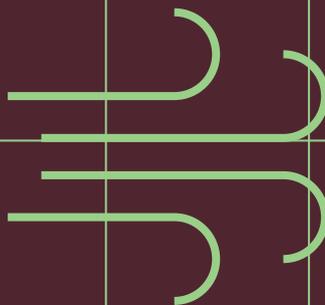
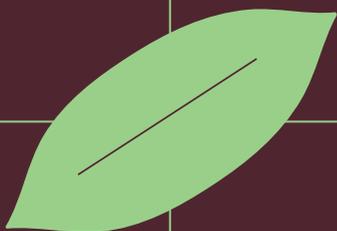
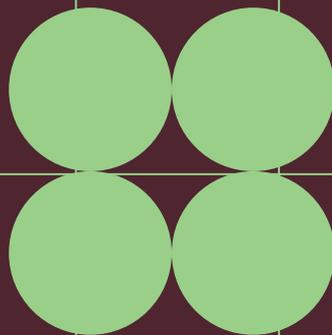


REFORZANDO EL COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD: EL NUEVO RETO EN LA PYME



Financiado:



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUTO VALENCIANO DE
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Elaborado:

Cámara
Castellón

Índice

1. La sostenibilidad empresarial, el concepto.

2. La sostenibilidad, evolución y actualidad.

3. Evolución del compromiso social de las empresas, una mirada hacia el valor compartido

4. ¿Hacia dónde queremos ir?

5. ¿Qué tenemos que hacer?

6. Conclusiones

Guía elaborada en el marco de la resolución del presidente del IVACE de concesión directa de subvención al Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Comunitat Valenciana, para la realización de acciones de impulso de la competitividad de las empresas de la Comunitat Valenciana a través del fomento de la innovación en materia de sostenibilidad y la reactivación de la economía basada en la sostenibilidad y la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Año 2023

LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL, EL CONCEPTO

1

Reforzando el compromiso
con la sostenibilidad:
El nuevo reto en la pyme

La **sostenibilidad** es un concepto interiorizado en la conciencia colectiva y relacionado, generalmente, con su **perspectiva ecológica**. Sin embargo, éste **no es un concepto estático**, pues adquiere nuevas características según el ámbito al que haga referencia. Atendiendo a los negocios, este concepto deriva en la **sostenibilidad empresarial** definida como aquella que permite a las organizaciones **generar valor medioambiental, social y económico** que repercuta de forma directa en el entorno donde desarrollan su actividad. Este enfoque sostenible dentro del ámbito empresarial cuenta con tres grandes verticales desde las que se construye:



Ilustración 1: Verticales de la sostenibilidad empresarial. (Revisión de: Co-enable Advisors).

Aunque históricamente la sostenibilidad se ha entendido en un segundo nivel de prioridad respecto a los resultados económicos del negocio, en los últimos años esa creencia ha experimentado una evolución. Las compañías han pasado de un modelo de sostenibilidad que se medía en función del rédito económico o de imagen conseguido, a entender a la sostenibilidad empresarial como un **único concepto estrechamente interconectado con todos los aspectos de la compañía y de su cadena de valor**. Precisamente, **la sostenibilidad empresarial permite establecer relaciones de beneficio mutuo** entre las empresas, el ecosistema y la sociedad. De este modo, las organizaciones obtienen un retorno económico al mismo tiempo que consiguen impactar de forma positiva o neutra en el ecosistema en el que operan.

“La sostenibilidad parte de una serie de valores y principios que tienen la capacidad de transformar a las empresas, ayudando a proyectarse en el largo tiempo, respetando a las personas y al entorno. Avanzar en el camino que define la sostenibilidad es, desde mi punto de vista, un asunto clave y poco cuestionable. Sí que podemos encontrar el dilema en el cuánto o a qué velocidad avanzar, esto requiere de una reflexión estratégica en la que deben tenerse en cuenta diversos factores de cada empresa y establecer objetivos a corto, medio y largo plazo”.

