



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA



EL DESAFÍO Pymes EN LA AGENDA 2030: HACIA UN LIDERAZGO TRANSFORMADOR.

Antonia SAJARDO MORENO

Departamento de Economía Aplicada

Aula empresocial & Instituto Universitario POLIBIENESTAR

Universitat de València – Estudi General

2ª JORNADA COMARCAL Aulaempresocial-Diputación Valencia 2021

Gandía 21 de mayo de 2021

LA CITA

“La Agenda 2030 es mayor oportunidad económica de los últimos tiempos”

*Paul Polman, vicepresidente de UN Global Compact &
ex director general de Unilever*

“Llegar juntos es el principio. Mantenerse juntos, es el progreso. Trabajar juntos es el éxito”

Henry Ford

ÍNDICE

Objetivo General:

Ubicación y oportunidad que la Agenda 2030 supone para las Pymes españolas:
Desafío-Pymes.

Objetivos Específicos:

1. Ubicación de las Pymes en la Agenda 2030.
2. Oportunidades de negocio de la Agenda 2030.
3. Alineación de las de las Pymes españolas en los ODS.
4. Estrategia de acción con los ODS.
5. Ejemplos de buenas prácticas.
6. A modo de conclusión.

OBJETIVO 1

Ubicación de las pymes en la Agenda 2030

La Agenda 2030

- En 2015, 25 de septiembre, Asamblea General de Naciones Unidas aprobó, por unanimidad, la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: un plan de acción en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz universal*.
- Cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas concretas a desarrollar con horizonte 2030.
- Sector privado está llamado a jugar un papel central en la hoja de ruta.
- Supone una **responsabilidad y una** oportunidad para alinear los objetivos de un negocio con los de la equidad y la sostenibilidad.
- **Papel Pymes clave** para asegurar la **prosperidad de los territorios**, generar empleo, ofrecer **oportunidades de formación** y desarrollo de carreras profesionales y conseguir la **erradicación de las desigualdades**.



Por qué centrarse en las Pymes...

- Pymes papel central en el desarrollo económico a nivel global → generan más del 50% del PIB.
- En la UE el 99,8% de todas las empresas son pymes, y el 93% tiene incluso menos de 10 empleados.
- En España las Pymes suponen más del 95% del tejido empresarial y generan más del 70% de la ocupación.

← OBJETIVO PYMES →

- Transformar la economía y los mercados para que sean sostenibles: Empresas capaces de **asociar la rentabilidad económica con la generación de impactos sociales y ambientales positivos para las personas y el planeta.**
- Liderazgo transformador → Empresas con visión de futuro → construir una economía con futuro: **EL DESAFÍO Pymes.**

Las Pymes en la Agenda 2030

- Naciones Unidas incluye alusiones específicas y relacionadas con las Pymes dentro de las metas ODS.

→ Meta 8.3: Específica Pymes:

“promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros”.



→ Meta 3.9: Reducir considerablemente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y por la polución y contaminación del aire, el agua y el suelo.



→ Meta 5.5 : Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.



Las Pymes en la Agenda 2030

→ Meta 8.5.: Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.



→ Meta 8.8.: Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.



→ Meta 10.2: Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.



Las Pymes en la Agenda 2030

→ Meta 12.5.: Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, y reducción, reciclado y reutilización.



→ Meta 12.5.: Alentar a las empresas a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.



→ Meta 13.3.: Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.



→ Meta 14.1.: De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina.



Las Pymes en la Agenda 2030

→ Meta 15.1.: De aquí a 2020, asegurar la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas.



→ Meta 16.5.: Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.



→ Meta 16.10.: Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales.



→ Meta 17.17.: Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.



OBJETIVO 3

Oportunidades de negocio para Pymes en la Agenda 2030

Oportunidades de negocio...

- **Desafío Pymes-ODS:**

- Reto para alcanzar una gestión más sostenible.
- Oportunidad de negocio que les puede abrir las puertas de nuevos mercados y mejorar su eficiencia y reputación → mejores resultados económicos.
- Oportunidad que podría generar hasta 12 billones de dólares en el horizonte 2030 (*Business and Sustainable Development Commission (2017): Better business, better world*).
- Cerca de 10.000 empresas de todo el mundo han firmado su compromiso con los ODS y los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Oportunidades en un glance...



