



Congreso Nacional del Medio Ambiente

CUMBRE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Juan Ramón Silva
Ferrada

Director de Responsabilidad Social
Corporativa.

Acciona

SOSTENIBILIDAD.COM

Una iniciativa de  acciona

A photograph of a woman in a white dress standing on a grassy hillside, looking out over a valley. The landscape is a mix of green and brown, suggesting a transition or change in the environment.

**El futuro del planeta
está en peligro**

La Sostenibilidad es la rentabilidad del futuro

MISIÓN DE ACCIONA:

“Ser líderes en la creación, promoción y gestión de infraestructuras, energía y servicios, contribuyendo al bienestar social y desarrollo sostenible”

José Manuel Entrecanales. Junta General de Accionistas 2006

“No podemos dejar de escuchar el clamor que demanda que asumamos un papel **importante a la hora de resolver los problemas de nuestra sociedad**”

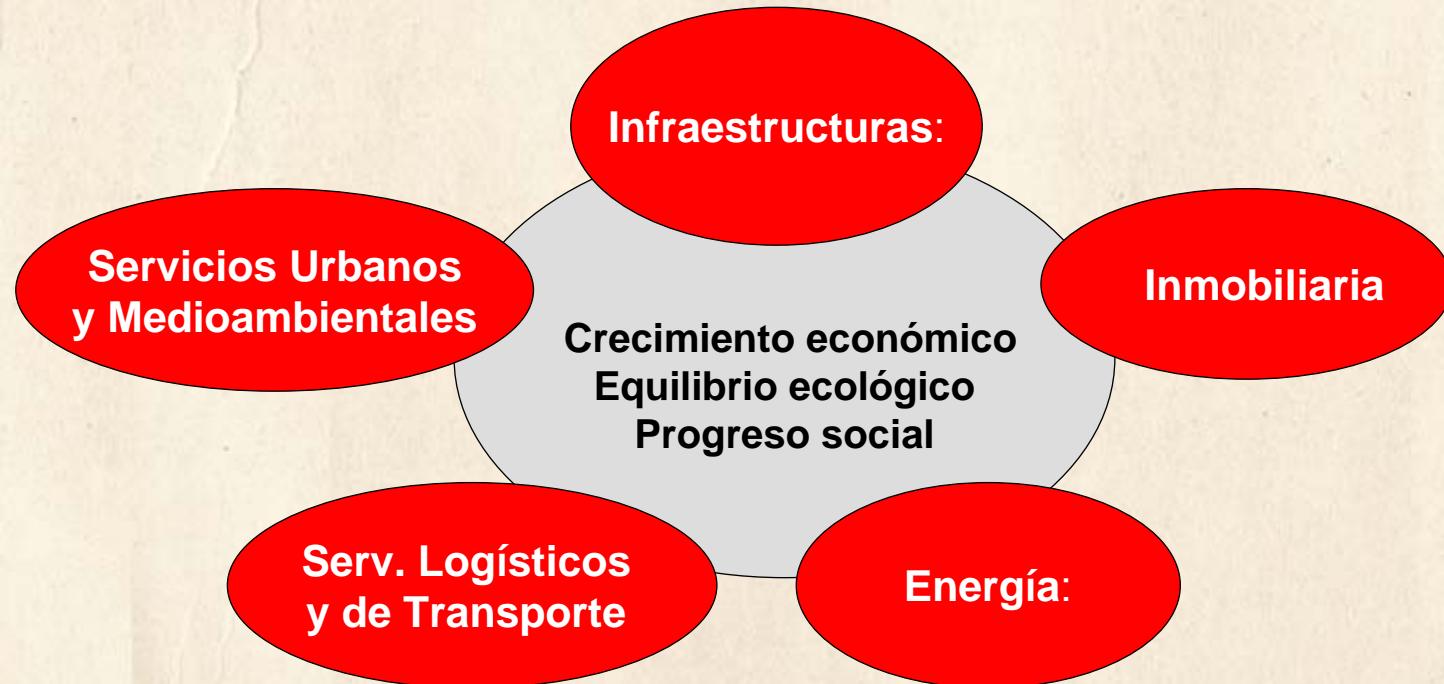
“ACCIONA ha asumido la responsabilidad de centrar todos sus esfuerzos en contribuir al **crecimiento económico, al progreso social y al equilibrio ecológico**”



Ser proactivos en la búsqueda de soluciones a los problemas más serios y urgentes a los que se enfrenta nuestro planeta, es el mejor camino para focalizar nuestras actividades y crear valor para nuestros accionistas.

“Pioneros en desarrollo y sostenibilidad” es el posicionamiento sobre el que ACCIONA explica cómo enfoca su negocio y entiende la realidad socioeconómica actual.





Afrontamos, desde todas nuestras líneas de negocio, los retos de la sostenibilidad del siglo XXI como el principal factor de estrategia empresarial.

Por eso, todas nuestras áreas de actividad cuentan con un alto componente de búsqueda de bienestar social y contribución al desarrollo sostenible.



A través de la campaña SOSostenibilidad.com, nos sumamos a los esfuerzos desarrollados por las administraciones públicas y por la Comunidad Europea, profundizando en un debate que está en la calle y en la agenda pública y política del conjunto de la sociedad.

 **SOS**TENIBILIDAD.COM

The word 'SOSTENIBILIDAD.COM' is written in large, bold, black capital letters. To the left of the 'S', there is a graphic element consisting of two scales of justice, one above the other, with small icons on each pan.

OBJETIVO

DAR A CONOCER QUÉ ES EL DESARROLLO
SOSTENIBLE Y OFRECER UN ESPACIO PÚBLICO
PARA EL DEBATE

No se trata únicamente de realizar prácticas sostenibles sino de promover los principios de La Sostenibilidad.