Rebeca Sánchez,
responsable de RSC y
Compliance del Grupo Simetría



LA SOSTENIBILIDAD, EVOLUCIÓN Y ACTUALIDAD

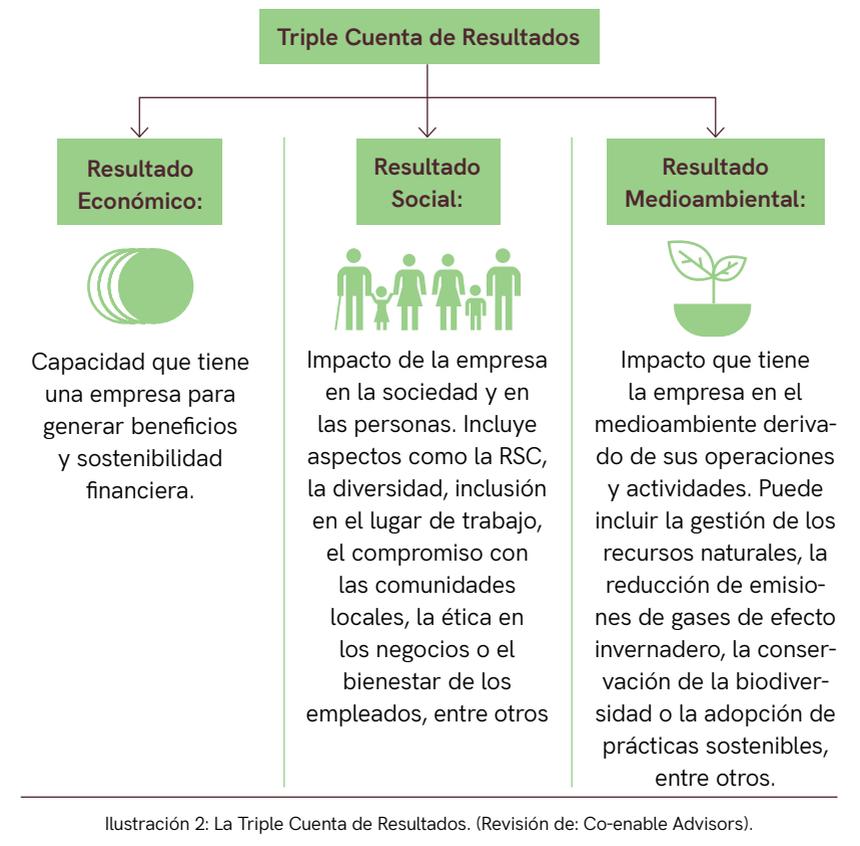
2

Reforzando el compromiso
con la sostenibilidad:
El nuevo reto en la pyme

La sostenibilidad empresarial, **no es una moda pasajera** pues este concepto se ha **integrado totalmente en la estrategia e idiosincrasia** de las grandes multinacionales de todo el mundo. La evidencia de esta afirmación es la evolución de los conceptos relativos a la sostenibilidad empresarial:

Ya en la década de los noventa, concretamente en 1994 John Elkington, acuñaba el término **Tripple Bottom Line** - también conocido como la Triple Cuenta de Resultados-, donde expone la necesidad de fomentar que las empresas no se preocupen solamente por sus balances financieros, sino también por los **impactos que generan en la sociedad y en el ecosistema**.

Por tanto, la **Triple Cuenta de Resultados** tiene el objetivo de que las organizaciones **evalúen cómo contribuyen** a la sociedad que les rodea así como al medioambiente, además de sus beneficios económicos.



Desde la aparición de este término que ya mostraba la necesidad de que las organizaciones tuvieran en cuenta todos los factores en los que impactan, nacen otros que actualmente ya forman parte de la estrategia de sus negocios.

