

Política

Nuestros Activos Tangibles e Intangibles



Aprobada por el Directorio de Eni Ecuador S.A. el 17 de mayo del 2011



1. Los activos materiales e inmateriales
2. El capital industrial
3. El capital financiero
4. El capital relacional y la reputación
5. El Brand (La marca)
6. El know how
7. El capital organizativo
8. La propiedad intelectual



Los activos materiales e inmateriales 1

El éxito de la actividad empresarial depende de la calidad y del valor de su patrimonio, constituido por activos materiales e inmateriales, que son fundamentales para construir y defender las ventajas competitivas de la Empresa.

eni gestiona y valora sus activos para conseguir sus objetivos estratégicos.

eni identifica los activos materiales e inmateriales en grado de generar un mayor valor y dirige en este sentido sus propias acciones e inversiones.

eni se compromete a recoger y elaborar las informaciones necesarias para medir los resultados obtenidos por el uso de los activos, en términos de crecimiento de la compañía y de valor para los stakeholder.

El capital industrial está constituido por todos los activos materiales que sirven al ejercicio de la actividad de la Empresa. Su tutela y su valorización son elementos de fundamental importancia para seguir el camino de crecimiento y desarrollo.

eni analiza el ciclo de vida de su capital industrial y sus características productivas, con el fin de localizar las intervenciones que puedan maximizar su valor y su productividad, en el respeto de la salud, seguridad y medio ambiente.

eni identifica los riesgos relacionados con el capital industrial y define planes y procedimientos para mitigarlos, garantizando la continuidad en la actividad del negocio.

eni promueve entre sus personas y sus partner la tutela del capital industrial y su utilización correcta y responsable.


El capital financiero facilita a los distintos sectores de negocio de la empresa, los servicios de cobertura de las necesidades relacionadas con las actividades en curso y con los planes de inversión para el futuro desarrollo. Su correcta gestión facilita la realización del negocio de la empresa.

eni administra su capital financiero y gestiona las relaciones con sus partes interesadas de referencia según principios de transparencia, oportunidad y seguridad, en observación de las leyes y reglamentos vigentes y de las best practice del mercado.

eni se dota de las estructuras organizativas y de los procedimientos de la empresa necesarios para garantizar el monitoreo de sus operaciones financieras y facilitar a los distintos sectores de la empresa un servicio de nivel excelente.

eni identifica y monitorea los accesos al sistema de gestión del capital financiero y a la información confidencial.

eni cuida su capital financiero a través de la identificación de los riesgos, de las relativas estrategias de implementación y de los instrumentos de cobertura, la implementación de modalidades de gestión operativa y la definición de sistemas de medida, control y reporting.



El capital relacional y la reputación 4

El capital relacional está constituido por el conjunto y por la calidad de las relaciones que eni ha establecido con sus personas, sus partner y sus stakeholder. El capital relacional está considerado por eni como un recurso inestimable. Relaciones duraderas y de éxito fortalecen la reputación de eni, que representa la consideración y la memoria social que los stakeholder tienen de la empresa y de sus actividades y que forma parte de su historia, de sus comportamientos y de los resultados obtenidos.

eni considera un componente fundamental de su reputación, la relación consolidada con sus stakeholder, basada en la confianza mutua, participación y valores compartidos.

eni adopta comportamientos de excelencia, alimentando activamente su capital relacional y su reputación.

eni considera que el capital relacional y una buena reputación son factores determinantes para la creación de valores a largo plazo y efectúa las acciones más propicias para cuidarlos y fortalecerlos.

eni identifica como factores clave de su reputación sus propios valores, el liderazgo en sostenibilidad, la cultura, la propensión a la cooperación, la actitud a la innovación y al cambio, una informativa financiera fiable y oportuna y la eficiencia de los procesos productivos y organizativos.

eni se compromete a salvaguardar su capital relacional y su reputación, considerando las expectativas de los stakeholder y representando las actividades de la empresa de manera transparente.

eni difunde entre sus personas y sus partner sus propios valores éticos, sociales y de respeto con el medio ambiente, la salud y la seguridad y se compromete a defenderlos previniendo comportamientos potencialmente ofensivos para su reputación.





La marca representa la identidad de eni, su signo de distinción, su firma: comunica sus valores, cuenta su historia, delinea su futuro, su crecimiento y evolución, siempre mantenido fuertes los lazos con el pasado. La fuerza de la marca está en la reputación de la Empresa.

eni respeta y salvaguarda la identidad de su propia marca y se compromete a reproducirla en conformidad a sus estándares.

