

# ENCUENTROS CON EXPERTOS, CON JUAN ROYO



*RESPONSABILIDAD SOCIAL*

*"Estrategias en RSC y Memorias de RSC: Lo que no son cuentas, son cuentos"*



**Jueves 14 de mayo de 2020**

**Horario de tarde: de 17 a 18,30 h.**

Encuentro con expertos:

**Juan Royo Abenia**

Economista, especialista en RSC



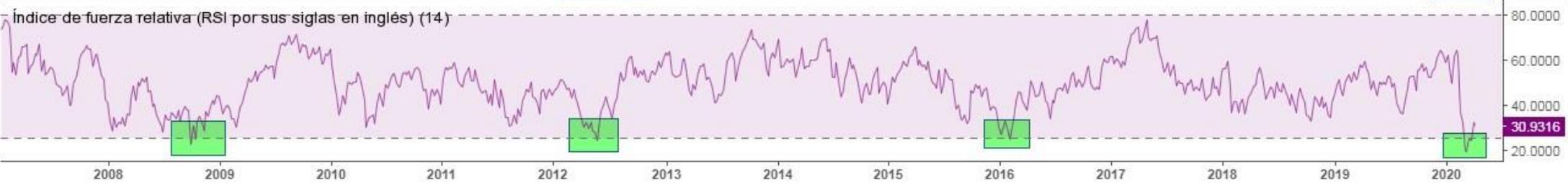


Published on Investing.com, 18/Apr/2020 - 10:55:59 GMT, Powered by TradingView.