Uno de esos términos relevantes respecto a la sostenibilidad empresarial son los **criterios ESG**. Este término aparece en **2004** cuando **Kofi Annan**, el entonces **secretario de las Naciones Unidas**, proponía un nuevo enfoque desde el que evaluar a las organizaciones en cuestiones de sostenibilidad empresarial.

ESG se desgrana en las palabras en inglés, **Environmental, Social y Governance** haciendo referencia a los **elementos que determinan que una empresa sea sostenible** mediante su compromiso medioambiental, social y de buen gobierno, aunque siempre sin perder el foco en el aspecto financiero.

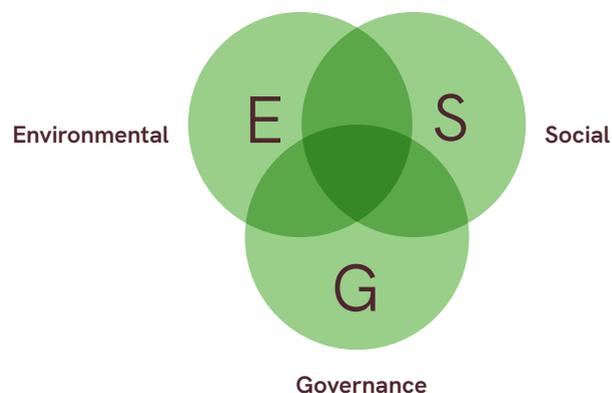


Ilustración 3: Los ESG.

- **Environmental o Ambientales:** este criterio abarca las actividades e iniciativas de las empresas que tienen como objetivo **impactar de forma positiva en el ecosistema** en el que operan además de establecer planes de mitigación de los impactos negativos producidos por el desarrollo de su actividad.
- **Social:** incluye aspectos como los **derechos laborales** y las condiciones del personal así como el respeto a los **derechos humanos**. También, recoge iniciativas para vincularse con las comunidades donde se realiza la actividad para contribuir a su desarrollo socioeconómico y conseguir beneficios

mutuos, como por ejemplo: convenios con las universidades locales para recibir estudiantes en prácticas, contratación de personas de la zona, etc.

- **Governance o Buen Gobierno:** recoge aspectos relacionados con el **gobierno corporativo** de la empresa teniendo como referencia cuestiones como la **cultura**, el proceso de gestión, la **transparencia**, la **paridad en los consejos de gobierno** o unas correctas políticas y códigos de conducta, entre otros.

Teniendo en cuenta las corrientes de pensamiento en sostenibilidad empresarial de las que se ha hablado con anterioridad, va surgiendo de forma paulatina el compromiso de las instituciones con una forma de hacer negocios mucho más sostenible. Así pues, en el año 2015 los Estados Miembros de la **Organización de las Naciones Unidas** aprobaron la **Agenda 2030** con el objetivo de, entre otros aspectos, promover una **economía compartida**, el **desarrollo social** y la **protección ambiental para todos los países del mundo**.



Ilustración 4: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (ONU)

Ese mismo año, la misma organización planteaba los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) enmarcados dentro de la Agenda 2030**. El alcance de los ODS está muy alineado con los objetivos planteados en la Agenda 2030 pues persiguen proteger el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de las personas de todo el mundo.

Los ODS entraron en **vigor el 1 de septiembre de 2016** y responden a una clara **necesidad por introducir cambios en el sistema económico**

existente, hasta la fecha basado en la producción masiva, un consumo feroz y la explotación ilimitada de los recursos naturales con el único objetivo de conseguir beneficio económico.

