



¿QUÉ OPINAN LOS PROFESIONALES DEL SECTOR SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA INMOBILIARIA?

Hemos preguntado a diferentes profesionales vinculados a la industria inmobiliaria qué opinan sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) dentro del sector ¿Puede la RSC actuar como palanca de cambio? ¿A qué retos nos enfrentaremos en su implementación? ¿Sabemos hacer llegar el papel del sector como agente de cambio a la sociedad?

13 profesionales, 3 preguntas y muchas respuestas para dar claridad a un tema que parece aún incipiente en el sector.

- 1** ¿Qué papel tiene para usted el desarrollo de la RSC como palanca de cambio en el sector inmobiliario y qué aspectos de la misma considera más relevantes?
- 2** ¿Cuáles cree que son los retos y desafíos, en materia de RSC, en la industria inmobiliaria?
- 3** ¿Considera que las compañías que conforman la industria actual comunican correctamente sus estrategias de RSC?



Mariam Martín
Director General
de VIVEME.

- 1 Tiene un papel muy importante, más del que le otorgamos, la RSC básicamente pretende devolver a la sociedad una parte de los beneficios que produce nuestra actividad y hacerlo en los aspectos que pueden resultar más efectivos. De esta forma, contribuimos positivamente en los ámbitos de medio ambiente, trabajadores y sociedad. Contribuir a mejorar esos ámbitos desde nuestra empresa supone un cambio de objetivos y metas que redundan en un mejor producto y mejor trato con las personas.
- 2 Nuestro reto fundamental es dar a la sociedad un producto que minimice la contaminación y el consumo de energía, tanto en el proceso de construcción como durante toda la vida útil del edificio. Tenemos un único planeta y somos el tercer sector que generamos mayor contaminación. Nuestro desafío como industria debe ser cambiar los sistemas constructivos con mayor industrialización, nuevos materiales y menor consumo de recursos naturales y energéticos para contribuir a la reducción de las emisiones y cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados dentro de la Agenda 2030.
- 3 Tanto en las estrategias de RSC como en su comunicación considero que se han hecho avances pero queda mucho camino por recorrer. Nuestros clientes demandan productos eficientes y transparencia, en ese camino no hay vuelta atrás, pero la industria inmobiliaria debe trabajar también en otros aspectos de RSC, tales como la igualdad de género y de oportunidades o facilitar vivienda a los jóvenes y colectivos más necesitados. Es una asignatura que tenemos que priorizar puesto que beneficia a toda la sociedad.



**Miguel Martín
de Pinto**
Delegado de Cuentas
Nacionales en
NEDGIA.

- 1 Los que estamos inmersos en este sector estratégico somos muy conscientes de que el sector inmobiliario es uno de los motores de la economía nacional. Y en esta línea, el desarrollo de políticas de RSC es una palanca de cambio e innovación determinante del futuro inmediato de nuestro sector. Desde mi punto de vista, los aspectos más críticos en la industria inmobiliaria se centran en identificar los impactos medioambientales que nuestras empresas puedan producir con el objetivo de prevenirlos y atenuar sus posibles consecuencias adversas. Tenemos que ser capaces de generar resultados para nuestras empresas, crear el empleo asociado e innovar permanentemente en un entorno de claro compromiso con toda la sociedad y el medioambiente.
- 2 Hoy en día la economía circular y la RSC caminan de la mano y aquí el gas renovable tiene mucho que decir. El sector inmobiliario requiere soluciones energéticas que sean respetuosas con el medioambiente y que, además, cuenten con una tecnología madura para alcanzar los estándares de confort y eficiencia que nos demandan los clientes. En este sentido, desde Nedgia ponemos a disposición del sector la opción elegida mayoritariamente para aportar ese valor añadido a las viviendas de nueva edificación y que puede reducir a casi cero la emisión de contaminantes locales que afectan al aire que respiramos en nuestras ciudades.
Es importante recordar que el gas natural, al igual que la energía eléctrica, también puede ser renovable. El biometano, o gas renovable, es un combustible neutro en emisiones de CO2 que se genera a través de los procesos de degradación de la materia orgánica (residuos urbanos, agrícolas, ganaderos o forestales, aguas residuales, etc.) que, una vez tratados, se transforman en este gas verde. Los 87.000 kilómetros de la infraestructura gasista que ya utilizamos son totalmente compatibles con el gas renovable, por lo que puede distribuirse a través de las mismas y emplearse con las mismas aplicaciones energéticas en hogares, industrias, comercios y también para movilidad en el transporte. En la Comunidad de Madrid disponemos de la depuradora de Valdemingómez que desde hace años inyecta biometano en la red de transporte de gas. Pero desde Nedgia seguimos innovando y lideramos el consorcio europeo ECO-GATE que permite inyectar gas renovable en la red de distribución de gas natural a partir de las aguas residuales de la depuradora de Butarque (Madrid).
- 3 Es cierto que la RSC pierde gran parte de su notabilidad si se llevan a cabo acciones y no se comunican adecuadamente, aunque también puede ocurrir que se pierda toda la credibilidad si sucede todo lo contrario. Normalmente la RSC suele tocar aspectos muy técnicos y en comunicación tiene poca presencia.
No debemos olvidarnos que el objetivo es hacer el bien y después comunicarlo, y no tanto el hacer algo de RSC para tener algo que comunicar.