### IBEX 35, España, Madrid:IBEX, W



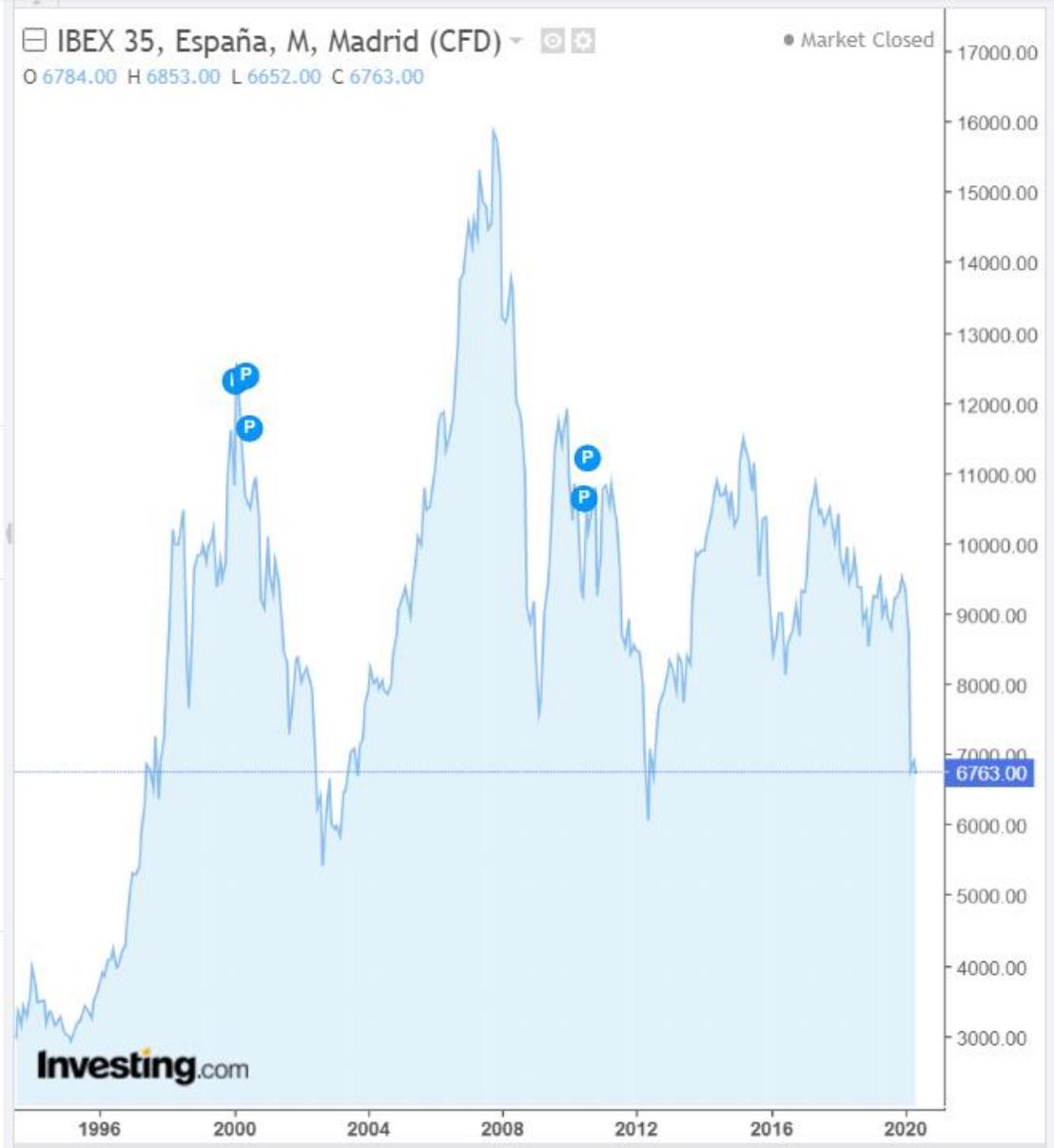
Investing.com





Source: BofA Global Fund Manager Survey, Bloomberg









### **Hazte Rico Con Bitcoin Sin Comprar Bitcoin**

Crypto Soft



### **Mujer De Madrid Abandona Al Marido. Ella Gana \$500**

Bitcoin Era Trading System



### **Escándalo De Bitcoin: Cómo Una Chica De 19 Años Se**

Bitcoin Auto Trader System



### **Nunca Más Pagues Por Nuevas Baterías Usando Este Fácil**

Restauración de Baterías



### **¡varios Ricos De Madrid No Quieren Que Sepas Ésto!**

Bitcoin Trader Evolution



### **Esposa En Madrid Se Hace Rica Con La Pc Sin Poder Salir**

Ganar con Bitcoin



### **Jovenes de Madrid Hacen Dinero Desde Casa En Cuarentena**

Hazte Rico con Bitcoin



### **You'll Never Think About Solar Panels Again After**

The Daily Survivor



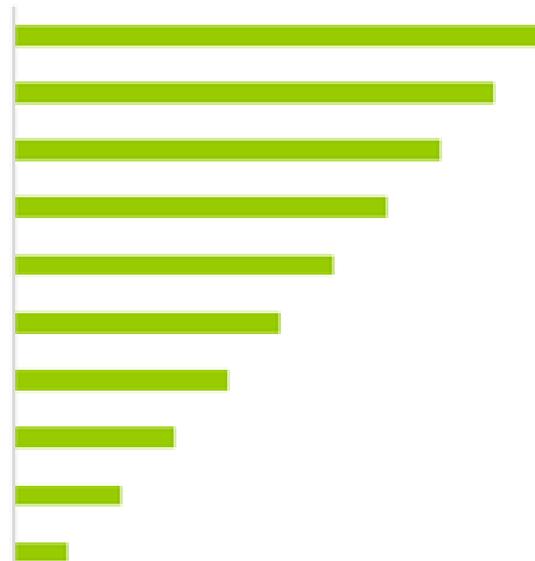


¡PORQUE AQUÍ ESTÁ, RECIÉN LLEGADO DE ROMA, NUESTRO FAVORITO!  
¡EL CAMPEÓN DE LAS MCDLXII VICTORIAS! ¡EL DENOMINADO «AURIGA  
ENMASCARADO», EL GRAN  
**CORONAVIRUS** CON  
SU FIEL BACILLUS!

### COVID-19 Safety Ranking

- #1 Israel
- #2 Germany
- #3 Korea, Republic
- #4 Australia
- #5 China
- #6 New Zealand
- #7 Taiwan
- #8 Singapore
- #9 Japan
- #10 Hong Kong

Top-10 countries that are safest to stay at present



- #10 Romania
- #9 Philippines
- #8 Ecuador
- #7 Iran
- #6 Sweden
- #5 France
- #4 Spain
- #3 United Kingdom
- #2 United States
- #1 Italy

### COVID-19 Risk Ranking



Top-10 countries that are riskiest to stay at present



Country classification as of 12 April, 2020



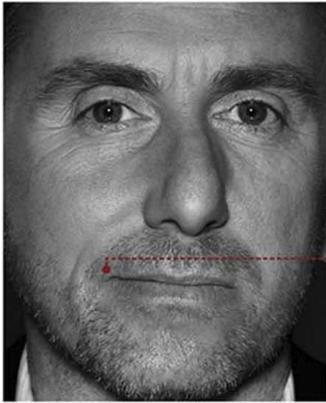
OPUS  
Stereo 91 2348-1

DAVOVÁ PSYCHÓZA



ANTROPOFÓBIA





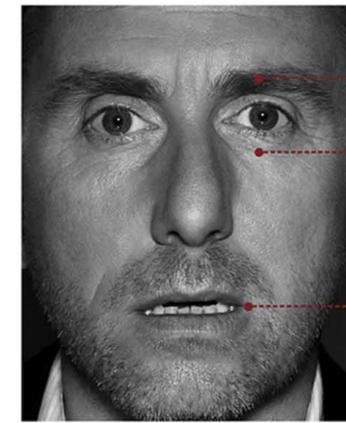
## desprecio

- ① El extremo del labio se tensa y se levanta sólo en un lado de la cara



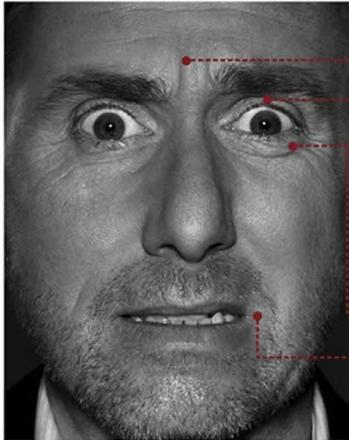
## tristeza

- ① Párpado superior caído
- ② Pérdida de enfoque
- ③ Los extremos de los labios caen ligeramente



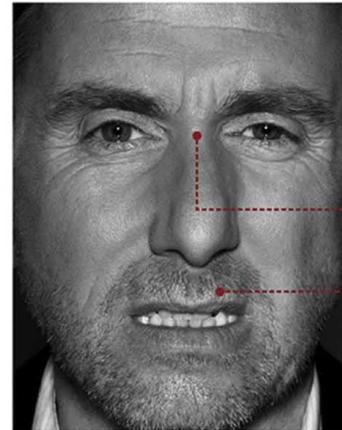
## sorpresa

- ① Las cejas se elevan
- ② Los ojos se abren
- ③ La boca se abre



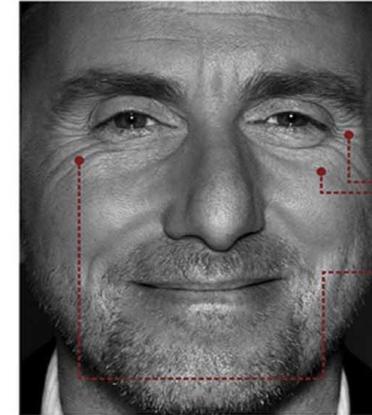
## miedo

- ① Las cejas se elevan y se unen
- ② Los párpados superiores se elevan
- ③ Los párpados inferiores se tensan
- ④ Los labios se estiran horizontalmente hacia atrás



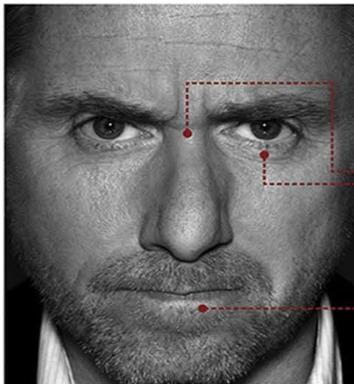
## asco

- ① La nariz se arruga
- ② El labio superior se eleva



## felicidad

- ① Se forman patas de gallo
- ② Las mejillas se elevan
- ③ Se aprecia movimiento en los músculos que mueven los ojos



## enfado

- ① Las cejas bajan y se juntan
- ② La mirada se enfurece
- ③ Los labios se estrechan