Por eso, a través de esta campaña publicitaria hemos impulsado el diálogo acerca de cómo queremos vivir en el futuro, cuáles son los límites del actual modelo de desarrollo y qué alternativas podrían darse.

FASES DE LA CAMPAÑA: 1^a Fase

Lanzamiento de una campaña teaser de publicidad en TV, prensa e Internet para hacernos reflexionar sobre las consecuencias de actuar a favor o en contra del progreso y sus repercusiones sobre el medio ambiente.



Invita a entrar en el site www.sostenibilidad.com y, bajo la pregunta **¿Qué hacemos?** se hace un llamamiento a la sociedad para opinar y entrar en el debate.



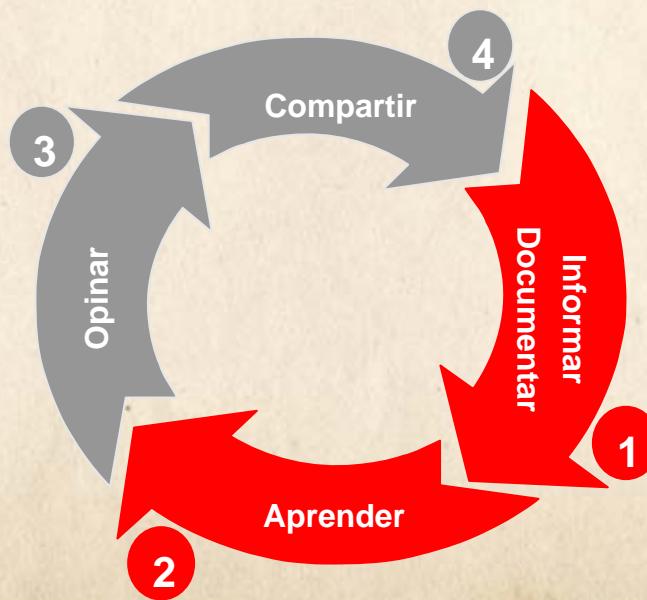
FASES DE LA CAMPAÑA: 2^a Fase

Una semana después, ACCIONA presenta una nueva campaña en TV y prensa donde muestra que es posible conciliar el crecimiento económico, con el equilibrio ecológico y el progreso social.



Del estudio de opiniones recibidas se desprende que los espectadores se han sensibilizado con una problemática relevante.

Hemos logrado transformar en algo colectivo una preocupación que habitualmente se vive de forma muy individual.



- De la investigación realizada tras la campaña publicitaria destacamos que el público entrevistado (público general e inversores) percibe la campaña como impactante, atractiva y con credibilidad.
- Asimismo, se considera a ACCIONA como una compañía que apuesta fuerte por el Desarrollo Sostenible y con interés por concienciar a la sociedad.

Gracias a la campaña, ACCIONA ha logrado que millones de personas se acerquen a los problemas de la sostenibilidad y entren a participar en el debate.

Las estadísticas muestran el éxito: una media de 80.000 sesiones por día, durante los primeros dos meses. y ya hemos recibido más de 21 millones de accesos a la web.

Además, esta participación se hace patente con las más de 22.000 opiniones recogidas en la web.



Los resultados muestran que hemos logrado los objetivos perseguidos:

- Sobre un universo de 36.590.000 personas (público general mayor de 16 años) un 95,2% ha visto el spot.
- En términos absolutos se puede decir que 34.491.000 personas han recibido una media de 15 impactos de la campaña (prensa y tv).

Más de 21 millones de accesos a la web.

890.000 páginas vistas por día el primer mes.

22.050 opiniones recogidas.

20.000 Usuarios registrados.

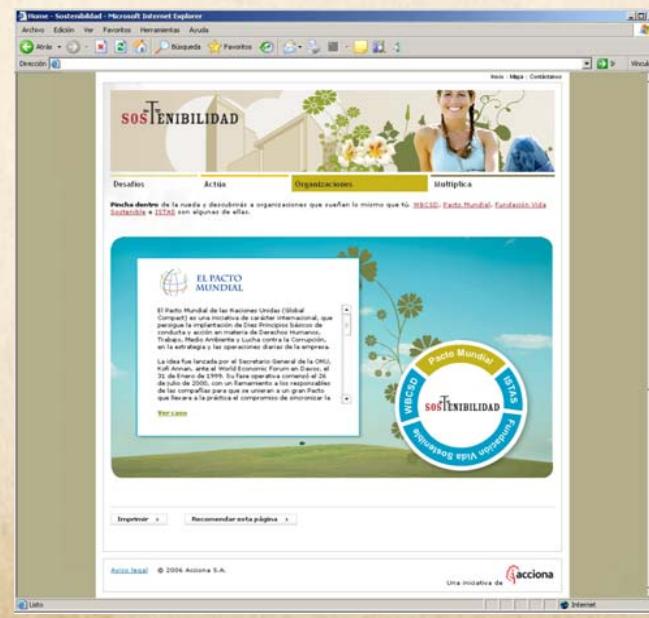


FASES DE LA CAMPAÑA: 3^a Fase

Tras la fase de impacto, hemos ampliado la web y hemos creado un espacio más completo que persigue profundizar en la sostenibilidad y enseñar mejor los desafíos que se presentan a la sociedad y sus posibles soluciones.

En este proyecto contamos con la colaboración de organizaciones como el Pacto Mundial, WBCSD y la Fundación Vida Sostenible y la Fundación ISTAS.

Su publicación está prevista durante el otoño.





SOSTENIBILIDAD.COM