



COM MESURAR I COMUNICAR LA SOSTENIBILITAT

Març 2023

ACCIÓ



Generalitat
de Catalunya



Russell Bedford

taking you further

Contingut de la sessió

- Perquè és important mesurar l'impacte i comunicar-ho?
- Què hem de reportar?
- Com podem mesurar l'impacte? Metodologies de reporting
- Reptes, Do's & Dont's de la comunicació en sostenibilitat
- Recursos de comunicació
- Exemples inspiradors

Per què és important mesurar l'impacte i comunicar-ho?



GESTIÓ DE
PROJECTES

DEFINICIÓ DEL PUNT
DE PARTIDA

POSAR EN VALOR
I VISIBILITZAR

REFORÇAR EL MISSATGE
DE COMPANYIA

DEFINICIÓ
D'OBJECTIUS

IDENTIFICACIÓ DE PUNTS
DE MILLORA

INFORMACIÓ
PER INVERSORS

DIFERENCIAR-NOS DE LA
COMPETENCIA

MILLORA DEL RENDIMENT
ASG

EVALUACIÓ DE
PROJECTES

EXERCICI DE
TRANSPARÈNCIA

CONSTRUCCIÓ DE
REPUTACIÓ

GESTIÓ DE
RISCOS

ELABORACIÓ
D'INFORMES

GENERACIÓ DE
CONFIANÇA

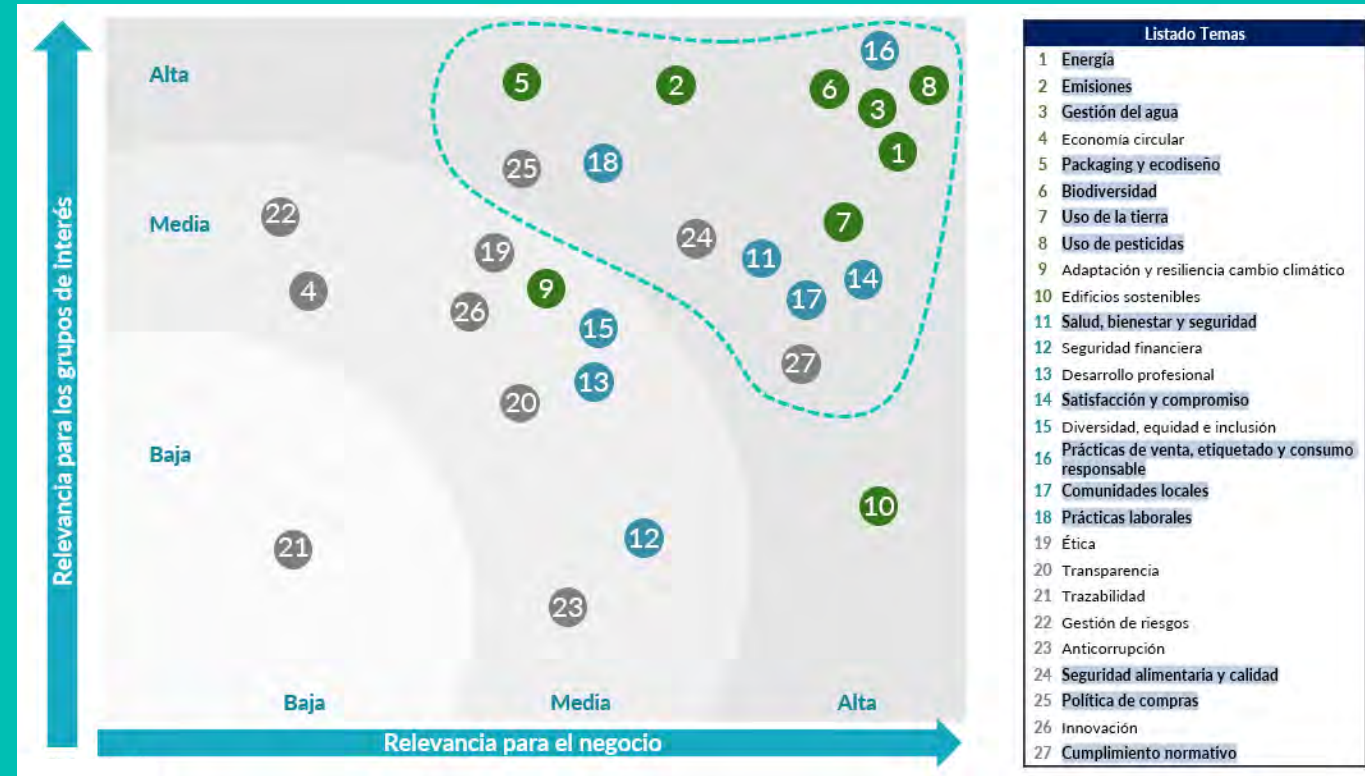
GESTIONAR LA RELACIÓ
AMB ELS GRUPS D'INTERÉS

Com sabem què hem de reportar?

Reportarem sobre els **temes materials** (impactes, riscos i oportunitats) de sostenibilitat, és a dir, sobre els aspectes ambientals, socials i de bon govern (ASG) que tenen un **impacte substancial (positiu o negatiu)** sobre

- 1) L'empresa i la seva rendibilitat
- 2) Els grups d'interès de l'empresa

Com definim els temes rellevants? → Anàlisi de materialitat



Com sabem què hem de reportar?