De forma paulatina y sumándose a esta declaración de intenciones las instituciones han ido estableciendo **regulaciones**, sobretodo a nivel de la **Unión Europea**. La evolución de la normativa ha sido evidente, sobre todo por lo que respecta a nivel de exigencias:

Nivel Regulatorio	Año	Ley	Objetivos y Características
Europa	2014	Directiva 2014/95/UE de divulgación de información no financiera y diversidad. (NFRD)	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificación de los riesgos. ● Mejorar los aspectos relativos a la sostenibilidad. ● Aumentar la confianza de los consumidores y posibles inversores.
España	2018	Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad	<ul style="list-style-type: none"> ● Incorporación a la legislación español la Directiva 2014/98/UE.
Europa	2020	Reglamento UE 2020/852 del establecimiento de un marco para inversiones sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> ● Informar a los inversores de las actividades económicas sostenibles según el sistema clasificatorio de la taxonomía. ● La taxonomía se basa en seis objetivos ambientales: mitigación del cambio climático, adaptación al cambio climático, uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos, transición a una economía circular,

Nivel Regulatorio	Año	Ley	Objetivos y Características
			<ul style="list-style-type: none"> ● prevención y control de la contaminación y protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.
Europa	2022	Directiva 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas (CSRD)	<ul style="list-style-type: none"> ● Unifica los informes financieros con los informes no financieros ● Mejora la accesibilidad de los usuarios a las informaciones reportadas por las empresas. ● Reduce sobrecostes y es la base desde la que las empresas pueden reportar cuestiones relativas a la sostenibilidad empresarial.
España	2023	Anteproyecto de Ley de transposición Directiva CSRD	<ul style="list-style-type: none"> ● Incluye la ley europea en el marco regulatorio español.
Europa	2023	Directiva sobre debida diligencia de las empresas en materia de sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomento de las actividades empresariales sostenibles y responsables a lo largo de toda la cadena de suministro mundial.

Tabla 1: Evolución de la Regulación. (Broseta y Unión Europea)

En la **actualidad**, la sostenibilidad empresarial también se integra en la forma de hacer negocios de las **pequeñas y medianas empresas** pues la exigencia del entorno en materia de sostenibilidad cada vez es mayor. De este modo, algunas empresas ya integran proyectos con un impacto directo en su entorno desvinculándose de acciones puramente de **greenwashing**. Este término fue acuñado en 1986 por Jay Westvel cuando detectó en una cadena hotelera una campaña de marketing de “lavado verde”. Westvel entendió que el principal **objetivo de la acción era el de generar beneficios económicos y de reputación de marca a través de la publicidad**, dejando en un **segundo o tercer término los intereses ecológicos**.

“La sostenibilidad está cada vez más integrada en el negocio con una creciente profesionalización y presencia en la alta dirección”

Estudio Approaching th

Existen cinco factores externos por los que las empresas, tanto grandes, medianas como pequeñas, se han apresurado en actualizar su modelo de negocio.

1 Sociedad

Cada **vez más exigente** con las empresas y les otorga un lugar clave en la mitigación del cambio climático. La investigación realizada por Estudio de Comunicación señala que para un **67,4% de los consumidores influye en sus decisiones de compra conocer el esfuerzo de una empresa por ser sostenible**.

2 Mercado

Existe un **incremento de las exigencias del mercado** para que las empresas **integren la sostenibilidad empresarial** en sus negocios. Dicho compromiso, puede llegar a suponer una ventaja competitiva e incluso se pueden explorar nuevos nichos de mercado para este tipo de consumidor concreto.

3 Regulación

Las instituciones están comprometidas con alcanzar un escenario empresarial sostenible. Normativas como la de **Estados de Información no Financieros** o la reciente **Directiva de Información de Sostenibilidad Corporativa** son el ejemplo de la celeridad con la que avanza la regulación y la necesidad de adaptarse a ella.

4 Trabajadores

La sostenibilidad y el propósito de la empresa también son un **factor decisivo para sus trabajadores**. Una **investigación del profesor Letian Zhang de la Universidad de Harvard** advierte de que algunos **estudiantes prefieren tener salarios más bajos si la empresa realiza acciones con propósito**.

5 Financiación

La sostenibilidad empresarial es un criterio que evaluar para **cuantificar el valor de una empresa, pudiendo ser un factor definitivo para captar financiación**. **Entidades bancarias y fondos de inversión** ya contemplan los criterios **ESG** y de **taxonomía verde** para definir si las **inversiones** a realizar son **sostenibles**.

