

CURSOS 2014

La base para la gestión sostenible o sustentable de una organización está en el conocimiento, sensibilización y capacidad de innovar. Redes Sociales a través de sus cursos -con voces expertas y un enfoque práctico, acorde a la línea del negocio- facilita una gama de tópicos esenciales para que la alta dirección, comités y miembros del gobierno corporativo, gerencias de sustentabilidad y comunicación, así como los colaboradores en general, comprendan la importancia y los beneficios de ser sustentable y la relevancia de su participación para posicionarse positivamente en el ámbito.

OBJETIVO

Proporcionar los conocimientos generales, específicos y actuales que fortalezcan la gestión sustentable de la organización, propiciando liderazgos en el ámbito y motivando acciones sustentables acordes al giro del negocio.

CONTENIDOS

	<i>Tema</i>	<i>Relevancia</i>
	Intruducción a la sustentabilidad	
BÁSICOS	1 Historia, Conceptos básicos e Introducción a los estándares de la sustentabilidad (ISO 26000, GRI, PACTO MUNDIAL)	<i>El conocimiento de los aspectos generales de la sustentabilidad permitirá tener una gestión exitosa a quienes han sido designados para el desarrollo y/o aplicación de la estrategia sustentable de la empresa. Estos temas serán de utilidad para la gestión de la sustentabilidad a nivel corporativo, unidad de negocio o como proveedor clave de una empresa.</i>
	2 ISO 26000	<i>La integración de la Responsabilidad Social en la empresa es el tema central de este estandar creado por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO, por sus siglas en inglés: International Organization for Standarization).</i>
	3 GRI (G3.1 Y 4)	<i>Global Reporting Initiative publica el estandar más utilizado para la elaboración de memorias de sostenibilidad sustentabilidad. Actualmente hay dos versiones vigentes de esta guía, G3.1 y G4. El conocimiento de sus estructura, los tipos de indicadores y sus niveles de aplicación o conformidad se abordan en este curso.</i>

Dirigido a: Sustentabilidad, Responsabilidad Social corporativa o afines

Finanzas sustentables

FINANZAS

4

Sustentabilidad, valor bursátil y retorno de la sustentabilidad

A través de estos temas se conocerá la importancia de la sustentabilidad en la creación de valor financiero y bursátil, conocer las metodologías de evaluación utilizadas para ser parte del Índice de sustentabilidad de la BMV, sustentabilidad y costo de capital e identificar áreas de oportunidad para las operaciones financieras del negocio. Manejo de riesgos financieros desde el ámbito sustentable.

Dirigido a: Relación con inversionistas, Sustentabilidad, Responsabilidad Social corporativa o afines

Determinación y estrategia

DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

5

Diálogo con grupos de interés

Se comprenderá la relevancia de la identificación de los grupos de interés de la organización y la implementación de estrategias de comunicación apropiadas, como aspectos clave para un diálogo real y el posicionamiento exitoso frente a cada uno de ellos.

Dirigido a: Comunicación corporativa, Relaciones públicas, Sustentabilidad, Responsabilidad Social corporativa o afines

Marketing sustentable

MARKETING Y COMUNICACIÓN

6

Posicionamiento de marca sustentable en tres momentos: a) la planificación y desarrollo del producto o servicio, b) promoción y entrega a usuario/cliente y c) el destino final de los productos.

Ser verdaderamente sustentable implica una gran inversión de esfuerzos. Los resultados merecen darse a conocer amplia y constantemente posicionando a la marca como una buena elección para el consumidor actual que demanda productos y servicios que no hayan dejado un impacto negativo social o ambiental durante su desarrollo.

Dirigido a: Comunicación corporativa, Relaciones públicas, Sustentabilidad, Responsabilidad Social corporativa o afines

TENDENCIAS

7

Estrategia de sustentabilidad en la cadena de valor, Evaluación del código de ética en cadena de suministro y Evaluación del impacto ambiental de los proveedores

La sustentabilidad en la cadena de valor

Las organizaciones deben verificar la gestión sustentable en su cadena de suministro y disminuir riesgos reputacionales por violaciones a regulaciones o faltas a los derechos humanos que pudieran estar presentes en la cadena de suministro, porque hoy en día ser un buen proveedor no sólo implica satisfacción a través del cumplimiento de la calidad, plazo y precio previsto del producto o servicio solicitado, sino también demostrar un compromiso con las mejores prácticas en materia social y ambiental.

Dirigido a: Gerentes y colaboradores del área de Sustentabilidad, Responsabilidad Social corporativa o afines, y al público en general.

ÉTICA Y GOBIERNO

8

Gobernanza, Código de ética y Compromiso anti-corrupción

Gobierno corporativo y ética

Entender la relevancia de estos temas permitirá estructurar un gobierno corporativo con el número de comités y miembros estrictamente necesarios para la organización; así como delimitar sus funciones y definir la metodología de evaluación apropiada. Una buena gobernanza y el establecimiento y seguimiento de la aplicación del código de ética contribuirán a un mejor desempeño de la organización y mostrarán un compromiso de transparencia.

CAPITAL HUMANO

9

Prácticas laborales: seguridad e higiene, Relaciones con los colaboradores, Diversidad e igualdad de oportunidades

Para crear políticas laborales no basta con conocer leyes y regulaciones aplicables; estar actualizado sobre las tendencias internacionales en el tema, relacionadas a estándares de sustentabilidad, ayudará a mantener mejores relaciones con los colaboradores de la empresa.

Dirigido a: Miembros del gobierno corporativo, colaboradores del área de Sustentabilidad, Responsabilidad Social corporativa, Recursos Humanos o afines, y al público en general.

La duración de los cursos es de aproximadamente tres horas con un refrigerio de 20 minutos.