Accounting for a Sustainable Future

Eina de divulgació d'informació no financera dirigida a guiar a inversors en la seva presa de decisions d'inversió.

Els estàndards SASB permeten a les organitzacions proporcionar divulgacions de sostenibilitat basades en la indústria sobre els riscos i les oportunitats que afecten el valor empresarial. Estàndards per 77 indústries.



[Download SASB Standards - SASB](#)



Temes materials per indústria

[Find Industry Topics - SASB](#)

Relevant Issues (7 of 26)

[Why are some issues greyed out?](#)

Environment	Social Capital	Human Capital	Business Model & Innovation	Leadership & Governance
GHG Emissions ⓘ	Human Rights & Community Relations	Labor Practices	Product Design & Lifecycle Management	Business Ethics
Air Quality	Customer Privacy	Employee Health & Safety ⓘ	Business Model Resilience	Competitive Behavior
Energy Management ⓘ	Data Security	Employee Engagement, Diversity & Inclusion	Supply Chain Management ⓘ	Management of the Legal & Regulatory Environment
Water & Wastewater Management ⓘ	Access & Affordability		Materials Sourcing & Efficiency ⓘ	Critical Incident Risk Management
Waste & Hazardous Materials Management	Product Quality & Safety ⓘ		Physical Impacts of Climate Change	Systemic Risk Management
Ecological Impacts	Customer Welfare			
	Selling Practices & Product Labeling			

Com podem mesurar i reportar l'impacte?

Voluntarietat



Obligació



Com podem mesurar i reportar l'impacte?



GRI són estàndards de sostenibilitat més reconeguts a nivell internacional dissenyats per a informar al públic en general d' una varietat d' impactes econòmics, ambientals i socials.
La presentació d' informes de sostenibilitat a partir d' aquests Estàndards proporciona **informació sobre les contribucions positives o negatives** de les organitzacions al desenvolupament sostenible.



[GRI - GRI Standards Spanish Translations \(globalreporting.org\)](https://globalreporting.org)

Exemple de KPI:

GRI 404: Formación y enseñanza

- Contenido sobre el Enfoque de Gestión (esta sección hace referencia a GRI 103)
- Contenido 404-1 Media de horas de formación al año por empleado
- Contenido 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición
- Contenido 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional

Requerimientos para la presentación de información

La organización informante debe presentar la siguiente información:

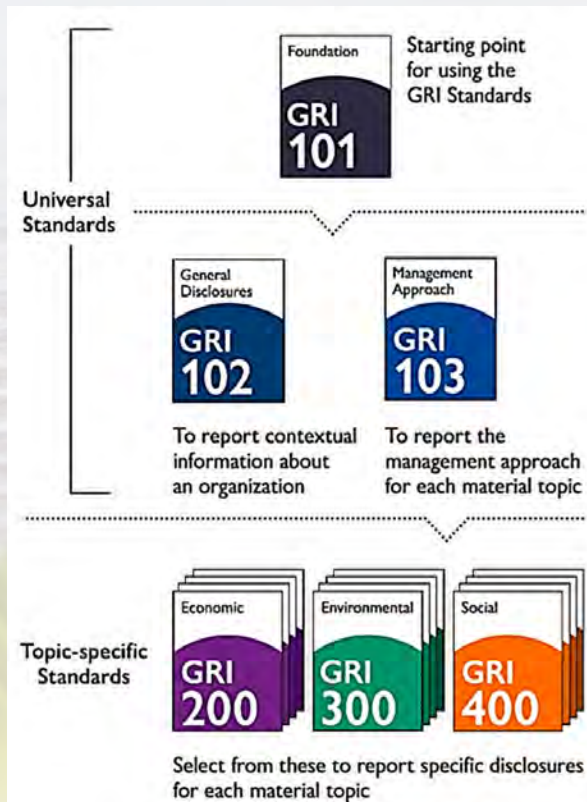
- La media de horas de formación que los empleados de la organización hayan tenido durante el periodo objeto del informe, por:
 - sexo;
 - categoría laboral.

Recomendaciones para la presentación de información

- Al recopilar la información especificada en el Contenido 404-1, la organización informante debería:
 - expresar los números de los empleados como número total de personal o empleo equivalente a jornada completa (EEJC), así como indicar y aplicar el enfoque de forma coherente y entre periodos;
 - usar los datos del [Contenido 102-7 del GRI 102: Contenidos Generales](#) para identificar el número total de empleados;
 - basarse en la información utilizada para el [Contenido 405-1 de GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades](#) para identificar el número total de empleados por categoría laboral.

Para calcular la información del Contenido 404-1, la organización informante puede usar las siguientes fórmulas:

$$\begin{aligned} \text{Media de horas de formación por empleado} &= \frac{\text{Número total de horas de formación proporcionadas a los empleados}}{\text{Número total de empleados}} \\ \text{Media de horas de formación por mujer} &= \frac{\text{Número total de horas de formación proporcionadas a empleadas de sexo femenino}}{\text{Número total de empleadas de sexo femenino}} \end{aligned}$$



+

STANDARDS SECTORIALS:

- GRI 13 Agricultura, Acuicultura y Pesca
- GRI 12 Carbón
- GRI 11 Petróleo y Gas

Com podem mesurar i reportar l'impacte?