Factores que potencian la sostenibilidad empresarial. (Revisión de: Co-enable Advisors).



“En Xiob Grup pensamos que la sostenibilidad es un pilar fundamental para el futuro desarrollo empresarial y social, por lo que apostamos por ella tanto a nivel externo como interno. Llevamos varios años realizando acciones sostenibles, destacando la obtención del Certificado Breeam de todos nuestros residenciales de viviendas. Esta acreditación permite medir el grado de sostenibilidad de la edificación y aporta ventajas competitivas a nivel económico, de salud y ambiental. El propósito es proporcionar un hogar de calidad y confort para mejorar el bienestar de las personas y el entorno. A nivel interno, estamos inmersos en un profundo proceso de digitalización de nuestras metodologías de trabajo para ser más eficientes, sostenibles y coherentes con nuestras políticas y valores”

Eugenio Vicente,
responsable del Departamento
de Calidad de Xiob Grup.



EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO SOCIAL DE LAS EMPRESAS, UNA MIRADA HACIA EL VALOR COMPARTIDO

3

Reforzando el compromiso
con la sostenibilidad:
El nuevo reto en la pyme

La **Responsabilidad Social Corporativa**, no es un concepto nuevo, de hecho, es un término planteado por Howard R. Bowen en su obra *Social Responsibilities of the Businessman* publicada en 1953, donde exponía que las empresas tienen un **alto impacto en la sociedad en la que realizan su actividad** y que, por tanto, tienen la responsabilidad de devolver a la sociedad una parte de lo que ella ya les ha dado de forma implícita. Así surgía un **concepto que en la actualidad va más allá** del simple hecho de realizar acciones puntuales en el entorno.

Actualmente, la **sostenibilidad empresarial** podría ubicarse como un nivel superior dentro de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la organización, ya que genera un **compromiso** que no se centra en el corto plazo, sino también en el medio y el **largo plazo. Además, incluye acciones ligadas con su cadena de valor. De esta manera se establece entre las empresas y su entorno un vínculo más duradero en el tiempo.**

Desde su origen, las empresas han experimentado la siguiente evolución en cuanto a su relación y compromiso con la sociedad y el medioambiente:

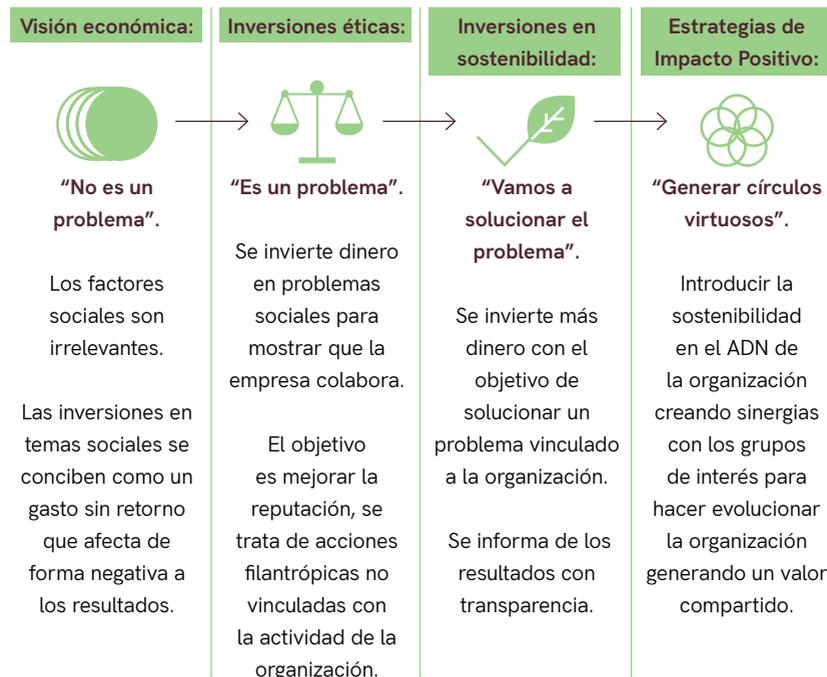


Ilustración 6: Evolución del concepto de sostenibilidad empresarial. (Revisión de: Co-enable Advisors).