Carlos Gómez
Director General
en Toshiba HVAC.

- 1 La RSC da nombre a actitudes que las compañías han adoptado como buenas prácticas más allá de la regulación vigente en cada momento y siempre en interés del entorno y de los propietarios de los edificios. Una política meditada de RSC impulsa formas de hacer para entender el edificio como parte de un todo de mayor entidad, el barrio o la ciudad, en el que se integra de forma eficiente como un modelo de gestión, utilización y aprovechamiento de los recursos disponibles. La RSC definida en cada empresa ayuda a utilizar las nuevas tecnologías e incluso a buscarlas para animar a los equipos de trabajo en un fin superior al funcionamiento del propio edificio
- 2 La industria inmobiliaria define los espacios de convivencia en las ciudades, es su responsabilidad construir espacios donde los propietarios de las viviendas encuentren un hogar del que se sientan orgullosos y donde el propio edificio sea un ejemplo en la utilización eficiente de los materiales de construcción y en el uso de los recursos renovables del entorno. El reto es hacer que los edificios sean capaces de ir adoptando las tecnologías presentes y futuras a lo largo de su ciclo de vida para ser siempre funcionales como hogar y también como sistemas de circulación de bienes, personas y residuos.
- 3 Como en cualquier gremio o grupo unos mejor que otros. La adopción de una política de RSC es una decisión estratégica de cada compañía, para algunas la RSC es algo que hacen otros y ni siquiera se considera necesaria y para otros es una parte fundamental de su comunicación. No se diferencia de las estrategias de calidad de épocas anteriores, tiene mucho que ver con el tamaño de la empresa y la capacidad para dedicar recursos humanos a la tarea de desarrollar una identidad corporativa que comulgue con acciones que devuelven a la sociedad los beneficios que las compañías obtienen solo por el hecho de pertenecer a una sociedad de libre mercado como la española.



Cyrille Mascarelle
Director General
de ASEFA Seguros.