1. Acceso a Nuevos Mercados

- Contribuir a los ODS permite a la pyme **acceder a nuevos segmentos de mercado** que serán **claves en la economía del futuro**: las nuevas tecnologías, la economía circular, los negocios inclusivos, las energías renovables o la economía ecológica.
- Por ejemplo, en el caso de las energías renovables, este mercado representa más de 297.000 millones de dólares con un crecimiento de 6 billones de dólares en nuevas inversiones en energía eólica y solar hasta el año 2040 (*Red Española del Pacto Mundial (2018): Las empresas españolas ante la Agenda 2030*).
- En los próximos años se asistirá a una **revolución económica** a favor de la **sostenibilidad, las empresas que la integren desde ahora en su** modelo de negocio podrán **adaptarse mejor** para no quedarse atrás.

2. Ahorro en costes.

- **Ahorro de costes:** una de las principales y retadoras oportunidades.
- Objetivo perseguido por el 67% de las pymes en todo el mundo (*Cox Conserves Sustainability Survey (2017); estudio sobre 2500 Pymes*).
- Acciones relacionadas básicamente con los **ODS medioambientales como el 6 y el 7**, que inciden en el ahorro energético y de agua, tanto en los procesos de fabricación como en las oficinas.

3. Alianzas con otros actores & negocio con grandes empresas.

- Establecer alianzas con otros actores, en especial, con las grandes empresas.
- Las grandes empresas apuestan por situar sostenibilidad en el núcleo de sus modelos de negocio.
 - Para ello reclaman a sus proveedores que estén alineados con criterios sostenibles como la Agenda 2030.
 - El 66% de las empresas del IBEX 35 ya evalúa a sus proveedores bajo criterios sociales y el 71% lo hace en base a criterios ambientales (*Red Española del Pacto Mundial (2019)*).
- Las pymes que contribuyan a la Agenda 2030 verán por tanto incrementadas sus oportunidades para cerrar acuerdos con grandes empresas y mantener los negocios que ya tienen con ellas.

4.Aumento facilidades contratación pública.

- La Administración Pública también tiene en cuenta criterios relacionados con la sostenibilidad a la hora de conceder subvenciones o realizar contratos con empresas.
- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en la que se incluyen aspectos medioambientales o sociales como criterios para la adjudicación de contratos a las empresas con la administración pública.
- Algunos de los recogidos en la misma son: medidas para reducir el nivel de emisión de gases de efecto invernadero, medidas de ahorro y eficiencia energética, la implantación de un plan de igualdad de género o la aplicación de criterios éticos y de responsabilidad social a la prestación contractual.

5. Mejora reputación y confianza en la marca.

- El 64% de los consumidores españoles tiene en cuenta en sus compras, casi siempre o a veces, la sostenibilidad, es decir, los posibles impactos sociales o ambientales negativos de los productos y servicios que compra (*Observatorio CETELEM*).
- Disponer de una **estrategia basada en la Agenda 2030 podría incrementar la confianza en la marca y aumentar las ventas.**
- Pero **contribuir a los ODS mejora solo la reputación** de la empresa de cara al exterior, y también respecto a sus **grupos de interés internos**, como los empleados, que verán en su trabajo el propósito adicional de construir un mundo más sostenible.

6.Adelanto a las normativas.

- Se espera que en los próximos años se produzca un aumento de estrategias y normativas en materia de sostenibilidad, lo que se traducirá en mercados que consideren cada vez MÁS las actuaciones ambientales o sociales de las empresas.
- Las empresas que integren los ODS en su modelo de negocio encontrarán más fácil su adaptación a las nuevas normativas.
- Las que ya están en vigor, algunas de las cuales irán progresivamente extendiendo su margen de acción.

