

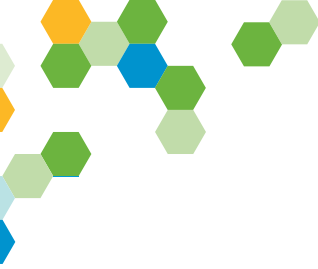


INFORME ESPECIAL

Los retos de las empresas frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Bogotá, abril 2016

d+i desarrollando
ideas
LLORENTE & CUENCA



1. INTRODUCCIÓN
 2. UN PASO ADELANTE EN PRO DEL BIENESTAR DE LA HUMANIDAD
 3. EL SECTOR PRIVADO: GRAN PROTAGONISTA DE LA AGENDA 2030
 4. CONCLUSIONES
 5. NUEVA AGENDA DE DESARROLLO
- AUTORA

1. INTRODUCCIÓN

836 millones de personas viven en la pobreza extrema. Hoy una de cada cinco personas de las regiones en desarrollo subsiste con menos de 1,25 dólares al día. Para 2030 se espera erradicarla y “reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones”¹. Este es uno de los objetivos más ambiciosos aprobado el 25 de septiembre de 2015 por los 193 Estados Miembro de las Naciones Unidas y está incluido en el Plan de Desarrollo Sostenible.

Desde su aprobación mucho se ha dicho acerca de los ODS. Algunos los califican de confusos y se asegura que hacer seguimiento a una agenda tan compleja no es fácil. La hoja de ruta que deben seguir empresas y gobiernos en los próximos 15 años tiene 17 objetivos que se desglosan en 169 metas. “Es tan amplia que hay peligro de que se convierta en inoperante”, dice Gonzalo Fanjul, investigador y activista contra la pobreza².

¹ Naciones Unidas. *Objetivos de Desarrollo Sostenible. 17 Objetivos para transformar nuestro mundo*. Disponible en: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

² El País. *Ya tenemos 17 Objetivos, ¿y ahora qué?* Disponible en: http://elpais.com/elpais/2016/02/26/planeta_futuro/1456484933_719548.html

“En 2030 se espera que los habitantes del planeta tengan bienestar y prosperidad sin dejar de lado la protección del medio ambiente”

2. UN PASO ADELANTE EN PRO DEL BIENESTAR DE LA HUMANIDAD

Sin duda alguna los ODS, son la evolución de los Objetivos del Milenio –ODM–, son más ambiciosos e incorporan temáticas nuevas como el cambio climático, el consumo responsable, la paz y la justicia, entre otros. En 2030 se espera que los habitantes del planeta tengan bienestar y prosperidad sin dejar de lado la protección del medio ambiente para garantizar que las generaciones futuras tengan acceso a los recursos como lo tenemos hoy.

Amina J. Mohammed, asesora especial del Secretario General de las Naciones Unidas Ban Ki-moon sobre la Planificación del Desarrollo dijo: “Hemos aprendido de los ODM (...). El Plan de Desarrollo Sostenible en realidad es una respuesta más amplia y más profunda de los desafíos que tenemos. Y se trata en conjunto de la situación económica, la social y las dimensiones ambientales que tenemos. Creo que eso es importante, ya que estamos hablando de un programa universal, en el que no vamos a dejar a nadie atrás”³.

Sin embargo, el reto es grande para los actores responsables de su consecución, Jan Vande-moortele, considerado padre de los Objetivos del Milenio dice: “hay mucha confusión sobre qué hay que hacer con lo que tenemos. El documento es poco claro, es un monstruo que solo unos pocos en Nueva York entienden”⁴.

3. EL SECTOR PRIVADO: GRAN PROTAGONISTA DE LA AGENDA 2030

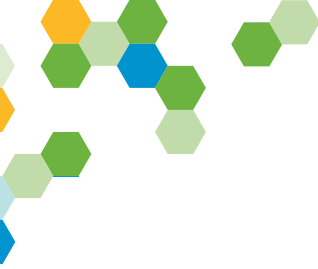
Hoy se plantea una responsabilidad compartida, que incluye multiplicidad de actores comprometidos, generando alianzas, redes y trabajo en equipo para construir sociedades sostenibles. Estos retos en materia de desarrollo plantean desafíos no solo para los Estados, también para las empresas, que se convierten en protagonistas de la consecución de los ODS.