- 1 Es un hecho que la RSC tiene cada vez más presencia en la estrategia de negocio de nuestro tejido empresarial en el que ha adquirido un papel fundamental para trasladar sus valores y compromiso con la sociedad. El desarrollo de la RSC en el sector inmobiliario deberá ir enfocado hacia el compromiso con el futuro, teniendo por base un modelo empresarial innovador en la creación de procesos que sean sostenibles y en la utilización de materiales que reduzcan el impacto ambiental, a la vez que garanticen el cumplimiento normativo en materia de rendimiento prestacional de la vivienda.
- 2 Cualquier actividad de RSC que se quiera llevar a cabo debe, primeramente, tener en cuenta el ADN de cada empresa para lograr que sus trabajadores, clientes y la sociedad en general se involucren. Uno de los grandes desafíos se enmarca en el desarrollo de edificaciones responsables, donde primen las soluciones constructivas orientadas a la eficiencia energética y acústica a través del uso de materiales reciclados con el fin de conseguir una construcción sostenible. Asimismo, la industria inmobiliaria deberá ser capaz de incorporar al proceso constructivo las energías renovables teniendo en cuenta los distintos escenarios que se presentan en los próximos años en materia de Edificios de Energía Casi Nula. Otro de los retos a los que se enfrenta el sector pasa por la responsabilidad medioambiental con la implementación de procesos de reciclaje que faciliten la reutilización de productos de desecho reduciendo, de esta forma, los residuos generados por la industria. Todo ello, manteniendo excelentes niveles de calidad de la construcción y teniendo en cuenta las necesidades de los usuarios.
- 3 Las estrategias de RSC no deben ser tratadas como una estrategia más de marketing por lo que se refiere a su comunicación y difusión, sino que van más allá. Las prácticas de RSC deben darse a conocer, por un lado, para concienciar a la sociedad de la existencia de unas necesidades y, por otro, para servir de inspiración a la ciudadanía y a otras empresas logrando su participación e involucración en cada proyecto. Considero que la gran mayoría de las compañías del sector comunica de manera correcta sus estrategias de RSC logrando la transparencia que reclama la sociedad y que contribuye al establecimiento de relaciones más cercanas y duraderas con sus clientes y trabajadores.



Eloy Bohúa
Director General
de SIMA.

- 1** Un papel fundamental. La interiorización en la cultura corporativa de los criterios de gestión responsable es un indicador básico de que una empresa ha entendido que las reglas de juego de los mercados han cambiado profundamente, que su papel ya no es el de mero producto de riqueza, sino que tiene que generar valor compartido con el conjunto de los agentes sociales y no tan solo con sus *stakeholders* prioritarios. En este sentido, la RSC entendida no como acción social sino estratégicamente, como la evaluación permanente y transversal en el seno de una compañía del impacto económico, social y medioambiental de la totalidad de sus actividades, es la principal palanca de su competitividad y liderazgo.
- 2** El principal, sin lugar a dudas, es reducir el importante impacto ambiental del sector mediante la inclusión de normativas responsables en la gestión de la cadena de valor, la generalización en la operativa de estándares sostenibles y la extensión de procesos industrializados de construcción. Otro reto urgente tiene que ver con la necesaria permeabilización de las estructuras y órganos de decisión de las empresas del sector a los criterios de gestión responsable. La responsabilidad debe dejar de ser un simple objetivo para transformarse en una manera de entender y hacer los negocios, la norma básica que articule no solo las operaciones comerciales, sino también las políticas corporativas.
- 3** Decididamente, no. En primer lugar, porque un número nada despreciable de empresas del sector carecen de cualquier marco de políticas de RSC. En segundo lugar, porque muchas de las que sí lo tienen siguen identificando la RSC como acción social, una actividad que, en mi opinión, pertenece al ámbito más privado de una compañía (como antiguamente la beneficencia de la que la acción social es su expresión moderna). Y, en tercer lugar, porque otras empresas que sí tienen políticas activas de RSC, no saben cómo integrar su comunicación en la estrategia global de comunicación de la compañía, razón por la que la comunicación de RSC figura como un capítulo aparte. Únicamente un grupo muy reducido de compañías comunican correctamente sus estrategias de RSC como un componente clave en la gestión de su reputación, que es donde adquiere todo su sentido, desde la doble perspectiva operativa y estratégica, esta comunicación.



Ivan Rodríguez
CEO de IKASA.

- 1** Hoy en día la sociedad va integrando la idea de que la empresa privada es un ente implicado en las causas sociales y solidarias, desde su círculo interno de empleados, clientes y colaboradores hasta el externo de la entera sociedad. Las empresas inmobiliarias empiezan a asumir esta nueva mentalidad incorporando la RSC como una cuestión específica del orden del día, con sus medios y presupuestos, permitiendo así que el sector empiece a ser encuadrado como sensible, responsable e implicado solidaria y socialmente.
- 2** Creo que el principal reto es el enfoque hacia los jóvenes, colaborando con las administraciones públicas, con programas conjuntos, para conseguir que puedan acceder a una vivienda. Además, creo que otro reto muy importante es que las empresas se enfoquen prioritariamente hacia la RSC interna, pues tiene todo el sentido ir de lo más cercano a lo más lejano.
- 3** Aunque toda situación es mejorable, creo que actualmente ya hay un cierto camino recorrido en la comunicación, pues el actual nivel de profesionalización de las empresas del sector hace que dispongan de departamentos de comunicación competentes y haya mucha más mentalización en la dirección respecto de la RSC y de su comunicación.



