

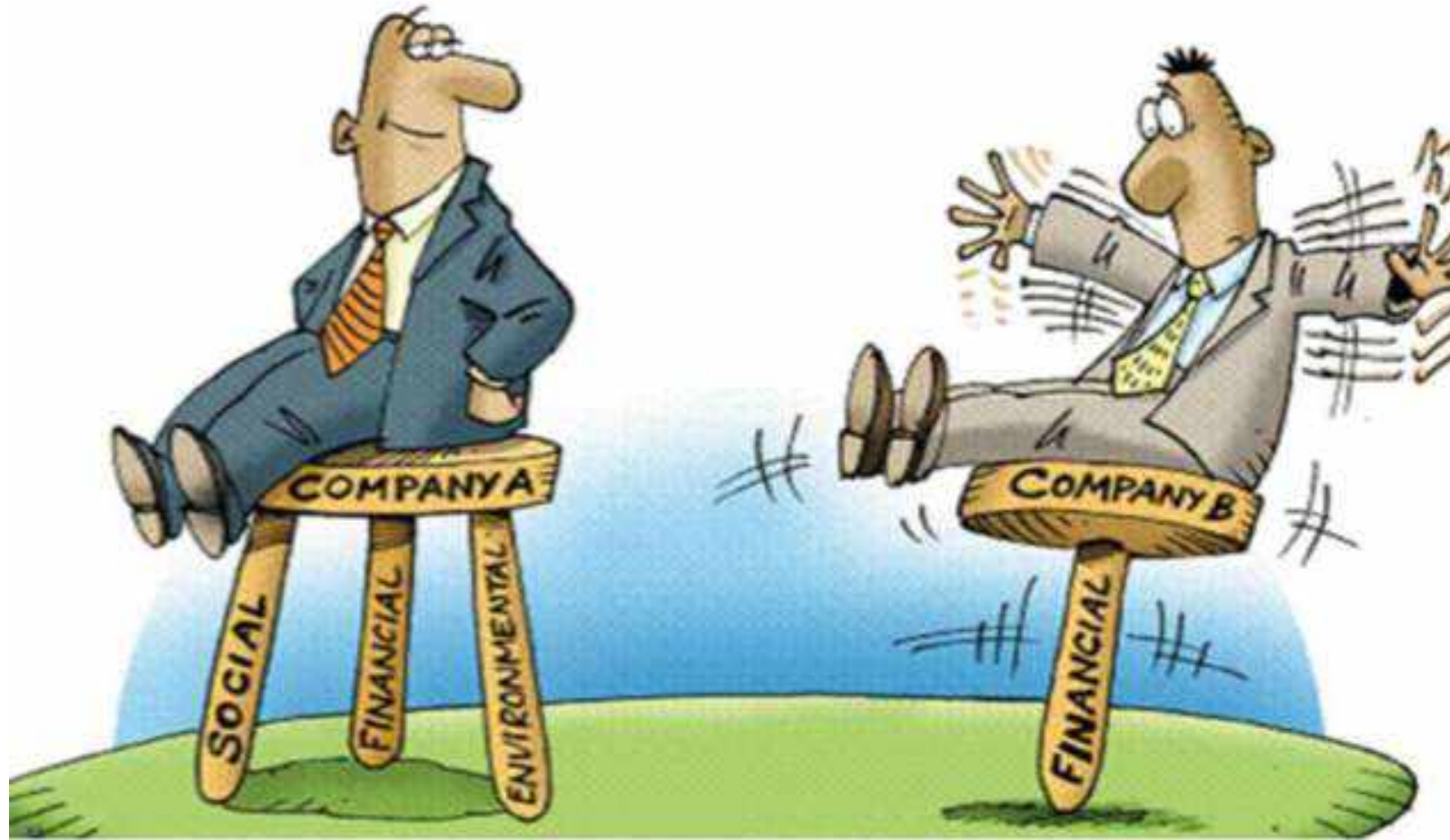
POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD Y VALOR COMPARTIDO

¿POR QUÉ Y PARA QUÉ?