La Organización de Naciones Unidas reconoce su fuerza transformadora, porque éstas son las fuentes principales de recursos económicos y participan en la mejora de la calidad de vida de las personas⁵. Todos los sectores productivos y las empresas sin importar su tamaño pueden contribuir.

³ UN News Centre. Interview with Amina J. Mohammed, Secretary-General's Special Adviser on Post-2015 Development Planning Disponible en: <http://www.un.org/apps/news/newsmakers.asp?NewsID=113#sthash.CxxuJkFN.2jwx8Rx7.dpuf><http://www.un.org/apps/news/newsmakers.asp?NewsID=113>

⁴ El País. Ya tenemos 17 Objetivos, ¿y ahora qué? Disponible en: http://elpais.com/elpais/2016/02/26/planeta_futuro/1456484933_719548.html

⁵ Sostenibilidad para todos. La empresa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <http://www.sostenibilidad.com/empresas-y-objetivos-desarrollo-sostenible>



“Las empresas deben desarrollar sus negocios de manera responsable”

¿Cómo hacerlo? Es fundamental que las compañías trabajen en dos frentes:

A) INCLUSIÓN DE LOS ODS EN SUS PROGRAMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

- **Construcción y revisión de los planes de RSC a la luz de los ODS.**

Las empresas deben desarrollar sus negocios de manera responsable. Las compañías que están en proceso de construcción de su estrategia de RSC tienen la oportunidad de hacerlo en línea con los ODS y las que ya la tienen construida y consolidada pueden hacer una revisión para determinar dónde están contribuyendo y qué ajustes deben hacer.

En este punto es fundamental entender que según el Pacto Global no todos los ODS son relevantes para todas las empresas, grandes y pequeñas, pueden contribuir.

La brújula existe y hay herramientas para hacerlo. El GlobalReporting Initiative (GRI), The United Nations Global Compact (Pacto Global) y el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) desarrollaron el SDG Compass un protocolo de actuación que busca facilitar a las compañías a identificar cuál puede ser su aportación y fomentar que adquieran compromisos y que comuniquen sus avances en este tema⁶.

- **Conocimiento del entorno: más allá del área de influencia.**

Para definir sus aportes al desarrollo sostenible las empresas hacen un ejercicio inicial de conocimiento de su área de influencia y de los impactos de su operación. En el proceso determinan las necesidades económicas, sociales y ambientales de la zona en la que realizan su actividad, sin embargo, a la luz de los ODS esto no será suficiente.

Por ser un programa global las compañías deben conocer las metas que tienen las regiones y los países en los que operan en línea con los ODS y a partir de eso definir sus contribuciones, indicadores y las alianzas estratégicas que deben establecer para contribuir a su consecución.

B) LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: EN LÍNEA CON LA NUEVA AGENDA GLOBAL

Durante años se ha venido haciendo énfasis en la importancia de la comunicación en el desarrollo sostenible, pero en este momento es prioritaria y relevante y facilitará el seguimiento a los avances de los ODS.

- **De la comunicación de doble vía al diálogo multi actores.**

Los ODS plantean retos que obligan a las empresas a evolucionar y replantear su comunicación. Para que la contribu-

⁶ SDG Compass. Disponible en: <http://sdgcompass.org/>

“Es fundamental que las empresas contemplen diversas herramientas que están a su alcance y que son inseparables actualmente”

ción sea sostenible, eficiente y agregue valor es fundamental pasar de la comunicación de doble vía en la que intervienen dos actores (Por ejemplo: empresa-comunidad, empresa-autoridades ambientales) y establecer un diálogo multi actores en el que deben intervenir, entre otros, la compañía, sus empleados, su competencia, los gremios, las organizaciones sociales, las autoridades y las comunidades.