OBJETIVO 4

Alineación de las Pymes españolas con los ODS

Conocimiento de los ODS por las Pymes españolas



- El 78% de las Pymes españolas no conoce los ODS o los conoce de forma superficial → *Invisibilidad de la Agenda 2030*.
- 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 → **amplio porcentaje de empresas de menos de 250 trabajadores que está contribuyendo a los ODS sin conocer realmente los Objetivos.**

IMPORTANTE: labor de sensibilización a pymes y microempresas

Los ODS más trabajados por sectores de actividad

- Sectores de mayor incidencia en pymes: “transportes y almacenamiento” y “comercio y distribución” → más del 40% de las respuestas han sido negativas en cuanto al conocimiento del marco de la Agenda 2030.
- Sector “hostelería, restauración, turismo y deporte” (14,8% del PIB y 2,8 millones empleos). → Heterogéneo: alto % de pequeñas empresas (restauración) pero también muchas grandes empresas (cadenas hoteleras, grandes agencias de viajes, franquicias de restaurantes, etc.). → el 33% de las empresas del sector dice conocer los ODS en profundidad, un porcentaje ligeramente superior a la media global.

Los ODS más trabajados por las Pymes españolas

	Microempresa y pyme
ODS 5	420
ODS 3	376
ODS 8	346
ODS 13	330
ODS 12	325
ODS 4	290
ODS 9	287
ODS 7	281
ODS 10	252
ODS 6	210
ODS 1	200
ODS 15	168
ODS 17	144
ODS 16	141
ODS 11	118
ODS 2	102
ODS 14	79

- Más importantes para Pymes: **ODS 5 (igualdad de Género)** y **ODS 3 (salud y bienestar)** con el 59% y el 53% ← Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva H-M, y Ley de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL) y otras normativas sectoriales.

Los ODS más trabajados sectorialmente

- 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.
- Las Pymes y microempresas del sector “agricultura plantaciones” → trabajan significativamente acciones respecto a hambre cero (ODS 2).
- Para el sector de “hostelería, restauración, turismo y deporte” → más trabajado es el ODS 7 de energía asequible y no contaminante.
- Para los sectores “medios de comunicación, cultura y gráficos”, “telecomunicaciones tecnologías de la información” → más trabajado es el relativo a la educación de calidad (ODS 4).
- 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” → mas trabajados ODS 9 y 12 (economía circular).

Impactos en los ODS

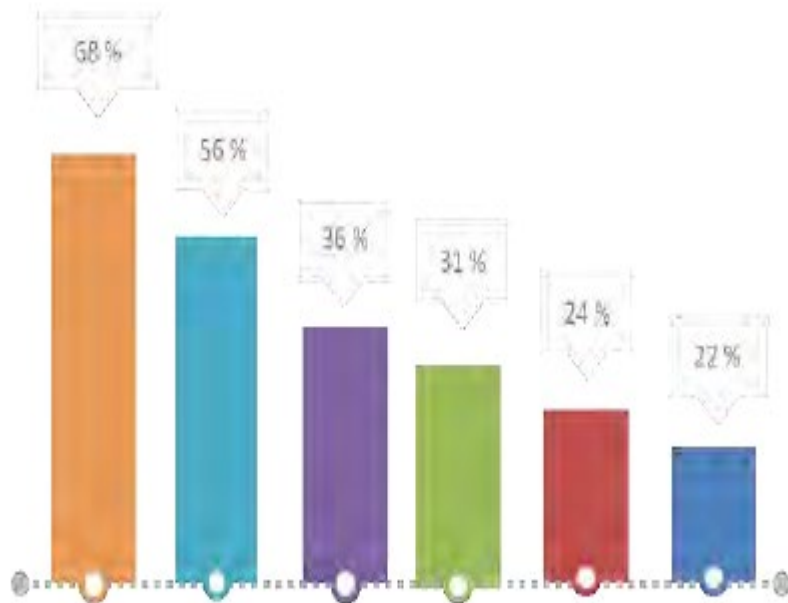
	Porcentajes acciones	Porcentaje impactos
ODS 5	62 %	90 %
ODS 3	57 %	86 %
ODS 8	51 %	84 %
ODS 13	53 %	83 %
ODS 12	44 %	81 %
ODS 4	46 %	79 %
ODS 9	50 %	78 %
ODS 7	41 %	77 %
ODS 10	46 %	76 %
ODS 6	30 %	69 %
ODS 1	30 %	68 %
ODS 16	33 %	65 %
ODS 17	26 %	63 %
ODS 15	26 %	63 %
ODS 11	21 %	63 %
ODS 2	17 %	54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

SDG Compass (2016): The guide for business action on the SDGs → guiar al sector privado en la contribución al marco de la Agenda 2030. Propone → evaluación de impacto mapear toda la cadena de valor de la empresa para identificar aquellas áreas con mayor probabilidad de impactar positiva o negativamente en los ODS.