José Carlos Saz
CEO de
HABITAT Inmobiliaria.

- 1 En los últimos años, se ha producido un profundo cambio en la gestión de las compañías inmobiliarias que ha dado paso a nueva gestión, donde la prudencia, el rigor y el realismo son los protagonistas. Las políticas de RSC han sido un elemento clave en esta transformación en todos los niveles, están intrínsecamente ligadas a los planes de negocio de las empresas inmobiliarias y se encuentran alineadas con sus objetivos estratégicos. La RSC está llamada a ser uno de los pilares de la nueva estructura de la empresa inmobiliaria, adaptada a la realidad social y basada en criterios técnicos y objetivos.
- 2 El sector Inmobiliario, como parte intrínseca de la propia sociedad, afronta sus mismos problemas y necesidades. La sociedad actual demanda a las empresas que demuestren de manera clara su responsabilidad y asuman un papel de liderazgo en materias que preocupan a la ciudadanía, como pueden ser la sostenibilidad, la transparencia o el buen gobierno corporativo. Dar respuesta a estas cuestiones, a través de una gestión responsable y eficiente es uno de los retos a los que se enfrenta la industria en la actualidad y que permitirá crear valor a medio y largo plazo.
- 3 La RSC ocupa cada vez mayor espacio en la comunicación de las empresas, aunque sigue siendo una cuestión en constante evolución y desarrollo, y que debe guiarnos hacia la transparencia demandada por el mercado. En este terreno, el sector tiene una gran oportunidad para mejorar y para Habitat Inmobiliaria es una de nuestras prioridades, para ello contamos con un equipo dedicado e involucrado en nuestra RSC. Desde nuestro punto de vista, la comunicación debe abordarse desde un papel activador y que contribuya a evolucionar las diversas iniciativas relacionadas con la RSC para que den una respuesta real a las necesidades de la sociedad.



José Ignacio Morales Plaza
Consejero Delegado
de Vía Célere.

- 1 La RSC es fundamental no solo para el sector inmobiliario sino para todo el tejido corporativo. Es fundamental que las compañías sean capaces de integrar la RSC dentro de sus parámetros de actuación diaria, generando con ello no sólo valor económico, sino también valor social y medioambiental. En este sentido, desde Vía Célere hemos identificado algunas áreas clave en las que podemos aportar nuestra experiencia. Algunos ejemplos de ello son la eficiencia energética de los edificios, la huella hídrica en los procesos constructivos, la composición de ciudades modernas y sostenibles y la rehabilitación de espacios para organizaciones o individuos sin recursos.
- 2 El principal reto es, sin duda, lograr construir un sistema de RSC circunscrito a nuestro ámbito de actuación, integrando el valor social y el económico, de forma que la sociedad también considere a la industria inmobiliaria como un motor de cambio de la sociedad. Si hablamos de aspectos más concretos, sin duda el mayor desafío es coordinar a todos los actores para construir unas ciudades que sean más eficientes y sostenibles de aquí a las próximas décadas.
- 3 La RSC no debe ser considerada como un medio publicitario. Al menos así lo entendemos desde Vía Célere. Es decir, la comunicación es importante en tanto que sirva de inspiración o ejemplo para atraer a más actores hacia iniciativas que aporten valor a la sociedad. En este sentido, sí que estamos apreciando un viraje de las compañías hacia un modelo de comunicación enfocado en este objetivo, aunque aún queda mucho camino por delante. Para nosotros en Vía Célere no es cómo lo comunicamos, sino que de verdad suceda y que la RSC esté plenamente integrada en la toma de decisiones de nuestro día a día.



José Manuel Nieto
CEO de Schindler Iberia.