Sostenibilidad

Guardar el balance



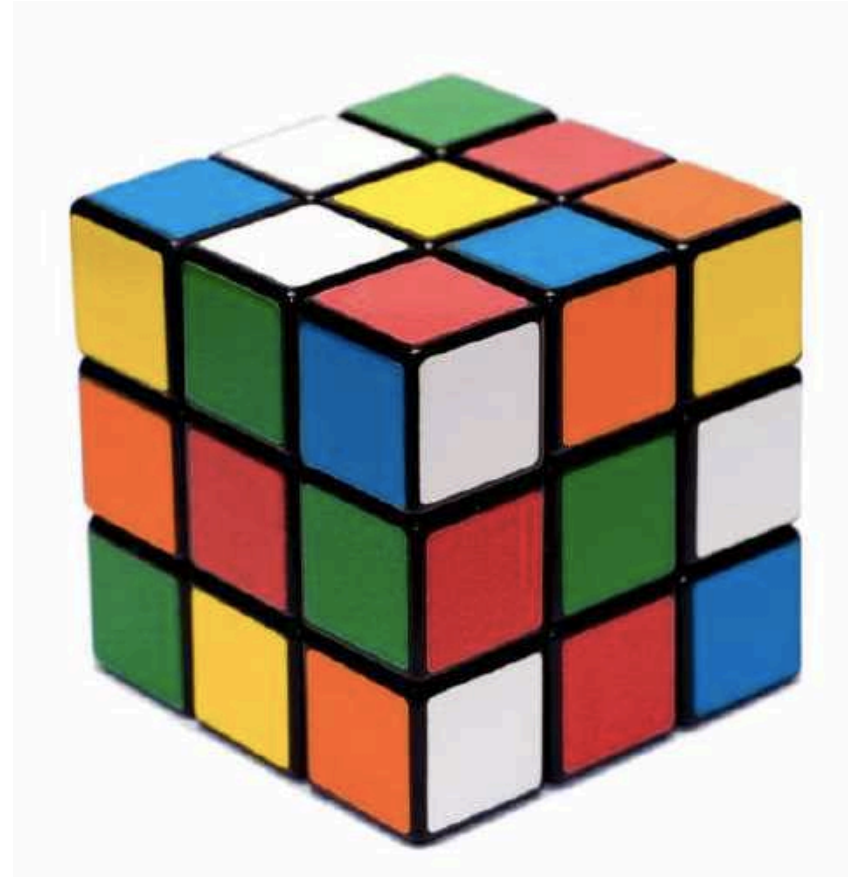
SOSTENIBILIDAD

Conceptos básicos

La sostenibilidad desde una perspectiva de negocios es:

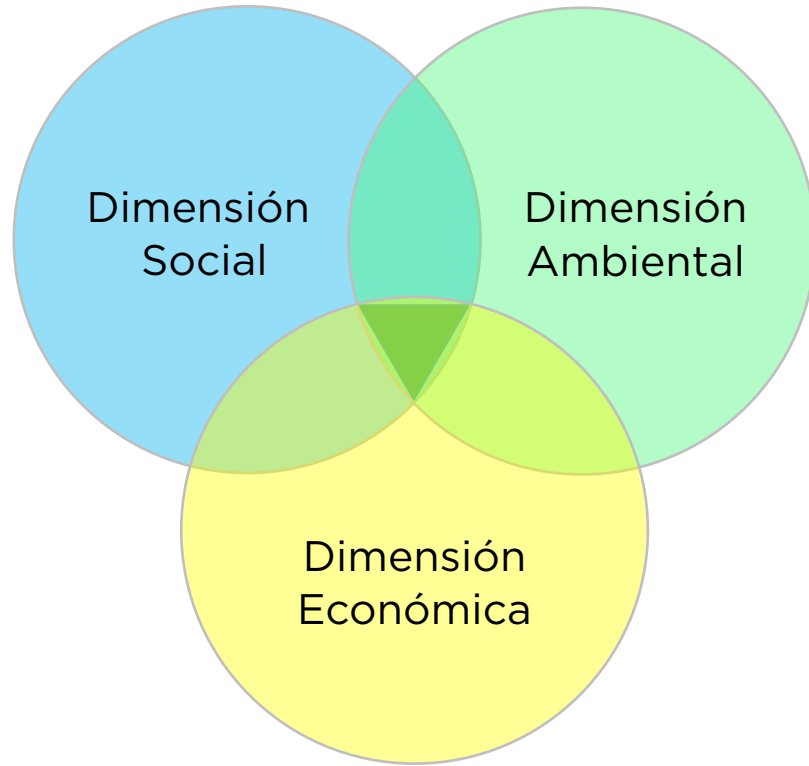
Integrar los aspectos sociales, ambientales y económicos en la toma de decisiones de las organizaciones.

Es cambiar la mirada exclusivamente financiera a una mirada integral.