- Acompliment econòmic
- Presència al mercat
- Impactes econòmics indirectes
- Pràctiques d'adquisició
- Anticorrupció
- Competència deslleial



- Materials
- Energia
- Aigua i efluent
- Biodiversitat
- Emissions
- Residus
- Compliment normativa i legislació ambiental
- Avaluació ambiental de proveïdors



- Ocupació
- Relacions treballador-empresa
- Salut i seguretat en el treball
- Formació i educació
- Diversitat i igualtat
- No discriminació
- Llibertat d'associació i negociació col·lectiva
- Treball infantil
- Treball forçós o obligatori
- Seguretat
- Drets persones indígenes
- Drets humans
- Comunitats locals
- Avaluació social dels proveïdors
- Política pública
- Salut i seguretat dels clients
- Màrqueting i etiquetatge
- Privacitat del client
- Compliment socioeconòmic

Com podem mesurar i reportar l'impacte?

Certified



This company meets the highest standards of social and environmental impact

Corporation

Moviment d'empreses que representen el model d'empresa sostenible i regenerativa més avançat del món. Les empreses B Corp compleixen els més alts estàndards d'acompliment social i ambiental, transparència pública i responsabilitat legal.

Eines, programes i recursos per mesurar, gestionar i millorar l'impacte econòmic, social i ambiental de la teva empresa, sigui o no una B Corp.



[Gestiona tu impacto — B Corp Spain](#)

Conoce tu punto de partida

[Evaluación de Impacto B](#)

[ODS Action Manager](#)

Nuestros programas y talleres

Mejora

Contacta con un Consultor/a B Corp

Encuentra a un Multiplicador/a B

Mejora tu cadena de valor

Sigue aprendiendo

B Corp Handbook

Podcast Ser B o no Ser

Hubs de conocimiento

Recursos y comunicación

Evaluación de Impacto

Eina de diagnòstic i medicació d'impacte alineada amb els ODS i altres estàndards internacionals



GOBERNANZA

Misión y Compromiso

Ética y Transparencia



TRABAJADORES

Seguridad Financiera

Salud, Bienestar y Seguridad

Desarrollo Profesional

Satisfacción y Compromiso



COMUNIDAD

Diversidad, equidad e inclusión

Impacto Económico

Compromiso cívico y donaciones.

Gestión de la Cadena de suministro.



MEDIO AMBIENTE

Gestión ambiental

Aire y clima

Agua

Vida y tierra



CLIENTES

Gestión de clientes



Evaluació gratuïta i comparativa per medir i millorar la contribució als ODS

Com podem mesurar i reportar l'impacte?



Pacto Mundial
Red Española

Iniciativa de les Nacions Unides que promou la sostenibilitat entre les empreses a través dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).



 [ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible | Pacto Mundial ONU · Pacto Mundial](#)

¿Cómo pueden las empresas contribuir al ODS 2?

NÚMERO DE PRÁCTICAS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN A LOS CONSUMIDORES ACERCA DE LOS INGREDIENTES Y LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL, MÁS ALLÁ DE LOS REQUISITOS LEGALES.

NÚMERO DE PERSONAS FÍSICA O ECONÓMICAMENTE DESPLAZADAS Y SU COMPENSACIÓN, TODO ELLO DESGLOSADO POR TIPO DE PROYECTO.

NÚMERO ESTIMADO DE PERSONAS QUE EXPERIMENTAN MEJORES RENDIMIENTOS AGRÍCOLAS COMO RESULTADO DE INICIATIVAS COMERCIALES INCLUSIVAS.

TONELADAS DE DESPERDICIO ALIMENTARIO EVITADAS.

¿Cómo pueden medir las empresas su contribución al ODS 2?

NÚMERO Y DESCRIPCIÓN DE DISPUTAS SIGNIFICATIVAS CON COMUNIDADES LOCALES Y PUEBLOS INDÍGENAS

PORCENTAJE DE VOLUMEN DE COMPRA VERIFICADO DE ACUERDO CON LAS NORMAS INTERNACIONALES DE PRODUCCIÓN RESPONSABLES.

OPERACIONES CON IMPACTOS NEGATIVOS SIGNIFICATIVOS REALES Y POTENCIALES EN COMUNIDADES.

Empreses firmants del Pacte Mundial



[Cuestionario_Informe_de_Progreso.pdf \(pardot.com\)](#)



[UNGC_CoP_GuideBook_.pdf \(pardot.com\)](#)

CUESTIONARIO

INFORME DE PROGRESO

(En vigor desde 2023)

Versión del documento: enero 2023



United Nations
Global Compact

GUÍA PRÁCTICA

INFORME DE PROGRESO

Versión del documento: noviembre de 2022



United Nations
Global Compact

Com podem mesurar i reportar l'impacte?