Sin embargo, **no todas las empresas se encuentran en el mismo nivel** del gráfico anterior, diferenciando principalmente dos categorías de compañías:

- Aquellas que optan únicamente por **cumplir con la normativa vigente** como requisito necesario para poder **seguir operando**, sin tener un claro compromiso con el entorno.
- Aquellas que perciben la **sostenibilidad empresarial** como una vía desde la que **poder crecer y conseguir ventajas competitivas, a la vez que ayudan a generar un impacto positivo real en la comunidad.**

Dentro de las dos categorías, cada vez son más las organizaciones que se incluyen en el segundo grupo. Esta tendencia está generando que tanto las empresas tradicionales como aquellas con fines sociales estén evolucionando hacia un punto de equilibrio:

- **Las empresas tradicionales**, dirigen su **estrategia hacia un modelo de negocio que impacte de forma positiva** en todos los elementos de la sostenibilidad empresarial, "Hacerlo bien haciendo el bien".
- Por su parte, **las empresas con fines sociales** se acercan al **punto de equilibrio aplicando métodos comerciales** para apoyar sus programas sociales.



Ilustración 7: Evolución de las organizaciones hacia un equilibrio sostenible. (Fuente: A.T. Kearney).

“El proyecto de Esveva nace desde los valores de la sostenibilidad empresarial, teniendo en cuenta nuestros impactos en el planeta y con el objetivo de contribuir en la reducción del plástico generado en la producción industrial de esponjas de higiene personal y de uso doméstico. Por ello, decidimos producir esponjas de lufa cultivadas con métodos agrícolas, artesanales y ecológicos. De este modo, conseguimos productos biodegradables que no generan ningún residuo una vez utilizados. Desde Esveva tenemos el compromiso de cuidar del entorno en el que operamos y lo conseguimos gracias a un modelo de negocio sostenible y respetuoso con el medio ambiente”.

Marcos Gijón,
CEO Esveva



¿HACIA DÓNDE QUEREMOS IR?

4

Reforzando el compromiso
con la sostenibilidad:
El nuevo reto en la pyme

Por tanto, ante este contexto cambiante de nuevas formas de entender la **sostenibilidad empresarial** y atendiendo a que **no solamente afectan a grandes corporaciones**, las pymes deben hacer una reflexión y tomar una decisión en cuanto a su posición frente a este nuevo reto.

De una forma u otra **las pequeñas y medianas empresas deben actualizarse en materia de sostenibilidad** dado que, como se puede observar, no es una moda, sino un **concepto por el que se apuesta desde las instituciones y se potencia a través de la legislación**.

A nivel normativo, destaca la ley propuesta por la Comisión Europea y aprobada por el Parlamento Europeo en junio de 2023 que atañe a la **Debida Diligencia en la cadena de suministro**. Algunas multinacionales se anticipan a esta ley y ya aplican la Debida Diligencia que, **de forma colateral, también afecta a las pequeñas y medianas empresas**. Desde la Debida Diligencia, adoptada ya por empresas de países como Alemania, Francia, Países Bajos o Dinamarca, entre otros, se realiza una **auditoría pormenorizada a los proveedores** en la que se realiza una revisión del cumplimiento de toda la regulación vigente, incluyendo la relacionada con aspectos de sostenibilidad, con especial foco en el medioambiente y los derechos humanos. Esta nueva normativa tiene el objetivo de **verificar que el proveedor con el que se trabaja es seguro y de confianza**. Esos proveedores en muchas ocasiones son **pequeñas y medianas empresas** que, **si no cumplen con los estándares, corren el importante riesgo de quedarse fuera de mercado en el corto plazo**.