Este diálogo se debe basar en la comunicación transparente, oportuna y constante para contribuir así a la construcción de relaciones a largo plazo en pro del bien común.

- **Inseparables: Comunicación tradicional y digital.**

Este diálogo se debe basar en la comunicación transparente, oportuna y constante para contribuir así a la construcción de relaciones a largo plazo en pro del bien común.

Las compañías deben entender que la RSC acompañada de una estrategia de comunicación genera grandes beneficios: contribuye con los ODS; ayuda mejorar la productividad; fideliza clientes, empleados y proveedores; mejora las relaciones con el gobierno y con las ONG y esto se traduce en una imagen corporativa positiva que contribuye al desarrollo del negocio.

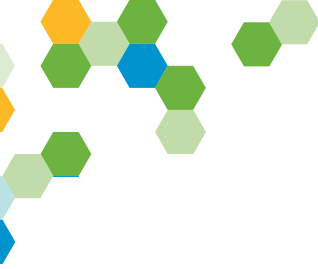
Considerando que esta es la era del diálogo y de la hipertransparencia, es fundamental que las empresas contemplen diversas herramientas que están a su alcance y que son inseparables actualmente. Por un lado está la comunicación tradicional que incluye el relacionamiento con los stakeholders, la comunicación con las comunidades, los informes de sostenibilidad (impresos) y el uso de los medios tradicionales –prensa, radio, y televisión-.

Por el otro, está la RSE 2.0. Internet y las redes sociales son una plataforma privilegiada de diálogo con los públicos de interés, donde pueden interactuar de manera más dinámica, se puede informar acerca de los avances en desarrollo sostenible en tiempo real y permite realizar un continuo seguimiento.

Hay compañías que todavía son tímidas, sin embargo, gestionados de manera estratégica y sistémica, estos medios son una herramienta eficaz que contribuye a fortalecer la reputación corporativa y a avanzar en el cumplimiento de los ODS.

- **Rendición de cuentas: prioritario y estratégico.**

Rendir cuentas va más allá de reportar sobre resultados, debe formar parte de la estrategia de



“La innovación y el desarrollo de tecnología sin duda será otra manera de contribuir al desarrollo sostenible”

gestión de reputación de una compañía. Además de informar a los públicos de interés acerca de sus contribuciones, es una herramienta útil de diagnóstico que cada año las empresas usan para evaluar dónde están situadas, revisar el avance de sus compromisos en las dimensiones económica, social y ambiental y adquirir nuevos.

Hoy con los ODS como hoja de ruta para los próximos 15 años, no solo basta con contribuir a su cumplimiento, comunicar los avances bajo estándares internacionales como el GRI sino que es para las organizaciones prioritario y estratégico. Esta metodología ofrece indicadores de desempeño referentes a la sostenibilidad que ayudan a las empresas a medirse eficazmente sin importar el sector ni el tamaño del negocio.

4. CONCLUSIONES

Si bien considerar los ODS dentro de la estrategia es voluntario, lo cierto es que las empresas que no lo hagan se quedarán rezagadas, afectará a su reputación y perderán oportunidades de negocio valiosas. La innovación y el desarrollo de tecnología sin duda será otra manera de contribuir al desarrollo sostenible y es aquí donde las empresas que desarrollen soluciones en línea con esta nueva agenda global tendrán acceso a nuevos mercados, mejorarán su productividad y mitigarán riesgos. Ban Ki-moon, Secretario General de la ONU destacó el “rol vital de las empresas en alcanzar los ODS. El sector privado puede contribuir a través del core de su negocio, por lo que se hace un llamado a valorar su impacto en esta agenda, plantearse objetivos ambiciosos y comunicar transparentemente sus resultados”⁷.

