

El **ODS 8** es un objetivo amplio que abarca cuestiones como el **crecimiento y la productividad económica sostenible**, la creación de puestos de trabajo decentes para todos, el apoyo a microempresas y pymes, el emprendimiento, la inclusión laboral de los jóvenes o las personas con discapacidad o la erradicación del trabajo forzoso o infantil. Cuestiones directamente relacionadas con el ámbito empresarial y para las que se requiere todo tipo de **alianzas multiactor**.

En cuanto al **Objetivo 12**, éste busca impulsar la **producción y el consumo responsable** en toda la cadena de valor. A nivel de **producción**, las alianzas se centran en el desarrollo de colaboraciones con otras empresas para lograr una gestión sostenible de los recursos naturales en toda la cadena de suministro, en el impulso de criterios de economía circular, así como en la colaboración con otro tipo de organizaciones para evitar el desperdicio alimentario e impulsar actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos. A nivel de **consumo responsable**, las alianzas se centran en proyectos con instituciones públicas y organizaciones del tercer sector para extender la sensibilización e información en materia de desarrollo sostenible a la sociedad en general y a los clientes.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



Entre las empresas que realizan alianzas para contribuir a los ODS, un 32% han colaborado con la administración pública, un 55% de empresas realizan alianzas con el tercer sector y un 54% con otras empresas ¿Cómo puede la administración pública y el sector privado incentivarlas?

En el workshop se analizaron las alianzas entre empresas y tercer sector con el objetivo de contribuir a los ODS. Los asistentes concluyeron que, aunque la profesionalización de las ONGs ha impulsado la creación de alianzas con las empresas, aún existen barreras entre estos dos agentes. En este sentido, se consideró que la administración pública debe impulsar espacios de interacción entre empresas y ONGs, utilizando los ODS como punto de acuerdo común desde el que empezar a entenderse y a generar valor.

¿Se conocen las plataformas para promover alianzas? ¿Se usan?

Una de las ideas que surgieron en el workshop con el objetivo de fomentar las alianzas fue la creación de plataformas específicas en este ámbito, generando una comunidad innovadora en la que se comparta la información y se transfiera el conocimiento.

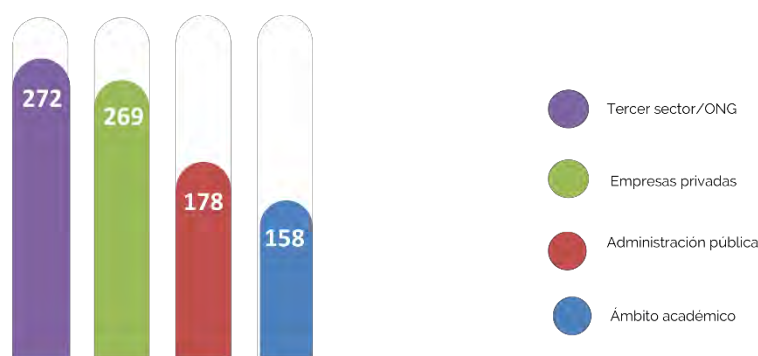
¿Qué tipos de espacios de diálogo y colaboración consideras más útil para canalizar la acción colaborativa hacia los ODS? ¿Empresariales o sectoriales? ¿Público-privados?

Según las entidades participantes, las alianzas multiactor son cada vez más habituales, permitiendo generar confianza y romper prejuicios. Los asistentes concluyeron que este tipo de alianzas deben estar basadas en la transferencia de conocimiento y no sólo en la transferencia monetaria o material.

Por último, el **ODS 3** es también uno de los más trabajados. A nivel de gestión interna, muchas empresas trabajan el ámbito de la **seguridad y salud laboral** y las actividades relacionadas con la **promoción del bienestar** de los empleados en colaboración con otros actores. Además, un amplio número de proyectos de **cooperación al desarrollo**, **acción social** o **voluntariado** están enfocados en la mejora de la salud de determinados colectivos vulnerables. Proyectos que suelen desarrollarse en alianza con organizaciones del tercer sector.

Los Objetivos en los que las empresas encuestadas han desarrollado menos alianzas son los relativos a **vida submarina** (ODS 14) y **paz, justicia e instituciones sólidas** (ODS 16). El Objetivo 14 es el menos trabajado de forma general por las empresas, por lo que la ausencia de alianzas significativas en esta materia no resulta sorprendente. Sin embargo, muchas empresas pueden impactar en este ODS, particularmente en lo relativo a la **gestión eficiente de los desechos** de las actividades de la empresa evitando así la contaminación marina. En relación al Objetivo 16, se requiere de alianzas multiactor entre las empresas, las instituciones públicas y la sociedad civil para impulsar **procesos de transparencia** a nivel de gestión interna de las empresas y de **respeto a las libertades fundamentales** por parte de todos los actores.

Respecto a la pregunta de cuáles han sido los **actores con los que las empresas encuestadas han llevado a cabo alianzas**, los resultados han sido los siguientes:



Se observa que las empresas han desarrollado sobre todo **alianzas con entidades del tercer sector y con otras empresas privadas**: un **30%** de las empresas que han contestado la encuesta así lo afirma.

Una de las tipologías de alianzas que más se han potenciado en los últimos años es la que implica al tercer sector y al sector privado. Cada vez existen más sinergias entre las estrategias de las entidades del tercer sector y las políticas de responsabilidad social de las empresas. Dado que, como se ha dicho, las alianzas que más se han trabajado son las relativas al ODS 4 (educación de calidad) y al ODS 3 (salud y bienestar), no es extraño que el principal aliado para desarrollar estas alianzas sea el tercer sector, con el que normalmente se desarrollan los proyectos de acción social de las empresas. En este sentido, las ONGs cada vez son más conscientes de que el **sector privado es un actor clave** para la **mejora de las condiciones relativas a educación y salud**, por lo que recurren a su experiencia, conocimiento y recursos para llevar a cabo esta tarea.

Por otra parte, también es frecuente que se establezcan **proyectos de colaboración entre diferentes empresas** para desarrollar proyectos vinculados al desarrollo sostenible. En este sentido, los ODS proporcionan un lenguaje común que facilita una comunicación más coherente y eficaz. Según la encuesta, los ODS en los que se

centran estas alianzas son los Objetivos 8, relativo a **trabajo decente**, y ODS 12, relativo a **consumo responsable**. En efecto, normalmente este tipo de colaboraciones se desarrollan mediante **iniciativas sectoriales** que conectan a diferentes empresas de la industria en un esfuerzo de elevar los estándares y prácticas en toda la industria y superar los retos compartidos (ODS 8); o **asociaciones de la cadena de valor**, en las que las empresas combinan habilidades complementarias, tecnologías y recursos y aportan nuevas soluciones de producción sostenible (ODS 12).

En cuanto a los demás actores con los que se desarrollan alianzas, el **20%** de las empresas que han respondido la encuesta dice desarrollar **alianzas con las administraciones públicas**, con un peso destacado de colaboraciones centradas en el Objetivo 8. Estas alianzas se configuran con el objetivo de crear nuevos modelos de negocio, que den respuesta no solo a las necesidades del mercado, sino también a los problemas de la población. De esta forma, las administraciones públicas tienen un papel fundamental en este ámbito, potenciando la **modernización tecnológica** y la **innovación** para dar respuesta a estos retos.

Por último, el **18%** de las empresas que han contestado la encuesta dice llevar a cabo **alianzas con entidades académicas**, para contribuir, entre otros, al ODS 4. Estas alianzas se focalizan, por un lado, en la investigación y, por otro, en la cualificación de personas.

6. Propuesta de Hoja de Ruta sugerida por el sector privado

Las empresas españolas invitan a la Administración General del Estado y al conjunto de las administraciones autonómicas y entidades locales a acelerar el ritmo de implementación de los ODS, a través de:

- a. *La elaboración de una **Estrategia nacional de desarrollo sostenible** y de estrategias autonómicas y locales alineadas con los ODS que contemplen la dimensión del sector empresarial⁸⁴ ⁸⁵ y la adopción de **políticas y marcos legales estables orientados al desarrollo sostenible⁸⁶**, así como que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo de calidad, la financiación sostenible, el emprendimiento, la creatividad y la innovación⁸⁷ y contemplen criterios sociales y medioambientales.*

La Agenda 2030 tiene carácter universal, pero llama a su implementación a nivel nacional, regional y local como garantía para su efectividad, reconociendo que cada país tiene diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo y enfrenta desafíos específicos para guiar sus políticas y prioridades nacionales⁸⁸. Más de 100 países en todo el mundo ya han elaborado un examen voluntario nacional⁸⁹ para evaluar sus progresos en ODS.

La localización nacional de los ODS es, por tanto, una variable fundamental para su éxito; la Agenda 2030 recomienda la elaboración de estrategias nacionales de desarrollo sostenible⁹⁰ como vía para su implementación a nivel país. Estas estrategias han de ser impulsadas por los gobiernos y parlamentos nacionales, estar alineadas con el marco de Naciones Unidas y contemplar la dimensión de los diferentes actores llamados a la acción. Entre ellos el sector empresarial, a través de medidas específicas que incentiven la contribución de las empresas a los ODS. Para su efectividad, estas estrategias han de complementarse con políticas y marcos legales estables que regulen objetivos y metas determinadas de la Agenda 2030 y que tengan la capacidad de impulsar las transformaciones que se requieren a nivel nacional. Las denominadas *políticas palanca* recogidas en el Plan de Acción Agenda 2030, como el *Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2018- 2021* o la futura *Ley de cambio climático y transición energética*, pueden suponer un buen punto de partida en este sentido. En España, la dimensión regional se traslada a las diferentes comunidades autónomas y la dimensión local a los ayuntamientos, que juegan, asimismo, un papel clave en la contribución a los ODS. Los poderes ejecutivos y legislativos autonómicos y locales han de impulsar estrategias, políticas y

⁸⁴ Comisión Europea. Próximas etapas para un futuro europeo sostenible, pág. 21. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0739&from=EN>

⁸⁵ Roadmap for localizing the SDGs: implementation and monitoring at subnational level. 2016. Pág. 28. https://www.uclg.org/sites/default/files/roadmap_for_localizing_the_sdgs_0.pdf

⁸⁶ OCDE. Better Policies for Sustainable Development 2016, 2017. Pág. 88.

⁸⁷ [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/commitments/493_32066_commitment_Better%20Policies%20for%20Sustainable%20Dev](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/commitments/493_32066_commitment_Better%20Policies%20for%20Sustainable%20Development%202016.pdf)

⁸⁸ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General. "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Pág. 22, punto 8.3 http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

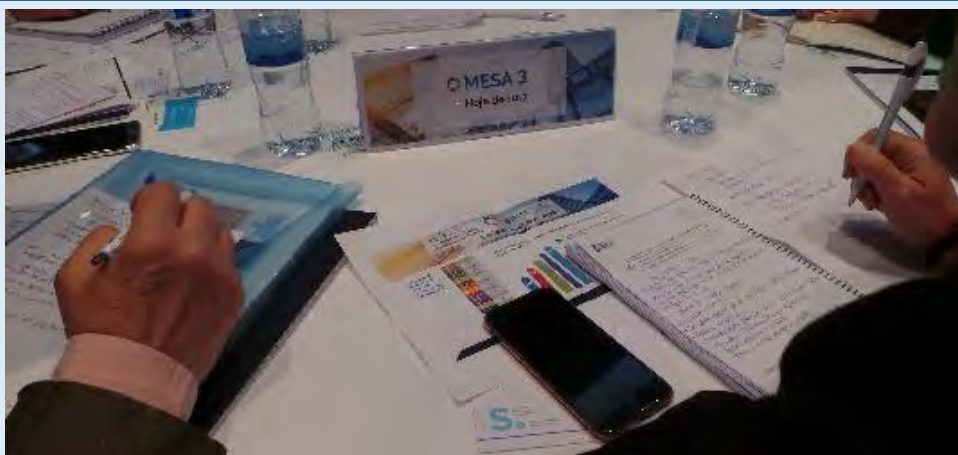
⁸⁹ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General. "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Pág. 6, punto 17. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

⁹⁰ Sustainable Development Knowledge Platform. <https://sustainabledevelopment.un.org/memberstates>

⁹¹ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General. "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible". Pág. 6, punto 17. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

normativas en las que se recojan sus desafíos específicos y que contemplen de igual modo la dimensión empresarial para incentivar la contribución del sector privado a todos los niveles.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



¿Qué medidas específicas destinadas al sector empresarial crees que deben recogerse dentro de una eventual Estrategia nacional de desarrollo sostenible?

Las empresas exigen objetividad en la elaboración de la Estrategia de desarrollo sostenible, despolitizándola, y un Pacto de Estado donde participen todos los partidos políticos para que se cumplan los plazos que estime la Estrategia, constituyéndose como un marco fuerte que dé seguridad en el largo plazo.

Las organizaciones piden que la Estrategia impulse políticas palanca que tengan en cuenta al sector privado, con presupuesto asignado para alcanzarlas e indicadores asociados para medir su progreso y exigen el mismo tipo de marco normativo a nivel autonómico y local. Además, para el diseño de la dimensión empresarial en la estrategia, recomiendan que se realicen estudios o consultas específicas que ayuden a darle forma.

Las organizaciones piden que la Estrategia contenga medidas dirigidas a impulsar el reporte de información en sostenibilidad por parte de las empresas, especialmente para la pyme e impulse la creación de indicadores específicos para medir la contribución del sector empresarial a través de una metodología sencilla que permita al mismo tiempo a las empresas medir su impacto y el retorno de las contribuciones al desarrollo sostenible.

Asimismo, demandan que la Estrategia nacional contenga medidas encaminadas a impulsar compromisos empresariales voluntarios, a los que las empresas puedan adherirse para demostrar su liderazgo en sostenibilidad y que, además, se impulsen compromisos adicionales a nivel sectorial.

Según ellas, debería contemplar medidas para todo tipo de empresa; grandes, microempresas, autónomos, pymes y empresas públicas, para impulsar la contribución empresarial a los ODS.

Solicitan que contemple la dimensión sectorial de las empresas, a través de medidas específicas, así como la internacionalización, para guiar a las empresas españolas con operaciones en el extranjero a la contribución de los ODS a nivel global.

Del mismo modo, piden que la estrategia contemple medidas concretas para la implementación de los ODS por parte de las empresas públicas: las administraciones deben dar ejemplo y ser coherentes con lo que piden y lo que hacen.

La Agenda 2030 reconoce a la actividad e inversión privada como los grandes motores de la productividad, el crecimiento económico inclusivo y la creación de empleo⁹¹, por lo que el papel empresarial ha de quedar reflejado en las diferentes estrategias y marcos legales que se impulsen a nivel estatal, para incrementar y maximizar su contribución a los ODS, visibilizar su desempeño y reflejar su rol protagonista en la consecución de la Agenda 2030 a nivel nacional.