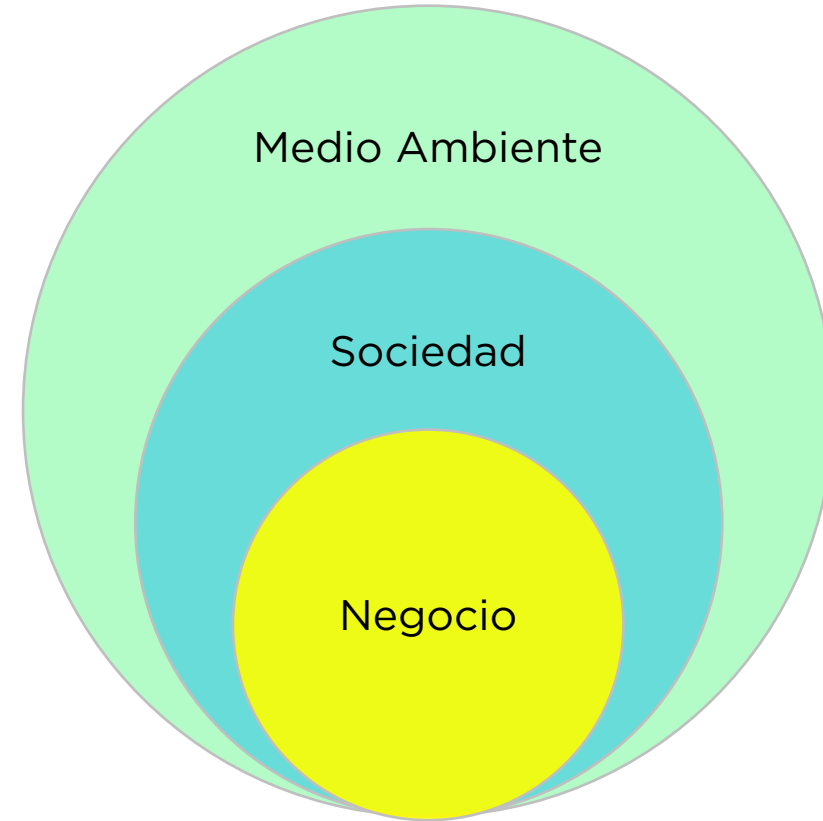


SOSTENIBILIDAD

Conceptos básicos



Sostenibilidad débil



Sostenibilidad fuerte

Valor de la
Gestión
en sostenibilidad



Visión y estrategia



Sistemas de gestión



Riesgos de cumplimientos



Motivación de empleados

Beneficios internos

Gestión de riesgos

Beneficios externos

Reputación y confianza



Atracción de accionistas
(recursos)