LIE TO ME







© Nicolas Asfour, Denmark, Agence France-Presse Hong Kong Unrest'





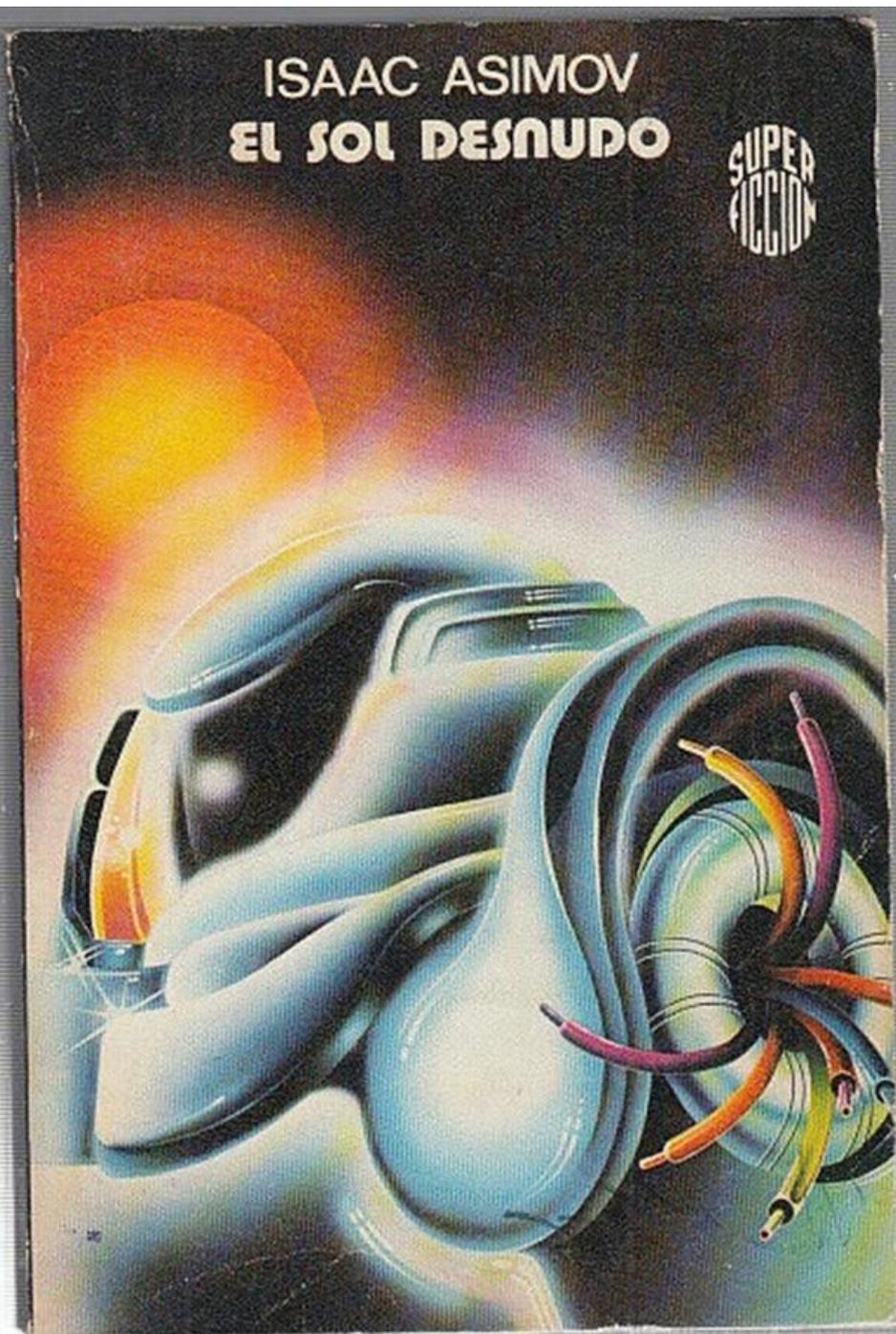


© Romain Laurendeau, France 'Kho, the Genesis of a Revolt'



ISAAC ASIMOV  
EL SOL DESNUDO

SUPER  
FICCIÓN



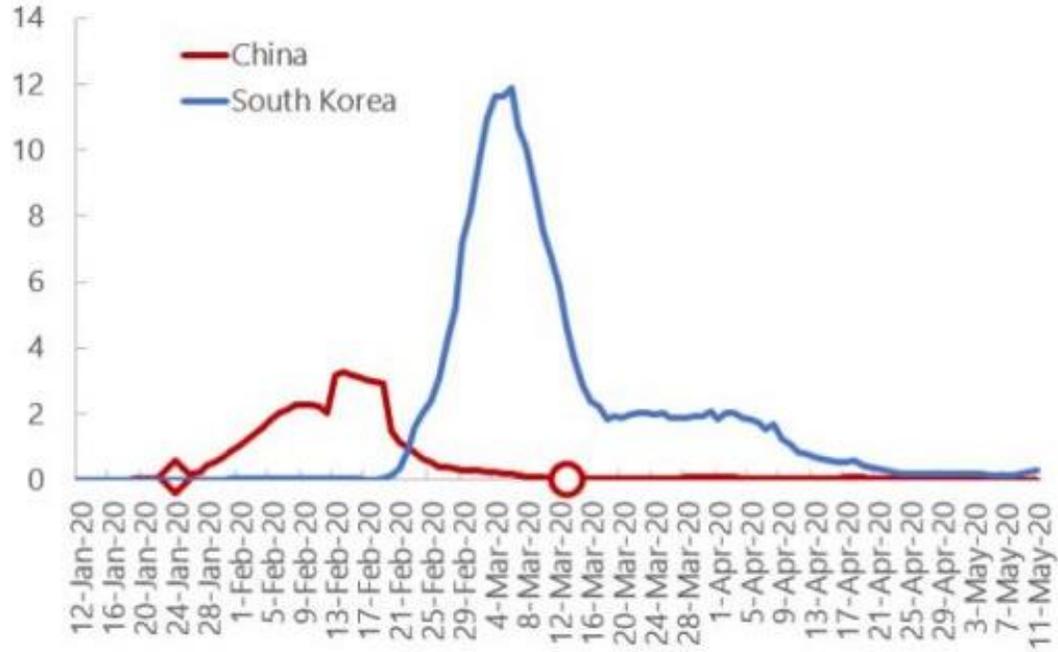


Shepherd Zhou/FeatureChina/Newscom



Asia: Daily New Covid Cases and Time of Lockdown/Reopening

(per million inhabitants, 7 day moving average)



Sources: ECDC, OWID.