Medidas realizadas: grado de implantación

- Metodología del SDG Compass propone medidas para facilitar y potenciar su contribución a la consecución de los ODS a la Agenda 2030.
 - 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
 - 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.)

Medidas realizadas: grado de implantación



373 respuestas

Existe un compromiso general y se ha alineado la estrategia empresarial con los ODS

306 respuestas

Se han llevado a cabo proyectos de acción social y/o cooperación alineados con los ODS

194 respuestas

Se comunica el progreso en ODS a través del informe o memoria de sostenibilidad

169 respuestas

Se han formado a empleados o proveedores en ODS

132 respuestas

Se han incluido los ODS en los objetivos estratégicos de la empresa

118 respuestas

Se han fijado compromisos públicos, específicos y medibles en alguno de los ODS e indicadores para medir el progreso

Medidas realizadas: grado de implantación

- **El 54% de pymes y microempresas que afirma haber realizado alguna acción con los ODS/87% grandes empresas.**
- 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”**.
- El 68% establecido un compromiso general y han alineado su estrategia empresarial con los ODS.
- El 45% (83%) de las pymes y microempresas han realizados acciones y proyectos sociales.
- El al 24% (65%) de las pymes y microempresas han realizado y publicado informes o memorias de sostenibilidad.

OBJETIVO 5

Estrategia de acción con los ODS

1. Acciones con los empleados

Políticas de contratación	Establecer condiciones laborales justas , así como una política de contratación igualitaria y protección del empleo . Por ejemplo, mediante la implantación del CV anónimo o políticas salariales que aseguren una retribución igualitaria por igual trabajo.	5	8
	Contratar personas en situación de vulnerabilidad : parados de larga duración, jóvenes, personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social.	8	10
Condiciones laborales	Promover medidas de conciliación laboral : flexibilidad horaria, compensación por horas extraordinarias, teletrabajo.	5	8
	Mejorar la organización en el trabajo para evitar las afecciones por estrés.	3	
	Fomentar un estilo de vida saludable en la empresa y entre el personal de la empresa y concienciar sobre la importancia de la buena salud.	3	
Formación y sensibilización	Establecer un plan formativo en materia de igualdad .	4	5
	Formar e informar al personal de la empresa sobre buenos hábitos alimenticios y el impacto de desperdiciar comida, así como del uso racional del agua .	2 4	3 6
	Impartir formación a la plantilla en materia de energía sostenible y eficiencia energética .	4	7
	Educar a empleados y proveedores en materia de transparencia y derechos humanos .	4	16
	Formar al personal de la empresa para dotarle de mayores competencias . Ej: Realizar un acuerdo con centros educativos con los que poder ofrecer programas de inversión lingüística, másteres especializados, etc.	4	8

1. Acciones con los empleados

ACCIONES CON EMPLEADOS

Herramientas

Establecer un **canal de denuncias** contra la corrupción, discriminación o cualquier forma de violencia.

16

Implementar un **código de conducta** en la empresa que se base en el respeto de los derechos humanos, la transparencia y que establezca medidas contra el fraude. El modelo de informe más usado es el de la Global Reporting Initiative (GRI).

16

Otras medidas

Informar al personal de la empresa de las diferentes maneras de **ayudar en crisis humanitarias y catástrofes naturales**.

4

10

Incentivar el desplazamiento al trabajo en **bicicleta, andando o mediante el uso de coche compartido**.

7

13

Promover **hábitos de producción y consumo sostenible** entre los empleados/as mediante charlas informativas o a través los medios de comunicación internos de la empresa.

4

12

2. Acciones con los proveedores

ACCIONES CON PROVEEDORES

Apoyar a **emprendedores**, especialmente a pequeñas y medianas empresas que se encuentren en países en desarrollo.

1 8

Fomentar la contratación de **empresas locales**, impulsando la economía local y reduciendo los impactos ambientales.

8 12 13

Apostar por proveedores que respeten los **derechos humanos**.

8 12 16

Contratar a proveedores que trabajen con **productos ecológicos**, que cuenten con energías renovables y sistemas eficientes, para apostar por un crecimiento económico sostenible.