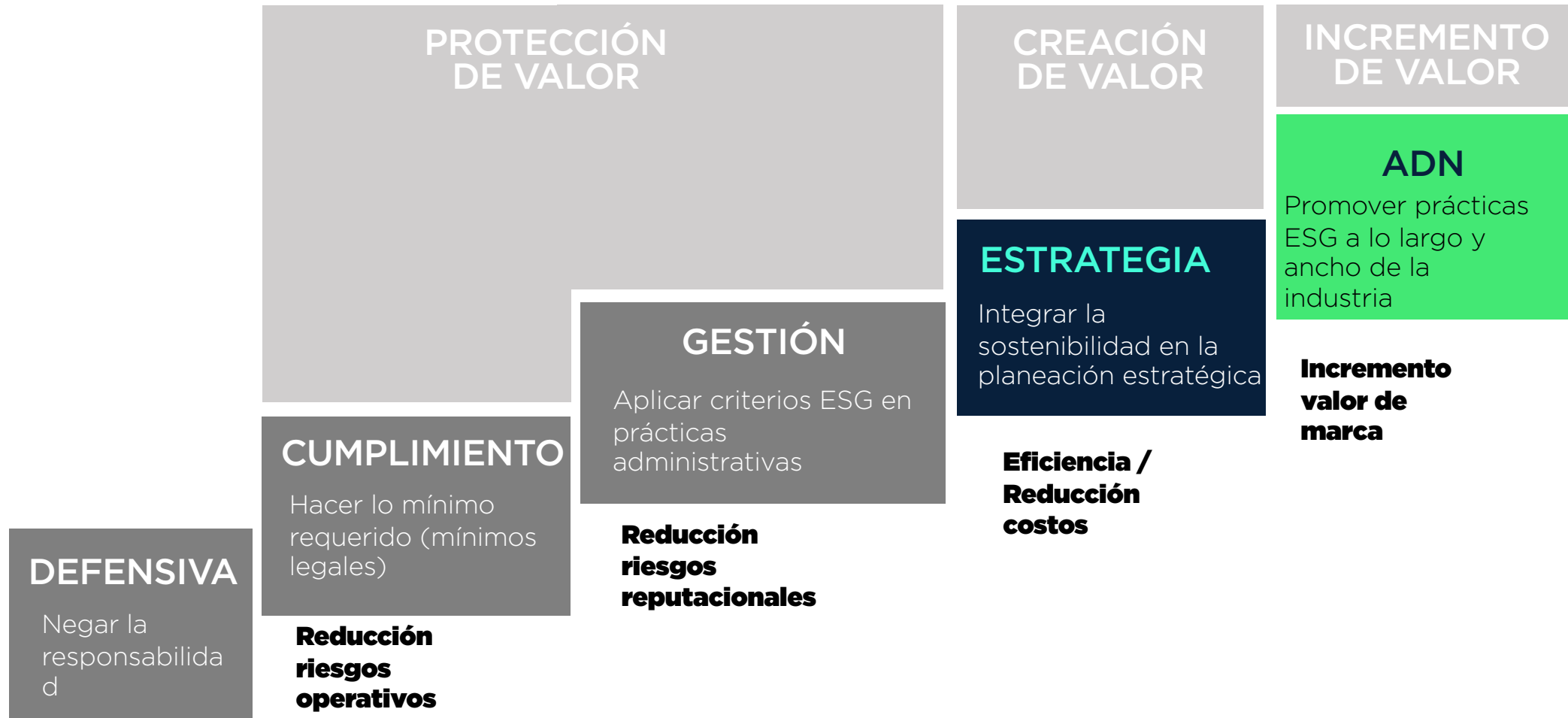
Ventajas competitivas



Relacionamiento con
grupos de interés

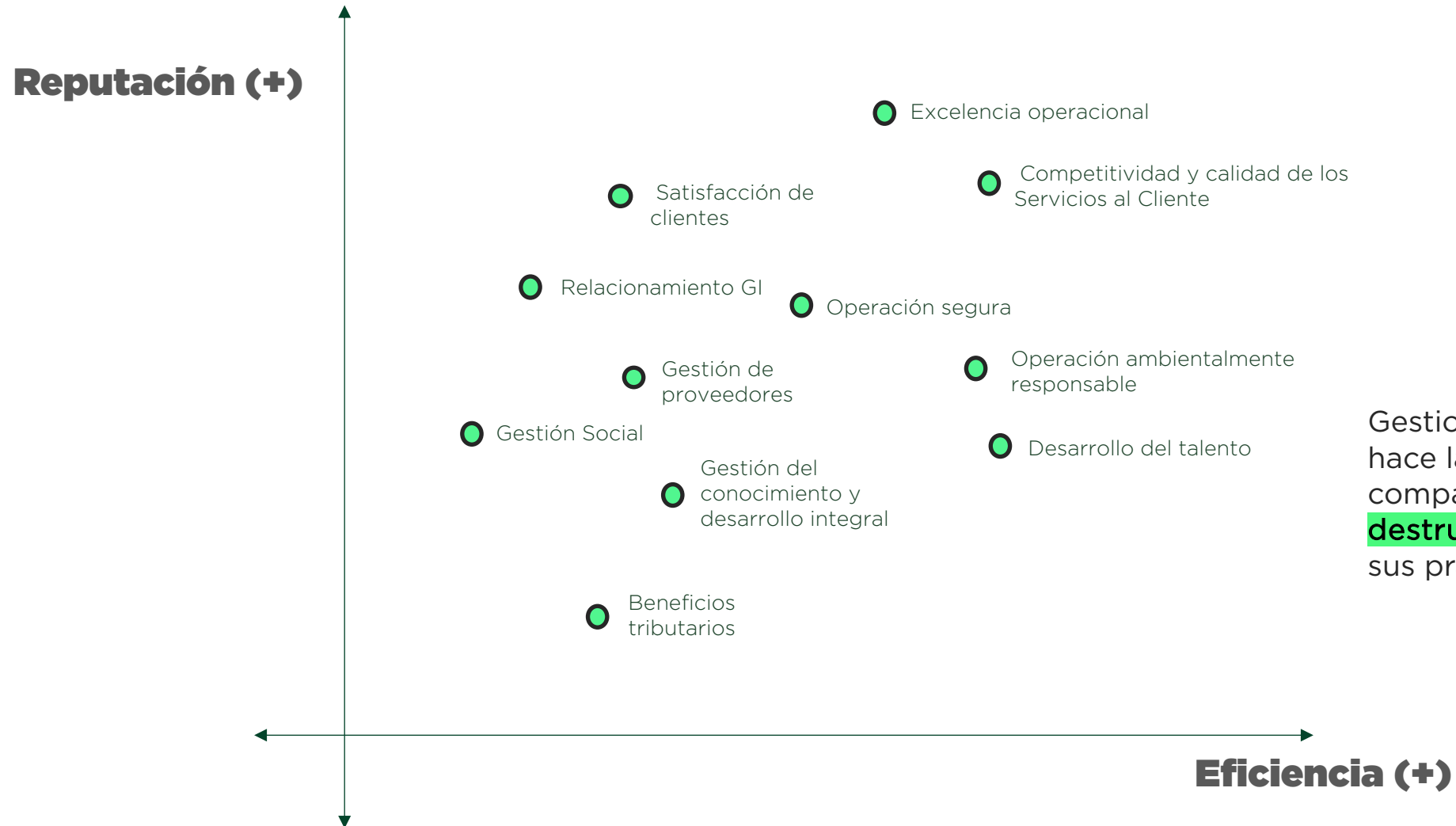


La sostenibilidad es un camino que se recorre paso a paso para identificar y **reducir riesgos** corporativos, **crear eficiencias y generar valor** a su organización.



SOSTENIBILIDAD

Impacto en el negocio



Gestionar la sostenibilidad hace la diferencia entre una compañía que **construye o destruye valor** a partir de sus prácticas

VALOR COMPARTIDO

Hay 3 formas de crear valor compartido

Reconcebir
necesidades,
productos y
consumidores



- Satisfaciendo necesidades sociales por medio de productos y/o servicios.
- Atendiendo clientes desatendidos o marginados.

Redefinir la
productividad en
la cadena de valor



- Impulsando la productividad a través del uso más efectivo de los recursos disponibles: energía, logística, talento humano.

Mejorar el entorno
operativo de la
empresa



- Generando entornos competitivos que favorezcan el desarrollo de nuevos y mejores negocios.

¿Por qué es importante?



75%

De los consumidores esperan que las marcas contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas.

55%

De consumidores creen que las empresas tienen un rol más importante que los gobiernos en crear un mejor futuro.

77%

De las marcas podrían desaparecer y no les importaría a los consumidores.

86%

De las personas creen que es importante que las empresas representen algo más que un negocio.