Note: Diamond indicates start of lockdown; circle indicates partial reopening.

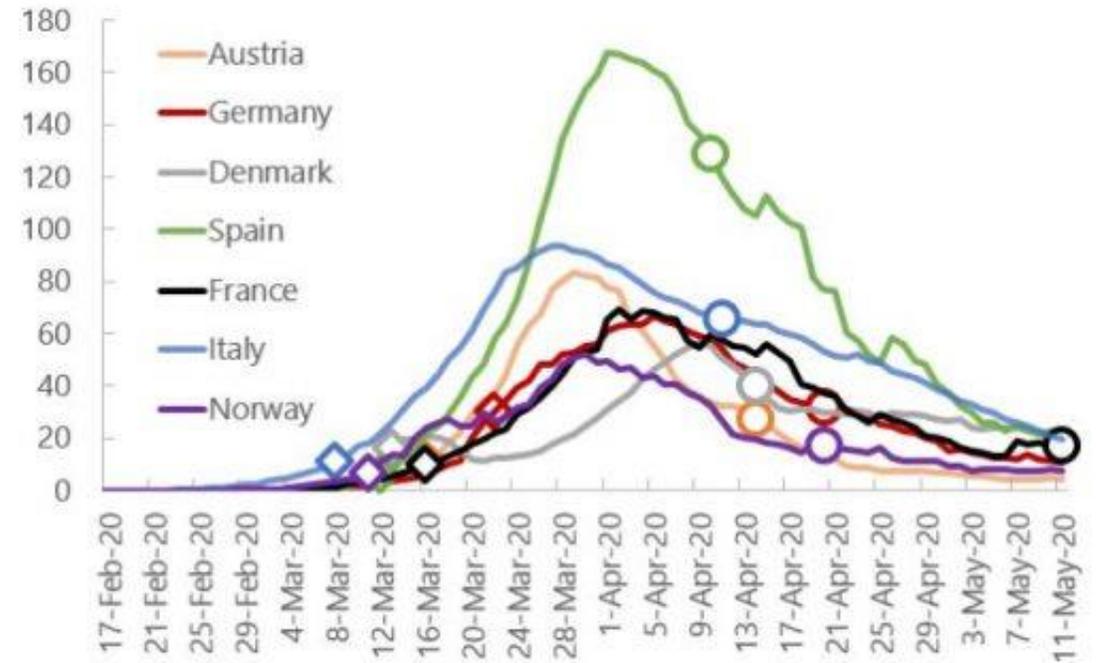
INTERNATIONAL MONETARY FUND

## Flattening the curve

Containment and other measures have helped flatten the infection curves, first in Asia, then in Europe.

Europe: Daily New Covid Cases and Time of Lockdown/Reopening

(per million inhabitants, 7 day moving average)



## The great unlocking?

On reopening, Asia leads, and Europe follows, with strategies differing across countries.

	School		Retail		Industry	Services			Events, Large Gathering	Travel (International)	Contact Tracing*	Social Distancing/Masks	Targeted Isolation	Testing Expansion
	Primary	Higher	Small	Large		Small	Large	Cafes						
Austria	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Yellow	Green	Red	Red	Red	Red	Green	Green		Green
Czech Republic	Red	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Red	Yellow	Red	Yellow	Green	Green		Green
Denmark	Green	Red	Green	Green	Yellow	Green	Red	Red	Red	Red	Green	Green		Green
France	Yellow	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Red	Yellow	Red	Red	Green	Green	Green	Green
Germany	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Red	Yellow	Red	Red	Green	Green	Green	Green
Italy	Red	Red	Yellow	Red	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Green	Green		Green
Norway	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Red	Red	Green	Green	Green	
Poland	Red	Red	Green	Green	Green	Yellow	Yellow	Red	Red	Red	Green	Green		Green
Spain	Red	Red	Yellow	Red	Yellow	Yellow	Red	Yellow	Red	Red	Green	Green		Green
Sweden	Green	Red	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Yellow	Green	Green	Green	Green
China	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Red	Green	Green	Green	Green
New Zealand	Yellow	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Red	Red	Green	Green	Green	Green
South Korea	Red	Red	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Green	Green	Green	Green