Adicionalmente a la presión de la normativa, los **consumidores son cada vez más exigentes con las empresas** y con **cómo desarrollan sus actividades**. Algunos estudios como el Índice Sectorial sobre la Sostenibilidad elaborado por Kantar citado anteriormente estiman que el **67% de los consumidores ya piensan que las empresas tienen la responsabilidad de cuestiones sobre cambio climático y deben trabajar por mejorar su sostenibilidad empresarial**.

Además, el **97% de los consumidores están concienciados y tienen la determinación de adoptar un estilo de vida más sostenible y respetuoso con el medioambiente**. A pesar de ello, esto **no implica migrar de forma completa y radical el modelo de negocio hacia entornos totalmente sostenibles**. Pues de ese elevado porcentaje de los consumidores encuestados, en la actualidad únicamente el 13% ha realizado un cambio de estilo de vida real y su modo de consumo. Aunque en los últimos años este porcentaje está aumentando, el precio sigue siendo un factor determinante, ya que **el 68% de los consumidores perciben los productos más sostenibles como productos más caros**.

“Nuestros clientes, especialmente en la venta al por menor, cada vez se preocupan más por saber el origen y sostenibilidad de nuestros productos. En Flor contamos con un proceso cerrado que garantiza el bienestar de nuestros animales alimentándolos mediante fórmulas propias de cereal y criándolos en campo abierto”.

Rosa Flor,
CEO Carnicerías FLor



Las **Pymes**, por tanto, se encuentran en un **punto de inflexión** sobre el que deben elegir entre dos alternativas:



Ilustración 8: Alternativas de una organización respecto a la sostenibilidad empresarial.

(Fuente: Co-enable Advisors)

La **primera opción** que tienen las empresas se refiere a adoptar una **posición proactiva**, anticipándose a la regulación, en la que las empresas asumen la sostenibilidad empresarial como una palanca de valor del negocio más y la integran en su estrategia. Desde ese punto de vista, proponen acciones innovadoras e inversiones en cuestiones que generen valor compartido tanto para la sociedad como para el ecosistema, con un objetivo de negocio detrás.

Esta **implicación con la sostenibilidad**, que conlleva el desarrollo de proyectos de mejora de la gobernanza, el impacto en el entorno natural o en la relación con los trabajadores, entre otros, puede generar **una ventaja competitiva frente al resto de empresas del sector**. Lograr posicionarse como un referente en materia de sostenibilidad dentro de un mercado, y hacerlo de forma integrada con su estrategia de negocio permite diferenciarse de

los competidores, aumentar la penetración en nuevos mercados actuales y acceder a nuevos espacios.

La **segunda opción** para las pymes dentro de las tendencias en sostenibilidad es realizar las acciones mínimas para **mantener la licencia para operar**. Es decir, **cumplir con los estándares exigidos por la regulación** y con las imposiciones sociales de los consumidores o de organizaciones de mayor tamaño para las que actúan como proveedores. De este modo, la empresa cumple con la normativa vigente realizando acciones puntuales para poder seguir operando. Sin embargo, no integra la sostenibilidad empresarial en su modelo de negocio.

Debe tenerse en cuenta que seleccionar la primera opción no debe implicar una transformación radical e inmediata en la actividad de la compañía. Por supuesto es una decisión que implica **cambios** en la forma de hacer, pero deben ser **progresivos, garantizando la solvencia económica** de la organización puesto que es un pilar necesario sobre el que sostener las demás acciones de impacto ambiental y social. **El desarrollo de la sostenibilidad empresarial no debe confundirse con abandonar la estrategia actual de la compañía de forma abrupta, pues es una transición hacia un modelo más equilibrado. Migrar de forma drástica de modelo de negocio podría tener consecuencias negativas.**

¿QUÉ TENEMOS QUE HACER?