¿POR QUÉ ESTE TEMA ES ESTRATÉGICO EN EL ESCENARIO DE COVID 19?

1. Una estrategia de sostenibilidad es la oportunidad de consolidar y hacer visible la importancia y el compromiso de las empresas con ser verdaderos generadores de valor social y con llevar a cabo negocios que sean motor de transformaciones positivas.
2. Pensar en sostenibilidad permite identificar acciones prioritarias para gestionar los riesgos y encontrar las oportunidades de generar valor a través de acciones que mejoren los productos y servicios de nuestras empresas, entendiendo los entornos competitivos y encontrando puntos críticos para generar eficiencias.
3. La sostenibilidad pone especial énfasis en el relacionamiento con las partes interesadas, quienes en este escenario de incertidumbre, están a la espera de constante información y de visibilización sobre los asuntos que les impactan y las oportunidades que puedan aprovechar.
4. Los tres pilares de la sostenibilidad (económico, social, ambiental), permiten pensar en alternativas al funcionamiento de las empresas ante el futuro cambiante, teniendo presente la importancia de considerar todos los ángulos para mantener el balance.



Contexto PSVC

Relevancia y contenido clave de la PSVC

Contexto de la PSVC

¿Por qué?



Propósito superior CCB: “Servimos de manera colectiva para que existan más y mejores **empresarios** y **empresas**, logrando así una sociedad más próspera y **equitativa** en Bogotá y la región.”

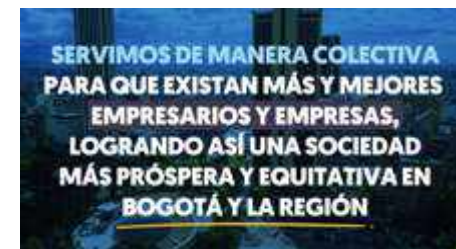
¿Qué?



