

Acta Fundacional
del
**OBSERVATORIO DE SOSTENIBILIDAD Y TRANSPARENCIA
OBSET**



Documento elaborado como resultado de la reflexión colectiva de las organizaciones firmantes para dar a conocer públicamente su voluntad de creación del *Observatorio de Sostenibilidad y Transparencia (OBSET)* y la misión y alcance que desean darle a la iniciativa. Aprobado por las organizaciones fundadoras de OBSET en fecha 22 de septiembre de 2021 y rubricado el 1 de octubre de 2021 durante la Jornada organizada al efecto.

© *Observatorio de Sostenibilidad y Transparencia (OBSET)*. Valencia, 2021.

PACTO FUNDACIONAL

Los abajo firmantes, como representantes de las organizaciones a las que pertenecen, dejan constancia de su acuerdo sobre los siguientes puntos:

1. El encauzamiento de la iniciativa privada, dentro de un contexto de colaboración con el sector público, es fundamental para revitalizar la economía regional y mejorar el bienestar social. Las empresas, como agentes creadores de riqueza, juegan un papel fundamental en el progreso social. Su éxito en encontrar la senda por la cual puedan transitar apuntando a objetivos de mayor competitividad y crecimiento sostenible es garantía de estabilidad y desarrollo colectivo.
2. La empresa moderna debe aprender a gestionar las relaciones con múltiples grupos de interés con objetivos legítimos, aunque en ocasiones contrapuestos, y con expectativas de que las organizaciones desplieguen estrategias alineadas con sus fines.
3. La reputación y el valor intangible de la compañía en el mercado no pueden ya disociarse de su RSE y de su sostenibilidad. Las empresas con mejores prácticas en sostenibilidad son empresas con mejores relaciones con sus grupos de interés, que gozan de un plus de reputación, aceptación social, reconocimiento y capacidad de captación de capital y de talento.
4. La supervivencia, la rentabilidad y la competitividad futuras de la empresa descansarán en la habilidad directiva para construir una posición competitiva que desarrolle y explote intangibles valiosos en el mercado, y también en una estrategia que gestione los riesgos ASG (ambientales, sociales y de gobierno) para prevenir el daño que los mismos pueden causar en su reputación y en el valor de sus intangibles.
5. Las empresas con mejores prácticas en sostenibilidad son empresas más competitivas, con un mayor crecimiento y, previsiblemente, con mayores índices de rentabilidad y supervivencia.
6. La legitimidad social de la empresa va a descansar igualmente en la instauración de modelos de gobierno corporativo basados en el respeto de la diversidad, la igualdad, la integración y la representación de todos los intereses legítimos. Es pues esencial que las iniciativas empresariales de inversión en sostenibilidad vayan acompañadas de la máxima transparencia informativa sobre sus acciones y resultados en estos frentes.
7. Una empresa más transparente económica, social y medioambientalmente requiere sistemas de reporting apropiados, que trasladen a los grupos de interés relacionados la información necesaria sobre sus estrategias, prácticas y resultados en la triple vertiente de la sostenibilidad.
8. El compromiso que las empresas han demostrado durante la crisis pandémica originada por el Covid-19, aportando recursos, resolviendo problemas de suministro de materiales sanitarios esenciales, promoviendo plataformas de solidaridad y desarrollando soluciones de conciliación de mantenimiento del negocio y de protección de la salud de los trabajadores, ha de ser un ejemplo del valor cívico de la iniciativa privada en momentos críticos. Es igualmente necesario y justo reconocer la aportación social de empresarios que voluntariamente han destinado un volumen importante de sus recursos privados a paliar problemas sociales.

9. La acción pública puede eliminar fricciones y restricciones a la función empresarial, frenar la hemorragia de liquidez y de confianza, coordinar esfuerzos, pero ni antes ni ahora podrá sustituir eficientemente a la empresa en la satisfacción de las necesidades y en la creación de riqueza. Las administraciones públicas se enfrentan a retos cada vez más serios con recursos limitados por las restricciones presupuestarias y que además exigen iniciativas en las cuales la colaboración empresarial es esencial. La cooperación público-privada va a ser pues una línea de futuro para enfrentar los principales desafíos que la sociedad valenciana tiene planteados. Es necesario promover el compromiso social de la empresa con este enfoque colaborativo, para emitir incentivos positivos que induzcan el cambio de valores y actitudes empresariales desde el convencimiento y no desde la imposición y la sanción.
10. Las empresas deben asumir el reto de convertirse en protagonistas del cambio, acompañando su actividad mercantil que constituye su razón de ser con una definición amplia de misión que la compagine con el desarrollo de soluciones a los problemas económicos, sociales y medioambientales que estén inspiradas en la filosofía win-to-win plasmada en la triple vertiente de la sostenibilidad, es decir, en juegos de suma positiva donde ganen todos los agentes.
11. No obstante, persisten barreras importantes a la aceptación de la cultura de la sostenibilidad y a la introducción de prácticas que la hagan realidad entre la mayoría del tejido empresarial. Las entidades firmantes hacen constar su deseo de despertar a las empresas aletargadas ayudándolas a promover la adopción de las mejores prácticas en materia de responsabilidad social, sostenibilidad y transparencia informativa s.
12. El ejercicio de su propio compromiso con la sostenibilidad social y medioambiental requiere acciones mancomunadas de todo el empresariado. En este sentido, dado que gran parte del tejido productivo regional y nacional está formado por microempresas y pequeñas empresas, resulta necesaria la movilización colectiva a través de las asociaciones empresariales y las instituciones en que están representadas a nivel sectorial o territorial. Es por ello que las organizaciones firmantes de esta Acta han decidido promover la creación de *OBSET Observatorio de Sostenibilidad y Transparencia*.

