



ISS Facility Services
presentación para:



ISS en el mundo en 2008



ISS en España en 2008

Visión global
Servicio local



Nuestros servicios

ISS se encarga de los **Servicios Generales** de sus centros para que usted pueda ocuparse de lo que verdaderamente le aporta valor

ISS le ofrece su experiencia y eficiencia para mejorar el bienestar de sus trabajadores y Clientes



Limpieza

Limpieza de Edificios
Limpieza Industrial
Suministros Higiénicos
Limpieza de Cristales y Fachadas
Etc.

Serv. Auxiliares

Recepcionistas
Telefonistas
Help y Service Desk
Control de Accesos
Etc.

Serv. Técnicos

Mantenimiento
Refrigeración
Control de Plagas
Higiene Ambiental
Tratamiento de aguas
Calidad del aire interior
Jardinería
Etc.

Catering

Para Colectividades
Cafeterías-Restaurantes empresa
Coffee breaks
Vending
Etc.



ISS empresa sostenible

Hacer **bien** el negocio

Hacer el **bien** con el negocio

1. Generar beneficios económicos
2. Tener una buena relación con nuestros stakeholders
3. Minimizar el daño al medioambiente
4. Devolver a la sociedad parte de los beneficios que nos ha aportado



ISS empresa eminentemente social

- 30.000 empleados
- 800 discapacitados
- 3,575 extranjeros
- Certificación SA 8000
- Certificación EFR
- Certificado de Sistema de Gestión Integrada (ISO 9001, ISO 14.001, PRL)
- Apoyo de Union Network Int.
- Miembro del Global Compact de las Naciones Unidas
- Socio del Club de Excelencia en Sostenibilidad



Nuestros valores



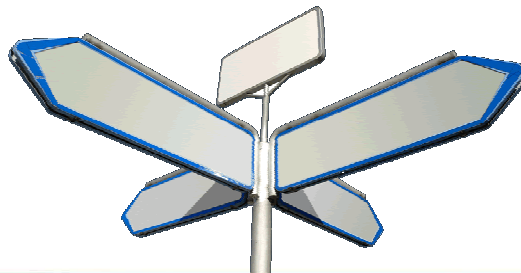
Visión

*Liderar el mercado español del Facility Services
(Servicios Generales)*



Misión

“Ayudar a que nuestros clientes se concentren en su actividad principal de negocio, prestando y gestionando de manera eficiente la mayoría de servicios auxiliares de sus edificios e instalaciones, ofreciendo un empleo de calidad a los trabajadores de ISS, respetando la sociedad y el medio ambiente y generando beneficios proporcionados para los accionistas “



La RSC

Es el concepto a través del cual las empresas, voluntariamente, integran las inquietudes sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y su interacción con sus stakeholders.

La RSC es la apuesta empresarial para el desarrollo sostenible.

RSC
Responsabilidad Social Corporativa



Factores impulsores de la RSC

Mejora de la reputación	91%
Obtención de ventajas competitivas	81%
Tendencias del sector	70%
Presión de los consumidores	67%
Demanda de los accionistas	63%
Demanda de los trabajadores	63%
Presión del mercado de valores	47%
Presión de las ONG	28%
Reducción de costes	23%

Fuente: PricewaterhouseCoopers Survey 2003. Responsabilidad social empresarial corporativa: tendencias España



Factores impulsores de la RSC

- Presiones institucionales:
 - Código de transparencia y buen gobierno (código Conthe, mayo 2006)
 - Informe de la Subcomisión parlamentaria para potenciar y promover la responsabilidad social en las empresas", septiembre 2004.
 - Leyes de conciliación de la vida familiar y laboral
 - Ley orgánica para la igualdad efectiva de hombres y mujeres.
 - Legislación medioambiental a escala europea, estatal, autonómica y local.
 - LISMI
 - Consejo estatal de la RSE



Factores impulsores de la RSC

- Factores administrativos:
 - Política de contratación pública de la UE: “pueden exigir condiciones especiales referidas a consideraciones de tipo social y ambiental”
 - “Compra sostenible o compra verde”
 - “Derechos de los trabajadores”
 - “Integración de minorías”
 - “Diversidad cultural”



Factores impulsores de la RSC

- Perspectiva financiera y demanda de inversores:
 - La inversión socialmente responsable (ISR)
 - Fondos de inversión social
 - Se valoran positivamente aquellas que fomenten la RSC y realicen acciones en este ámbito.
 - En España existen 37 instituciones de inversión colectiva registradas en la comisión Nacional del Mercado de valores (CNMV)
 - La ISR se ha convertido en un poderoso instrumento para el progreso ambiental y social