- b. *La difusión de **recursos y herramientas** que faciliten la contribución y la comunicación de los avances sobre los ODS por parte del sector empresarial, especialmente por parte de las pymes⁹²*

La Agenda 2030 llama a la acción a todos los actores del planeta bajo un marco y un lenguaje común. Sin embargo, la estructura de trabajo de los estados, la sociedad civil y la comunidad empresarial es distinta y se requieren de herramientas y recursos específicos que ayuden a cada uno de los actores a contribuir a los ODS.

Según la metodología del SDG Compass⁹³, las empresas han de incorporar los ODS en su estrategia empresarial con cinco pasos: alineando su núcleo de negocio con los Objetivos y metas; estableciendo focos prioritarios de actuación e indicadores para medir el progreso; extendiendo una cultura empresarial ligada a los ODS en toda la organización; trabajando en alianzas y comunicando a los grupos de interés el trabajo realizado mediante un informe de sostenibilidad. A través de recursos y herramientas específicas, se puede ayudar a las empresas a trabajar de forma eficaz en cada una de estas etapas o a la contribución a los ODS de forma transversal en la gestión interna de las compañías.

Cada empresa cuenta con un contexto particular, por lo que, además de recursos y herramientas de aplicación general, es recomendable difundir y desarrollar aquellas que tengan en cuenta la dimensión sectorial y el tamaño de las empresas. Muchas de estas herramientas ya existen, pero es necesario que se den a conocer entre la comunidad empresarial. Además, en España es particularmente importante hacer hincapié en los sectores estratégicos y en las pequeñas y medianas empresas, que representan casi la totalidad del tejido empresarial español.

- c. *El lanzamiento de **campañas de sensibilización** para dar a conocer los ODS al sector empresarial español y al conjunto de la población española como medio para acelerar la implementación de los ODS y potenciar la transformación de los actuales patrones de producción y consumo⁹⁴.*

Para que todos los actores llamados por la Agenda 2030 empiecen a actuar, necesitan en primer lugar conocer la existencia y trascendencia de los ODS. En la Unión Europea, solo un 12% de la población conoce los ODS⁹⁵. Es decir, 9 de cada 10 europeos desconocen el marco de Naciones Unidas. Es por tanto necesario el lanzamiento de campañas de sensibilización para que la población española conozca y comprenda las implicaciones de los ODS. Estas campañas han de

⁹¹ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible", Pág. 6, punto 17. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

⁹² Estrategia Española de Responsabilidad Social de las empresas. Pág. 30 http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/EERSE_WEB.pdf

⁹³ SDG Compass. The guide for business action on the SDGs, 2016. Pág. 21 https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104_SDG_Compas_Guide_2015_v29.pdf

⁹⁴ Roadmap for localizing the SDGs: implementation and monitoring at subnational level, 2016. Pág. 8. https://www.uclg.org/sites/default/files/roadmap_for_localizing_the_sdgs_0.pdf

⁹⁵ OCDE. What People Know and Think About the Sustainable Development Goals, 2017. https://www.oecd.org/development/pgd/International_Survey_Data_DevCom_June%202017.pdf

enfocarse en generar interés y aumentar el compromiso por los ODS entre la población, pudiéndose adoptar diferentes estrategias de comunicación que se lleven a cabo a través de medios tradicionales o digitales.

En España, los autónomos representan el 55,6% del tejido empresarial español (1.821.901 sobre un total de 3.279.120 empresas) y el total de las pymes, el 99,98% del total⁹⁶, por lo que sensibilizar al conjunto de la población española puede ser una palanca para hacer llegar el mensaje de los ODS a las empresas y ayudar a transformar los actuales patrones de producción y consumo.

No obstante, las campañas de sensibilización generales han de acompañarse de campañas específicas para el sector privado. Según la metodología del SDG Compass⁹⁷, para que las empresas alcancen una cultura empresarial ligada a los ODS es necesario llevar a cabo acciones de comunicación, sensibilización y formación con los empleados y el resto de los grupos de interés de la compañía. Estas campañas deben, por tanto, adecuarse al lenguaje y características particulares del sector empresarial español como vía para impulsar de forma notable su contribución a los ODS.

- d. *La incorporación en la **contratación pública**⁹⁸ de criterios sostenibles exigibles a las empresas y la concesión de **incentivos**⁹⁹ a empresas que adopten criterios de sostenibilidad alineados con los ODS.*

El conjunto de instituciones públicas a nivel estatal, autonómico y local son las encargadas de impulsar la incorporación en los procesos de contratación pública de criterios de sostenibilidad alineados con los 17 Objetivos y 169 metas de la Agenda 2030 y la concesión de incentivos a las empresas que demuestren su contribución a los ODS.

La meta 12.7 de los ODS persigue *Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales*¹⁰⁰. En España, la inclusión en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público¹⁰¹ de aspectos medioambientales y sociales vinculados a los criterios de adjudicación del contrato y de desempate, es un buen punto de arranque para contribuir a esta meta. Sin embargo, entre los criterios sociales y ambientales recogidos en la ley, no quedan reflejadas todas las dimensiones que abarcan los 17 ODS.

Los incentivos pueden ser económicos, comerciales, de visibilidad e imagen o de otra índole, y han de concederse siempre que las empresas acrediten de forma fehaciente la implementación de procedimientos que contribuyan a los ODS y el cumplimiento de principios básicos de acción, como son los 10 Principios del Pacto Mundial. En cuanto a los incentivos fiscales, estos podrían adoptar diversas fórmulas, como el acceso preferente a subvenciones o proyectos públicos.

⁹⁶ IPYME, 2017: <http://www.ipyme.org//Publicaciones/Estadisticas-PYME-2017.pdf>

⁹⁷ SDG Compass. The guide for business action on the SDGs, 2016. https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/06/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf

⁹⁸ Comisión Europea. Supporting social responsibility in the economy through public procurement, 2016.

http://ec.europa.eu/growth/content/supporting-social-responsibility-economy-through-public-procurement-0_en

⁹⁹ UNEP. Fiscal Policies and the SDGs, 2016:

http://drustage.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/publications/sdgs_and_fiscal_policies_-_final_briefing_note.pdf

¹⁰⁰ Naciones Unidas. Resolución 70/1 de la Asamblea General "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible", Pág. 6, punto 17. http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf

¹⁰¹ Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, 2018. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2017/BOE-A-2017-12902-consolidado.pdf>

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



Teniendo en cuenta la encuesta, un 92% de las grandes empresas manifiestan conocer los Objetivos de Desarrollo Sostenible frente a un 63% de Pymes y microempresas ¿qué medidas crees que se podrían llevar a cabo para dar a conocer el marco de la Agenda 2030 a estas últimas?

Las empresas recomiendan realizar programas de sensibilización y concienciación y realizar proyectos con organizaciones con capacidad de llegada a PYME, como cámaras de comercio y asociaciones, federaciones y organizaciones empresariales nacionales, locales y sectoriales, para impulsar que las empresas que forman parte de estas organizaciones contribuyan a los ODS.

Las empresas recomiendan llevar a cabo medidas y programas para extender el mensaje de los ODS a los emprendedores y startups, potenciando las contribuciones de este colectivo a la Agenda 2030.

Piden lanzar campañas de comunicación que simplifiquen el mensaje de los ODS y lo acerquen al lenguaje de las pymes, por ejemplo, involucrando a personas relevantes y ejemplificadoras para la población local. Dichas campañas deberían realizarse desde diferentes ministerios, para llegar al mayor número de empresas posible, por ejemplo, desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo o desde Ministerio de Empleo y Seguridad Social y que se establezcan objetivos de alcance para medir el resultado de la sensibilización.

Las empresas demandan campañas de sensibilización en los colegios, institutos y universidades y escuelas de negocio, para que el mensaje cale en los empresarios del futuro, así como incorporar los ODS en el currículum académico, dotando al ámbito académico de material y herramientas que faciliten la tarea.

Se reclamaron espacios de dialogo específicos para las pymes con la administración pública y que se desarrollen y difundan manuales, herramientas y guías específicas para autónomos, microempresas y pymes, que incluyan ejemplos replicables y determinen las tendencias y los beneficios de los ODS e indicaciones de cómo integrarlos.

Las empresas piden medidas que promuevan la introducción de criterios de valoración en ODS en los contratos con proveedores, para que las grandes empresas impulsen a las pymes a contribuir.

- e. *La creación de espacios de diálogo y colaboración entre el sector privado, la administración pública, la sociedad civil y la comunidad científica y académica para canalizar la acción colaborativa hacia los ODS¹⁰².*

Los espacios de diálogo y colaboración multiactor son imprescindibles para canalizar acciones con alto impacto y escalabilidad en la contribución a los ODS a nivel nacional. Estos espacios pueden adoptar diversas fórmulas y tener objetivos y finalidades diferentes; sin embargo, es importante que se establezcan colaboraciones periódicas que permitan al sector privado, a la sociedad civil y a la comunidad científica y académica transmitir a las instituciones públicas sus expectativas entorno a la agenda política vinculada a los ODS.

Es recomendable, además, impulsar foros multiactor para el intercambio de experiencias y buenas prácticas a nivel local, autonómico y nacional que den lugar a estrategias conjuntas a diferentes niveles territoriales y otros espacios dirigidos específicamente al sector privado que ayuden a las empresas a identificar oportunidades de contribución a la Agenda 2030. Estos espacios pueden ser multisectoriales para afrontar retos empresariales comunes, sectoriales o por tamaño de empresa. El conjunto del sector empresarial español ha de poder participar en los diferentes espacios de diálogo y colaboración que se desarrollen para poder cumplir con el papel que le otorga la Agenda 2030.

¹⁰² OCDE. Better Policies for Sustainable Development 2016, 2017. Pág. 67.
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/commitments/493_12066_commitment_Better%20Policies%20for%20Sustainable%20Development%202016.pdf

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



¿Qué estrategias o leyes adicionales consideras que deberían articularse para facilitar la contribución empresarial a los ODS?

Actualizar las normativas y políticas en vigor con el enfoque de ODS que deben ser concretos y con límites en el tiempo, asignándoles presupuesto e introduciendo indicadores de medición para asegurar que se cumplan de forma efectiva, además de hacer lo mismo con las nuevas iniciativas políticas y/o legislativas. Entre ellas, por ejemplo, la Ley de mecenazgo, para que se contemplen a los ODS como actividades de interés general e impulsar así su contribución. También la Ley de contratos públicos para que incorpore criterios sociales y ambientales que contemplen los 17 ODS. También se indica mejorar la legislación en temas de aguas, contaminación de las ciudades, impulso de la educación o protección de los océanos.

Fomentar un marco normativo que nos dirija a un modelo económico sostenible ligado a los ODS a través de la economía verde, la economía social o la inversión socialmente responsable.

Impulsar leyes y planes de investigación donde se invierta en I+D+i en cuestiones que afectan a los ODS y fomentar leyes de digitalización para guiar estos procesos bajo criterios sociales y ambientales.

¿Qué tipo de incentivos (fiscales, económicos, comerciales, de presencia, visibilidad e imagen, o de otra índole) consideras más útiles para facilitar que las empresas trabajen los ODS?

Incentivos económicos y fiscales medidos a través de indicadores fiables, que puedan ser entendidos por todos los departamentos de la empresa y la alta dirección y revertir económicamente en la compañía, por ejemplo, para las empresas que realicen alianzas con el foco puesto en los ODS y puedan demostrar el impacto de sus contribuciones. También por cada uno de los ODS (por ejemplo, ayudas para el fomento de una mayor eficiencia energética, aplicación de modelos circulares, etc.).

Primas en la contratación pública a quien cumpla determinados requisitos relacionados con los ODS, otorgando subvenciones a proyectos/empresas que cumplen determinados niveles de exigencia.

Incentivos de visibilidad a través de plataformas de buenas prácticas que pongan en valor las contribuciones positivas demostrables de las empresas a los ODS.

Líneas de trabajo, incentivos y subvenciones específicos para las pymes que demuestren su contribución a los ODS, para potenciar la contribución del conjunto del sector empresarial.

Workshop del sector empresarial Agenda 2030



¿Cómo puede impulsarse la elaboración de memorias de sostenibilidad por parte del conjunto de las empresas españolas, particularmente por parte de la PYME?

Las empresas piden que se difundan y desarrollen programas de formación y sensibilización para la pyme sobre la importancia de reportar en relación a los aspectos extra financieros y desarrollar recursos, herramientas y proyectos de capacitación para facilitar la tarea de reporte en sostenibilidad.

Las empresas reclaman indicadores sencillos y específicos que puedan ser utilizados por la pyme y que, al mismo tiempo, sean comparables con cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño.

Las empresas piden que se aproveche el potencial del Pacto Mundial, que exige a las empresas adheridas la elaboración de un informe de sostenibilidad, como palanca para que las pymes empiecen a trabajar y a concienciarse sobre la importancia de la responsabilidad social empresarial.

Las empresas piden que se convoquen premios enfocados en las mejores contribuciones a los ODS y memorias de sostenibilidad de las pymes, con un sello de garantía que sirva como ventaja competitiva.

¿Te parece adecuado el enfoque de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público como medida para impulsar los ODS por parte de las empresas?

Las empresas se muestran satisfechas con la Ley, pero desconfían de su aplicación y eficacia, particularmente por el desconocimiento en sostenibilidad y la falta de recursos de los funcionarios públicos que deben ponerla en marcha. Consideran necesaria una mejor coordinación entre la administración pública y formación en ODS a los trabajadores públicos.

Las empresas creen que la ley es una primera aproximación acertada, pero resulta demasiado sencilla y deja la inclusión de criterios ambientales y sociales en las cláusulas de contratación a la elección de la organización, ya que estos solo tienen algún grado de impacto en relación con el desempate de diferentes contratos.

Las empresas piden que la Estrategia nacional de ODS establezca medidas que pongan el foco en el papel del sector y las empresas públicas y en la necesidad de que éstas actúen como ejemplo, trasladando a su cadena de suministro los criterios sociales y ambientales.

Las empresas exigen un manual para vincular la ley a los ODS que les permita saber cómo, a través de su cumplimiento, potencian su contribución a los estos.

Anexo 1

Encuesta

Participación



Anexo 1: Metodología de la encuesta

La consulta se lanzó el 15 de marzo de 2018 a través de una plataforma online realizada específicamente para este trabajo, manteniéndose activa hasta el día 24 de abril. Para lograr que la consulta fuera lo más participativa posible y representativa del tejido empresarial de nuestro país, durante este periodo se llevó a cabo una **labor de difusión desde la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas**, publicando la encuesta en la página web y en redes sociales, redactando una nota de prensa a medios de comunicación y realizando envíos a socios y firmantes de la iniciativa.

