

Guía Técnico-Estratégica de la Sostenibilidad

1. NUEVA VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y DE LA EMPRESA
2. NUEVO MODELO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD
3. CONTRIBUCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD MEDIO AMBIENTAL
4. COMPROMISO CON LA SOCIEDAD ACTUAL
5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR E INVERSOR ACTUALES

Sostenibilidad Ambiental¹:

especialmente en ecología y economía, es un modelo asociado a aquello que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente.

Sostenibilidad Social²:

La sostenibilidad social se refiere a la capacidad de una sociedad para sostenerse a sí misma a través del tiempo y el espacio. Es la práctica de mantener un entorno social equitativo y justo, donde cada individuo puede vivir con dignidad, disfrutando de los derechos fundamentales y la oportunidad de desarrollo.

(1) Fuente: Real Academia Española (RAE).

(2) Fuente: Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa (RECLA).





5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR E INVERSOR ACTUALES

1. El modelo de empresa estratégico-social (stakeholders) ha desplazado al modelo financiero -mercantil (shareholders) en su visión tradicional.
2. El objetivo de la nueva organización y de la nueva empresa es el de crear valor compartido y sostenible a largo plazo con propósito y compromiso a través de la innovación, Know-how y colaboración estratégica para los grupos de interés o conjunto de la sociedad.
3. El entorno de la organización actual y empresa actual viene marcado por la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad (VUCA, por sus siglas en inglés)
4. Los factores del ecosistema (entorno) que condicionan el funcionamiento de la empresa son: político-legales, económicos, sociales y tecnológicos (PEST).
5. Los nuevos riesgos: políticos, climáticos y cibernéticos preocupan y ocupan a los directivos de las empresas.
6. La sostenibilidad y la digitalización se han convertido en los retos estratégicos de la empresa del futuro. Ecología y tecnología marcan el camino de la sostenibilidad medioambiental.
7. Los activos intangibles (talento, imagen de marca, reputación corporativa) ganan cada vez más peso frente a los activos tangibles en la economía del conocimiento.
8. Una gobernanza eficaz (liderazgo corporativo) es garantía de una buena gestión medioambiental y social.
9. La formación y la empleabilidad son palanca de cambio en el proceso de transformación de la empresa y fuente de prosperidad.
10. - La competitividad es el principal factor de supervivencia y de crecimiento de una organización.

VALORES & PROPÓSITOS



Igualdad de oportunidades



Trabajo en equipo



Recursos compartidos



Cultura del esfuerzo



Confianza mutua



Compromiso e integridad