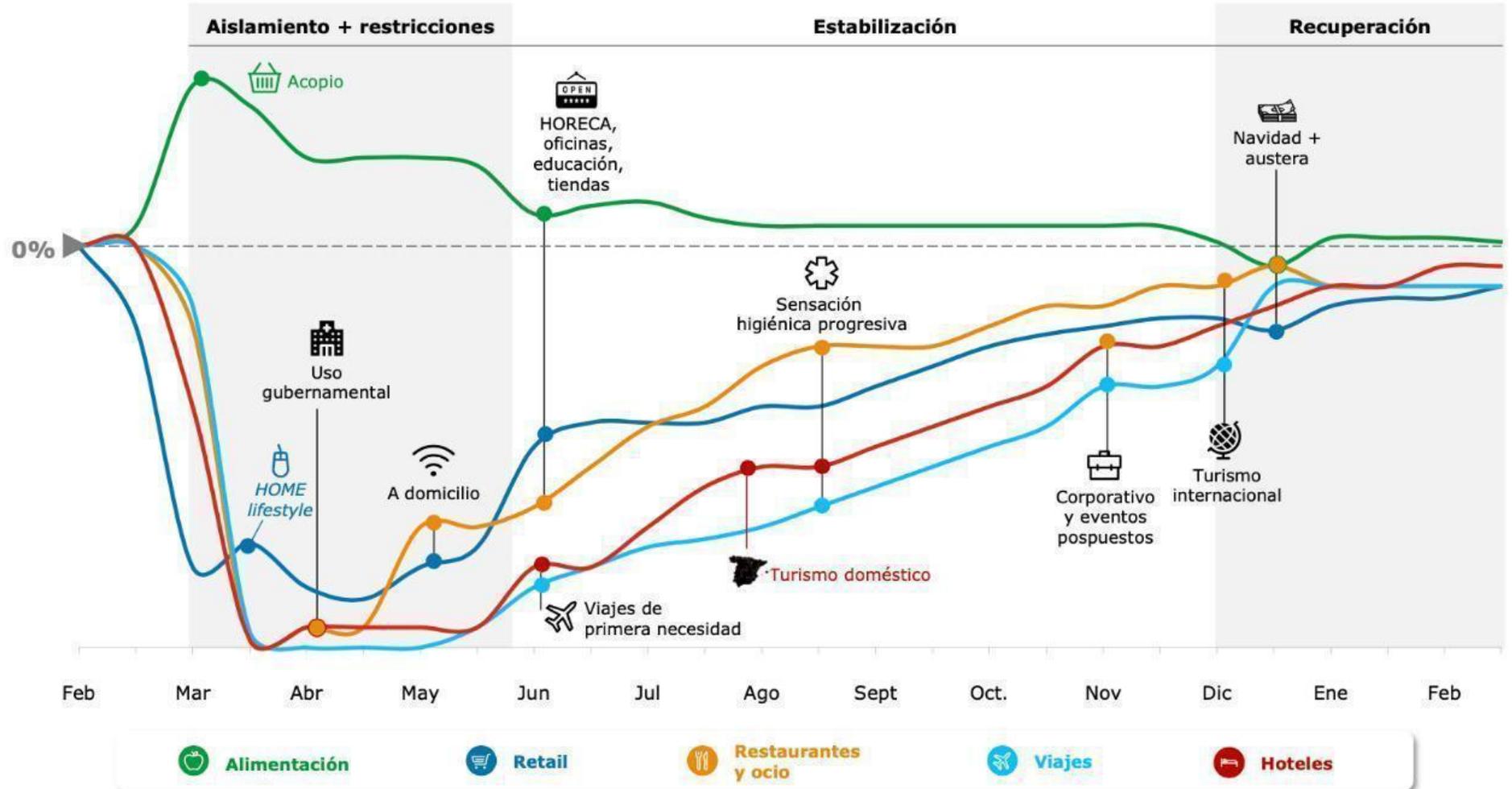
Note: Estimated status of opening as of May 12 (except for New Zealand whose status is as of May 14), based on announcements by authorities. Cafes refers to dine-in restaurants and cafes. Travel (international) refers to non-essential international travel. \*At this stage, contact tracing apps in Europe are mainly on a voluntary basis with decentralized data-protection/sharing approach.

Scale of Opening: green = open with restrictions/guidelines, yellow = partially open, red = closed.