Grans empreses i
PIMES cotitzades



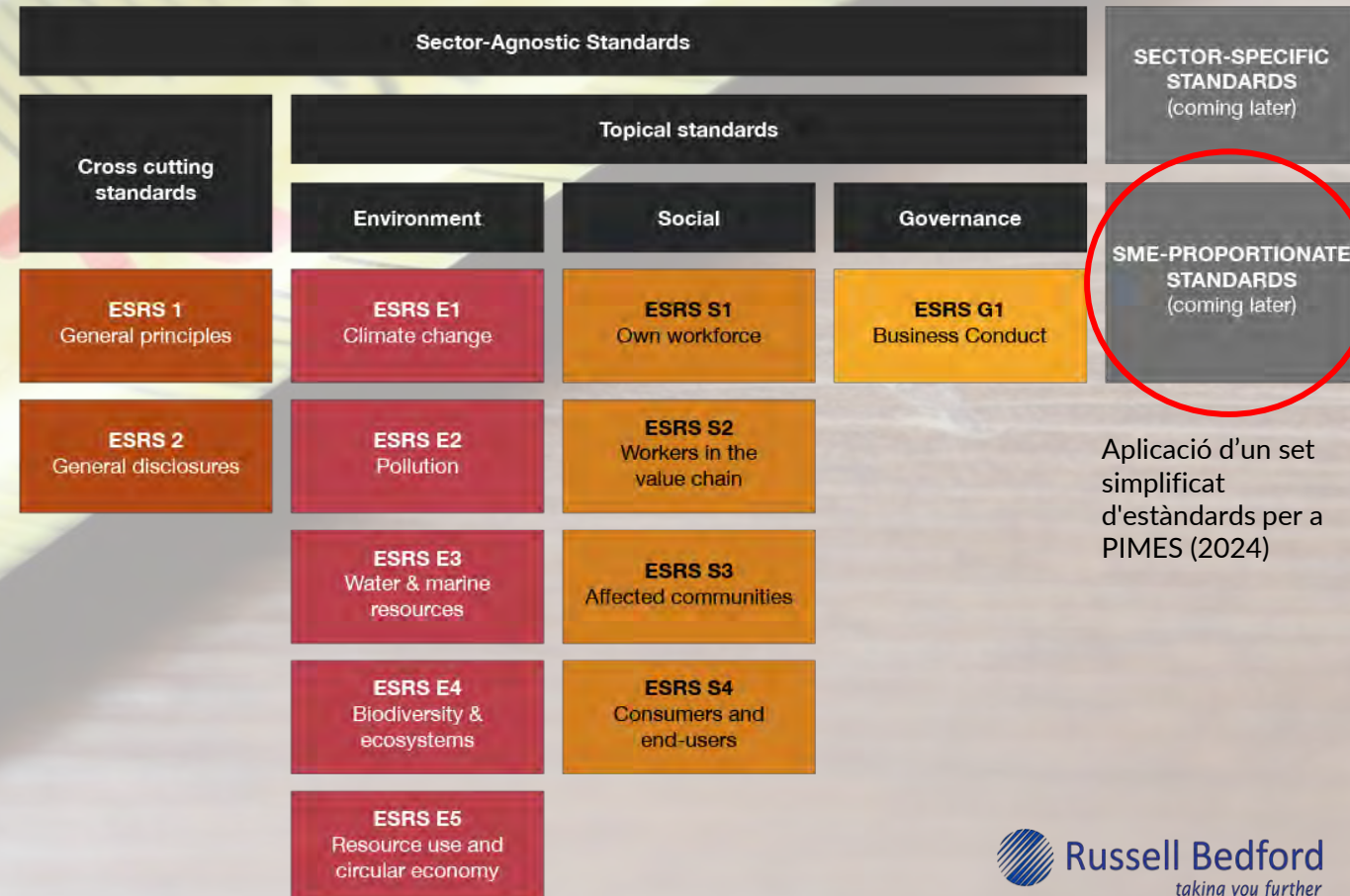
PIMES cotitzades reportar
any fiscal 2026 (grans
empreses any fiscal 2024)

Treballats per l'EFRAG, que va publicar al novembre de 2022 un primer
"paquet" d'estàndards



La [Directiva 2022/2464/UE](#) ("Directiva CSRD" Corporate Sustainability Reporting Directive)

- Equipara el reporting de sostenibilitat amb el financer, fent-lo més transparent, consistent i fiable.
- Definició d'uns estàndards comuns de reporting que seran més senzills per a les pimes, els **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** treballats per l'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG).