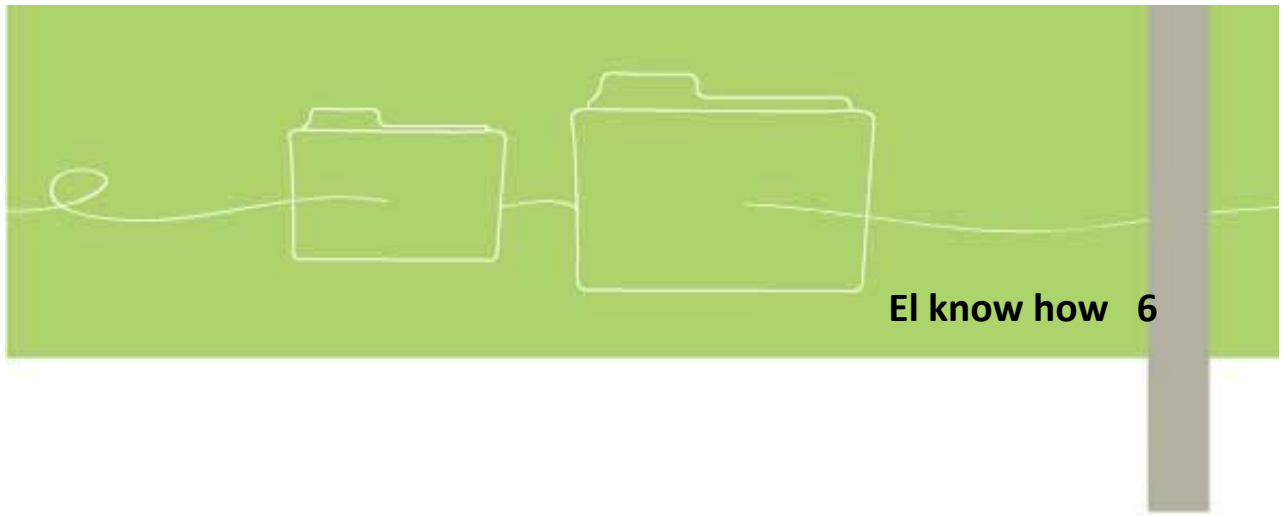
eni se compromete a utilizar la marca coherentemente con su misión y asociarlo con actividades y eventos en línea con sus valores y el código ético de eni.

eni utiliza su marca para comunicar, promover y compartir sus valores de dinamismo, proximidad, apertura e integración con sus stakeholder.

eni promueve entre sus personas actitudes coherentes con los valores representados por su marca con el fin de defender su valor simbólico y económico.

eni cuida el valor económico de la propia marca evitando su uso impropio o no consentido.





El conjunto de conocimientos, competencias y experiencias de las personas de eni constituye la fuente insustituible de ventaja competitiva y de innovación para la empresa.

eni se compromete a identificar el know how estratégico en los distintos sectores de negocio garantizando constantemente un adecuado presidio.

eni apoya el desarrollo y la difusión del know how entre sus personas promoviendo iniciativas e identificando las temáticas de interés donde concentrar su esfuerzo.

eni colabora con entidades de investigación de excelencia para favorecer el crecimiento de los conocimientos y competencias técnico-científicas de eni.



El capital organizativo 7

El capital organizativo de eni está representado por los modelos organizativos, por los procesos empresariales y por los sistemas informativos, que soportan la realización de las actividades empresariales y protegen y valorizan el patrimonio empresarial.

eni gestiona, de manera responsable y proactiva, el capital organizativo con el fin de fortalecer sus activos mejorando la competitividad empresarial.

eni facilita el intercambio de los conocimientos, competencias y experiencias de sus personas definiendo las estructuras organizativas, los incentivos motivacionales y los instrumentos tecnológicos necesarios para este fin.



La propiedad intelectual 8

La propiedad intelectual representa el patrimonio de descubrimientos, innovaciones y de trabajo intelectual y sostiene la estrategia de crecimiento y de desarrollo de la empresa a través del alcance de la excelencia cualitativa, que es un factor esencial de competitividad y sostenibilidad.

eni promueve la coherencia de las actividades de gestión y de protección de la propiedad intelectual con objetivos estratégicos y la misión de la Empresa.

eni define las estrategias de defensa de la propiedad intelectual e implementa las iniciativas para evitar el uso indebido y fraudulento.

eni identifica la propiedad intelectual estratégica para los distintos sectores del negocio y se compromete a desarrollarla y monitorearla activando los instrumentos más oportunos.