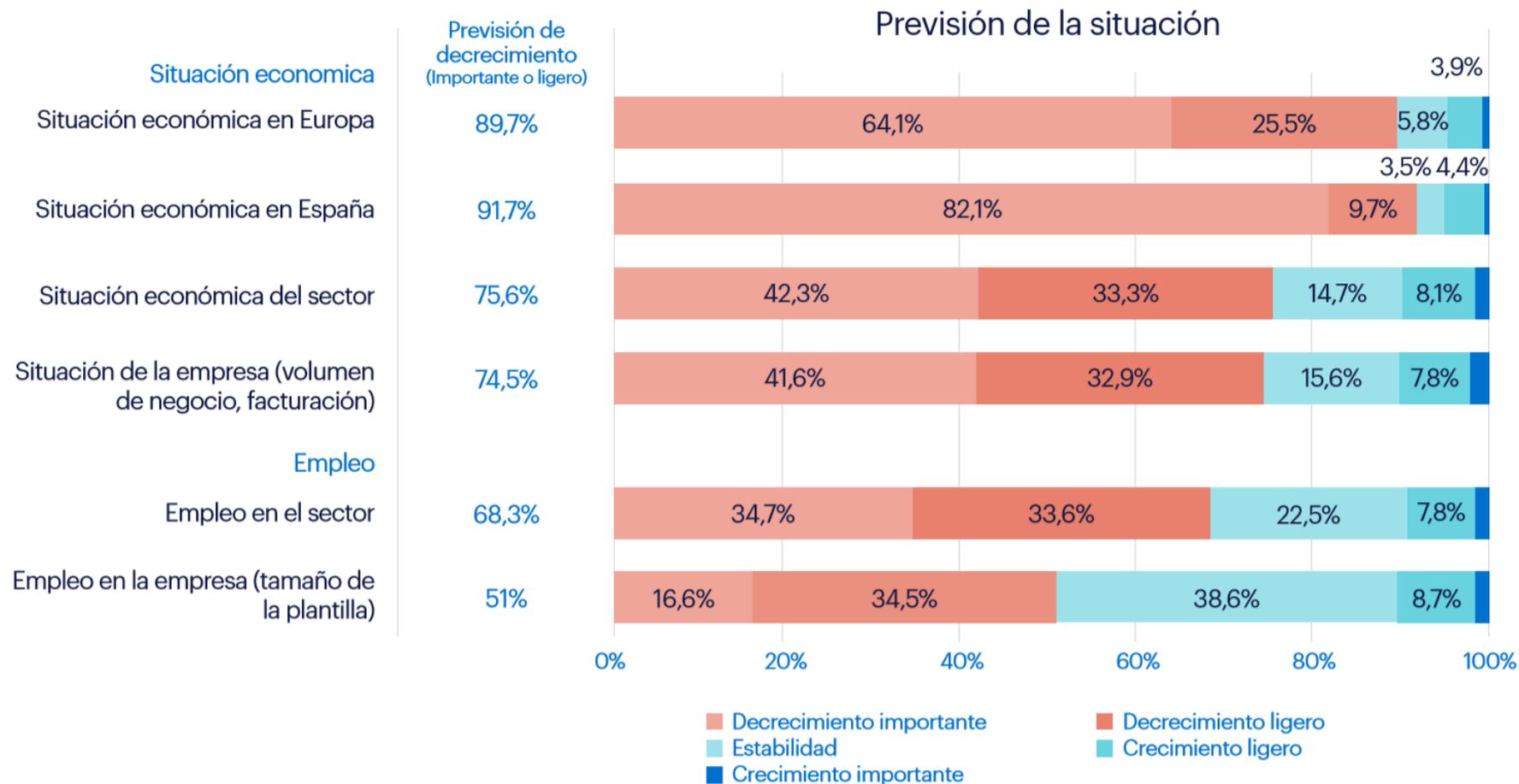


## Racional de recuperación por sectores

**Análisis sectorial** (%Var. sobre Año Anterior)



# ¿Cuál es la previsión de la situación dentro de 6 meses vs la situación previa a la crisis?



# ¿Cuáles son las principales preocupaciones y amenazas que se perciben?

## Incertidumbre e inseguridad



## Problemas financieros



# ¿Qué medidas podrían ayudar a tu empresa a afrontar la crisis del coronavirus?



# FINANCIAL TIMES

WEDNESDAY 18 SEPTEMBER 2019

WORLD BUSINESS NEWSPAPER

UK £2.90 (incl. VAT) Ireland €3.20 (incl. VAT) Republic of Ireland €3.20



Saving capitalism **Martin Wolf** on how to make the economy work for everyone — BIG READ, PAGE 9

# CAPITALISM. TIME FOR A RESET.

Business must make a profit but  
should serve a purpose too.

Read more at [FT.com/NewAgenda](https://www.ft.com/NewAgenda)



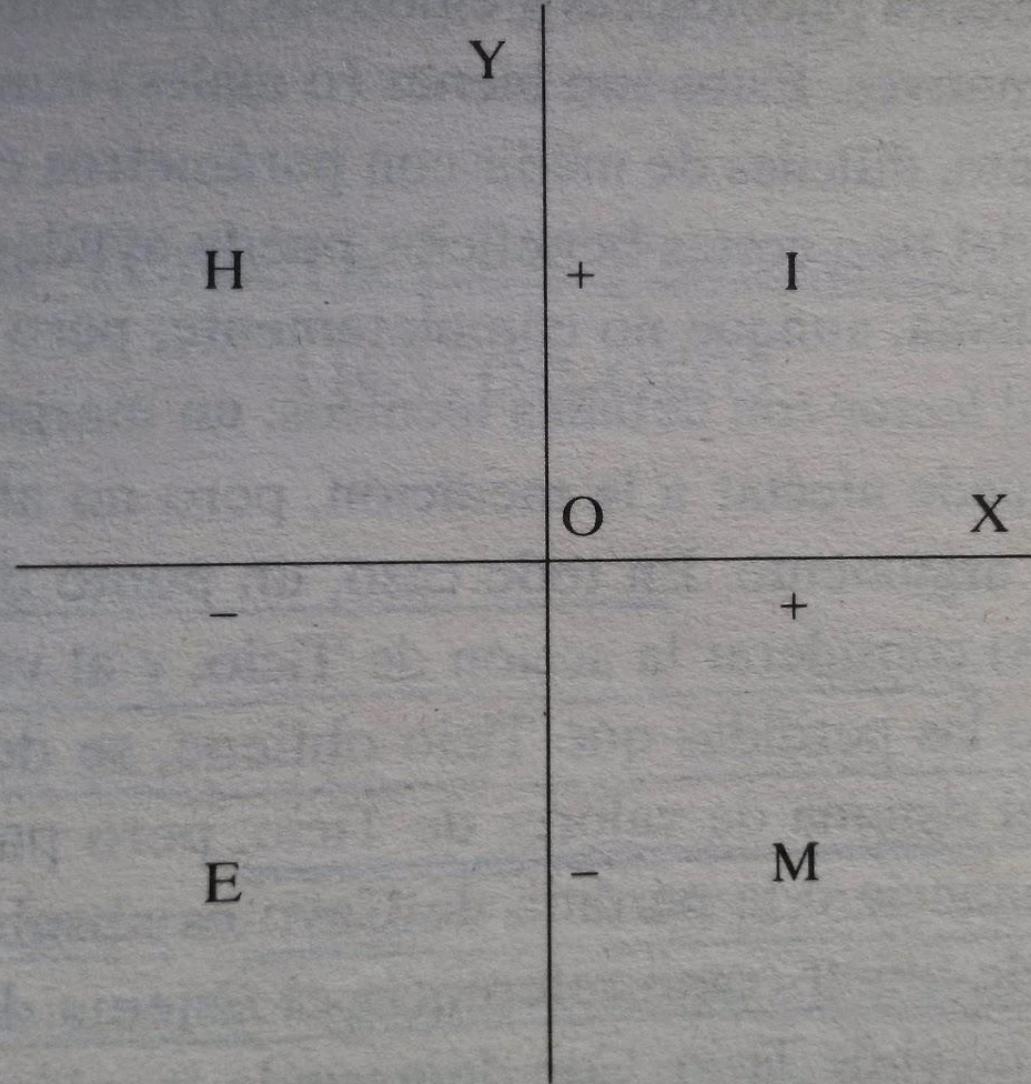
**CARLO M. CIPOLLA**

**ALLEGRO MA  
NON TROPPO**

DIVULGACIÓN

booket





# Las leyes fundamentales de la estupidez humana

- Siempre e inevitablemente cada uno de nosotros subestima el número de estúpidos que circulan por el mundo.
- La probabilidad de que una persona determinada sea estúpida es independiente de cualquier otra característica de la misma persona.
- Un estúpido es una persona que causa daño a otra persona o grupo de personas sin obtener, al mismo tiempo, un provecho para sí, o incluso obteniendo un perjuicio.
- Los no estúpidos subestiman siempre el poder nocivo de las personas estúpidas. Los no estúpidos, en especial, olvidan constantemente que en cualquier momento y lugar, y en cualquier circunstancia, tratar y/o asociarse con individuos estúpidos se manifiesta infaliblemente como un costosísimo error.
- El estúpido es el tipo de persona más peligroso que existe.



# HOSTELERÍA SEGURA

# COVID-19

# HOSTELERÍA DE ESPAÑA

Lanza el 'Sistema Integral para la preparación de Bares y Restaurantes',  
una iniciativa para acreditar los locales que ofrecen una 'hostelería  
segura' frente a la Covid-19 y dotarles de un pack integral de servicios y  
productos

ACREDITACIÓN HOSTELERÍA SEGURA





La patronal de los bares alerta de un uso fraudulento de su distintivo de seguridad

El Economista · Hace 15 horas











© Alain Schroeder, Belgium





# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

**1** FIN DE LA POBREZA

**2** HAMBRE CERO

**3** SALUD Y BIENESTAR

**4** EDUCACIÓN DE CALIDAD

**5** IGUALDAD DE GÉNERO

**6** AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

**7** ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

**8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

**9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

**10** REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

**11** CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

**12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

**13** ACCIÓN POR EL CLIMA

**14** VIDA SUBMARINA

**15** VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

**16** PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

**17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

  
**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**





Source: UNDESA



Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Publicado en: «BOE» núm. 314, de 29 de diciembre de 2018, páginas 129833 a 129854 (22 págs.)