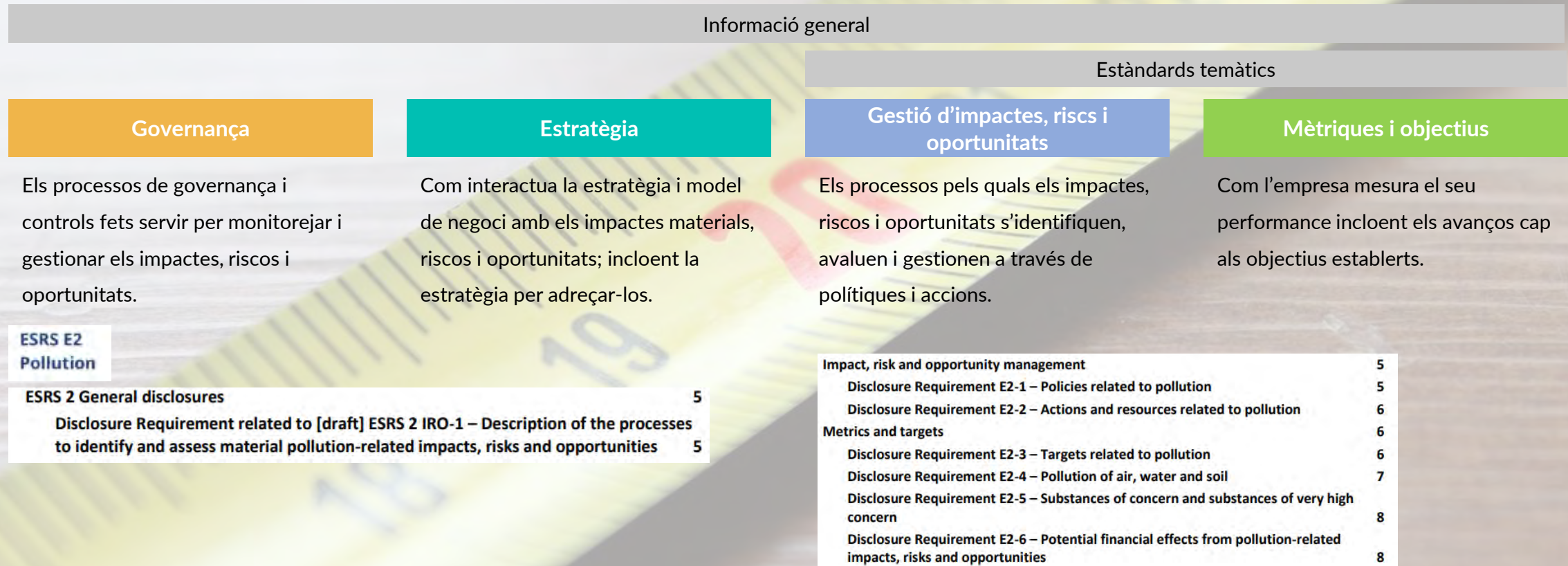


Aplicació d'un set
simplificat
d'estàndards per a
PIMES (2024)

Com podem mesurar i reportar l'impacte?



Els diferents estàndards tenen la mateixa estructura basada en 4 pilars sobre els que s'ha de basar la informació a reportar:



Reptes a l'hora de comunicar la sostenibilitat

Comunicar amb coherència, evitant el GREENWASHING

Fer extensiu el discurs a la resta de l'empresa

Fer comprensibles i simples els conceptes tècnics

Crear una narrativa de sostenibilitat atractiva i única

Identificar els missatges claus

Traslladar el missatge de sostenibilitat als canals de comunicació

Reptes a l'hora de comunicar la sostenibilitat

Comunicació EFECTIVA

De mitjana, la paraula "sostenibilitat" es repeteix 10 vegades a cada pàgina web de sostenibilitat de les 50 millors marques de Forbes. Però les marques més sostenibles? Només la van utilitzar una vegada. Les marques més sostenibles saben que la paraula s'ha utilitzat i abusat al llarg dels anys.

[words-that-work-effective-language-in-sustainability-communications.pdf \(ry.com\)](https://www.ry.com/words-that-work-effective-language-in-sustainability-communications.pdf)

THE 8 CLICHÉS

01

Our commitment

- We are committed

02

The future

- Future generations
- Sustainable future
- Better tomorrow

03

The planet

- Protect the planet
- Help the planet
- People and the planet

04

Biggest challenge

- World's biggest challenge
- Urgent issue
- Unlike any other we've faced
- Of the 21st century

05

Our journey

- Climate journey
- Sustainability journey

06

Together, we can

- In this together
- Work together
- Together, we can

07

Building a better

- Creating
- Shaping

08

Good for business

- Win all round
- Improves business

"We are committed to protecting the planet for future generations. Together, we can continue our sustainability journey, facing the biggest challenge of our time to build a better world, which is good for the environment, our communities and for business."