7 8 12 15

Contemplar **criterios sociales y ambientales** en los canales de compras y contratación.

1 10 12 14 15

Realizar acciones de **sensibilización** y formar a proveedores en materia de transparencia, ODS y derechos humanos.

4 12 16

Formar **alianzas** con otras empresas para juntos alcanzar el cumplimiento de los ODS.

17

3. Acciones con los clientes y consumidores

ACCIONES CON CLIENTES Y CONSUMIDORES

Ofrecer **productos y servicios accesibles**.

10 12

Implementar procesos adecuados para **garantizar la seguridad en los productos y servicios** de la empresa.

8 12

Realizar acciones de **comunicación y marketing** que promuevan valores éticos y sostenibles.

4 12

ACCIONES CON CLIENTES Y CONSUMIDORES

Ejecutar periódicamente **auditorías internas**.

16

Incluir **información ambiental y social** en los productos y servicios.

10 12 13 14 15

Incluir los ODS en la **memoria de sostenibilidad** explicando las contribuciones de la empresa al desarrollo sostenible y alinear la RSC de la empresa con los ODS, integrándolos en la cultura de la empresa.

12

4. Acciones hacia la comunidad y medioambiente

Cooperación y acción social	Realizar jornadas para recoger fondos o donaciones.	1 2
	Patrocinar campañas solidarias o eventos benéficos.	1 3 13 15
	Participar en proyectos de cooperación al desarrollo , en programas de voluntariado y/o apoyar iniciativas a favor del desarrollo sostenible.	1 10 17
Formación	Crear de programas de becas para personas en situación de vulnerabilidad.	4 8
Medioambiente	Llevar a cabo acciones que minimicen el impacto en el medioambiente.	6 13 15
	Difundir buenas prácticas ambientales .	4 7 13 15
	Reducir el consumo energético y del agua: instalar sistemas más sostenibles y eficientes como grifos y luces con sensores de movimiento para conseguir un ahorro energético y reducir el impacto medioambiental, y sustituir los combustibles fósiles, en la medida de lo posible, por energías renovables.	6 7
	Disminuir los residuos y materiales contaminantes y sustituirlos por otros más sostenibles además de reciclar lo máximo posible en todos los niveles de producción de la empresa.	12
	Invertir en tecnologías sostenibles .	5
	Evitar las impresiones en papel no imprescindibles.	12 15
	Evitar contaminar los mares y océanos a través de actividades de la empresa, tanto directas (vertidos directos al mar) como indirectas (suministrando productos altamente contaminantes y no biodegradables que puedan llegar al agua en forma de residuos).	14
	Realizar planes de mitigación, reparación, compensación o de emergencia ambiental .	13 15
	Invertir en la generación de zonas verdes en el entorno de la empresa o crear techos verdes en el propio edificio de la organización, es decir, cubrir total o parcialmente la azotea del edificio con vegetación.	11 13

5. Otras medidas

Otras medidas

Invertir en I+D+i.

4 9

Apostar por países emergentes a la hora de abrir nuevos negocios.

1 10

Promover el consumo de productos locales.

11 12 13

OBJETIVO 6

Ejemplos de buenas prácticas



ODS 1

GRUPO VAPF · VIVIENDAS PARA FAMILIAS EN SITUACIÓN DE NECESIDAD

El Grupo VAPF, en colaboración con la Fundación Vicente Ferrer, desarrolla el proyecto de “Construcción de viviendas para familias en situación de necesidad.” El proyecto consiste en la construcción de una colonia de 23 viviendas de 45 m², en la aldea de Undaban-da –India– para las personas de las comunidades más desfavorecidas, con condiciones higiénicas de habitabilidad básicas, incorporando un espacio para aseo personal y letrina. Dichas viviendas suponen un resguardo eficaz ante las lluvias monzónicas de los meses de junio a octubre, un refugio frente el intenso calor de las épocas premonzónicas y una protección contra las picaduras de animales peligrosos, como serpientes y escorpiones. Para las familias beneficiarias, la posesión de una vivienda sólida es, ante todo, un requisito imprescindible para lograr la integración social y conseguir salir de la pobreza.

Tipo: Empresa Familiar.

Localización: Benissa, Alicante

Sector: Construcción.