También **numerosas organizaciones y entidades colaboraron desinteresadamente en la difusión** de esta encuesta, buscando llegar a aquellas empresas que se encuentran fuera del radio de acción de las entidades habituales en Responsabilidad Social (RS), es decir empresas que, por diferentes razones, son ajenas a las principales novedades en cuanto a normativas, programas y marcos relativos a sostenibilidad:

- **Las empresas que forman parte del Focus Group** (AEF, CEPES, Club de Excelencia en Sostenibilidad, DIRSE, Forética, CEOE, Corporate Excellence, SERES y Spainsif) difundieron la consulta entre sus contactos, publicaron información sobre la encuesta en sus páginas web y la dinamizaron en redes sociales.
- **Instituto de Crédito Oficial (ICO)** colaboró enviando en una de sus newsletter la encuesta, lo que diversificó considerablemente los resultados, llegando a empresas pequeñas y autónomos.
- **Prisa** difundió la encuesta publicando un *banner* en la página web de Cinco Días.
- **ICEX** realizó un envío segmentado a algunos de sus contactos, publicó un *banner* en su web y dinamizó la consulta en redes sociales.
- **Nechi Group** difundió la encuesta entre diferentes contactos y clústeres de Cataluña.

Por último, cabe destacar la colaboración de **otras entidades y organizaciones** como Diario Responsable, Agroamb, Cámara de Comercio de La Rioja, Club Asturiano de Calidad, Fundatec, la Generalitat Valenciana y el Gobierno de Aragón.

Durante los **40 días en los que estuvo abierta la consulta**, se recibieron un total de 1320 respuestas. Para asegurar la mayor precisión en los resultados obtenidos, se descartaron aquellas respuestas de entidades que no formaban parte del tejido empresarial, respuestas que incluían CIFs inválidos y encuestas no contestadas de forma completa, dando como resultado un total de **894 encuestas válidas**, que han sido las utilizadas para llevar a cabo este análisis. En total este número de entidades representan el 0,03%¹⁰³ del tejido empresarial español. Del total de respuestas obtenidas, el 32,55% de las empresas encuestadas están adheridas al Pacto Mundial de Naciones Unidas (un 16,66% son entidades asociadas a la Red Española).

¹⁰³ Para el cálculo del porcentaje se han teniendo en cuenta los datos del Directorio Central de Empresas del INE a 1 de enero de 2017.

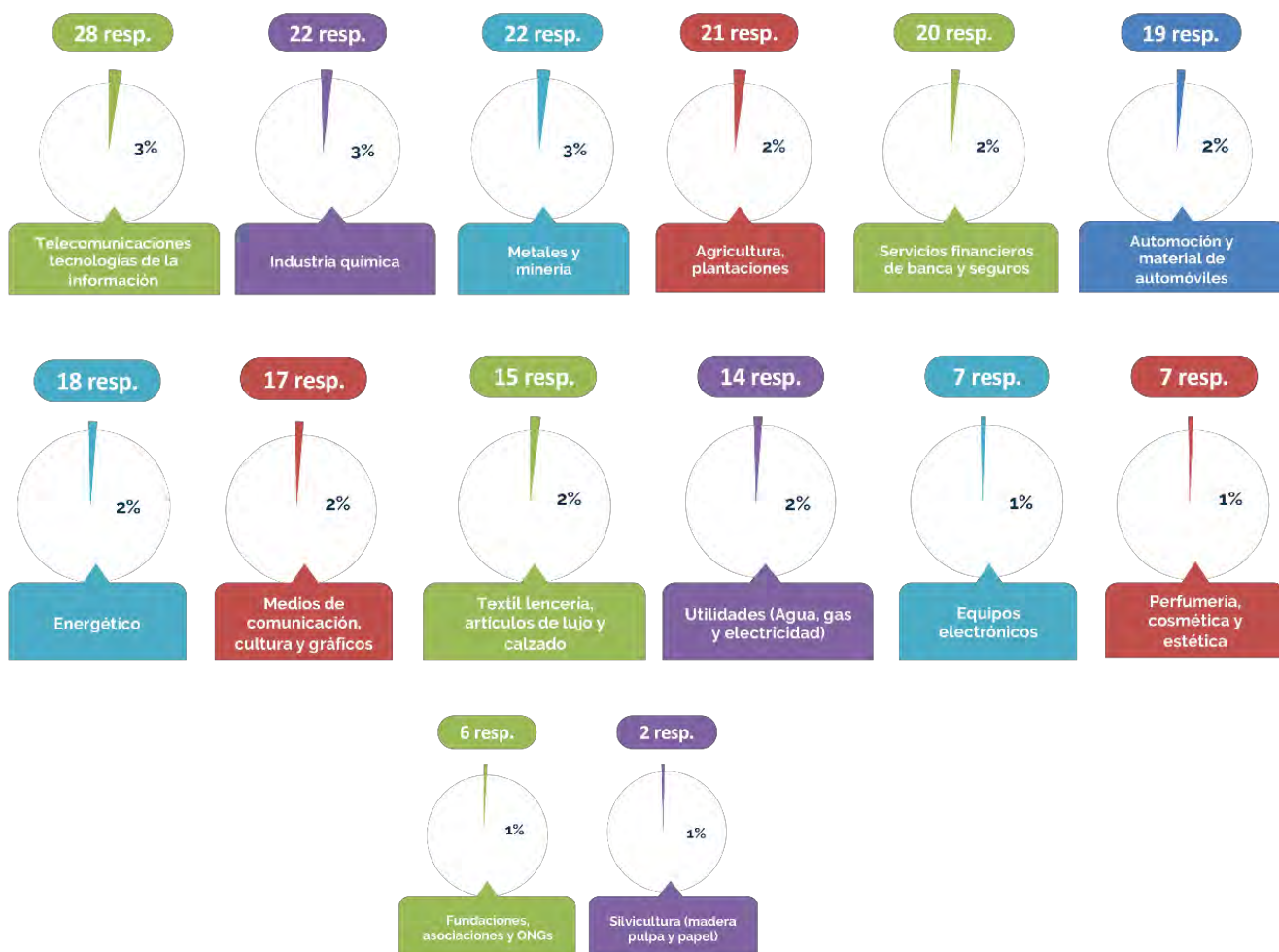
A continuación, se detallan los **sectores de actividad**, las **comunidades autónomas** y el **tamaño de las entidades** que han contestado a la consulta. Además, para analizar la representatividad de los resultados con respecto a la totalidad del tejido empresarial español, se realiza una comparativa entre las características de estas empresas y los datos oficiales del Directorio Central de Empresas del INE¹⁰⁴.

Análisis por sector

En el siguiente gráfico se exponen los **sectores de actividad** de las empresas que han participado en la encuesta:



¹⁰⁴ Datos a 1 de enero de 2017

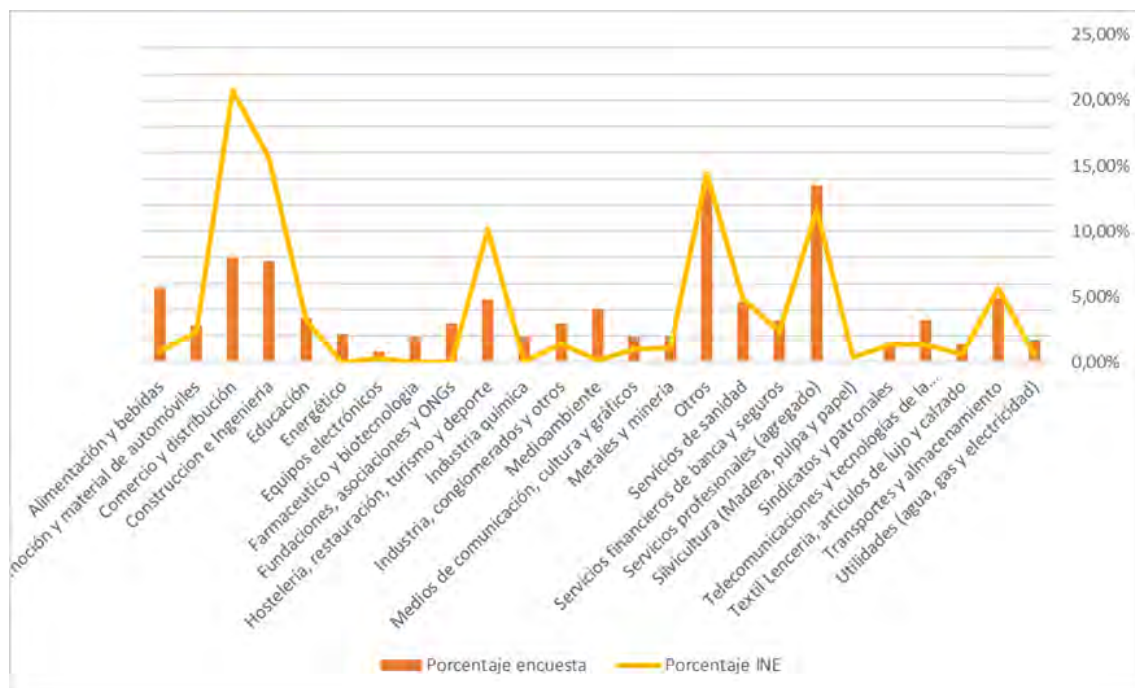


Los **sectores más participativos** han sido **"servicios profesionales"** y **"construcción e ingeniería"**, con 114 y 71 entidades respectivamente. Además, en el epígrafe de "otros sectores" se agrupan 116 empresas. Otros sectores con un peso significativo en la consulta han sido "comercio y distribución", "servicios de sanidad" y "alimentación y bebidas". Al otro lado de la tabla, sectores como "silvicultura (madera, pulpa y papel)", "fundaciones, asociaciones y ONGs"¹⁰⁵ y "perfumería, cosmética y estética" han sido los menos representados.

A continuación, se presenta una comparativa entre los **sectores más representados en la encuesta** y la **totalidad de empresas españolas** según el Directorio Central de Empresas del INE¹⁰⁶:

¹⁰⁵ En el sector "fundaciones, asociaciones y ONGs" se tienen en cuenta únicamente las fundaciones de empresas.

¹⁰⁶ Para realizar la correlación entre los sectores fijados por el INE y los sectores definidos en la consulta, se han sumado las empresas del sector "agricultura, plantaciones" a "alimentación y bebidas", y "perfumería, cosmética y estética" a "comercio y distribución".



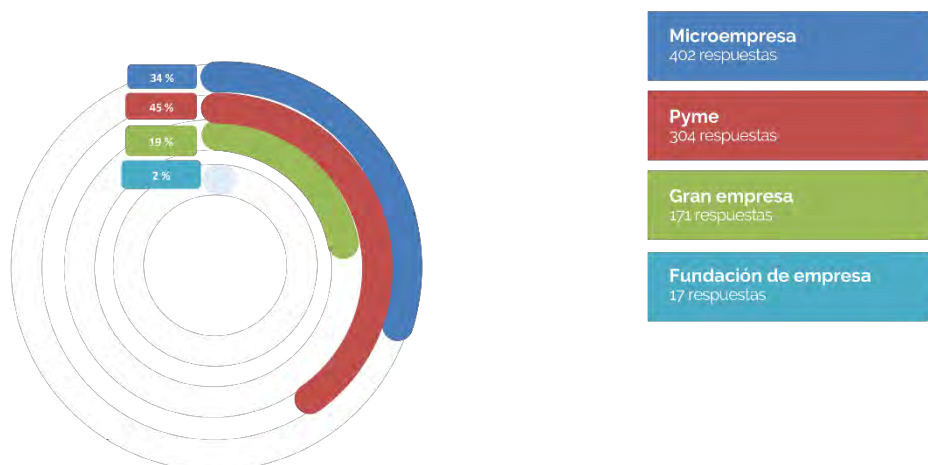
Tal y como se muestra en el gráfico, existe una **correlación alta** entre los principales sectores de las empresas españolas y los sectores de las entidades que han participado en la consulta sobre el estado de implantación de la Agenda 2030.

Si se tienen en cuenta los **cinco sectores con mayor representación** en cada uno de los dos registros, cuatro de estos cinco sectores coinciden; estos serían "comercio y distribución", "construcción e ingeniería", "otros" y "servicios profesionales". De esta forma, los **sectores que más han participado dentro de la encuesta** también son los **más representativos** dentro de la totalidad del **tejido empresarial español**. Como principal diferencia estaría el sector de "alimentación y bebidas", que sería uno de los cinco sectores más participativos en la consulta, mientras que entre las empresas españolas, el quinto sector con mayor peso es el de "hostelería, restauración, turismo y deporte".

Análisis por tamaño de empresa

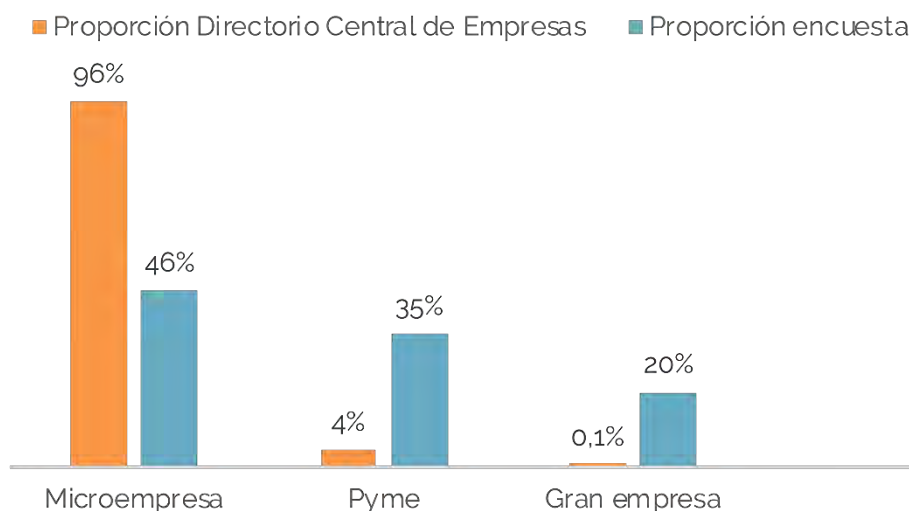
En el siguiente gráfico se expone la **clasificación de entidades** que han respondido la encuesta teniendo en cuenta el **tamaño de la entidad**. Para ello, se ha tenido en cuenta la siguiente clasificación:

- **Gran empresa:** empresas con más de 250 trabajadores y más de 50 millones de euros de facturación.
- **Pyme:** empresas entre 10 y 250 trabajadores y menos de 50 millones de euros de facturación.
- **Microempresas:** empresas con menos de 10 trabajadores y menos de 2 millones de euros de facturación.
- **Fundación de empresa.**



Considerando el **tamaño de la entidad**, se comprueba un **mayor número de microempresas**, que representan un 45% del total de respuestas recibidas, **así como de pymes**, con un 34%. Las **grandes empresas tienen un menor peso** dentro de la consulta, un 19%; mientras que las fundaciones de empresas suponen únicamente un 2% del total.