Every Brand Ever

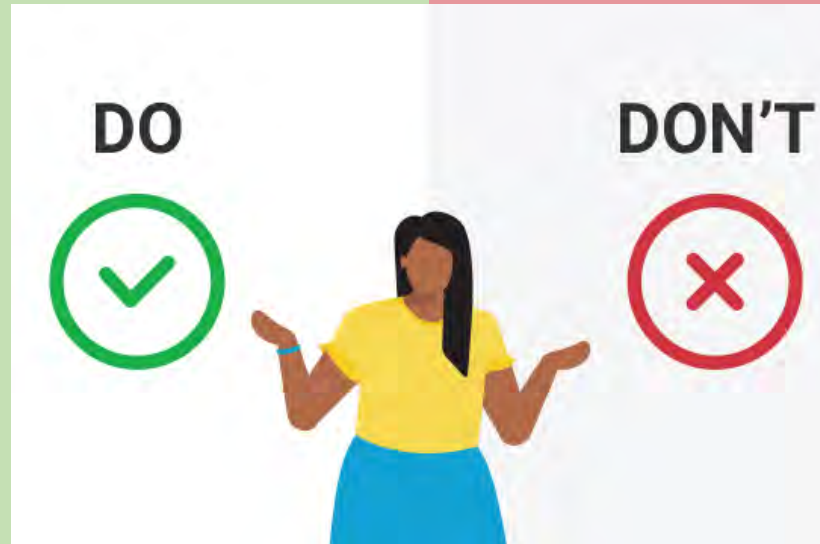
Reduced engagement

Reduced differentiation

Reduced action

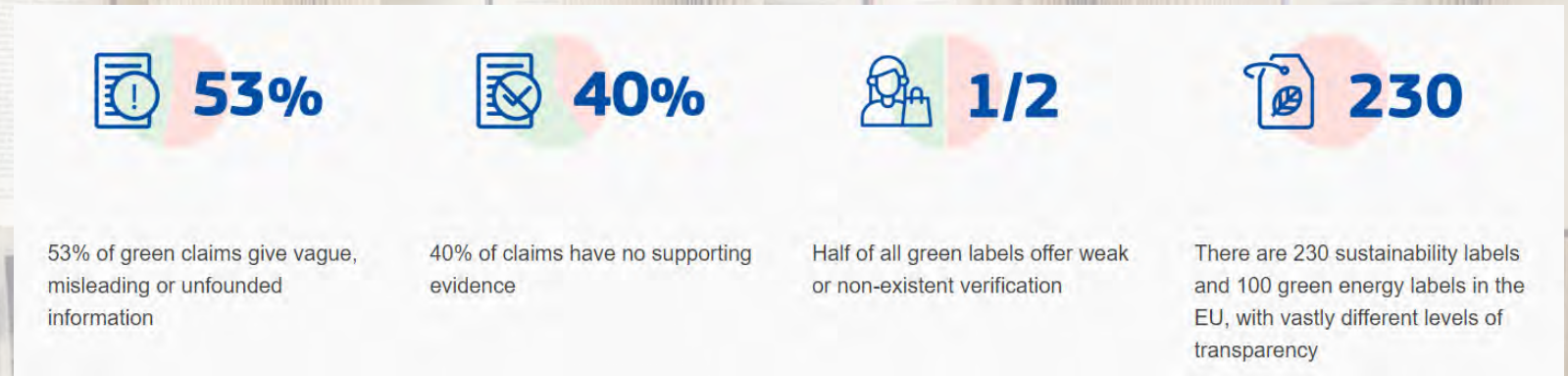
Reptes a l'hora de comunicar la sostenibilitat

- Comunicar sobre els temes materials, el que sabem que és **important**
- Comunicar sobre el **progres** I TAMBÉ **objectius** futurs
- Comunicar sobre les coses que s'han **intentat i no han sortit**
- Deixar la informació **accessible** per als teus grups d'interès
- **Validar** els missatges amb els partners dels projectes
- Recolzar el que comuniquem amb **dades i fets**
- Comunicar sobre **petits objectius** i no esperar a comunicar sobre grans canvis



- Comunicar sobre **cada petita cosa** que fas
- Comunicar com a rellevant un **aspecte que és obligatori**
- Enfocar-se només en **un aspecte de la sostenibilitat**
- Utilitzar el **mateix missatge** per a tots els grups d'interès/audiències
- **Exagerar** el que estàs fent per semblar més sostenible (Greenwashing)
- **Ometre o subestimar** la informació clau (Greenhushing)
- **Separar** la narrativa de sostenibilitat de la narrativa del negoci
- Utilitzar **tecnicismes** o missatges **massa simples**

Reptes a l'hora de comunicar la sostenibilitat



H&M y Decathlon ceden: no harán más declaraciones “sostenibles”

Los dos gigantes de distribución de moda han sido acusados por la Netherlands Authority for Consumers and Markets (ACM) de hacer declaraciones engañosas. Ambas compañías han donado, en conjunto, 900.000 euros a proyectos relacionados con sostenibilidad.



La Comissió ha adoptat una proposta de [NOVA DIRECTIVA](#) per lluitar contra el GREENWASHING y assegurar que s'utilitzen etiquetes i claims en els que podem confiar.

- Obliga a les empreses a justificar els seus claims
- Estableix criteris comuns per comprovar els claims (verificador independent i acreditat)
- Anima a utilitzar etiquetes científicament sòlides i basades en mètodes confiables

Recursos de comunicació

Memòries de
sostenibilitat

Infografies, resums
executius de la
memòria

Pàgina web

Blog amb
continguts de
sostenibilitat

Vídeos corporatius /
Càpsules de vídeos

Còdis QR

Invitació a veus
externes

Xarxes socials

Notes de premsa /
Acords amb mitjans
de sostenibilitat

Newsletter
i mailing

...

Exemples inspiradors



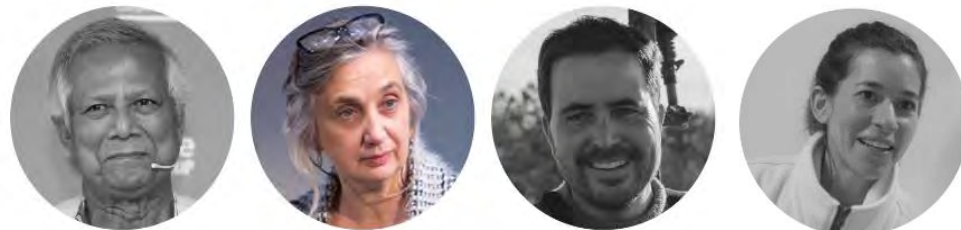
Inicio - Algo tiene que cambiar



Blog de sostenibilitat



Memòria de sostenibilitat



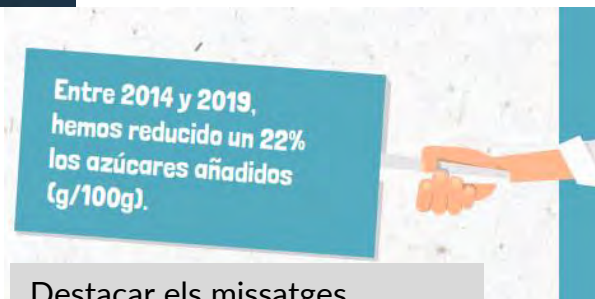
Muhammad Yunus

Carmen Pellicer

Josep M° Ruiz

Violeta

Veus externes que legitimen el discurs



Destacar els missatges

¿SABÍAS QUE...