Sección: I. Disposiciones generales

Departamento: Jefatura del Estado

Referencia: BOE-A-2018-17989

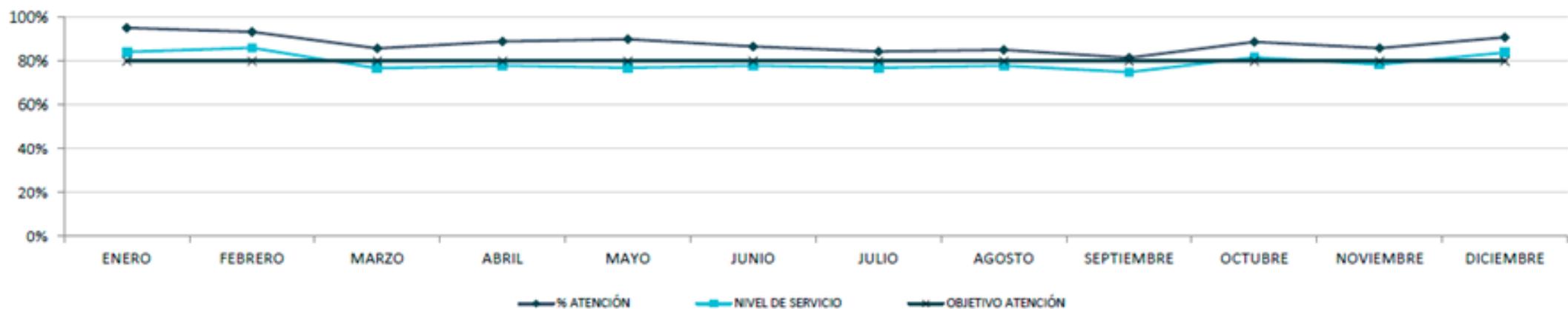
Permalink ELI: <https://www.boe.es/eli/es/l/2018/12/28/11>





## MÉTRICA SERVICIO 2019

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
LLAMADAS OFRECIDAS	440	423	438	464	553	443	494	561	434	449	369	362
LLAMADAS ATENDIDAS	419	395	376	413	498	384	417	478	354	399	317	329
% ATENCIÓN	95%	93%	86%	89%	90%	87%	84%	85%	82%	89%	86%	91%
TIEMPO MEDIO ESPERA	0:00:21	0:00:16	0:00:36	0:00:35	0:00:37	0:00:37	0:00:37	0:00:36	0:00:45	0:00:27	0:00:32	0:00:21
ABANDONO > 30 SEGUNDOS	8	7	21	29	19	26	33	32	26	29	26	14
% ABANDONO > 30 SEGUNDOS	2%	2%	5%	6%	3%	6%	7%	6%	6%	6%	7%	4%
NIVEL DE SERVICIO	84%	86%	77%	78%	77%	78%	77%	78%	75%	82%	79%	84%
OBJETIVO ATENCIÓN	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%





# LA COLABORADORA



*Un espacio de inteligencia colectiva*



<https://www.culturarsc.com/2020/05/08/indra-dona-7-336-tabletas-a-menores-vulnerables-de-toda-espana/>





<http://responsabilidadsocialcorp.blogspot.com/2020/04/mango-y-fundacion-pablo-horstmann.html>

<https://www.culturasc.com/2020/05/10/correo-450-iniciativas-solidarias/>





**#CuentaConlosArquitectosTécnicos**



© Luca Locatelli, Italy, National Geographic 'The End of Trash - Circular Economy Solutions'









© Esther Horvath, Hungary, The New York Times 'Polar Bear and her Cub'







<https://www.culturarsc.com/2020/05/06/su-majestad-la-reina-dona-sofia-pide-no-abandonar-mascarillas-y-guantes/>













# CONTENEDOR AMARILLO



Cada ciudadano depositó un **9,1% MÁS** de envases de plástico, latas y briks en el **contenedor amarillo** que en 2018

**17,1 kg**  
ciudadano/año



# CONTENEDOR AZUL



Cada ciudadano depositó un **7,2% MÁS** de envases de papel y cartón en el **contenedor azul** que en 2018

**19,4 kg**  
ciudadano/año



Evolución de envases depositados por ciudadano en cada contenedor durante los últimos 5 años

Desde 2015, cada ciudadano recicló un **35,3% MÁS**



Desde 2015, cada ciudadano recicló un **28,4% MÁS**



# EL RECICLAJE, CADA VEZ MÁS CERCA DE TODOS

En España hay **659.628** puntos de reciclaje



**390.611**

Contenedores  
amarillos en  
vías públicas



**224.945**

Contenedores  
azules en  
vías públicas



**44.072**

Puntos de reciclaje  
en estadios deportivos, oficinas,  
lugares de ocio, etc.



# UNOS RESULTADOS FRUTO DEL TRABAJO DE TODA LA SOCIEDAD

Más de **37 millones** de **CIUDADANOS**

que separan sus envases a diario.



**8.131** **AYUNTAMIENTOS**

garantizan la recogida de los residuos.



**96** **PLANTAS DE SELECCIÓN**

separan los residuos por tipo de material.



**422** **RECICLADORES**

convierten los residuos en nueva materia prima.