Nuevamente, para **analizar la representatividad de la consulta**, se ha realizado una **comparativa** entre el tamaño de las empresas que han contestado la encuesta y la totalidad de empresas españolas. Dado que las fundaciones de empresas no están registradas en el directorio del INE, estas no se han tenido en cuenta a la hora de realizar la comparativa.



Dentro del tejido empresarial español, como puede apreciarse en el gráfico, el **número de microempresas es significativamente mayor al de pymes y grandes empresas**, casi un 96% del sector privado corresponde a empresas con menos de 10 trabajadores. Si sumamos todas las entidades con menos de 250 empleados y una facturación menor a 50 millones de euros, es decir, las microempresas y pymes, conjuntamente suponen el 99,9% de todo el tejido empresarial español, el otro 0,1% corresponde a la gran empresa.

Considerando estos datos, y comparándolos con las entidades que han respondido la encuesta, se observan **coincidencias entre los dos registros**. En ambos casos las microempresas tienen una mayor representación, seguido de las pymes, siendo las grandes empresas las menos abundantes.

Aun así, conviene señalar que el porcentaje de **grandes empresas que han respondido la encuesta es muy superior** al número de empresas que existe dentro del tejido empresarial español. Mientras que en el tejido empresarial español este tipo de entidades únicamente representan el 0,1% de las entidades, dentro de la encuesta tienen un peso del 19%. Esta diferencia puede deberse a varios factores.

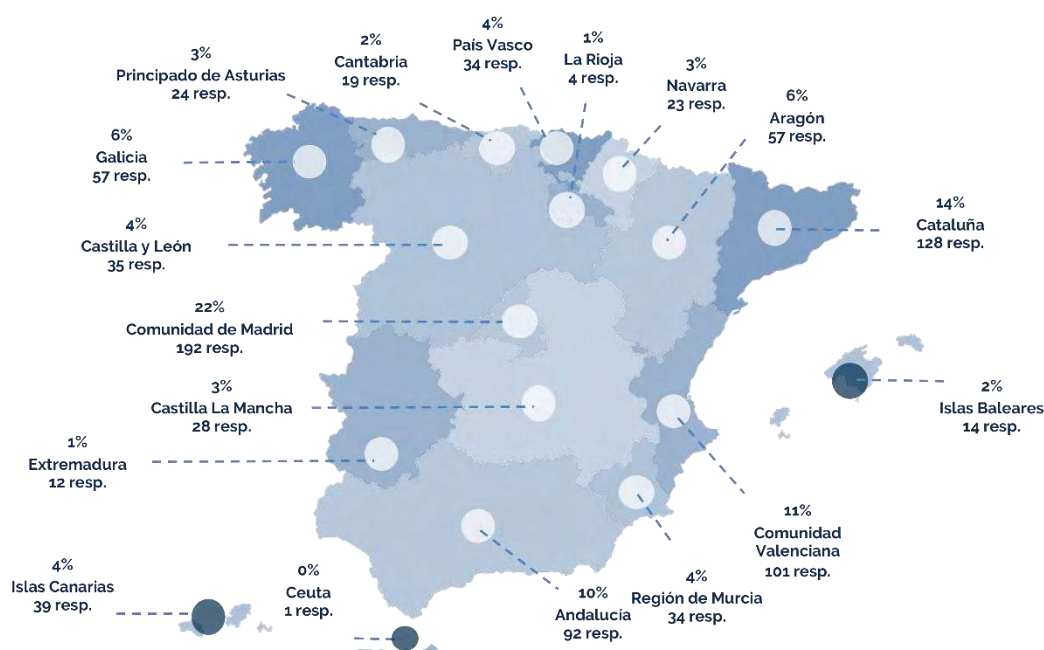
En primer lugar, al realizar una labor de difusión online a todo el tejido empresarial español resulta más sencillo llegar a las grandes empresas, debido a la **multitud de canales** con los que cuentan y a su **mayor interconectividad**.

Por otro lado, si bien existe cada vez más una mayor concienciación por parte de las microempresas y pequeñas empresas en temas de sostenibilidad y Responsabilidad Social, en líneas generales este ámbito se **trabaja más en las grandes empresas**, por lo que estas serán más proclives a responder a este tipo de consultas.

Por último, son las entidades con mayor número trabajadores y facturación las que normalmente se encuentran dentro de los **círculos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial**, es decir, aquellas que asisten a eventos, talleres y foros sobre sostenibilidad, están en contacto con otras empresas y organizaciones relacionadas con este ámbito y, en definitiva, las que participan de forma más activa en todo lo que concierne a la RS.

Análisis por comunidad autónoma

En el siguiente gráfico se expone la **clasificación de entidades** que han respondido la encuesta teniendo en cuenta la **comunidad autónoma** en la que residen. Los resultados son los siguientes:



Las **comunidades autónomas más representadas** en la consulta han sido la **Comunidad de Madrid**, con un 22% de las respuestas, **Cataluña** con 14% y la **Comunidad Valenciana** con un 11%. Las regiones con menor número de respuestas son las Comunidades Autónomas de Ceuta y Melilla y La Rioja.

A continuación, se presenta una **comparativa** entre la proporción de empresas españolas de cada Comunidad Autónoma según el Directorio Central de Empresas del INE y los datos de la encuesta:



Como se puede apreciar, existe una **correlación alta entre los dos registros**. Si tenemos en cuenta las cinco comunidades autónomas con mayor número de empresas según en el INE, Cataluña, Comunidad de Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y Galicia, estas coinciden con las que tienen una mayor representatividad dentro de la consulta.

Como principales diferencias, conviene señalar que en la encuesta existe una **mayor representatividad de las empresas** cuya sede se encuentra dentro de la **Comunidad de Madrid** y un **menor peso** de las **entidades andaluzas**. Este hecho se explica por la mayor participación de las grandes empresas, que suelen tener su sede en las grandes áreas metropolitanas del país, sobre todo en Madrid y Barcelona; mientras que en Andalucía predomina una mayor proporción de pymes y microempresas.

Tras analizar la participación de la encuesta, y una vez realizada la comparativa con los datos del INE, se verifica que existe una correlación positiva entre las características de las empresas encuestadas y las del tejido empresarial español, tanto a nivel sectorial, por tamaño de empresa y por comunidad autónoma.

Anexo 2

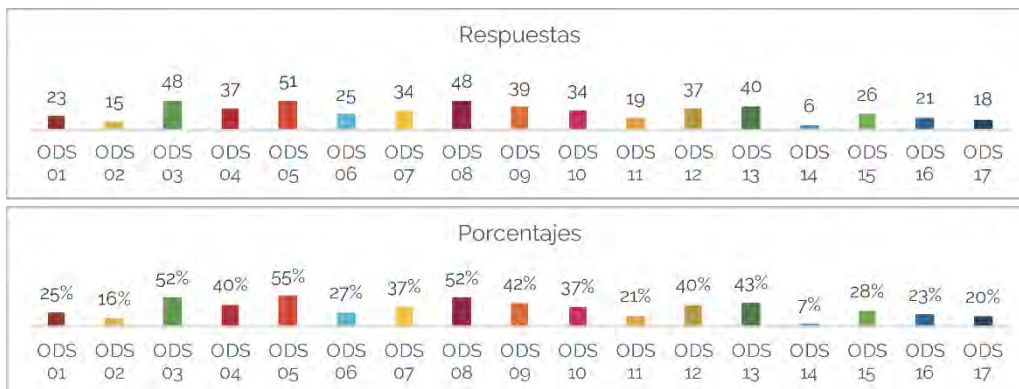
Encuesta

ODS más trabajados
por comunidades autónomas

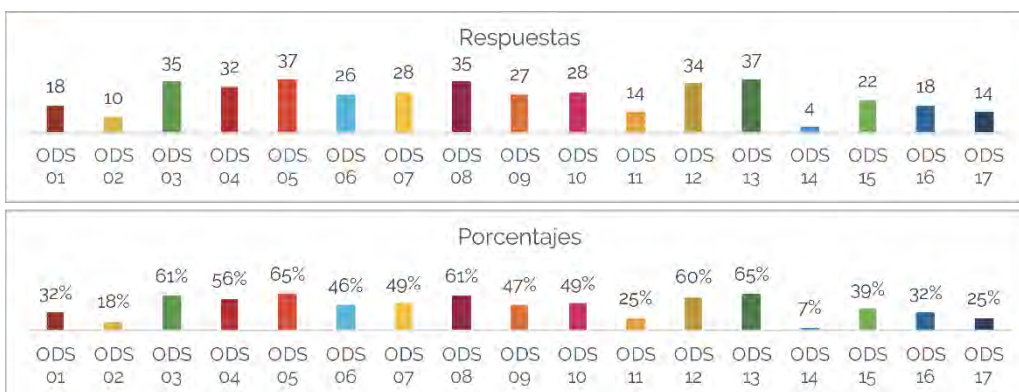


Anexo 2: ODS más trabajados por comunidades autónomas¹⁰⁷

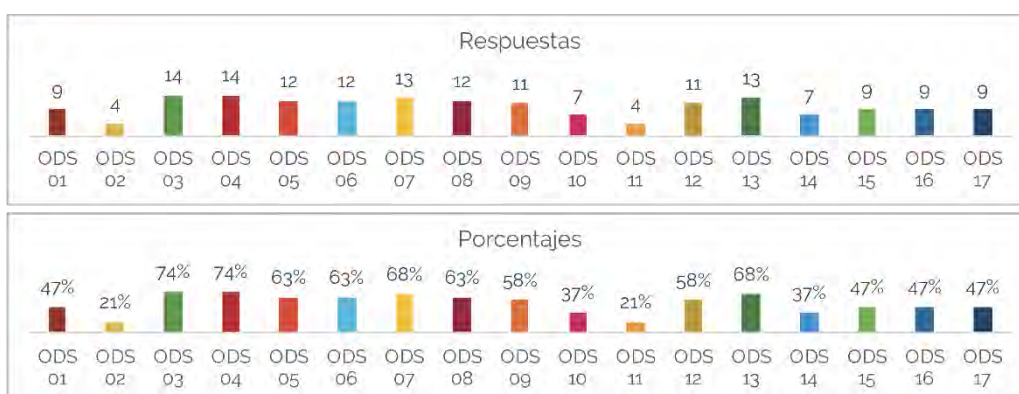
Andalucía



Aragón

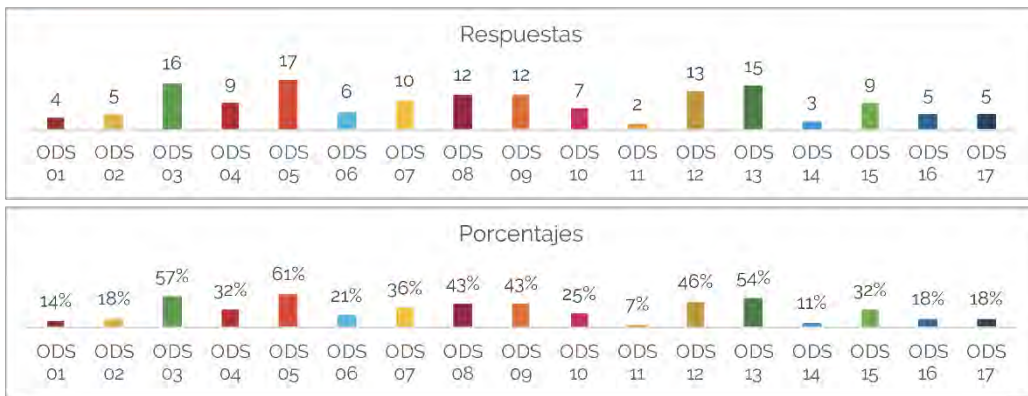


Cantabria

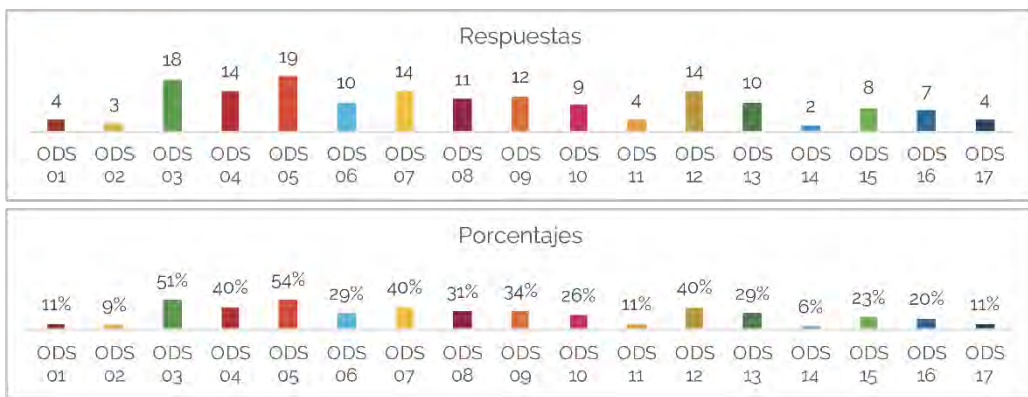


¹⁰⁷ Debido a que no se obtuvo un número significativo de respuestas (más de 10) en la comunidad autónoma de La Rioja y en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, no se recogen los gráficos de estas regiones.