Declaración PSVC: “La Cámara de Comercio de Bogotá está comprometida con la sostenibilidad. Contribuye de manera decidida al **fortalecimiento de las empresas** y al mejoramiento del entorno, a través de la promoción y generación de **valor compartido**, y de **prácticas responsables** enmarcadas en los 10 principios del Pacto Global y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.”

Contexto de la PSVC

La PSVC cumple un papel estratégico para la CCB



Permite articular a la CCB con las prioridades nacionales e internacionales

Potencia el cumplimiento del propósito y las metas internas de la CCB

Sostenibilidad:

Capacidad de aportar a los ODS
Con las iniciativas desarrolladas por la CCB aportaremos a 9 ODS



Valor Compartido:

La forma de hacer más y mejores negocios donde todos ganan

- Reivindicar función social del empresario
- Incentivar discusiones sobre su rol
- Priorizar la base de la pirámide
- Servir a clientes

#SoyEmpresario / #SoyEmpresaria

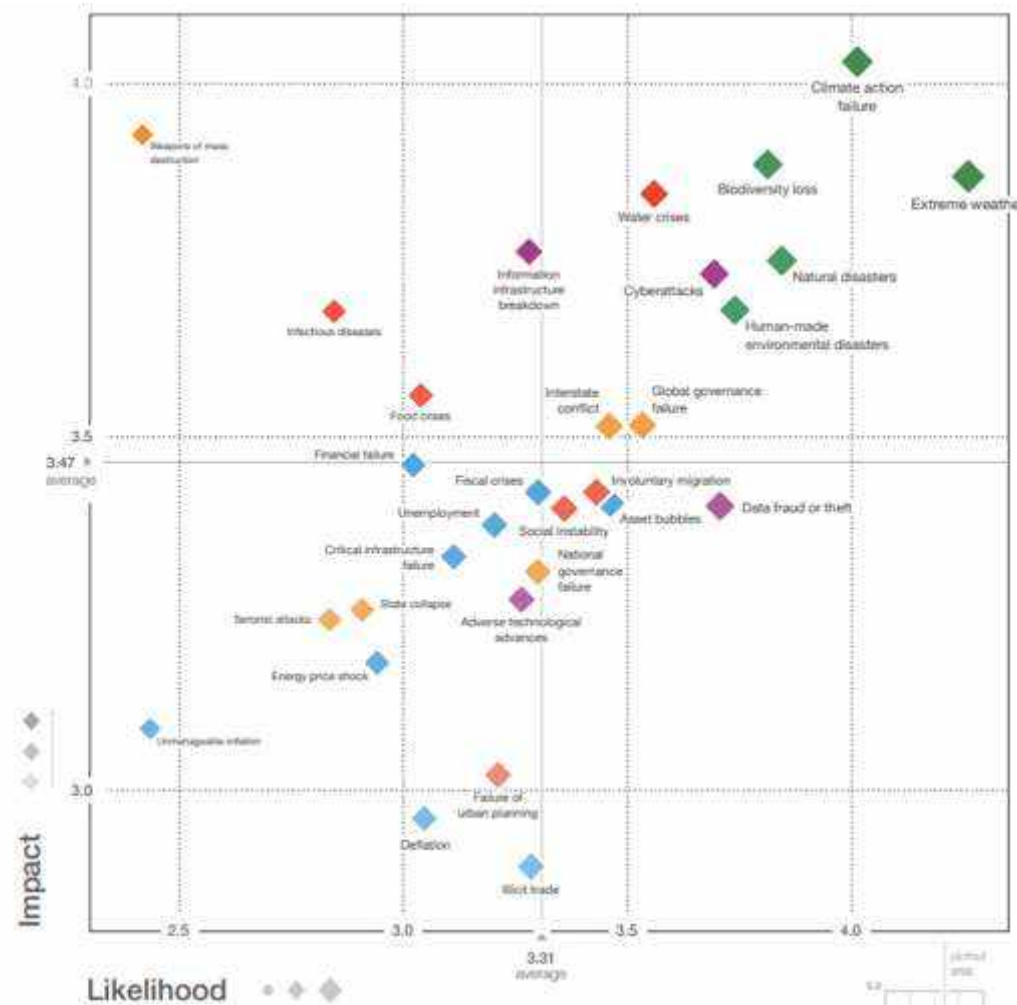
#EstaEmpresaEsDeTodos

Contexto de la PSVC

El contexto global exige a las empresas mayor capacidad de respuesta ante los retos de sostenibilidad

Principales riesgos:

- Clima extremo
- Fracaso de la acción climática
- Desastres naturales
- Pérdida de biodiversidad
- Desastres ambientales causados por el hombre
- Fraude o robo de datos
- Ciberataques



Contexto de la PSVC

Creación de valor empresarial a través de la sostenibilidad

	Strong ESG proposition (examples)	Weak ESG proposition (examples)
Top-line growth	Attract B2B and B2C customers with more sustainable products Achieve better access to resources through stronger community and government relations	Lose customers through poor sustainability practices (eg, human rights, supply chain) or a perception of unsustainable/unsafe products Lose access to resources (including from operational shutdowns) as a result of poor community and labor relations
Cost reductions	Lower energy consumption Reduce water intake	Generate unnecessary waste and pay correspondingly higher waste-disposal costs Expend more in packaging costs
Regulatory and legal interventions	Achieve greater strategic freedom through deregulation Earn subsidies and government support	Suffer restrictions on advertising and point of sale Incur fines, penalties, and enforcement actions
Productivity uplift	Boost employee motivation Attract talent through greater social credibility	Deal with "social stigma," which restricts talent pool Lose talent as a result of weak purpose
Investment and asset optimization	Enhance investment returns by better allocating capital for the long term (eg, more sustainable plant and equipment) Avoid investments that may not pay off because of longer-term environmental issues	Suffer stranded assets as a result of premature write-downs Fall behind competitors that have invested to be less "energy hungry"

Crecimiento: nuevos mercados e ingresos

Reducción de costos

Asuntos regulatorios

Productividad

Optimización de inversión y activos

Temas clave PSVC

• Económico



• Social



• Ambiental



Pilares

Asuntos materiales

Resultados esperados

Partes interesadas

- Empresas que generen valor económico, social y ambiental para Bogotá-Región.
- La mejora continua de la gestión de la CCB a través de procesos sostenibles y eficientes
- Una actuación relevante en el diálogo público-privado para generar un entorno sostenible de negocios.
- El adecuado relacionamiento con nuestras partes interesadas

- Buen gobierno corporativo
- Empoderamiento e igualdad de Género
- Corresponsabilidad público-privado
- Servicios empresariales pertinentes
- Empresas competitivas y entorno de negocios favorable
- Gestión de la cooperación y de las relaciones internacionales
- Funciones delegadas de los registros públicos
- Medios alternativos para la solución de controversias
- Mejoramiento del ambiente laboral y bienestar de los colaboradores
- Sostenibilidad del medio ambiente
- Infraestructura y tecnología con enfoque sostenible

• Empresarios



• Aliados



• Colaboradores



• Proveedores



Sostenibilidad y Valor Compartido



¿CÓMO GESTIONAR LA SOSTENIBILIDAD?

Valor
Compartido

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

SOSTENIBILIDAD

Modelo de gestión



Estrategia



Propósito Superior



MEGA



Objetivos
Estratégicos



Riesgos
Estratégicos



Asuntos
materiales



Proyectos e
indicadores

RETO: ALINEACIÓN CON LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA

- La sostenibilidad debe estar integrada en la estrategia de la organización para garantizar que permee todas las decisiones en todos los niveles.
- Los objetivos estratégicos de la organización deben analizarse desde una perspectiva económica, social y ambiental.
- Esto permite el desarrollo de proyectos de que generen alto impacto económico, consideren sus impactos ambientales y generen retorno social.