GIOSEPPO · WOMEN4CHANGE

El proyecto Women4Change forma parte de una colaboración que Gioseppe y la Fundación Esperanza Pertusa mantienen con la ONG “Sonrisas y Aceitunas” que lucha por mejorar las condiciones de vida de las mujeres refugiadas sirias en campos de refugiados de Líbano. El programa se encarga de instruir a 500 mujeres en la costura y crear un taller de bordados que les permite vender sus piezas y trabajar para mantener a sus familias. De esta forma se pretende que este colectivo pueda salir de la pobreza. Además, también les proporcionan educación para los niños, asistencia médica, se encargan de rehabilitar refugios en los campos, ofrecen asistencia psicosocial y microcréditos para crear pequeños negocios, entre otras muchas acciones. Como resultado del programa, en 2017 lograron lanzar una colección de calzado realizada por mujeres refugiadas sirias.

Tipo: S.L.

Localización: Elche, Alicante.

Sector: Manufacturero



ODS 2



Tradecorp Europa, entidad que desarrolla su actividad en el sector agrícola, 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. El proyecto consiste en un programa de promoción y demostraciones a gran escala durante 7 años, que se desarrollará en estrecha colaboración con agricultores etíopes, institutos 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.

Tipo: pyme

Localización: Comunidad Madrid.

Sector: Agrícola

TARANNÀ · VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Tarannà colabora en la consecución del ODS 2 a través de un programa de voluntariado corporativo de la mano de BAC (Barcelona Actúa) en las Cuinetas de Sants. Gracias a él, ayuda en la protección de personas en riesgo de exclusión, a conectar con la sociedad local y a sensibilizar a sus empleados sobre la importancia de contribuir a la erradicación de las problemáticas sociales que afectan a la población, como el hambre. El voluntariado, que consiste en la recogida de comida fresca donada por colaboradores de la entidad y la creación de platos ricos en vitaminas y bajos en grasa, es realizado de manera quincenal por varias personas del equipo, incluyendo el personal fijo, temporal y de prácticas, de forma rotativa. Durante el año 2019 se dedicaron 90 horas laborables a este proyecto.

Tipo: S.L.

Localización: Barcelona.

Sector: Restauración.



ODS 3

LUXEAPERS S.L.U · CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA EN TRABAJADORAS

Luxeapers SLU colabora en la campaña de prevención del cáncer de mama que la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer) promueve mediante la realización de charlas informativas para la plantilla en horario laboral, en la cual, un profesional de la materia explica cómo debe realizarse la auto exploración mamaria y cómo actuar de manera preventiva. Además, pone a disposición de las trabajadoras la opción de realizarse voluntariamente las pruebas diagnósticas preventivas que los especialistas consideren (mamografía, ecografía, o ambas), todo a cargo de la empresa y sin coste para el trabajador. Luxeapers SLU ha realizado esta formación a todas las mujeres de su organización, más de 30.

Tipo: S.L.U.

Localización: Almería.

Sector: Alimentación.



Arpa, empresa de Zaragoza cuya misión es diseñar y fabricar equipos móviles que mejoren la vida de aquellos que las utilizan en cualquier parte del mundo, desde hospitales de campaña a hogares sociales para poblaciones desfavorecidas, está comprometida con la salud.

La empresa cuenta con el programa "Promoviendo hábitos saludables" donde realiza diferentes medidas: desayunos saludables, con fruta gratuita para todas las personas que conforman la empresa dos días a la semana; subvenciones de un porcentaje de la cuota de un gimnasio cercano a las instalaciones de la empresa, así como patrocinio del propio equipo de fútbol de la empresa (Arpathletics) y de La Carrera del Ebro; descuento en la póliza del seguro médico privado para toda la plantilla; bono de descuento en centros sanitarios especializados en ginecología, pediatría, óptica, urología, homeopatía, logopedia, etc., además de facilidades para la vacunación contra la gripe de forma gratuita en las instalaciones de Arpa o campañas de sensibilización contra el tabaco.

Tipo: S.a.U.

Localización: Zaragoza.