Factores impulsores de la RSC

- Mayor sensibilidad de los consumidores:
 - Consumo responsable. Consumidores mas informados y responsables
 - Es necesario adaptar los productos a los condicionantes culturales y sociales de cada colectivo
 - Nacen nuevas categorías de productos/servicios que quieren satisfacer las necesidades sociales/medioambientales de los consumidores.
 - El 35% de los consumidores afirman haber penalizado alguna vez a una empresa.
 - El 74% afirman estar dispuestos a dejar de comprar
 - Fundamental tener canales de comunicación entre consumidor y empresa



Factores impulsores de la RSC

- Otros factores:
 - Respuesta a proveedores que demanden exigencias de RSC
 - Buena relación con el entorno
 - Reputación internacional
 - Imagen corporativa
 - Factor de diferenciación
 - Reducción de costos
 - Calidad total
 - Mejora continua
 - Cultura corporativa
 - Satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés



RSC como herramienta de beneficio

1. RSC como herramienta estratégica
2. RSC como herramienta transversal y de competitividad
3. RSC como herramienta de comunicación con los grupos de interés
4. RSC basada en los valores y la identidad de la empresa
5. RSC como proceso de reflexión estratégica de la empresa
6. RSC como herramienta de gestión y comunicación del valor creado



RSC



RSC como herramienta de beneficio

1. RSC como herramienta estratégica

- La RSC ha de formar parte de la estrategia global de la compañía y incorporar los valores medioambientales, la creación de valor para las personas, aspectos éticos y de gobierno corporativo y la contribución al desarrollo de la sociedad.
- De esta manera la organización podrá afrontar los riesgos y aprovechar las oportunidades de negocio derivadas de aspectos sociales y medioambientales



RSC como herramienta de beneficio

2. RSC como herramienta transversal y de competitividad

- Desarrollar mecanismos necesarios de coordinación y implicación transversal de los diferentes areas para conseguir ventajas competitivas.
- Ámbitos de RSC transversales en toda la organización:
 - El buen gobierno
 - El entorno de trabajo
 - El entorno de mercado
 - El entorno de comunidad
 - El entorno medioambiental



RSC como herramienta de beneficio

3. RSC como herramienta de comunicación con los grupos de interés

- Los empresarios “responsables” son conscientes de que son el centro de atención de una compleja red de grupos de interés con intereses en muchos casos contrapuestos.
- Las empresas están en una sociedad global informada.
- En una sociedad que pide transparencia.
- Para un buen dialogo hay que identificar los grupos de interés y establecer canales que permitan obtener un feedback, a veces cambiante.



RSC como herramienta de beneficio

4. RSC basada en los valores y la identidad de la empresa

- Los valores han de situarse en una perspectiva de innovación, aprendizaje y diferenciación.
- La RSC integrada a la estrategia de la empresa, permite a esta crear un valor económico, pero a la vez social y medioambiental.
- La RSC, en un sentido estratégico y de negocio, puede convertirse en una ventana competitiva.
- Reflexiones:
 - Qué nos identifica como organización?
 - ¿Quiénes somos?
 - ¿Con qué queremos identificarnos?, ¿Con qué queremos que nos identifiquen?
 - ¿A qué podemos comprometernos?



RSC como herramienta de beneficio

5. RSC como proceso de reflexión estratégica de la empresa

- La RSC impacta en la creación de valor a través de la **reputación** delante de sus grupos de interés.
- La estrategia gira entorno al binomio: Grupos de interés y la proposición corporativa de valor (económico, ético, social y medioambiental)
- Reflexión:
 - ¿Cuál es nuestra misión, visión, valores y estrategia?
 - ¿Cuáles son nuestros grupos de interés?, ¿Cuáles impactan más en nuestra reputación?
 - ¿Cuáles son sus expectativas?, ¿Qué riesgos/oportunidades se derivan?
 - ¿Qué hacen nuestros competidores?
 - ¿Qué objetivos de RSC fijaremos?, ¿Cuál es el plano operativo para conseguirlos?



RSC como herramienta de beneficio

6. RSC como herramienta de gestión y comunicación del valor creado

- Par generar compromiso y transparencia, hay que agrupar las expectativas de los grupos de interés y desarrollar herramientas y mecanismos de comunicación.
- Nuestras buenas prácticas han de estar integradas en la estrategia de la empresa, si no, difícilmente llegamos a transmitir adecuadamente nuestra gestión de empresa responsable.