- 1** Después de la crisis, el mercado inmobiliario está apostando por una nueva forma de hacer urbanismo, más inclusivo y sostenible. En este sentido, la estrategia de Schindler Iberia responde a la necesidad de aportar valor al desarrollo de nuestra sociedad a través de tres dimensiones sobre las que podemos influir de manera directa con nuestra actividad corporativa: en primer lugar, las personas, centrandolo a las necesidades de los ciudadanos y al cambio de las relaciones de desigualdad presentes en nuestra sociedad; en segundo lugar, la sostenibilidad, intentando minimizar los recursos que empleamos del medio natural y el impacto que producimos al medioambiente, así como una actitud proactiva para garantizar la subsistencia de las generaciones futuras; y en tercer lugar, la responsabilidad que tenemos las empresas de generar riqueza en la sociedad. Para ello, tenemos que ser exitosos en un entorno competitivo, pero llevando a cabo una política equilibrada de distribución de beneficios y reinversión en la propia empresa y, por supuesto, en la sociedad.
- 2** Schindler lleva a las personas a su destino en cualquier parte del mundo. Hoy en día más personas viven en centros urbanos que en áreas rurales. Las ciudades y las estructuras se están volviendo más altas, más densas y más frenéticas. Estas nuevas dimensiones requieren de nuevos requerimientos de transporte. Al mismo tiempo, la tecnología y la sociedad se están fusionando creando la necesidad de una movilidad urbana más eficiente, inteligente y sostenible. En Schindler, creemos que esto requiere una combinación de tecnología y responsabilidad, eficiencia y conciencia, y un enfoque de presente y futuro. En 2018, lanzamos nuestra estrategia de sostenibilidad "Elevamos nuestro mundo", basada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y el Acuerdo de París sobre el cambio climático, que comprende prioridades claramente definidas relacionadas con el medio ambiente, para la sociedad y los negocios. Nuestro compromiso con la sostenibilidad forma parte de nuestro deber fiduciario de actuar en el mejor interés de la empresa y sus partes interesadas. Se necesita valor para pensar y actuar a largo plazo en lugar de centrarse en los resultados a corto plazo. Este coraje ha sido parte de la cultura de Schindler desde la fundación de la compañía y continuará siendo parte de nuestra fortaleza en el futuro. En Schindler, creemos que la RSC es nuestro compromiso con la sociedad, nuestro planeta y las generaciones futuras.
- 3** En el caso de Schindler, creamos transparencia con un diálogo abierto y constante con nuestros trabajadores, clientes y proveedores, así como con nuestros socios, la comunidad y el público en general. En ese sentido, ejecutamos sistemáticamente nuestra estrategia con el fin de ampliar nuestra posición líder, proporcionar empleo seguro a largo plazo y generar valor añadido para nuestros socios. Esto se basa en el compromiso de todos los empleados de la compañía en observar los más altos estándares éticos y de conducta profesional y personal en su interacción con los accionistas y las comunidades en las que operamos. Además, desde hace años trabajamos para la integración de personas con capacidades diferentes, nuestro Centro Especial de Empleo está compuesto por personas con discapacidad física, y con los empleados con discapacidad intelectual que trabajan en la compañía.



Majda Labied
Managing Director
Real Estate at
Kronos Homes.

- 1 El sector inmobiliario cumple con una función importante para la sociedad como es la de ofrecer viviendas a los ciudadanos. Cada vez más, existe una preocupación social muy ligada a la sostenibilidad a largo plazo de esas viviendas, así como con el medio ambiente. Para Kronos Homes la responsabilidad social ha sido un elemento fundamental desde que empezamos nuestra actividad. Nuestra filosofía busca que las viviendas que construimos se integren en el entorno y cumplan con los estándares de sostenibilidad, de hecho, todas ellas tienen certificado BREEAM. Empleamos mucho tiempo en el diseño de nuestros proyectos evaluando todos los factores del entorno en el que se va a construir.
- 2 Desde Kronos Homes creemos que los desafíos en materia de RSC son la eficiencia, la sostenibilidad y la integración. Nosotros ya estamos trabajando en este sentido, por eso nuestros proyectos están pensados para que creen una huella sostenible y cuentan con el mayor certificado medioambiental, el sello BREEAM. Además, apostamos por la integración con el entorno y buscamos desarrollar barrios. Trabajamos en los procesos de creación de los proyectos residenciales para que puedan integrarse perfectamente con el paisaje urbano de las ciudades en las que estamos presentes.
- 3 El sector inmobiliario aboga cada vez más por una comunicación de transparencia preocupándose por informar a sus clientes y a la sociedad en general de las estrategias comerciales, así como de RSC. Desde Kronos Homes, nuestro objetivo es el de cumplir siempre con la sostenibilidad, la integración y la eficiencia en todos nuestros proyectos. Por ello, todas las comunicaciones comerciales ponen el foco sobre ello.