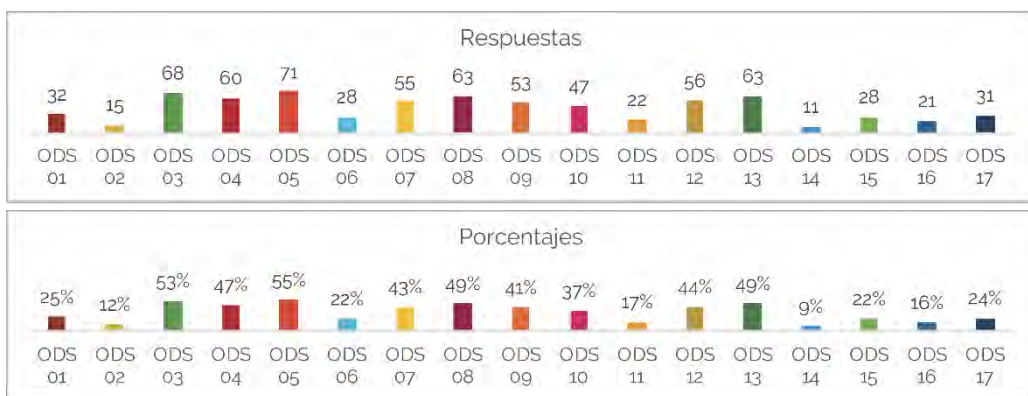
Castilla La Mancha



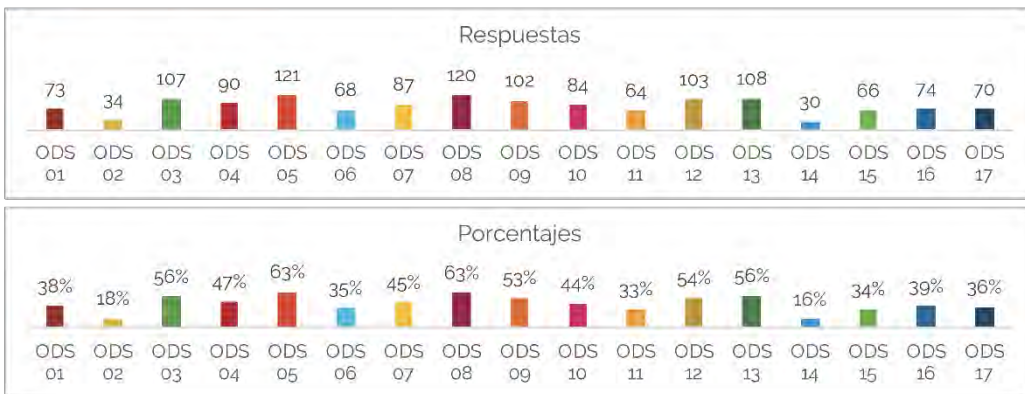
Castilla y León



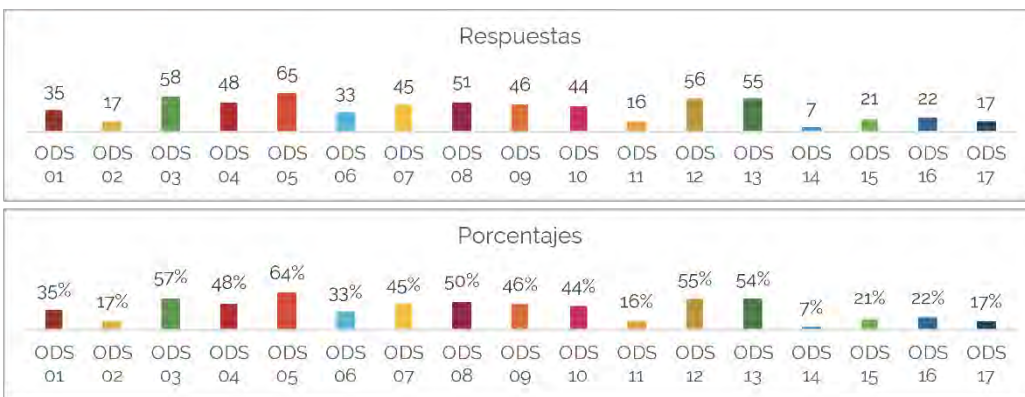
Cataluña



Comunidad de Madrid



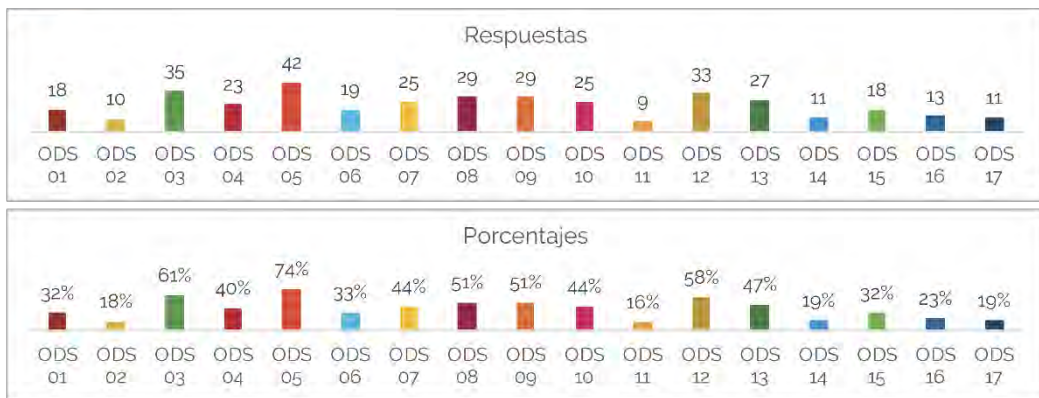
Comunidad Valenciana



Extremadura



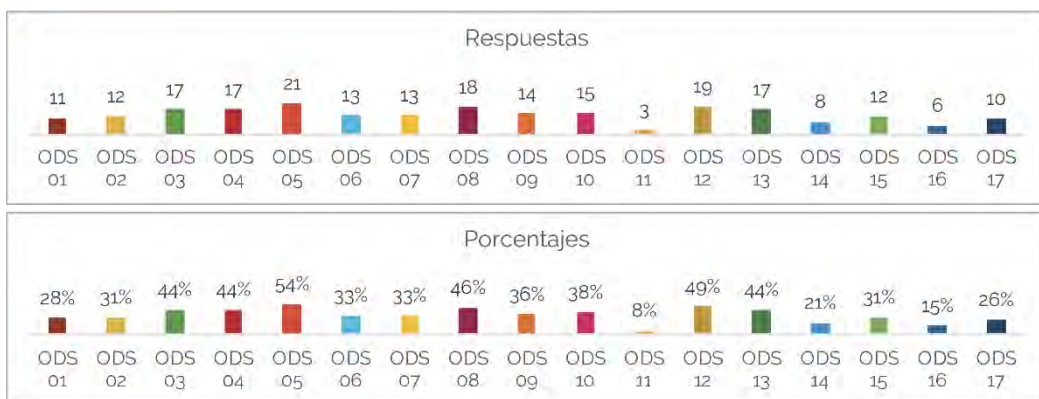
Galicia



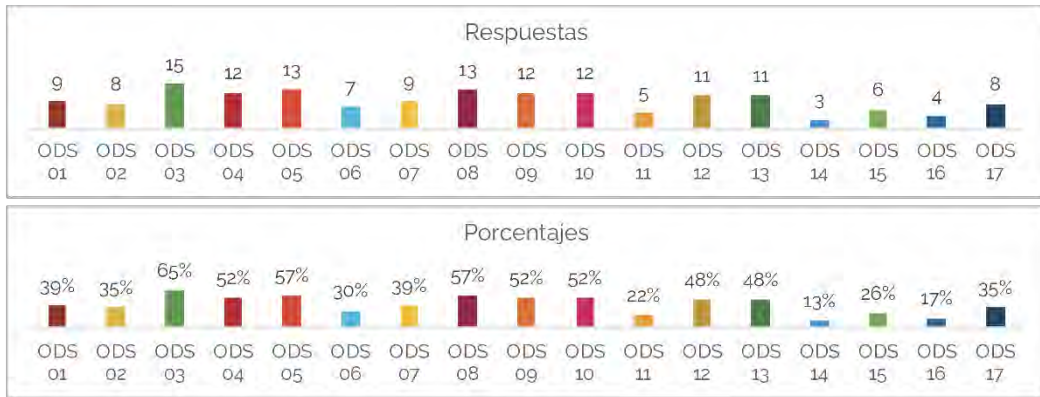
Islas Baleares



Islas Canarias



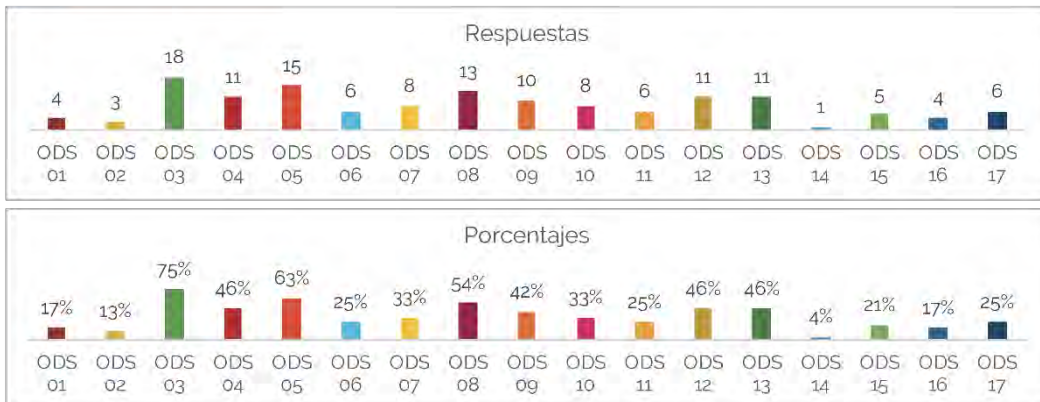
Navarra



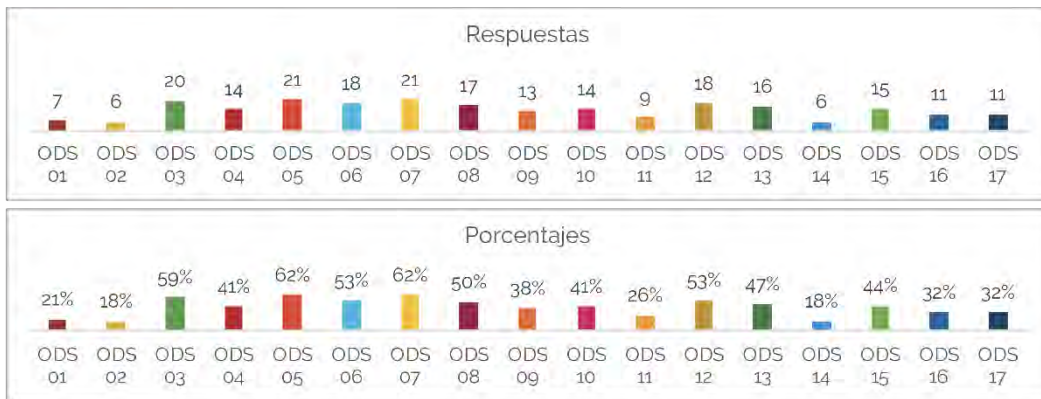
País Vasco



Principado de Asturias



Región de Murcia



Anexo 3

Buenas prácticas

Las empresas españolas ante la Agenda 2030

A continuación se presenta un elenco de buenas prácticas con el que se quiere ilustrar el trabajo que están haciendo las empresas españolas en relación a la Agenda 2030. Cada una de ellas está orientada a uno o más Objetivos de Desarrollo Sostenible. Esta recopilación se ha efectuado como anexo del informe que ha elaborado la Red Española del Pacto Mundial con motivo del examen nacional voluntario y el Plan Nacional de Acción, a solicitud de la Embajada en Misión Especial para la Agenda 2030. Para la recopilación han participado nueve entidades más: Asociación Española de Fundaciones, CEOE, CEPES, Club de Excelencia en Sostenibilidad, Corporate Excellence, DIRSE, Forética, SERES y Spainsif.





GAS NATURAL FENOSA

Plan de vulnerabilidad energética

El plan de vulnerabilidad energética de Gas Natural Fenosa comprende más de 20 medidas operativas y sociales para garantizar la protección a los clientes vulnerables. Su objetivo es reforzar y sistematizar la atención a las personas que sufren pobreza energética y ayudar a los servicios sociales y entidades del tercer sector en su labor. Involucra a más de 400 voluntarios de la compañía y a varias áreas corporativas y de negocio y dispone de una dotación económica de 4,5 millones de euros. En 2017 fueron atendidos 31.582 clientes vulnerables y 3.452 personas fueron formadas en las 317 formaciones de la Escuela de Energía.

http://www.fundaciongasnaturalfenosa.org/accion-social/?_ga=2.23161273.2003238361.1524557590-1401384990.1514454076

COOPERATIVA SUARA

Proyectos de transformación del entorno de acuerdo con los ODS

Suara destina un porcentaje de su resultado económico a financiar proyectos que responden a los ODS, en función de la elección de sus socios y socias, por acuerdo de su Asamblea General 2017. En ese año destacaron los orientados a contribuir al ODS1, entre otros: "Familia Activa", para enseñar a familias vulnerables a gestionar su economía familiar (Mollet del Valles); "Semillas", para participar en un huerto urbano de personas atendidas por la red de personas sin techo de Barcelona; "Comedor Solidario" (Sant Vicens dels Horts), para favorecer hábitos alimentarios saludables entre familias; "Tiempo de sueños", para incrementar la resiliencia de 25 familias en riesgo de exclusión mediante un sueño familiar.

<http://www.suara.coop/es/noticia/suara-invierte-en-la-transformacion-del-entorno-partiendo-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-de-la-onu/>



1 FIN DE LA POBREZA



LEROY MERLIN

Acondicionamiento de viviendas

Leroy Merlin firmó en 2016 un acuerdo de colaboración con la Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid para acondicionar viviendas de familias en situación o riesgo de exclusión social. El objetivo de este proyecto es mejorar la calidad de vida de estas familias a través de la adaptación o conservación de sus hogares. En el ámbito de este convenio, Leroy Merlin facilita todos los materiales necesarios y los colaboradores de la compañía participan activamente en el montaje de las instalaciones y ofrecen su asesoramiento y conocimiento sobre acondicionamiento del hogar.

<https://www.leroymerlin.com/sites/default/files/NP%20Leroy%20Merlin%20firma%20un%20convenio%20con%20la%20Agencia%20de%20Vivienda%20Social%20de%20la%20Comunidad%20de%20Madrid.pdf>

CAIXABANK

Microcréditos



1 FIN DE LA POBREZA



MicroBank, el banco social de CaixaBank, canaliza las actividades de microcréditos con el objetivo de potenciar esta labor con el rigor y sostenibilidad propios de una entidad financiera. Colectivos a los que se dirigen: microcréditos para emprendedores en situación de exclusión social; microcréditos para autónomos y microempresas; microcréditos familiares a familias con rentas modestas (ingresos anuales < a 18.000 euros). Los objetivos son la promoción de la actividad productiva y la creación de ocupación, el autoempleo, mediante la puesta en marcha de pequeños negocios a través de la concesión de microcréditos a nuevos emprendedores, el desarrollo personal y familiar, dando respuesta a necesidades y facilitando la superación de dificultades temporales, la inclusión financiera, favoreciendo la bancarización de nuevos clientes a través de la red comercial de la entidad. En 2017 se otorgaron 147.389 microcréditos por un volumen de 894M€, ayudando a la creación de 29.029 puestos de trabajo.