Ámbitos de aplicación de la RSC

1. Buen Gobierno (o Gobierno Corporativo)
2. Trabajo
3. Medioambiente
4. Sociedad
5. Mercado



Ámbitos de aplicación de la RSC



1. Buen Gobierno

- “Conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas”
- El Gobierno Corporativo ha de proporcionar la estructura necesaria para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para conseguirlos y controlar los resultados.
- El Gobierno corporativo ha de ofrecer estímulos al consejo de administración para perseguir los objetivos que sean de interés para la compañía y sus accionistas, y facilitar el control efectivo



Ámbitos de aplicación de la RSC

2. Trabajo

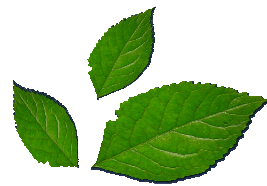
- La RSC afecta los procesos de gestión de las personas:
 - Contratación, formación, seguridad y salud laboral, políticas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral, de igualdad, etc.
 - Encuestas de satisfacción y de control de la aplicación de los Derechos Humanos.



Ámbitos de aplicación de la RSC

3. Medioambiente

- Proteger el medioambiente del impacto de las operaciones empresariales.
- Crear una “cadena de valor” a través de los proveedores.



Ámbitos de aplicación de la RSC

4. Sociedad

- Inversión de recursos económicos, técnicos y/o humanos destinada a proyectos orientados a mejorar las condiciones de vida de las personas o colectivos de la comunidad donde las empresas operen o de los países en vías de desarrollo, ya sea directamente o a través de otras entidades.



Ámbitos de aplicación de la RSC

5. Mercado

- Relación con proveedores y subcontratistas, así como las cuestiones relativas al producto y las relaciones con los clientes.
- Ofrecer a los consumidores, de una manera eficaz, ética y ecológica, los productos/servicios que los consumidores necesitan y desean, y han de integrar criterios éticos en la gestión de su cadena de proveedores.



Claves y recomendaciones

- Integrar la RSC como parte de la estrategia para mejorar
- Concebir la RSC como una exigencia de competitividad
- Fomentar las relaciones laborales de calidad en la RSC
- Incorporar a la RSC la adaptación y la gestión del cambio laboral
- Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres en todos los niveles de la empresa
- Promover la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+I) para generar productos y servicios innovadores relacionados con nuevas demandas sociales



Claves y recomendaciones

a los directivos de RSC

- Las soluciones de una empresa no son transferibles a otras empresas. El contexto es importante.
- La RSC debe estar integrada en la estrategia de la empresa: debe ser transversal.
- Las memorias y los informes no son lo más importante del directivo de RSC. Poner foco en su actividad.
- No perder la esperanza y la ilusión: lo que toca hacer no siempre coincide con lo que nos gustaría o creemos que deberíamos hacer.
- Pasar tiempo hablando con la alta dirección y otros directivos, que no necesariamente estarán del todo convencidos.



Claves y recomendaciones

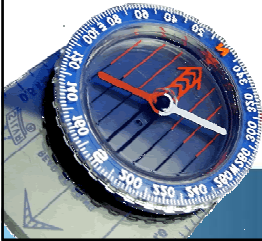
a los directivos de RSC

- Ser creativos, porque habrá que ingeniárselas para hacer cosas con poco presupuesto.
- Pensar en el largo plazo y, al mismo tiempo, conseguir algunos resultados en el corto plazo.
- Apoyarse en quienes son sus aliados, buscar formas de atraer a quienes son más escépticos; vencer las resistencias de los críticos.



Aciertos y errores

- Gestionar los aciertos y errores como riesgos y oportunidades de mejora, aprendiendo de nuestras propias experiencias.
- Lo más importante es saber donde estamos y que áreas de mejora hemos de trabajar
- Planificar nuestras acciones, tanto a medio como a largo plazo, y comprometernos a su cumplimiento.



Si quieres contactar con nosotros

Teléfono:

900 811 600

Web:

www.iss.es

ramon-folch@es.issworld.com





¡MUCHAS GRACIAS!

Bibliografía

- LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA (RSE), Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, Junio 2007
- GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN LA PYME, Club de la excelencia en sostenibilidad
- EN BUENA COMPAÑÍA, Ramon Mullerat, Ed. Debate
- EL CÓDIGO UNIFICADO DE GOBIERNO CORPORATIVO, Rafael Mateu de Ros Cerezo, Ed. Thomson Aranzadi
- LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL: UNA RESPUESTA RENDIBLE, Helena Viñes Fiestas, CCTESTC
- GUÍA DE IMPULSO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, PricewaterhouseCoopers