El plástico utilizado en nuestras botellas (PET) es el único material que al reciclarse (rPET) puede volver a utilizarse para envasar producto alimentario.



Proof points



Codis QR per ampliar la informació

Exemples inspiradors



Pàgina web dinàmica

**Cultivo. Elaboración.
¡Salud! Repetición.**

De la cebada al bar, estos son los cuatro pasos
que damos para reducir nuestro impacto.

**Esta botella sabe
lo que hiciste el último
verano.**

Reutilizar las botellas es mejor que reciclar. Ayúdanos a reducir nuestro impacto devolviendo las botellas para su reutilización.

Memòria de sostenibilitat enfocada a “wow facts”

[Presentación de PowerPoint \(heinekenespana.es\)](https://www.heinekenespana.es)

Nuestra sostenibilidad en cifras

Decididamente apostamos por la diversidad e inclusión



Exemples inspiradors

FLAX&KALE

[Memoria Sostenibilidad 21/ 22 by Sostenibilidad - Issuu](#)

Memòria de sostenibilitat enfocada a proof points



[Food Activism | Heura Foods](#)

Comunicació activista. Continguts sensibilitzadors. Creació de comunitat



Exemples inspiradors



[Too-Good-To-Go---Informe-de-Impacto-2021.pdf](#)

Informe de impacte



Enfocat a xifres clau



Salvando **1 PACK SORPRESA**, ahorras la misma cantidad de emisiones de **CO2eq** que se necesita para **CARGAR TU MÓVIL 442 VECES.**

1kg de comida = 2,5kg de CO2eq*

El desperdicio de comida genera 3,3 gigatoneladas de emisiones de CO2 cada año

*1 Pack sorpresa contiene alrededor de 1 kg de comida

Fent més comprensibles alguns missatges

Ser transparents amb el que es vol millorar

LO QUE QUEREMOS MEJORAR EN 2022

En 2022 adaptaremos 'Cities Against Food Waste' en función de sus resultados en Francia y Alemania, y si siguen siendo positivos llevaremos esta estupenda campaña a muchas otras ciudades de todo el mundo.

LO QUE QUEREMOS MEJORAR EN 2022

En 2022, Too Good To Go trabajará con el sector público y privado para lanzar el "Día del Sistema Alimentario" en la COP27 que se celebrará en Egipto, de tal forma que el principal causante del cambio climático sea el principal tema de las conferencias de la cumbre del clima. Lógica, ¿no?

Exemples inspiradors



ESG · Environmental, Social and Governance · Holaluz Corporate

Bona comunicació en pàgina web

En Holaluz trabajamos incansablemente contribuyendo a 9 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que garantizarán un futuro mejor para todos.

Obsesión del cliente

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Experiencia del cliente

Relaciones honestas con los clientes

ODS



Foco en las personas (Equipo)

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Cultura organizacional y valores

Diversidad y empoderamiento de la mujer

Bienestar del equipo

Gestión del talento

ODS



Negocio sostenible

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Acceso a energía renovable

Relaciones con proveedores y aliados comerciales

Desempeño ambiental

ODS



Actuar con responsabilidad y generar confianza

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Fuerte gobierno corporativo

Transparencia corporativa

Compromiso social

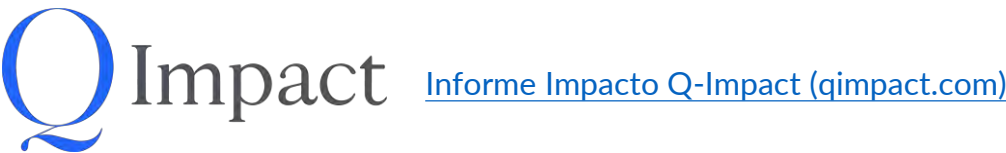
ODS



Documentación corporativa

- Código ético
- Política ESG
- Política de calidad
- Política anticorrupción
- Manual de lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo
- Política de contratación y de relación y negociación con terceros
- Política de diversidad
- Política de seguridad y salud en el trabajo

Transparència amb la publicació de polítiques



Principales problemas en España	Inclusión social	Desempleo juvenil	Desplazamiento rural	Consumo sostenible	Mercados desatendidos
Situación actual	26% Población en riesgo de pobreza o exclusión 3,3M Personas pobreza severa 28% Más riesgo de exclusión	31% Páso juvenil (2x UE) 14% Abandono escolar (1,4x UE)	6.800 Municipios con menos de 5.000 habitantes 6M Pérdida de personas en 10 años 39% Producción agraria se desecha	5,5% Reducción emisiones GEH (vs 1990)	46% Energía renovable 39,5% Mejora eficiencia energética año 2030
Nichos de mercado	Empresas de inserción Centros especiales de empleo	Formación profesional Vocaciones técnicas Emprendimiento	Empresas en entornos rurales (agricultura, reforestación...) Producción y transformación orgánica y producción regenerativa	Economía circular y consumo responsable	Plantas solares híbridas con baterías en las islas Autoconsumo solar
Inversiones	un inicio HE	ROBOTIX Linkia FP	CrowdFarming	AUARA CrowdFarming	Perfecta Menorca Renovable
Objetivos Desarrollo Sostenible					



