**¡Como empresa, esto te interesa! Conoce los aspectos fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial**

* **La norma ISO 26000 tiene el objetivo de establecer un estándar internacional que sirva como tutela para las organizaciones en sus caminos a la sostenibilidad, en un mundo cada vez más preocupado por la respuesta del sector empresarial a los retos medioambientales y sociales que les rodean.**

El contexto de la actualidad que vivimos ha visto un cambio importante en la forma en que la gente consume e interactúa con empresas. Hoy, más que sólo comprar por poseer o por mostrar el nombre de una firma o una marca, los consumidores buscan experiencias nuevas y enfocadas hacia el cuidado del ambiente o que se preocupen por las necesidades de las personas que trabajan o representan dicha marca. Con esto en mente, en [***another***](https://another.co/?utm_source=PR&utm_medium=nota&utm_campaign=RSE&utm_id=Panama)***, agencia regional especializada en comunicación estratégica,*** visualizamos la relevancia que hoy tiene el ser una empresa responsable con la sociedad y con el medio ambiente, y cómo estas pueden hacer este cambio.

Datos del estudio bianual de Havas sobre el valor de marca, que encuestó a más de 395.000 personas en todo el mundo, arrojan que el 73% de los encuestados cree que las marcas deberían actuar por el bien de la sociedad y el planeta, mientras que el 64% ha tomado acción, prefiriendo comprar a empresas con una reputación de propósito, no solo de ganancias, y más de la mitad (53%) asegura que está dispuesta a pagar más por una marca que toma una posición sobre situaciones de índole social o ambiental.

De estos *insights* surge la necesidad de visibilizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que es, como su nombre indica, la gestión socialmente responsable de las empresas y sus negocios en todas las aristas que hacen posible su operación. Así lo plantea la [**Norma ISO 26000**](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf), que comprende los conceptos básicos, principios fundamentales y materias de trabajo de la RSE. Dentro de esta normativa también se reglamenta la atención a los impactos negativos generados por la operación de una empresa y la potenciación de las acciones positivas que salen de esta, para así garantizar la sostenibilidad del negocio, de la comunidad que le rodea y del planeta que habitamos.

Ahora bien, de acuerdo con dicha certificación, para conseguir una gestión responsable del negocio es necesario seguir una serie de principios fundamentales que fueron desarrollados con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales y regionales con la intención de promover una administración más consciente de las empresas desde adentro hacia afuera.

***Los esenciales de una Empresa Socialmente Responsable***

Este listado empieza por **la** **rendición de cuentas**, consistente en que toda organización debe hacerse responsable, ante su Junta Directiva y la sociedad en general, por sus decisiones y por los impactos que estas últimas puedan generar en entornos sociales, ambientales y económicos a raíz de su operación. Sigue **la** **transparencia**, que se refiere a la claridad y honestidad de la organización al referirse a los impactos en la economía, la sociedad y el ambiente que genera producto de su operación diaria. Esto implica que la información relacionada a estos impactos esté siempre disponible para las partes interesadas.

Por su parte, **el** **comportamiento ético**, define las acciones de la organización con base en valores fundamentales como la honestidad, la integridad y la equidad, con el fin de promover un comportamiento responsable en todos los niveles de la empresa. **El respeto a los intereses de las partes interesadas**, que se definiría como la escucha activa de la organización sobre las necesidades y la importancia que tienen sus relaciones comerciales en los diferentes niveles de la estructura, es el principio que busca lograr acuerdos y suplir los requerimientos de los involucrados de manera armoniosa y eficiente.

**El principio de legalidad**, se basa en el respeto a las leyes y normas que aplican sobre las diferentes aristas donde opera una empresa. Toda organización debe conocer las leyes que aplican en su operación, respetarlas, cumplirlas y revisar que ese cumplimiento sea constante en el tiempo. En la misma línea, **el respeto a la normativa internacional de comportamiento** implica, por ejemplo, que cuando por motivos geográficos de la operación no haya leyes que amparen algunos aspectos que sí se contemplen en la normativa internacional de comportamiento, la organización deberá ver qué entidad ofrece mayor y mejor cobertura legal y actuar de acuerdo con esa propuesta.