<https://www.microbank.com/>



TRADECORP EUROPA

Semillas para alimentar Etiopía

Tradecorp Europa es socio en el proyecto "Semillas para alimentar Etiopía", organizado por la Agencia Empresarial Holandesa. Este programa tiene como objetivo mejorar la productividad y la seguridad alimentaria en Etiopía mediante la introducción de tecnologías de semillas y la mejora del establecimiento de cultivos. El programa se ha desarrollado por un consorcio de empresas e instituciones liderado por el socio de Tradecorp, Incotec (www.incotec.com). El proyecto se desarrollará durante un periodo de siete años, en estrecha colaboración con agricultores etíopes, instituciones de investigación y organizaciones. Está previsto que se organicen 1.000 demostraciones completas del ciclo del cultivo y llegar al menos a 200.000 agricultores en todo el país.

<http://www.tradecorp.com.es/es/tradecorp-europa-partner-del-proyecto-semillas-para-alimentar-etiofia/>

STARBUCKS

Gestión del excedente alimentario fresco de sus tiendas

Starbucks ha puesto en marcha dos proyectos piloto para la gestión del excedente alimentario fresco de sus tiendas. El primero, de la mano de Hope Food. A partir de esta alianza, Starbucks cede a Hope Food cada día el producto fresco, envasado y aún no caducado sobrante de sus tiendas, que es distribuido entre diferentes comedores sociales. Starbucks ha donado más de 2.300 kilos de alimentos, con los que se han podido confeccionar más de 1.800 menús completos. El segundo, la App weSAVEeat, la aplicación móvil donde los usuarios pueden adquirir al final del día y a mitad del precio habitual, los excedentes de alimentos frescos de las tiendas por 4€ y recogerlos en la propia tienda durante la última hora de apertura al público.

<http://www.grupovips.com/nuestra-actualidad/noticias/starbucks-colabora-con-hope-food-y-wesaveeat>





COOPERATIVA FRUITS DE PONENT SCCL

Los ODS en diferentes ámbitos empresariales

Fruits de Ponent describe en su memoria anual de sostenibilidad los puntos relacionados con los ODS, en concreto con cinco de ellos. ODS 1 y 2, gracias a sus convenios con entidades como los bancos de alimentos, ODS 5 de igualdad de género y ODS 7, 12 y 13, en relación con el sistema de producción integrada y aprovechamiento del agua.



<http://www.fruitsponent.com/es/empresa/valores-y-rsc>

DKV

Promover hábitos de vida saludables entre niños y adolescentes

El proyecto #DKVapptivate de DKV reúne diferentes acciones que buscan impactar en niños, jóvenes, familias, escuelas, administraciones, con el fin de provocar un cambio de hábitos y de estilo de vida en niños y adolescentes, relacionados con la alimentación y la actividad física. Con el objetivo de llegar al público más joven, se creó un videojuego, de la mano de youtubers con audiencias millonarias en sus canales, para que actúen como prescriptores.

Además, el proyecto se ha nutrido de otras acciones de prevención y concienciación, como talleres de cocina saludable en escuelas, incluidas algunas en barrios con riesgo de exclusión de la mano de Ayuda en Acción y Fundación Alicia; la Cátedra DKV de "Educación para la Salud" en la Universidad de Padres; la presentación del I Estudio sobre la situación actual de la obesidad y el sobrepeso infantil en España, y acciones de difusión y concienciación a profesores y pediatras, así como a los clientes de DKV.

<https://dkvseguros.com/sala-prensa/06-06-obesidad-infantil>

3 SALUD Y BIENESTAR





ABERTIS

Seguridad vial infantil

Abertis y UNICEF alcanzaron en 2017 un acuerdo de colaboración para combatir la principal causa de muerte en niños en edad escolar: los accidentes en carretera. El proyecto fortalecerá y ampliará un proyecto previo de UNICEF para la protección de los menores en las carreteras, ofreciendo un trayecto seguro a la escuela. El programa se implantará primero en Filipinas y Jamaica que, como muchos países con ingresos medios y bajos, tienen en la siniestralidad vial de niños un problema de salud pública. El compromiso supone 1 millón de dólares (USA) por año durante tres años.

<http://int.corresponsables.com/actualidad/cada-dia-mas-3000-ninos-mundo-muere-sufren-lesiones-carreteras>

SANITAS

Sanitas impulsa la investigación en salud basada en *big data*

Sanitas Data Salud es una iniciativa que, a través de técnicas de *big data*, pretende impulsar una investigación basada en datos para diagnosticar el estado de la salud en España, detectar tendencias y elaborar modelos predictivos que pueden contribuir a avances científicos en el campo de la medicina. El proyecto emplea únicamente datos anonimizados o agregados y aquellos cuyo tratamiento ha sido consentido por los pacientes con el objeto de garantizar su privacidad y confidencialidad. Todas las investigaciones y estudios elaborados en el marco de Sanitas Data Salud están accesibles en la web del proyecto.

<http://sanitasdatasalud.es/>





ATRESMEDIA

Difusión en medios de comunicación de los ODS

Atresmedia se ha comprometido a apoyar y fomentar los ODS. En función de ello se ha adherido a la iniciativa #Companies4sdgs, impulsada por Voluntariado y Estrategia y la Red Española del Pacto Mundial, y ha cedido durante los años 2017 y 2018 diversos espacios de radio y televisión de los canales de Atresmedia para la difusión de un spot sobre los ODS y el papel de la ciudadanía y las empresas en estos. El spot ha llegado a 25.456.000 personas, lo que supone el 59,9% de la población (Fuente: Kantar Media) y una cuña de radio que ha alcanzado a 5.739.000 personas, el 14,42% de la población (Fuente: EGM, 3ª Ola 2017), con un total de 23.544.000 millones de impactos de la cuña. El coste de oportunidad de la emisión de la campaña en su totalidad ha sido de 1.301.620 €.

<https://youtu.be/Hqtpy9gTF54>

FUNDACIÓN LA CAIXA Y FUNDACIÓN TELEFÓNICA

Educación digital



La Fundación Telefónica y la Fundación Bancaria la Caixa se han unido para poner en marcha el proyecto Profuturo con el objetivo de posibilitar una educación equitativa y de calidad a niños y jóvenes de los sectores más desfavorecidos, mediante la puesta a su disposición de herramientas digitales que permitan la adquisición de competencias a través de las tecnologías, y contribuir, así, al progreso de las sociedades. Para lograrlo, se ha llevado a cabo el despliegue de un aula móvil digital, formación de docentes, el diseño de un modelo adaptado a la realidad de los campos de refugiados y la accesibilidad de los contenidos y la plataforma para el acceso de personas con discapacidad. Un año después de su nacimiento, el proyecto está presente en más de 400 escuelas y más de 1.500 docentes han recibido formación.

<https://profuturo.education/>

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



FUNDACIÓ BLANQUERNA

Premios escolares Blanquerna Impulsa

Con estos Premios, Blanquerna apoya a las escuelas de secundaria e institutos de Cataluña, Baleares y Andorra en el desarrollo de actividades que potencien los contenidos de la Agenda 2030, de manera que los ODS sean un plan de acción para los jóvenes y puedan llegar a ser una realidad. A la vez se quiere implicar, concienciar y movilizar empresas para que den soporte a esta iniciativa. Para cada edición se escogen dos ODS distintos dentro de las tres categorías que contemplan los Premios (ámbito comunicativo, educativo y salud) que, para este 2018, son "Fin de la pobreza" y "Energía asequible y no contaminante".

<http://www.premisblanquernaimpulsa.com/>

SANTALUCÍA

Apuesta por la igualdad

Santalucía ha puesto en marcha herramientas que permiten a las mujeres potenciar su desarrollo personal. Una de estas iniciativas es el programa Talent@ Femenino, incluido dentro del Programa Talent@. Nace con el objetivo de facilitar un espacio de reflexión en el que se puedan debatir temas específicos para potenciar el desarrollo y promoción del talento de las mujeres de Santalucía. En 2017, contó con 30 mujeres participantes, seleccionadas del grupo de técnicos del programa general Talento@ Técnico. El criterio de selección fue tener unas puntuaciones altas, tanto de desempeño como de potencial. Participaron mujeres de todo el Grupo en tres sesiones de trabajo grupales para abordar el autoconocimiento, cómo afrontar situaciones adversas, además del intraemprendimiento, la responsabilidad y el feedback constructivo.

<http://www.canvasconsultores.com/wp-content/uploads/2018/02/La-apuesta-de-Santalucia-por-la-Igualdad.pdf>

5 IGUALDAD DE GÉNERO





CORREOS

Campaña de concienciación

Correos promovió en 2017 una campaña de sensibilización contra la violencia de género bajo el lema #NOESNORMAL. Fue dirigida a los jóvenes y difundida a través de sus perfiles en las redes sociales y canales de comunicación. La iniciativa constó de una infografía que mostraba 12 situaciones de violencia de género centradas en los adolescentes como "No es normal que sea celoso, que te manipule, que te controle el móvil..." y un vídeo con el objetivo de dar visibilidad a estas conductas violentas, con el objetivo de contribuir a una sociedad sin violencia de género desde la juventud. Igualmente, los carritos de reparto de Correos de toda España mostraron la cartelería con la imagen y el lema "Cuando hay maltrato en una pareja, no son sólo cosas de pareja. No permitas la violencia de género" sumándose, así, a la campaña institucional del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a través de la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género.

http://www.correos.es/ss/Satellite/site/info_corporativa-1363199644670-contenidos_multimedia/detalle_noticia-sidioma-es_ES

COCA COLA

Gira Mujeres

Gira Mujeres es el programa puesto en marcha por Coca-Cola para la capacitación personal y profesional, tanto de aquellas mujeres que quieran acceder al mercado laboral, como de las que desean hacer realidad una idea de negocio vinculada con el sector de la alimentación y bebidas. Para ello, cuenta con tres itinerarios adaptados a los diferentes objetivos de las participantes: emprender sin una idea de negocio desarrollada o con una poco avanzada; emprender con una idea de negocio ya definida o emplearse. Para el desarrollo del proyecto Coca Cola cuenta con el apoyo de Cruz Roja, Fundación Mujeres, Alma Natura y el Impact Hub. Han participado un total de 4.643 mujeres de toda España en la primera edición.

<https://www.cocacolaespana.es/historias/gira-mujeres-capacitando-espanolas-empresan>





BANCO DE CRÉDITO SOCIAL COOPERATIVO

Mejora de la eficiencia en el uso del agua y los fertilizantes en agricultura

El Grupo Cooperativo Cajamar, a través de sus centros de experimentación, lleva a cabo proyectos de I+D+i para la mejora del conocimiento de las necesidades de agua y nutrientes de los cultivos a lo largo de las distintas fases de crecimiento. Además, crea las herramientas y las tecnologías que ayudan a la toma de decisiones de los agricultores, mejorando considerablemente la eficiencia en el empleo de estos dos insumos. Con dicha mejora se conseguirán claros beneficios ambientales, al aumentar la disponibilidad de agua y reducir la contaminación; pero también beneficios económicos, al disminuir el coste que tienen que soportar las explotaciones.

http://www.pactomundial.org/GuiaODSa goalimentacion/page_1.html

FERROVIAL

Mejora de las infraestructuras de agua potable y saneamiento en El Tambo y Bolívar (Cauca, Colombia)



Ferrovia y Save the Children, dentro del Programa de Infraestructuras Sociales, han llevado a cabo el desarrollo de infraestructura, sensibilización comunitaria y capacitación local para la mejora del suministro de agua potable y del saneamiento en escuelas y comunidades en El Tambo y Bolívar, Colombia. Esta intervención ha contribuido al programa liderado por el PNUD, Programa Conjunto "Territorios productivos y con seguridad alimentaria para una población resiliente y en paz, en ecosistemas estratégicos en el Cauca", mediante soluciones de infraestructura que mejoren el acceso al agua de comunidad, incidiendo directamente en el fortalecimiento del liderazgo local para la construcción de paz y el desarrollo sostenible y la mejora de la autonomía y la seguridad alimentaria y nutricional, a partir de los saberes propios de las comunidades. El número de beneficiarios estimado es de 7.649.

<https://www.ferrovial.com/es/nuestro-compromiso-ferrovial/responsabilidad-corporativa/programas-sociales/infraestructuras-sociales/>

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



ESTEVE

Medidas de eficiencia energética

Esteve puso en marcha en 2016 la instalación de 5.000 m² de placas fotovoltaicas en la cubierta de la fábrica de Martorelles (Barcelona), destinadas a la obtención de energía eléctrica para el autoconsumo. La superficie es la mayor instalación de placas solares de Catalunya y la segunda de España. La potencia eléctrica de 400KW de las placas fotovoltaicas, distribuidas en las cubiertas de los dos silos y las oficinas de logística, permite generar 500.000Kwh al año de energía limpia, cantidad suficiente para abastecer a una población de 170 hogares y que supone a la empresa un ahorro en consumo eléctrico del 4% del total anual. Además, al generar electricidad de una forma respetuosa con el medioambiente, la instalación de placas solares evita la emisión de 140 toneladas anuales de CO₂ a la atmósfera, el dióxido de carbono que absorbe un bosque de 15.000 árboles en un año.

<http://www.pactomundial.org/2016/09/suma-gesto-resta-co2en-esteve-ods-7/>

IBERDROLA

Desarrollo de renovables

Iberdrola ratifica su compromiso con el desarrollo de las renovables, imprescindibles para avanzar en la transición energética hacia un modelo descarbonizado y combatir el cambio climático. La potencia renovable de Iberdrola a 31 de marzo de 2018 supera los 29.000 MW y dos tercios de la capacidad de generación del grupo están totalmente libres de emisiones. En su plan estratégico a 2022 Iberdrola va a seguir invirtiendo en energía renovables más de 11.500 millones de euros, ratificando su compromiso de reducción de la intensidad de emisiones de CO₂ en un 50% en el año 2030 respecto a los niveles de 2007 y de ser neutra en carbono en 2050. Iberdrola ha incorporado los ODS a su estrategia. En este sentido, la compañía ha ligado su plan de incentivos a largo plazo a su contribución a los ODS 7 y 13.

<http://www.iberdrolarenovablesenergia.com/>

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



COOPERATIVA DE VIVIENDAS ARROYO BODONAL

Vivienda sostenible emisión 0

Se trata del único edificio de viviendas de Europa que ha obtenido la certificación Leed Platinum, un diploma internacional que es el mayor reconocimiento posible a la construcción sostenible, eficientemente y respetuosa con el medioambiente. Con el fin de crear una cooperativa para construir viviendas con un fuerte impacto medioambiental positivo basado en la eficiencia energética, nació en 2015 la Cooperativa Arroyo Bodonal (Tres Cantos, Madrid) que abarca 80 viviendas en las que residen 220 personas, las cuales viven en un entorno que tiene un ahorro energético del 75,64%, y cuya emisión de CO2 disminuye en un 73,20%. Actualmente, estas viviendas obtienen mejores datos de consumo de energía (15 kWh/m2 al año frente a 248 del valor de referencia medio de Madrid) y en emisiones CO2 que son de 3 K. por metro2/año, frente a 56,3 de un inmueble normal.