Abac-Capital-Sustainability-Report-2021.pdf (abaccapital.com)

Initiatives

Health Accessibility
Fighting the global obesity pandemic



- Growth and digitalisation of the company during the investment period impacting the health of customers through effective products and treatments
- Implementation of initiatives to make PronoKal treatment and healthy nutrition habits accessible to groups at socioeconomic risk

c.47k

96%

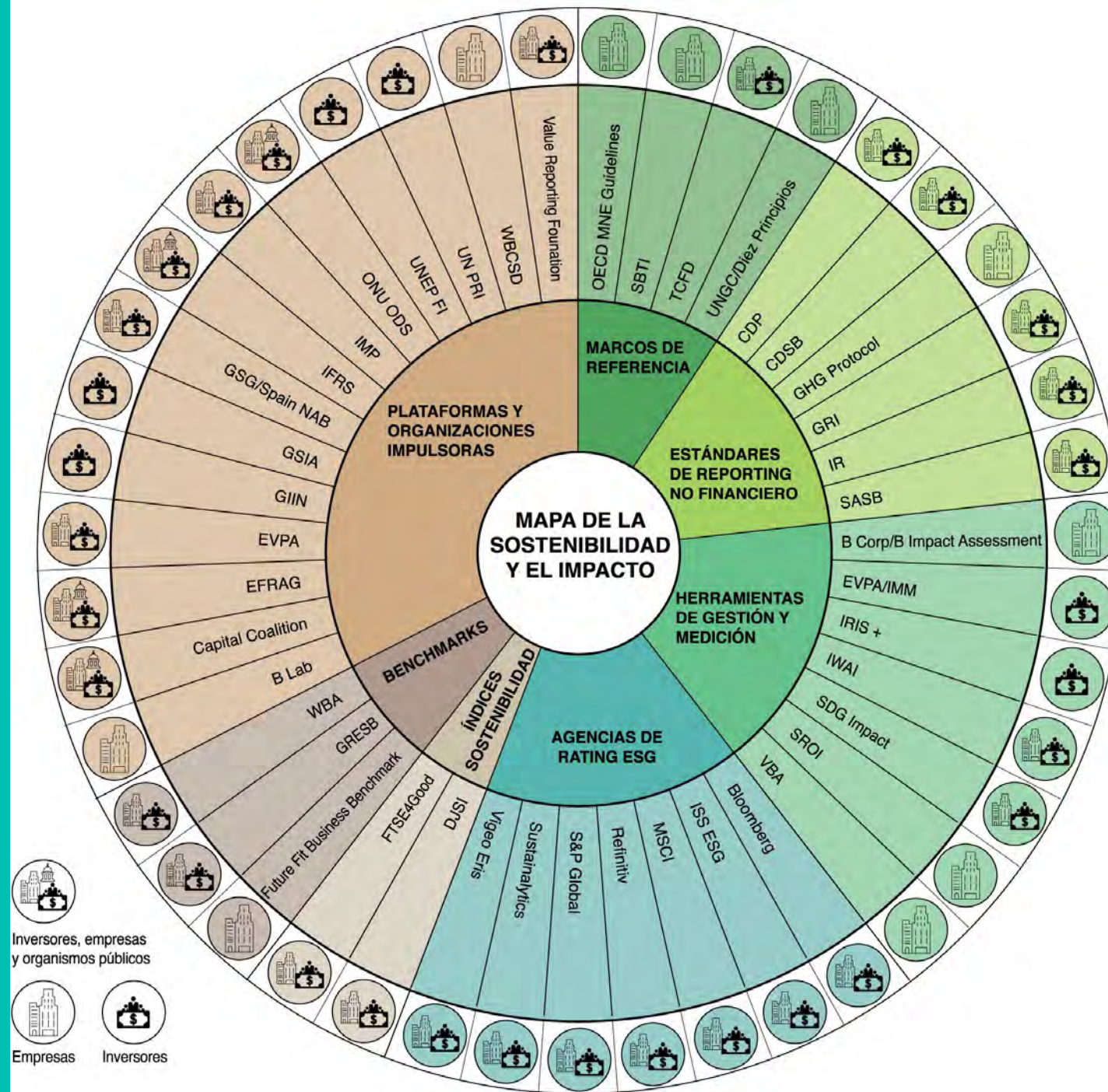
25

Customers assisted in FY21 growing at +5% CAGR since FY19

Customers lose 10%+ weight within the first two months since starting the treatment

Morbid obese patients granted **free access to PronoKal** in collaboration with the Spanish Society for the Study of Obesity





GRÀCIES

Mar Güell Blasi
Manager – Consultoría de impacto y sostenibilidad
mguell@gnlrussellbedford.es



Russell Bedford
taking you further