⁷ Boletín Pacto Global Colombia. Disponible en: <http://pactoglobal-colombia.org/index.php/boletin-ods-octubre-9>

5. NUEVA AGENDA DE DESARROLLO



³ Naciones Unidas. Objetivos de Desarrollo Sostenible. 17 Objetivos para transformar nuestro mundo. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/mdgs>

Autora



Paola Gómez es gerente de cuentas en LLORENTE & CUENCA Colombia. Es comunicadora Social y Periodista egresada de la Universidad Externado de Colombia. Cuenta con 11 años de experiencia Comunicación Corporativa, de RSE, Marketing, de Crisis, Interna y con la Comunidad.

pgomez@llorenteycuenca.com

LLORENTE & CUENCA

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio fundador y presidente
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y director general corporativo
de Talento, Organización e
Innovación
acorujo@llorenteycuenca.com

Tomás Matesanz
Director general corporativo
tmatesanz@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y director general
apinedo@llorenteycuenca.com

Goyo Panadero
Socio y director general
gpanadero@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero
Socio y CEO América Latina
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN DE TALENTO

Daniel Moreno
Gerente de RR. HH.
para España y Portugal
dmoreno@llorenteycuenca.com

Marjorie Barrientos
Gerente de RR. HH.
para la Región Andina
mbarrientos@llorenteycuenca.com

Karina Valencia
Gerente de RR. HH.
para Norteamérica,
Centroamérica y Caribe
kvalencia@llorenteycuenca.com

Karina Sanches
Gerente de RR. HH. para el
Cono Sur
ksanches@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Barcelona

María Cura
Socia y directora general
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Joan Navarro
Socio y vicepresidente
Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y director senior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Ana Folgueira
Directora general de
Impossible Tellers
ana@impossibletellers.com

Impossible Tellers
Diego de León, 22, 3º izq
28006 Madrid
Tel. +34 91 438 42 95

Lisboa

Madalena Martins
Socia
mmartins@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal
Director general
tvidal@llorenteycuenca.com

Carlos Ruiz
Director
cruiz@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel: + 351 21 923 97 00



Sergio Cortés
Socio. Fundador y presidente
scortes@cink.es

Calle Girona, 52 Bajos
08009 Barcelona
Tel. +34 93 348 84 28

ESTADOS UNIDOS

Miami

Erich de la Fuente
Socio y director general
edela Fuente@llorenteycuenca.com

600 Brickell Avenue
Suite 2020
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

Latam Desk
Adriana Aristizábal
Consultora senior
aaristizabal@llorenteycuenca.com

277 Park Avenue, 39th Floor
New York, NY 10172
Tel. +1 917 833 0103

MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y CARIBE

Ciudad de México

Juan Rivera
Socio y director general
jrivera@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel: +52 55 5257 1084

La Habana

Pau Solanilla
Director general para Cuba
psolanilla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Panamá

Javier Rosado
Socio y director general
jrosado@llorenteycuenca.com

Av. Samuel Lewis
Edificio Omega - piso 6
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Director general
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Tel. +1 809 6161975

REGIÓN ANDINA

Bogotá

María Esteve
Directora general
mesteve@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B – of. 501
Tel: +57 1 7438000

Lima

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel: +51 1 2229491

Quito

Alejandra Rivas
Directora general
arivas@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero – Edificio World Trade
Center – Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

Santiago de Chile

Claudio Ramírez
Socio y gerente general
cramirez@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.
Las Condes.
Tel. +56 22 207 32 00

AMÉRICA DEL SUR

Buenos Aires

Pablo Abiad
Socio y director general
pabiad@llorenteycuenca.com

Daniel Valli
Director senior de Desarrollo
de Negocio en el Cono Sur
dvalli@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Tel: +54 11 5556 0700

Rio de Janeiro

Yeray Carretero
Director
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801
RJ - 20011-000
Tel. +55 21 3797 6400

São Paulo

Marco Antonio Sabino
Socio y presidente Brasil
masabino@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Director general
jgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390



d+i desarrollando
ideas
LLORENTE & CUENCA

Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

Desarrollando Ideas es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe **Desarrollando Ideas**.

www.desarrollando-ideas.com

www.revista-uno.com