Marco Colomer
Presidente y
Consejero Delegado
de PRYCONSA.

- 1 La RSC no puede ser una moda o una imposición legal, la responsabilidad atañe al ADN del empresario y de su empresa. Primero hacia sus clientes y empleados e inmediatamente después hacia la sociedad en la que desarrolla su actividad. Es una actitud que debe presidir la toma de decisiones, complementando los criterios económicos por las que se rige y valorando siempre las consecuencias que nuestra actividad reporta a nuestro entorno. En un entorno social cada vez más responsable, más concienciado, más exigente, las empresas no podemos permanecer ajenas. La palanca nos la da la comunidad en la que nos desarrollamos. Nuestra responsabilidad es utilizarla adecuadamente.
- 2 Como productores de edificios donde se desarrollan actividades económicas o residenciales, en cuyo uso se concentran consumos de recursos energéticos y en cuyos desarrollos se producen transformaciones del territorio relevantes, somos actores principales en crear las condiciones para que nosotros y nuestros clientes podamos hacerlo de forma medioambientalmente responsable y eficiente. Pero también, en un área tan sensible socialmente como es la vivienda, debemos ser capaces de generar soluciones residenciales asequibles, colaborando estrechamente con los poderes públicos, para generar suelo a precios que lo permitan. Un último reto, un desafío a nuestra conciencia: retornar a los más desfavorecidos o necesitados parte de nuestros éxitos mediante actividades como las que desarrolla la Fundación Pryconsa y mantenerlas en el tiempo para que permitan alcanzar cambios y no ser meros parches temporales.
- 3 Siempre es necesario mejorar. Las memorias de las compañías empiezan a reflejar en sus índices aspectos relacionados con su RSC; cubrimos el aspecto formal. Ocasionalmente, nuestra publicidad "on line" y "off line" recoge las iniciativas sociales que emprendemos. Pero en Pryconsa creemos que podemos contribuir a difundir los aspectos de nuestra actividad de los que también se derivan comportamientos socialmente responsables de nuestros conciudadanos. Una gran mayoría de los actores inmobiliarios desarrollamos políticas activas de diseño y construcción de sistemas eficientes de consumo de los edificios que construyen, yendo más allá de lo que las normas prescriben. A pesar de ello, todavía nos falta poner en valor con nuestros clientes las ventajas que de ello se derivan. Debemos ser los "educadores" del uso eficiente de esas viviendas y difundir los beneficios y ahorros que en el largo plazo se derivan para todos, usuarios y sociedad.



Ángel Cuervo
Director Comercial,
Marketing,
Comunicación y
Atención al cliente de
Acciona Inmobiliaria.

1 En nuestra opinión, el sector inmobiliario está consiguiendo una fuerte implicación en la implementación de políticas de RSC. Esta implicación cada vez mayor ha supuesto un cambio en la visión de todo el sector, alineándose también con otro tipo de industrias de bienes y servicios. En este sentido, todos hemos presenciado que la actividad inmobiliaria en los últimos años ha sufrido cambios muy importantes y concretamente el desarrollo de la RSC es uno de los desafíos más relevantes para los promotores. Conjuntamente, la sociedad actual concibe la sostenibilidad y la responsabilidad social como puntos que han de llevarse a cabo *‘sine qua non’*, no sólo como un plus sino como una manera de gestionar (incluso, de ser). De igual modo, los clientes y el mercado exigen también su desarrollo en términos de rentabilidad, fundamentalmente por el ahorro implícito que conllevan y lógicamente por las propias ventajas que nos suponen a nivel global. En resumidas cuentas, el mero hecho de decidir si incorporar la sostenibilidad en el *management* de los proyectos equivaldrá a decidir sobre si queremos sobrevivir como empresa. Más pronto que tarde, todas las compañías que conformamos el sector inmobiliario seremos sostenibles o simplemente no subsistiremos.