Sector: Industrial

GRUPO ENTUSIASMO · PROYECTO SOCIAL "ESCUELA DE PAZ"

Grupo Entusiasmo financia, en colaboración con Movimiento por la Paz, el Proyecto "Escuela de Paz". Se trata de un proyecto educativo dirigido a niños y jóvenes entre 6 y 18 años, cuyo objetivo es favorecer su desarrollo como individuos y como miembros de la comunidad, de manera que sean capaces de afrontar el futuro con garantías de éxito. El proyecto educativo se divide en tres ejes: *Espacio Estudio*, *Espacio Convive* y *Espacio Ocio*. Es un punto de apoyo y un complemento a los centros escolares y sus actividades se desarrollan fuera del horario escolar. Grupo Entusiasmo promueve la participación de sus *stakeholders* en esta iniciativa, consiguiendo que el 92% de sus empleados, clientes y proveedores colaboren. En total, la Escuela de Paz ha impartido formación a 58 alumnos en el último curso.

Tipo: S.L.

Localización: Madrid.

Sector: Gestión mobiliaria.

CORRESPONSABLES · ACERCAR LOS ODS A LA CIUDADANÍA

Corresponsables, a través de su programa "ObservaRSE", ha llevado a cabo una alianza con Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC) y MésQue Televisió para acercar los ODS y el desarrollo sostenible a la ciudadanía. El objetivo de este programa es concienciar a la población sobre la necesidad de contribuir a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para ello, cada semana ofrecen, a través del Canal de TV de FGC, noticias relacionadas con la Agenda 2030 y el desarrollo sostenible. La dotación total de este programa asciende a un millón de euros que sirven para alcanzar a una audiencia de más de 80 millones de viajeros al año de FGC.

Tipo: S.L.

Localización: Madrid.

Sector: Comunicación.

ZABALA INNOVATION CONSULTING · PLAN DE IGUALDAD DE GÉNERO

A través de este plan, Zabala pretende lograr la igualdad real entre hombres y mujeres de su plantilla. Para su elaboración, Zabala ha creado un grupo de trabajo, conformado según los criterios de la metodología oficial del Ministerio de Igualdad implicando a la dirección de la empresa, departamento de RRHH y resto de departamentos técnicos. Se incluyen acciones formativas para ayudar a la familiarización con conceptos clave relacionados con la igualdad y sesiones de trabajo dirigidas al diagnóstico de la situación, el establecimiento de objetivos y medidas que ayuden a avanzar en la materia y la asignación de recursos, responsables, tiempos e indicadores a dichas acciones para poder realizar un seguimiento de su implementación. Con este plan se pretende mejorar la situación de las mujeres, que suponen más del 57% de la plantilla.

Tipo: S.A.

Localización: Valencia

Sector: Consultoria. Gestión innovación.

SUMINISTROS ELÉCTRICOS INDUSTRIALES ANTÓN-TEIXIDO · SENSIBILIZACIÓN A EMPLEADOS EN IGUALDAD DE GÉNERO

SEITSA organiza sesiones de sensibilización sobre la igualdad de género para la toda la plantilla. Estas sesiones, impartidas por una experta en igualdad, tienen el objetivo de formar al personal y cargos directivos para que sepan detectar las conductas que ponen en peligro la igualdad y aprendan a utilizar un lenguaje inclusivo. La formación también incluye sensibilización sobre el acoso por razones de género y acoso sexual. Los cursos son de carácter obligatorio para toda la plantilla, que se consideran los principales beneficiarios, aunque estos repercuten sobre los clientes y proveedores, ya que también se aplica en la relación con estos. Ya se han realizado 4 cursos presenciales de dos horas y varios cursos online que incluyen la contestación de un cuestionario para la obtención de un diploma acreditativo.

Tipo: S.A.

Localización: Barcelona.

Sector: Gomericio al por mayor.

OBJETIVO 5

A modo de conclusión...



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

“Hoy antes del alba, subí a la colina, miré los cielos apretados de luminarias y me dije a mi espíritu: cuando conozcamos todos estos mundos y el placer y la sabiduría de todas las cosas que contienen ¿estaremos tranquilos y satisfechos? Y mi espíritu dijo: no, ganaremos esas alturas solo para seguir adelante...”

Walt Whitman, “Hojas de Hierba”

Antonia **SAJARDO MORENO**

Departamento de Economía Aplicada- IU.Polibienestar.

Universitat de València. antonia.sajardo@uv.es