<http://www.lavanguardia.com/local/madrid/20171120/432927625442/casa-arroyo-bodonal-casi-no-gasta-electricidad-leed-platinum.html>

GRUPO SANTANDER

Emprendimiento universitario

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



Banco Santander en colaboración con 40 universidades de siete países lanzó en 2017 Santander X. Se trata de una red de colaboración en la que universidades y emprendedores de todo el mundo pueden colaborar, compartir ideas y conocimientos e, incluso, atraer inversión. Permite a las universidades compartir mejores prácticas, monitorizar sus programas de emprendimiento y medir su impacto. La plataforma Santander X ofrece un espacio digital abierto y colaborativo en el que los estudiantes y los emprendedores tienen acceso a los recursos de la comunidad. Pueden ponerse en contacto con otros miembros del ecosistema Santander X para desarrollar sus proyectos, encontrar nuevas oportunidades, colaboradores y mentores, o solicitar asesoramiento al departamento de emprendimiento de su universidad. En los próximos años Santander destinará 50 millones de euros en apoyo a programas de emprendimiento en las universidades.

https://www.santander.com/cs/gs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/Sala-de-comunicacion/Santander-Noticias/2017/10/17/Banco-Santander-y-40-universidades-crean-Santander-X-la-mayor-plataforma-del-mundo.html



BANKIA

Contribución a los ODS con el fondo de inversión

Bankia ha lanzado el fondo de inversión Bankia Futuro Sostenible de renta variable global que utiliza una estrategia de inversión socialmente responsable denominada "inversión de impacto", y las entidades en las que invierte se seleccionan por su impacto positivo en la contribución a los ODS, principalmente en pobreza y desigualdad, alimentación y lucha contra el hambre, agua limpia y saneamiento, salud y bienestar, cambio climático y medioambiente, y derechos humanos y laborales. Para gestionar el fondo cuenta con un asesor externo independiente especializado en incorporar aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno al proceso de selección de inversiones. También existe un Comité Ético para vigilar que cumple con el ideario socialmente responsable del fondo.

<https://www.bankia.es/es/particulares/ahorro-inversion/fondos-de-inversion/buscadorFondos/bankia-futuro-sostenible-fi-clase-universal>

REPSOL

Relación con comunidades

Con el programa Community Needs Assesment, Repsol ha establecido un diálogo abierto para abordar algunas preocupaciones de las comunidades donde opera.

Un ejemplo, está en los proyectos de desarrollo local que ha implementado en Papúa Nueva Guinea: una granja de verduras orgánicas; la instalación de tanques de agua potable y de un laboratorio de ordenadores; el desarrollo de planes y uso de recursos económicos para el sustento de familias. Con el propósito de forjar una relación de confianza y buscar el win-win.

https://www.repsol.energy/imagenes/global/es/informe_sostenibilidad_repsol_2016_tcm13-63403.pdf

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO





VODAFONE

ReConnect

El Programa ReConnect de Vodafone consiste en la incorporación de mujeres en plantilla que, por motivos familiares, se han visto obligadas a retirarse de sus puestos de trabajo durante un tiempo. Durante el proceso de selección, las candidatas pueden formarse en una plataforma exclusiva para ellas con la que actualizar sus conocimientos y aumentar su grado de empleabilidad. Para facilitar su incorporación, se ha desarrollado una política flexible, mediante la cual durante los primeros 6 meses contarán con una reducción de jornada de 30 horas retribuida con salario completo y un programa de formación y acompañamiento específico que les ayude a adaptarse a su puesto y a la empresa. Los objetivos son: incorporar 1.000 mujeres a nivel mundial (500 en posiciones de gestión y 500 en puestos de contacto directo con clientes) y reforzar la línea de puestos de gestión hasta llegar al mínimo de 30% de representación femenina.

<https://www.vodafone.es/c/conocenos/es/vodafone-espana/trabaja-con-nosotros/reconnect/>

ILUNION

Réplica en Colombia del modelo socioempresarial de inclusión

Ilunion ha iniciado un proceso de internacionalización basado en la réplica de su modelo de negocio, que ha culminado con la apertura de su primera planta de lavandería industrial en Medellín en diciembre de 2017. Este proceso ha requerido una alianza empresarial con socios locales y el establecimiento de un marco de relaciones con el tejido asociativo del país, trabajando con los servicios de empleo y formación y los servicios sociales del ayuntamiento de la ciudad para articular los procesos de reclutamiento, selección, empoderamiento y formación.

<https://www.ilunion.com/es/conocenos/quienes-somos>

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



WAZO SOCIEDAD COOPERATIVA

Creación de Comunidad de profesionales de las Industrias creativas y culturales para la reducción del desempleo juvenil

Extremadura es una de las regiones más deprimidas de España. El desempleo juvenil es del 49.7%, con un 54.8% para las mujeres jóvenes. Más de 100.000 personas abandonaron la región en los últimos 5 años huyendo de la falta de oportunidades y precariedad.

Por otro lado, Extremadura cuenta con 356 infraestructuras culturales, 42 teatros de la Red Nacional, 7 conservatorios, 1 escuela de arte dramático, varias ciudades patrimonio de la humanidad de la UNESCO... La cultura es un recurso endógeno.

La buena práctica propuesta es la profesionalización de los jóvenes de las industrias creativas y culturales, promoviendo el liderazgo participativo y el movimiento cooperativo para la reducción de la tasa de paro juvenil.

<https://www.wazogate.com>

ACCENTURE ESPAÑA

Consultoría Responsable

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



Accenture España lanzó en el 2015 la iniciativa "Consultoría Responsable" orientada al cumplimiento de los ODS en 3 fases: sensibilizar a sus clientes sobre la Agenda 2030 compartiendo sus buenas prácticas por ODS; crear alianzas proponiendo proyectos que contribuyan principalmente a aquellas metas de los ODS 8, 9 y 17 relacionadas con una inversión en tecnología e innovación y proponiendo soluciones que ayuden a sus clientes a minimizar o compensar determinados impactos a través de los ODS

Este modelo de "Consultoría Responsable" proporciona medios y alianzas para el bloque de Tecnología del ODS 17 y contribuye especialmente a fomentar la inversión de sus clientes en puntos concretos de determinadas metas del ODS 8 y muy especialmente del ODS 9.

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



GRUPO ANTOLIN

Reutilización de residuos

Grupo Antolin fomenta la gestión eficiente de sus recursos a través de productos y procesos industriales que reducen el impacto medioambiental. La compañía ha investigado posibles usos para el reciclaje de los residuos provenientes de la fabricación de techos de automóviles. Este proceso dio lugar a la aparición del Coretech, un producto que funciona como sustitutivo de la madera y que se usa por sus prestaciones y propiedades acústicas y aislantes. Todas estas características del Coretech llamaron la atención de Naciones Unidas, que a través de su Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), firmó un acuerdo de colaboración con Grupo Antolin para fomentar el cumplimiento de las prioridades incluidas en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, con lo que se convirtió así en una de las primeras empresas españolas del sector de la automoción en alcanzar un acuerdo de este tipo.

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/10/29/empresas/1477700619_543736.html

INDRA

Big data para mejorar el sector del transporte y la logística

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



Indra, lidera el proyecto de I+D+i *Transforming Transport*, que pretende demostrar de forma tangible cómo las cantidades masivas de datos generadas por el sector del transporte y la logística pueden ser explotadas de manera innovadora mediante las últimas tecnologías de *big data*, para mejorar la gestión de la movilidad y el servicio prestado a los usuarios.

Se trata de uno de los mayores proyectos financiados por la Comisión Europea en el marco del programa Horizonte 2020 donde Indra participa a través de Minsait, la unidad de Indra que da respuesta a los retos de la transformación digital. Con este proyecto se pretende ahorrar más de 450.000 millones de euros en combustible y tiempo en el conjunto de las economías mundiales.

https://www.indracompany.com/sites/default/files/170320_np_indra_lidera_el_proyecto_transforming_transport_que_utilizara_el_big_data_para_mejorar_la_movilidad_en_europa.pdf

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



ORANGE

Gigas solidarios

Gigas solidarios tiene la finalidad de dotar de conexión a Internet gratuita durante un año a familias que se encuentren en situación de vulnerabilidad socioeconómica y que cuenten con hijos escolarizados menores de 18 años. El proyecto tiene como objetivo llegar a 1.000 familias. A través de la colaboración de los clientes de Orange y su apoyo a la iniciativa con los megas no consumidos de su tarifa a final de mes, por cada 500 GB donados, una nueva familia se beneficia del proyecto. Están involucrados tanto la empresa, como sus empleados, que ejercen de voluntarios para realizar las entregas de los equipamientos, ayudar a los beneficiarios a la primera puesta en marcha y configuración de los equipos y a impartir la formación sobre su uso.



<https://gigassolidarios.orange.es/>

METRO DE MADRID

Línea de Apoyo para el Refuerzo de la Autonomía (L.A.R.A)

Metro de Madrid cuenta con el programa Línea de Apoyo para el Refuerzo de la Autonomía (L.A.R.A), que contribuye a la integración social de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo a través de la mejora de la atención a este colectivo en la red de Metro, favoreciendo y facilitando su autonomía. La línea de actuación L.A.R.A tiene tres objetivos: Impulsar el Plan de Accesibilidad e Inclusión de Metro de Madrid 2016-2020, que permitirá pasar de 189 a 218 estaciones totalmente accesibles; favorecer la normalización de la imagen del colectivo de personas con discapacidad dentro y fuera de la red de Metro y facilitar la inclusión social. Está dotado de un presupuesto superior a los 145 millones; permitirá la adecuación de las instalaciones de Metro y la implantación de medidas complementarias con el objetivo de ofrecer un transporte público más inclusivo.

<https://www.metromadrid.es/es/comunicacion/prensa/2018/Abril/noticia05.html>





GRUPO EULEN

Eliminación de la discriminación de personas con VIH

En 2016 el Grupo EULEN comenzó la colaboración con la Fundación Trabajando en Positivo, tras la firma de un convenio de colaboración en 2015. Esta Fundación trabaja de forma específica y conjunta con distintas entidades que tienen por aspiración principal la eliminación de la discriminación existente en el mundo laboral hacia las personas con el VIH. Desde la firma del convenio, se han incorporado 105 empleados a través de esta Fundación.

https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop_2017/424491/original/Informe_RS_C_2016.pdf?1507293439

INTEGRA TODOS S.L.

Del pesimismo del análisis al optimismo de la acción

Esta empresa de economía social dedicada a la integración sociolaboral de personas en riesgo o exclusión social está ubicada en la Comarca de la Sierra del Segura (Albacete). Ha impulsado tres líneas productivas: Costurizate, Cultivate y Transfórmate desde criterios agroecológicos e inclusivos: energías renovables, materiales sostenibles, criterios de economía circular, agricultura ecológica, gestión del agua, etc. La labor es formar a personas en vulnerabilidad social a fin de que, gracias al empoderamiento y la formación, obtengan un empleo a través de alianzas con diferentes administraciones y organismos.



<http://asociacionentretodos.org/>



MIRAVERINTEGRACIÓN PUENTE LADRILLO SL

Inserción sociolaboral

Esta empresa de economía social actúa en varios sectores económicos siempre dentro del ámbito de la inserción de personas en riesgo de exclusión contribuyendo a varios objetivos entre los que destacan: acciones individuales de acompañamiento y entrenamiento (coaching) para los trabajadores; asegurar a los trabajadores una flexibilidad horaria y la autogestión del tiempo de trabajo; ejecución del proyecto "Nana Bunilda" de acogida de los hijos de trabajadores con edades de entre 1 a 14 años en periodos de vacaciones; desayunos saludables sin coste.

<http://www.miraverintegracion.com>

COOPERATIVA GRUPO SOROLLA EDUCACIÓN (MARTÍ SOROLLA COOP. V)

Becas Grupo Sorolla Educación



Grupo Sorolla Educación beca a su alumnado para acceder al comedor garantizando una dieta completa y saludable. Se beca el 100% del menú diario al alumnado con necesidades económicas justificadas, completando la beca parcial de la administración o sufragando el 100% del importe, destinando a este fin 17.000 € anuales. Además, convoca anualmente el Programa de Ayudas Económicas "Academic Scholarships", que premia a jóvenes con buen expediente académico y escasos recursos con descuentos sobre la escolaridad y los servicios que prestan sus colegios, así como para recompensar los mejores expedientes académicos entre su alumnado. La cooperativa destina a este fin 75.000 € anuales.

<https://www.gruposorolla.es>

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



CALIDAD PASCUAL

Plan de Movilidad sostenible

Calidad Pascual dentro de su Plan de Gestión Medioambiental, cuyo objetivo es reducir en un 20% sus emisiones de CO2 derivadas de la movilidad, cuenta con el Plan de Movilidad Sostenible, a través del cual en 2016 incorporó 13 camiones híbridos que se unieron al resto de la flota de la compañía en Madrid. Actualmente, la compañía cuenta en esta provincia con más de 120 vehículos sostenibles (eléctricos, híbridos, GLP y gas licuado), que emiten un 99% menos de partículas NOX y en suspensión.

También colabora con la ETSI Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid analizando nuevos proyectos y escenarios de movilidad sostenible en la distribución y comercialización urbana de mercancías con vehículos y furgoneta VE, así como en la digitalización de la movilidad en la compañía.



<https://www.calidadpascual.com/lo-que-contamos/calidad-pascual-primera-empresa-en-medir-el-total-de-las-emisiones-de-su-flota-comercial>

ENDESA

Plan de movilidad sostenible

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



El plan industrial y la estrategia de sostenibilidad de Endesa propugnan la electrificación de la sociedad: el uso de la electricidad para satisfacer las necesidades energéticas domésticas, industriales y de transporte. Por ello, cuentan con una oferta comercial para impulsar el vehículo eléctrico, han fijado objetivos ambiciosos de electrificación de su flota de vehículos e incentivan que sus empleados usen el vehículo eléctrico a través de medidas como el e-carsharing, la bicicleta eléctrica o el programa de vehículos eléctricos para empleados, mediante el cual 534 trabajadores han accedido a tener un vehículo eléctrico propio. El objetivo a 2020 es que más del 10% de la plantilla disponga de vehículo eléctrico.

<https://www.endesa.com/es/prensa/news/d201712-empleados-endesa-tienen-coche-electrico-particular.html>



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



MAHOU SAN MIGUEL

Impulsando la RC entre los proveedores

Mahou San Miguel ha desarrollado junto a la Red Española del Pacto Mundial su programa "Avanzamos Juntos" para potenciar la sostenibilidad entre sus proveedores y poner en valor la gestión responsable en toda la cadena de suministro. Para ello, organiza diferentes sesiones de formación teórica y práctica, orientadas a identificar acciones de sostenibilidad en áreas como recursos humanos, gestión ética del negocio, protección del medioambiente y compromiso con la sociedad. Durante los años que lleva el proyecto en marcha se han realizado 8 sesiones, 288 proveedores estratégicos han sido formados y 7 empresas se han adherido a Pacto Mundial.