El séptimo y último principio se refiere al **respeto a los derechos humanos**, donde los Derechos Humanos Universales deben ser debidamente reconocidos, respetados, protegidos, promovidos y garantizados por toda organización, aún en caso de que no se cumplan en el lugar donde está ubicada su operación.

Además de estos principios guía, la norma ISO 26000 también contempla [7 materias fundamentales](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100259_sp.pdf) que abarcan la gestión integral del negocio, y que funcionan de forma eficiente para identificar los temas importantes y establecer las prioridades dentro de la gestión socialmente responsable de las empresas en el mundo. Es así como este compendio de herramientas busca establecer lineamientos y guías para el fomento de una cultura corporativa ética y justa a nivel global que permita encaminar a todos los actores de la economía en la ruta del desarrollo sostenible.

En [***another***](https://another.co/?utm_source=PR&utm_medium=nota&utm_campaign=RSE&utm_id=Panama), tenemos compromisos sólidos en temas como la inclusión, la diversidad y la creación de campañas poderosas y responsables como parte de nuestros valores de agencia.

**Responsabilidade Social Corporativa e seus aspectos fundamentais**

* *A ISO 26000 visa a estabelecer uma norma internacional que sirva como guia para organizações no caminho da sustentabilidade em um mundo cada vez mais preocupado com a resposta do setor empresarial aos desafios ambientais e sociais que o cerca*

O contexto em que vivemos é de uma grande mudança na maneira como as pessoas consomem e interagem com as empresas. Hoje, mais do que apenas comprar para possuir ou mostrar o nome de uma empresa ou marca, os consumidores estão em busca de experiências novas e focadas no cuidado com o meio ambiente ou que se preocupem com as necessidades das pessoas que trabalham para ou representam essa marca. Tendo isso em mente, a [***another***](https://another.co/?utm_source=PR&utm_medium=nota&utm_campaign=Desarrollo+Sostenible&utm_id=Brasil), agência regional especializada em comunicação estratégica, visualiza a relevância de ser uma empresa responsável com a sociedade e o meio ambiente, e como as empresas podem fazer esta mudança.

Dados do estudo bianual do Havas Group sobre valor de marca com mais de 395 mil pessoas em todo o mundo, mostram que 73% dos entrevistados acreditam que as marcas devem agir pelo bem da sociedade e do planeta, enquanto 64% tomaram atitudes, preferindo comprar de empresas com uma reputação de propósito, e não apenas de lucro, e mais da metade (53%) diz estar disposta a pagar mais por uma marca que tome uma posição em questões sociais ou ambientais.

A partir desses *insights* surge a necessidade de tornar visível a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), que é, como seu nome sugere, a gestão socialmente responsável das empresas e de seus negócios em todos os aspectos que tornam possível sua operação. Isso está estabelecido na [norma ISO 26000](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf), que cobre os conceitos básicos, princípios fundamentais e temas de trabalho da RSE. Esta norma também regula a atenção aos impactos negativos gerados pela operação de uma empresa e a valorização das ações positivas que dela resultam, a fim de garantir a sustentabilidade do negócio, da comunidade ao redor e do planeta em que vivemos.

Entretanto, de acordo com esta certificação, para conseguir uma gestão empresarial responsável é necessário seguir uma série de princípios fundamentais que foram desenvolvidos com a participação de especialistas de mais de 90 países e 40 organizações internacionais e regionais com a intenção de promover uma gestão mais consciente das empresas de dentro para fora.

**O essencial de uma empresa socialmente responsável**

Esta lista começa com a **prestação de contas**, o que significa que cada organização deve prestar contas a seu conselho de administração e à sociedade por suas decisões e pelos impactos que essas decisões podem ter nos entornos sociais, ambientais e econômicos. Segue-se a **transparência**, que se refere à clareza e honestidade da organização em relação aos impactos na economia, na sociedade e no meio ambiente gerados por meio de suas operações diárias. Isto implica que as informações relacionadas a estes impactos estejam sempre disponíveis para as partes interessadas.