OBJETIVOS DE OBSET

Las metas que se desean conseguir con esta iniciativa son las siguientes:

1. Incentivar a las empresas para que asuman un mayor compromiso en la resolución de los problemas económicos, sociales y medioambientales, mediante:
 - a) La mentalización del empresariado y de los directivos de las empresas de todos los tamaños y sectores, sobre las nuevas pautas y KPIs de la competitividad en el siglo XXI y el papel mollar que en ellas jugarán los intangibles basados en la reputación ganada mediante la responsabilidad social, la sostenibilidad y la transparencia informativa.
 - b) La concienciación de los responsables empresariales de que la confianza social e incluso el comportamiento de los mercados premiarán la transparencia y el equilibrio de la creación de valor con la atención de necesidades generales en campos como la educación, la investigación, la cultura, el medioambiente y la integración social, respondiendo así a los planteamientos de la sostenibilidad en la triple vertiente económica, social y medioambiental.

- c) La promoción de estrategias que primen el valor compartido, la cooperación, la ética, la solidaridad, la RSE y la comunicación fluida y abierta con los stakeholders, con la vista puesta en la firma de un nuevo contrato social para la empresa inspirado en estos principios.
2. Establecer las bases de una plataforma que sea activa y útil para:
 - a) Informar regularmente del progreso entre las empresas de la visión de la empresa como un buen "ciudadano corporativo"-
 - b) Constituirse en fuente de información sobre las mejores prácticas y experiencias a seguir por las empresas en materia de transparencia informativa, sostenibilidad y responsabilidad.
 - c) Recoger un repositorio de experiencias, casos y herramientas de desarrollo y mejora del desempeño en sostenibilidad y transparencia de las organizaciones, que sea de acceso gratuito.
 - d) Elevarse a la categoría de referente para la toma de decisiones estratégicas en estos ámbitos de los equipos de gobierno corporativo y de dirección.
 - e) Actuar como canal de difusión de las políticas, iniciativas y convocatorias lanzadas por las administraciones públicas en estos terrenos.
 3. Servir como foro de encuentro y de diálogo entre la iniciativa privada, las administraciones públicas y el tercer sector (el amplio conjunto de organizaciones sin ánimo de lucro), en el cual puedan:
 - a) Consensuarse los principios y las estrategias a desplegar desde los dos frentes, con los propósitos de potenciar al máximo el número de empresas que asuman y practiquen la sostenibilidad, la responsabilidad y la transparencia.
 - b) Alinearse las prácticas empresariales con las políticas públicas en la materia.
 - c) Dirimirse las diferencias mediante el debate, la crítica constructiva y la reflexión colectiva, de manera que la concienciación de los empresarios y gestores y las políticas públicas en sostenibilidad, responsabilidad y transparencia avancen por la senda trazada por expertos independientes.
 - d) Promoverse proyectos conjuntos que optimicen sinergias en el uso de los recursos y abran nuevas vías para la innovación social.
 4. Diseñar y poner en acción una clasificación de las empresas en función de sus resultados en sostenibilidad, responsabilidad, buen gobierno, transparencia y competitividad, que se actualice periódicamente en base a los datos de panel recogidos y que pueda servir de base para acciones de reconocimiento público a las empresas más destacadas en estas parcelas.
 5. Aportar valor y reforzar la reputación y la imagen de marca de las organizaciones asociadas al Observatorio como entidades responsables, sostenibles y transparentes.
 6. Promover el progreso económico y social y el avance de una sociedad más abierta y comprometida con el bienestar común, la integración y la equidad, mediante la adopción por las organizaciones de principios y prácticas de sostenibilidad, responsabilidad y comunicación transparente y completa.

Universitat de València-GRECO	Universitat Jaume I-GRECO
César Camisón Zornoza. Investigador Principal de GRECO. Director de OBSET	Beatriz Forés Julián. Directora de GRECO-UJI
Universidad Miguel Hernández de Elche-PROCREA	Asociación Paterna Ciudad de Empresas
José María Gómez Gras. Catedrático. Director de PROCREA	Juan Antonio Sagredo Marco. Presidente
EGM Parc Tecnològic Valencia	ASIVALCO. Comunidad de propietarios del polígono Fuente del Jarro
Antonio Alagarda Nácher. Presidente	Santiago Antonio Salvador Cardó. Presidente
Asociación Empresarial L´Andana	Asociación de Empresarios del Parque Empresarial Táctica ADET
Carmen Pi Palau. Presidenta	Diana Aparicio Cerveró. Presidenta
APYMEP. Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas y Profesionales	Fundación El Secreto de la Filantropía
Vicente Peñalver Camps. Presidente	Luis Fernando Trigo Sierra. Presidente
NUNSYS	Vicky Foods
Francisco Gavilán Pérez. CEO	José Vicente Castell Sanfelix. Director de Relaciones Externas y RSC de Vick Foods
Grefusa	La Pinada Lab (Mosaik Systems)
Bernardo Gregori Bernabeu. Director de Sostenibilidad, Riesgos, Compliance y Relaciones Institucionales. Presidente del Consejo de Familia	Miguel Tito Malone. Director de La Pinada Lab
Sernutec Servicios y Nuevas Tecnologías	Sol i Vent
Francisco Javier Barbé Marchán. Gerente	Jaume Alagarda Nácher. Gerente

Gourmet	Logopost
Jaime Álvarez Santamaría Director General	César Pardo Peinado Director General