<https://www.mahou-sanmiguel.com/es-es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/mahou-san-miguel-potencia-la-sostenibilidad-entre-sus-distribuidores>

MANGO

Recuperación y reciclaje textil

Mango tiene un proyecto de recogida textil que actualmente cuenta con 80 puntos en España y 17 en otros países europeos, a través del cual ha recuperado más de 2,5 toneladas de ropa. De esta manera, extiende su responsabilidad como productor de residuo textil y ofrece a sus clientes la posibilidad de dar una segunda oportunidad a su ropa y calzado usado de cualquier marca. Todo lo recogido es procesado en los centros de recuperación y reciclaje Koopera donde son clasificados en categorías para reutilizarse, volver a convertirse en materia prima o reciclarse para nuevas funciones, tales como aislamiento térmico, relleno de sofás o valorización energética.

https://shop.mango.com/iframe.faces?ts=1525065056513&state=she_001_ES

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



2 HAMBRE CERO



EL CORTE INGLÉS

La Biosfera del Corte Inglés

La Biosfera del Corte Inglés es un espacio diferenciado y centrado en alimentos y productos bio, ecológicos y orgánicos, que se encuentra dentro de los supermercados de El Corte Inglés. Presenta cerca de 1.500 productos de este universo, cuenta con una señalización propia, mobiliario, iluminación y materiales nobles como la madera, así como con personal especializado para asesorar al cliente. La compañía quiere mostrar con esta apuesta su compromiso con el fomento de los hábitos de alimentación saludables y la innovación. En 2017 contaba con 17 de estos espacios.

<https://www.elcorteingles.es/aptc/reportajes/el-corte-ingles-la-biosfera/>

IKEA IBÉRICA

Salvemos los muebles

Su objetivo es facilitar a los clientes prolongar la vida de sus productos a lo largo de todas las etapas de uso: Cuida: acceso sencillo a las instrucciones y a consejos prácticos de cuidado. Repara: acceso a tornillería y disponibilidad de piezas sueltas para facilitar la reparación. Customiza: vídeos tutoriales para inspirar segundas vidas a los productos Ikea. Vende: servicio de compra de muebles de Ikea usados. Además, se ha realizado un acuerdo con Vibbo para facilitar la compra y venta de productos de segunda mano entre los consumidores. Dona: recogida de textil de hogar usado en colaboración con Cáritas. Recicla: potenciar el reciclaje de bombillas usadas incentivando el apoyo a una causa solidaria o el cambio a la tecnología led. Entre diciembre 2016 y septiembre 2017 sólo en las tiendas de Madrid se han registrado 50.000 visitas a la web, casi 500.000 visitas a los vídeos y más de 650 muebles comprados.

https://www.ikea.com/ms/es_ES/campaigns/salvemos-los-muebles/vender-mis-muebles.html

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



ACCIONA

Empresa neutra en carbono desde 2017

Acciona consiguió de manera pionera en su sector ser una empresa neutra en carbono desde 2016. Los gases de efecto invernadero ese año alcanzaron las 817.204 toneladas, que la compañía compensó con la adquisición de certificados de reducción de emisiones otorgados por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) procedentes de proyectos eólicos en México. Además, en ese año evitó la emisión a la atmósfera de 14,8 millones de toneladas de CO₂ gracias a su actividad de generación de energía a partir de fuentes exclusivamente renovables.

<https://www.acciona.com/es/noticias/acciona-insta-companias-sumar-se-modelo-neutralidad-carbono/>

OHL

Proyecto de I+D eGEO



OHL, en colaboración con Ferroatlántica, la Universidad de Vigo y el centro tecnológico Aimen, ha lanzado el proyecto de I+D eGEO para luchar contra el cambio climático.

El objetivo principal es el desarrollo de nuevos materiales de construcción ecológicos que permitan luchar contra el cambio climático mediante el uso eficiente de recursos y materias primas. El proyecto plantea la fabricación de un nuevo conglomerante (hormigón ecoeficiente) que requerirá menos energía, y utilizará una materia prima de bajo coste. Se trata de una tecnología que permitirá la fabricación de geopolímeros como sustitutos del cemento.

<http://www.ohl.es/sala-de-prensa/noticias/2016/marzo-2016/160317-ohl-lanza-el-proyecto-de-iplus-d-egeo-para-luchar-contr-el-cambio-climatico/>

13 ACCIÓN
POR EL CLIMA

BALEÀRIA

Motor auxiliar de gas natural
licuado

Baleària es pionera en España en el uso del gas natural licuado (GNL), un combustible que reduce las emisiones a la atmósfera. Han instalado un motor auxiliar y un tanque de GNL de 30 metros cúbicos en el ferry Abel Matutes de Baleària, que opera la ruta entre Barcelona y Palma de Mallorca. El nuevo motor está integrado en la planta eléctrica del barco, permitiendo un funcionamiento con cualquiera de los auxiliares y sin impacto visual. El barco consume gas natural en las maniobras de aproximación y salida del puerto y para la producción de energía eléctrica durante el tiempo que está atracado, sustituyendo al combustible habitual. El ferry, que tiene una eslora de 190 metros, dispone de una capacidad de 900 personas y 2.235 metros lineales de carga rodada. Con la operatividad de este motor auxiliar se consigue una reducción de emisiones anual de cerca de 4.000 toneladas CO₂, más de 60 toneladas de óxido de nitrógeno (NO_x), 6 toneladas de óxido de azufre (SO_x).

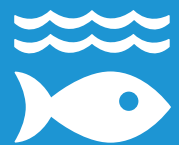
<https://www.balearia.com/es/innovacion>

AUCHAN

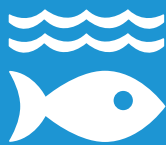
Política de pesca sostenible

Auchan cuenta con una política de pesca sostenible que promueve la restauración de poblaciones de peces y ecosistemas marinos. Fruto de ésta, se compromete a no comercializar atún sin certificado ICCAT (Comisión Internacional para la Conservación del Atún Atlántico) o productos procedentes de pesca ilegal, a aumentar las tallas mínimas exigidas, dar prioridad a la pesca sostenible, a apoyar a los proveedores locales, comercializar productos MSC (*Marine Stewardship Council*) y analizar y controlar de forma diaria los requisitos legales. Además, ha llevado a cabo una campaña de concienciación ciudadana llamada #miMar-suMar, sobre la importancia de consumir pescado de forma responsable.

<http://porunconsumoresponsable-alcampo.es/wp-content/uploads/2017/06/politica-pesca-sostenible-auchan-retail.pdf>

14 VIDA
SUBMARINA

14 VIDA SUBMARINA



IBEROSTAR

Eliminación del 100% de plásticos de sus habitaciones

IBEROSTAR elimina los plásticos desechables en el 100% de las habitaciones. Con límite verano de 2018 se hará efectivo en los 36 hoteles de España y en 2019 los más de 110 hoteles del Grupo serán *single use plastic free*. Con ello se evitará el consumo de más de 175 toneladas de plástico anuales. La reducción de la contaminación plástica es, junto al fomento de la pesca sostenible certificada, la conservación y protección de los arrecifes de coral y el cuidado del mar Mediterráneo, uno de los pilares del proyecto "Una ola de cambio", que forma parte de la política de sostenibilidad del Grupo Iberostar y canaliza su compromiso medioambiental en línea con los ODS.

<http://iberostarsingleuseplasticfree.com/iberostar-es/>

COFRADÍA DE PESCADORES DE SANTA POLA (ALICANTE)

Reserva marina de la Isla de Tabarca

La Cofradía de Santa Pola es una de las tres más importantes del Mediterráneo por su flota, afiliados, volumen económico, labor social y medioambiental. Además de las actividades de reciclaje en puerto y recogida de residuos en el mar (plásticos, metales, etc.), sus barcos, en coordinación con la Cofradía de Tabarca, gestionan la reserva marina de la Isla de Tabarca, creada por el Gobierno en 1986. Las Cofradías, además de contribuir a proteger la flora y fauna de sus aguas y fondos, se encargan de: por un lado, a proteger, regenerar y desarrollar los recursos pesqueros para el mantenimiento de pesquerías sostenibles que permitan a los pescadores artesanales preservar su modo tradicional de vida, objetivos que se consiguen a través de la reducción del impacto de la pesca en la zona protegida. Por otro lado, a la investigación marina y observación de la naturaleza: los fondos conservados de Tabarca permiten la realización de actividades reguladas de bajo impacto (buceo y en apnea), así como la investigación científica.

<http://cofradiapescadoressanta-pola.es/la-cofradia/>

14 VIDA SUBMARINA





REVENGA SMART SOLUTIONS

Aplicación para siembra forestal

Grupo Revenga ha creado una solución para la siembra de superficies incendiadas. El proyecto se ha desarrollado junto a Sylvestris, consultora especializada en medioambiente y desarrollo rural. El dron utilizado es un multicoptero de 8 motores, un peso de 6 kg, una autonomía de 25 minutos y capaz de transportar hasta 8 kg de peso, lo que permite sembrar de 1 a 3 hectáreas por vuelo. Puede sembrar en superficies incendiadas, como bosques o pastos, y en terrenos de difícil acceso, como barrancos o desfiladeros. Se trabaja en otras posibles aplicaciones del mismo, como el lanzamiento de fertilizantes, la alimentación en piscifactorías o la distribución de sal en zonas remotas.

<https://youtu.be/bK3YgSfrh9U>

BANKINTER

Guía para el sector financiero



Bankinter lidera en España el proyecto piloto "Guía para el sector financiero del Natural Capital Protocol", que facilitará al sector financiero conocer el impacto ambiental de sus políticas de inversión respecto al capital natural, en términos no solo de emisiones, sino también de impacto en la biodiversidad terrestre y marítima, en los recursos naturales (agua, usos del suelo, etc.) y el peso y el riesgo de cada uno de los sectores en los que invierte respecto a futuras regulaciones. Es un proyecto en colaboración con *Natural Capital Coalition* (iniciativa impulsada por el Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente).

<https://webcorporativa.bankinter.com/www/webcorp/swf/memoria2017/eje-medioambiental.html>

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



SUEZ WATER SPAIN

Programa de voluntariado ambiental

Suez Water Spain cuenta con el programa de voluntariado ambiental BiObserva, un proyecto de ciencia ciudadana, donde los participantes (personal adscrito a plantas de tratamiento de la compañía) aportan información clave sobre la observación de aves en las instalaciones, contribuyendo a la ciencia ornitológica y aportando información necesaria para estudiar el cambio de su comportamiento debido al cambio climático. El programa permite el conocimiento del propio entorno por parte de los empleados, información para implantar acciones de biodiversidad o involucración de los grupos de interés. Después de un año, 97 voluntarios han dedicado un total de 326 horas al programa y en un total de 1.203 jornadas han proporcionado más de 10.000 observaciones de aves.

<https://www.biobserva.com/main/noticias/Un-ano-de-BiObserva-----1523291739>

NECHI

Formación para empleados en anticorrupción

Nechi Group lleva a cabo diversas actividades con sus empleados para formarles y concienciar en materia de transparencia. En 2017 han realizado una formación en anticorrupción y su conexión con los ODS, a través de formación teórica y dinámicas, para simular situaciones reales a las que podrían verse expuestos a casos de corrupción y ayudarlos a actuar con ética. Las sesiones se estructuran con rolplayings, debates, pautas y conclusiones.

http://compactlink.pactomundial.org/services/documentmanager/file_handlers/embed_file.php?h-fe0704326a7caf0f16022d2ed324babb1515407253

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



**16 PAZ, JUSTICIA
E INSTITUCIONES
SÓLIDAS**



BBVA

Debida diligencia

BBVA comenzó su proceso de debida diligencia en 2016 según el marco de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, la revisión se centró en cinco áreas de análisis: interno (recursos humanos y medioambiente), proveedores, clientes, asuntos transversales (fiscalidad, ciberseguridad y privacidad) y negocio de capital propio. El proceso se ha traducido en un nuevo compromiso en derechos humanos aprobado en 2018 y en un plan de acción para el periodo 2018-2020 que abarca a todo BBVA y su ecosistema, desde los empleados, hasta los clientes, pasando por proveedores para reducir las brechas identificadas en cada una de las áreas.

<https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2018/03/Planes-de-accion-DDHH.pdf>

PRISA

Acuerdo FAO

La FAO y el grupo PRISA colaborarán para mejorar la información sobre cuestiones relacionadas con el hambre, la agricultura y la alimentación. Como parte del nuevo acuerdo, El País ampliará su cobertura sobre el hambre, la nutrición y los desafíos a los que se enfrentan los productores y consumidores de alimentos en todo el mundo. Esto incluye temas como el uso de la tierra, la seguridad alimentaria, la inocuidad de los alimentos, la malnutrición, el desperdicio de alimentos, la pobreza, el cambio climático, la salud global o la educación y la innovación como motores para el desarrollo.

<http://www.pactomundial.org/2016/07/prisa-apoya-e-impulsa-la-informacion-desarrollo-sostenible/>

**17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS**



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



SPB

Iniciativa de trabajo colaborativo

SPB participa en la iniciativa de trabajo colaborativo "Valencia Brilla", impulsada por un grupo de empresas valencianas y apoyadas por diferentes entidades públicas y privadas, entre ellas la Generalitat Valenciana. La misión compartida de la iniciativa es triple: aunar esfuerzos en RSE, posicionando a la sociedad valenciana (empresas, organizaciones, personas,) como agentes comprometidos; fomentar las organizaciones saludables y colaborar con la sociedad en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<http://www.spb.es/blog/blognoticias/view/run-to-the-moon-2018-ya-esta-en-marcha/language:esp>

ADMINISTRADOR DE INFRAESTRUCTURAS FERROVIARIAS ADIF

Proyecto GoODS

Este proyecto vincula todos los objetivos estratégicos recogidos en el "Plan Transforma 2020" con los ODS en busca de alianzas que promuevan, activamente, un incremento de nuestra contribución a la consecución de los mismos. El proyecto cuenta con dos ejes principales: por un lado, establecer un sistema de indicadores internos y seguimiento que permita monitorizar mensualmente los avances realizados, así como un modelo de reporting que garantice mecanismos transparentes y participativos para su seguimiento. Por otro, asumir un papel protagonista en la labor de comunicación de los ODS mediante un esfuerzo de pedagogía pública para hacer llegar a la sociedad una Agenda que desconocen y que ofrece oportunidades de colaboración.



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS





Pacto Mundial
Red Española