Estrategia



Propósito Superior



MEGA



Objetivos
Estratégicos



Riesgos
Estratégicos



Asuntos
materiales



Proyectos e
indicadores



RETO: ALINEACIÓN CON LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA

Largo plazo

Mediano Plazo

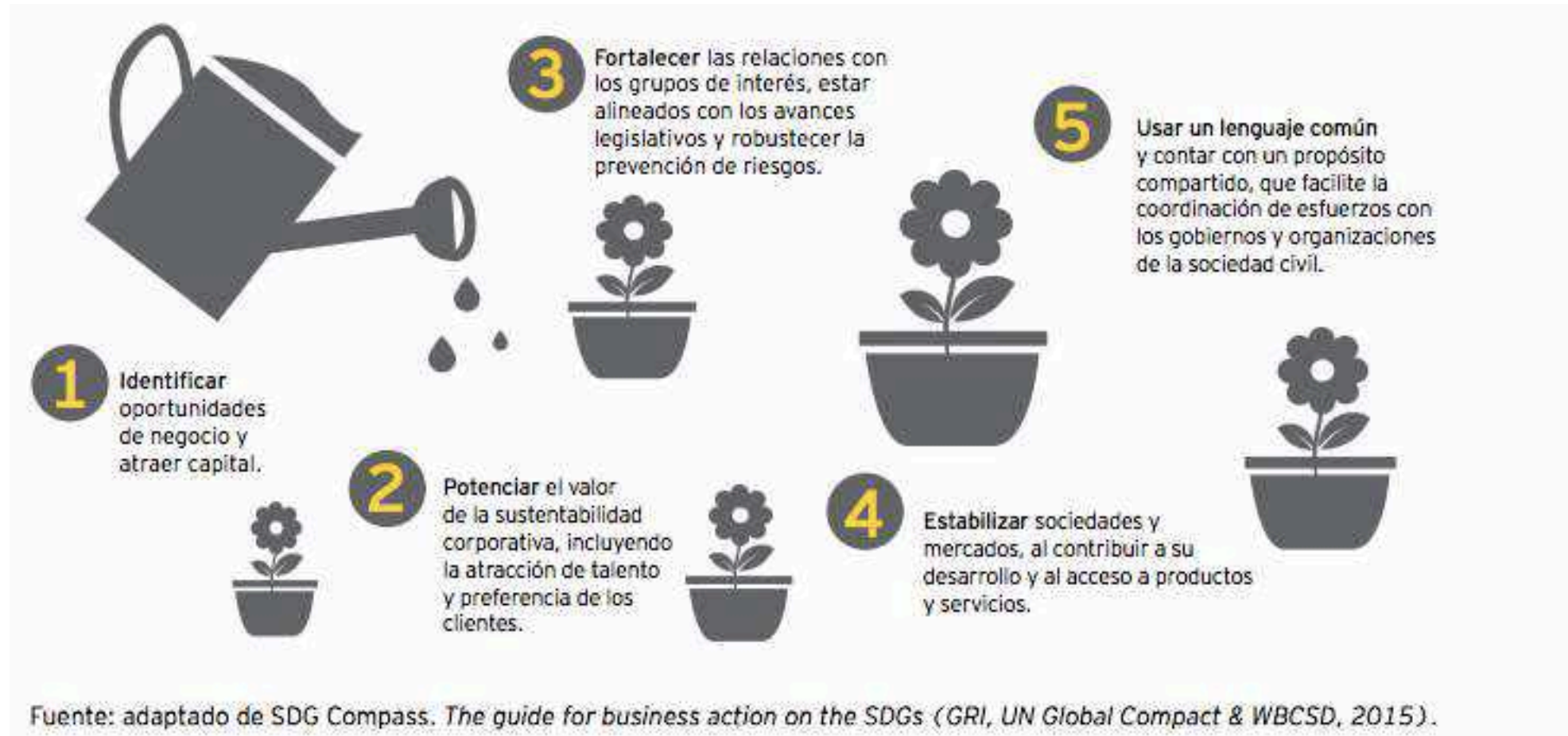
Corto plazo

Objetivos de Desarrollo Sostenible



SOSTENIBILIDAD

Ventajas de la contribución a los ODS



Monitoreo y Reporte

BENEFICIOS DE REPORTAR

- ✓ Ayuda a entender y comunicar el desempeño de los temas estratégicos de la compañía
- ✓ Permite establecer mediciones y establecer metas.
- ✓ Favorece la visión estratégica de los negocios.
- ✓ Facilita definir un proceso de rendición de cuentas de aquellos impactos que pueden afectar la sostenibilidad de nuestros negocios, teniendo en cuenta las expectativas de los grupos de interés.
- ✓ Genera mayor credibilidad y posicionamiento de la Compañía.
- ✓ Aporta a la construcción de reputación corporativa.
- ✓ Es uno de los principales medios de relacionamiento con nuestros grupos de interés.

SOSTENIBILIDAD

Relacionamiento con grupos de interés





Grupos de interés compuestos por personas...
de mundos muy distintos.



VER EN LOS GRANDES RETOS

LAS MEJORES OPORTUNIDADES



**CREER EN LAS ORGANIZACIONES
COMO MOTOR DE GRANDES
TRANSFORMACIONES**



+57 (4) 448 7829 · Carrera 43A No. 1A Sur - 267 Ed. Torrelavega - Oficina 404 · Medellín - Colombia
+57 (1) 704 7024 · Carrera 17 No. 88 - 23 Ed. Cezanne - Oficina 204 · Bogotá - Colombia