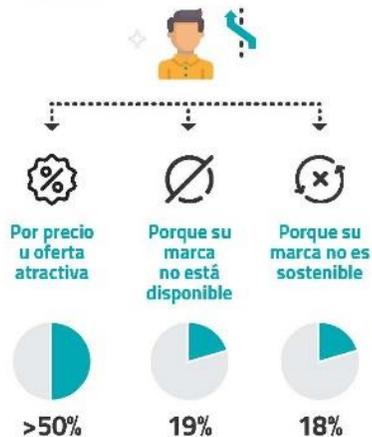
**12.500** **EMPRESAS**

forman parte de Ecoembes y financian el sistema de reciclaje en España

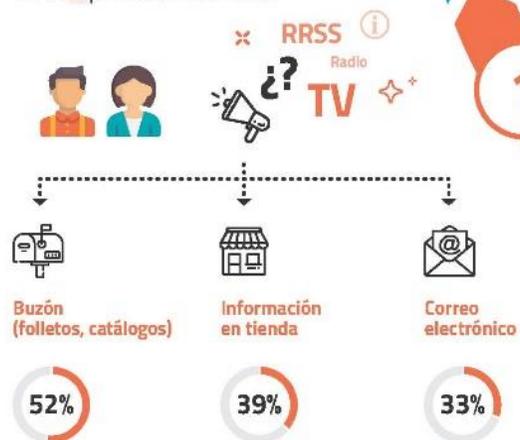


# MARKETING RELACIONAL EN ESPAÑA

Los **motivos del cambio de marca** por parte del consumidor son:



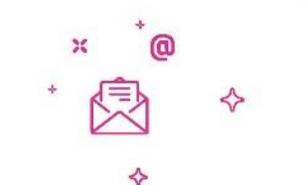
El consumidor **prefiere informarse** de ofertas o promociones mediante:



A casi la mitad de los consumidores le gustaría recibir **contacto de la marca tras la compra**



El **correo electrónico** es el favorito a la hora de elegir canal de comunicación postventa



Los **beneficios** más valorados de las **tarjetas de fidelización** son:



El **6%** es fiel a una marca y el **61%** lo **alterna con otras marcas favoritas**

Motivos de **fidelidad**:



En la **tienda física**, el consumidor valora:



En la **compra online**:



En cuanto a la **atención al cliente**, el consumidor prefiere:



Descárgate el estudio completo en [mediapost.es](http://mediapost.es)





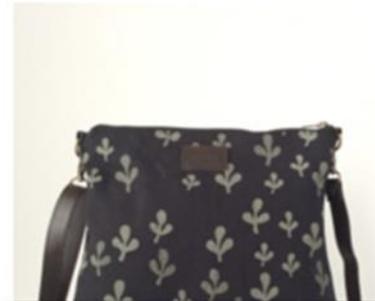
Inicio / Bolsos

## Bolsos

Aquí puedes ver mis bolsos veganos con todos los estampados que he diseñado para ti. Todos los modelos están creados en tejidos sostenibles, ecológicos y certificados. Trabajo en ediciones limitadas para ofrecerte bolsos exclusivos. Diseño para ti porque se que te preocupas por dejar una huella positiva en el planeta.

Mostrando todos los resultados 21

Orden por defecto



[Privacy & Cookies Policy](#)

# bambaladas

· Shoes ·

HOME

ABOUT

SHOP

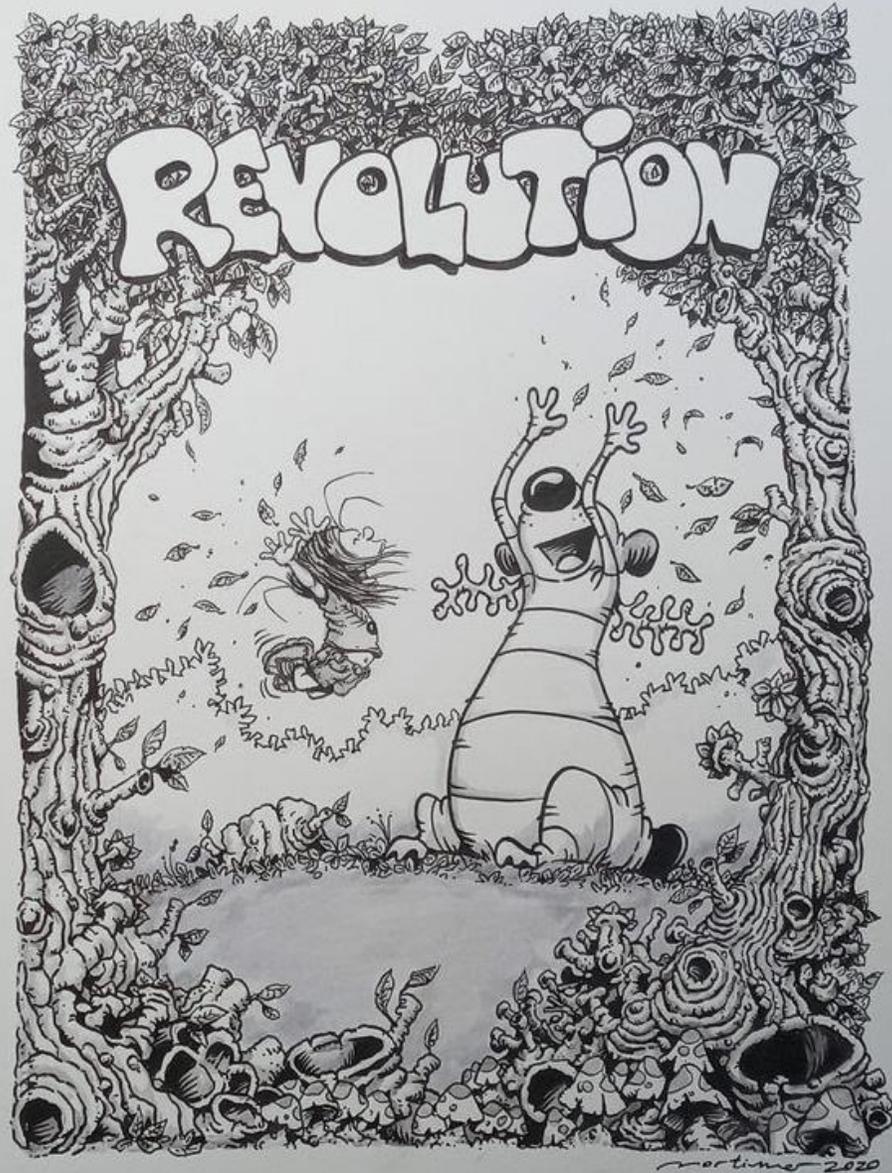
OUTLET

ATELIER

CONTACT







no time 2020