O **comportamento ético**, por outro lado, define as ações da organização com base em valores fundamentais como honestidade, integridade e justiça, a fim de promover um comportamento responsável em todos os níveis da empresa. **O respeito aos interesses dos *stakeholders***, que seria definido como a escuta ativa da organização às necessidades e à importância de suas relações comerciais nos diferentes níveis da estrutura, é o princípio que busca chegar a acordos e atender às exigências dos envolvidos de forma harmoniosa e eficiente.

O princípio da **legalidade** é baseado no respeito às leis e regulamentos que se aplicam às diferentes áreas em que uma empresa opera. Toda organização deve conhecer as leis que se aplicam a suas operações, respeitá-las, cumpri-las e assegurar que o cumprimento seja constante ao longo do tempo. Na mesma linha, o **respeito às regras de conduta internacionais** implica, por exemplo, que quando, por razões geográficas da operação, não existem leis que cobrem alguns aspectos contemplados pelas regras de conduta internacionais, a organização deve ver qual entidade oferece maior e melhor cobertura legal e agir de acordo com esta proposta.

O sétimo e último princípio refere-se ao **respeito aos direitos humanos**, onde os Direitos Humanos Universais devem ser devidamente reconhecidos, respeitados, protegidos, promovidos e garantidos por toda organização, mesmo que não sejam cumpridos no local onde sua operação está localizada.

Além desses princípios norteadores, a norma ISO 26000 também contempla [7 temas fundamentais](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100259_sp.pdf) que cobrem a gestão integral do negócio e que trabalham eficientemente para identificar as questões importantes e estabelecer as prioridades dentro da gestão socialmente responsável de empresas no mundo. Assim, este compêndio de ferramentas procura estabelecer diretrizes para a promoção de uma cultura corporativa ética e justa a nível global que permita a todos os atores da economia seguir o caminho do desenvolvimento sustentável.

A ***another*** tem compromissos sólidos com a inclusão, diversidade e criação de campanhas poderosas e responsáveis como parte de nossos valores de agência.

**SOBRE A ANOTHER**

Fundada em 2004 por Jaspar Eyears e Rodrigo Peñafiel, *a another* é uma agência independente que tem como objetivo revolucionar a comunicação estratégica por meio de campanhas poderosas e eficazes para posicionar várias marcas perante seus públicos. A *another* conta com serviços integrados de relações públicas, comunicação digital, *influencer* marketing, mídias sociais*, branding, inbound* marketingemarketing de conteúdo, criação e design e experiências de marca. A agência atua em unidades de negócio especializadas, classificadas em: beleza, consumo, corporativo, entretenimento, luxo, tecnologia e turismo. A *another* faz parte da Constellation Global Network e PRORP, e foi reconhecida com vários prêmios, como o SABRE Awards e o Latin American Excellence Awards. Possui escritórios no México (Cidade do México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo), Chile (Santiago), Colômbia (Bogotá), Estados Unidos (Flórida), Panamá (Cidade do Panamá) e Peru (Lima), com atuação na Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Porto Rico, República Dominicana, Bolívia, Canadá, Paraguai, Uruguai e Europa.

Para mais informações, visite [another.co](https://another.co/?utm_source=PR&utm_medium=nota&utm_campaign=Desarrollo+Sostenible&utm_id=Brasil) e siga suas redes sociais: [Facebook](https://www.facebook.com/anothercompany/), [Twitter](https://twitter.com/anotherco?lang=en), [Instagram](https://www.instagram.com/anotherco/) e [Linkedin](https://www.linkedin.com/company/anotherco/).

| **Contatos para a imprensa:** |
| --- |
| Joyce Camargo: joyce.camargo@another.co | (11) 97651-7115 |