2 El reto principal es consolidar el propio desarrollo de dicha RSC para afianzarla como un pilar fundamental dentro de la actividad del real estate. Desde el año 2015, los desafíos y las prioridades de la agenda global se han concentrado en torno a la Agenda 2030 de Naciones Unidas y al Acuerdo de París contra la emergencia climática. Ambos marcos recogen soluciones conectadas a problemas conectados. La complejidad y la conexión entre los retos globales hace que estos no se puedan acometer de forma eficiente desde los sectores tradicionales. El agua, el cambio climático o las mega-ciudades precisan de nuevos enfoques capaces de ver más allá de los proyectos, soluciones que integran capital, talento y tecnología de una forma diferente a la que se ha realizado en el pasado. En este sentido, la industria inmobiliaria tendrá que ofrecer bienes y servicios que respondan a estos retos y tendrá que hacerlo con soluciones integradas en otras muchas. Desde la división inmobiliaria de ACCIONA realizamos todas nuestras promociones de obra nueva con el sello sostenible “BREEAM”. Y, adicionalmente, de forma pionera en el sector residencial español ofrecemos a los clientes de nuestras promociones el añadido del servicio de movilidad eléctrica para desplazarse sin emitir ni una tonelada de dióxido de carbono, con movilidad 100% renovable. En definitiva, los retos y desafíos del desarrollo sostenible en el sector pasan por dejar atrás las declaraciones más políticas y aterrizar la sostenibilidad a la oferta de bienes y servicios como soluciones que contribuyan al desarrollo sostenible de cada territorio.

3 Entendemos que es un reto adicional a los anteriores y es que los datos muestran un creciente interés de gran parte de la demanda residencial en temas como la sostenibilidad en su sentido más amplio: ahorro energético, confort y bienestar, responsabilidad social y medioambiental... así como en otros aspectos adicionales relacionados, como son el buen gobierno y la innovación. Lo que se espera hoy de las empresas también ha cambiado y cada vez hay un mayor escrutinio sobre lo que hacemos o decimos. En este sentido, las comunicaciones sobre sostenibilidad están evolucionado para evitar el *“greenwashing”* o el ahora también llamado *“SDGwashing”* por lo referido a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Nos hemos centrado mucho en trasladar la sostenibilidad medioambiental pero creemos que tenemos pendiente explotar la comunicación de aspectos sobre diversidad, talento, inclusión social, etc.



Antonio Carroza
CEO de
Alquiler Seguro.

1 El impulso y evolución de la responsabilidad Social Corporativa (RSC) empresarial es clave, tanto para nuestro sector, como para las empresas que lo formamos. Debemos de asumir que nos enfrentamos a una realidad social en continuo cambio y que, por tanto, nuestro deber es adaptarnos a ella y responder a sus necesidades. Desde Alquiler Seguro trabajamos nuestra política de RSC como una herramienta dinamizadora integrada en el día a día de nuestros trabajadores y clientes. No sólo nos enfocamos en los objetivos económicos empresariales, sino que a través de herramientas como la escucha activa, nos resulta más fácil analizar las necesidades sociales y establecer planes y acciones de mejora colectiva.

2 Se debe de trabajar en conseguir que la sociedad cambie su percepción acerca de las empresas del sector en lo que se refiere a RSC. Transformar la percepción social pasa por continuar apostando y trabajando en la profesionalización y especialización inmobiliaria. Por eso, es clave que se apueste por políticas de RSC orientadas a la transparencia, a la definición de políticas de empresa, a la formación continua y en las que se incluyan elementos como canales de denuncia internos o la adhesión a sistemas de certificación.

3 Me consta que se está trabajando mucho y muy bien pero aún nos queda un largo camino que emprender y de mejora.