Independientemente de la alternativa que se seleccione, las Pymes deben tener en cuenta cómo impacta su actividad en el entorno en el que operan a la hora de definir su estrategia de negocio. La actividad económica de las empresas genera un **impacto directo en el ecosistema natural y social** donde se encuentran. Si este impacto se desglosa, se obtienen dos categorías: los positivos y los negativos. Ante cada uno de ellos debe seguirse un enfoque diferente:

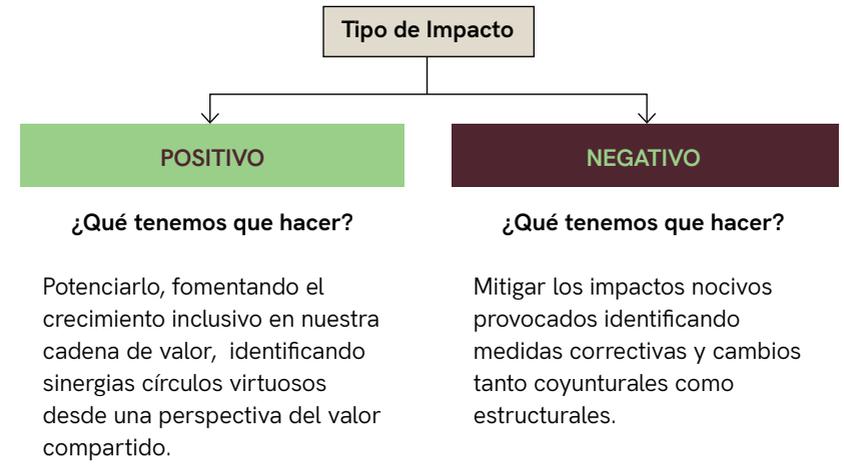


Ilustración 9: Tipos de impacto y acciones a emprender. (Fuente: Co-enable Advisors)

Si la Pyme está decidida a evolucionar para integrar la sostenibilidad empresarial, debe **establecer las acciones a desarrollar para atenuar los impactos negativos y potenciar los impactos positivos**, generando valor compartido en su entorno. Estas acciones deben estar **íntimamente ligadas al rumbo y la estrategia de negocio que la pyme haya definido**.

“Está demostrado que las compañías que cuentan con sistemas de Valor Compartido superan a sus competidores en rentabilidad”

Michael Porter, profesor en Harvard Business School y director del Instituto para la estrategia y la Competitividad

5

Reforzando el compromiso con la sostenibilidad:
El nuevo reto en la pyme

CONCLUSIONES

6

Reforzando el compromiso
con la sostenibilidad:
El nuevo reto en la pyme

La sostenibilidad empresarial es un concepto que ya forma parte del ADN de las grandes multinacionales. Y ahora, con el avance regulatorio exigido por la Unión Europea y respaldado por el Gobierno de España, serán las **pequeñas y medianas empresas las que deberán adoptar medidas para que sus negocios impacten de forma positiva en el medioambiente y en las comunidades en las que operan.**

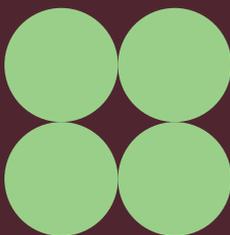
Las pymes deben comenzar a incorporar aspectos de sostenibilidad empresarial en sus estrategias para **anticiparse a aquellos requerimientos que a medio plazo se les van a exigir.** Este ejercicio ayudará a realizar una **transición del modelo de negocio de forma ordenada y progresiva para adaptarse a los nuevos tiempos y aprovechar oportunidades de mercado.**

“A pesar de ser conscientes de la necesidad de incorporar la sostenibilidad en el ADN de cualquier organización, al hacerlo no debemos poner en riesgo la sostenibilidad económica de la misma. Por ello, realizar una transición ordenada y progresiva es esencial, y definir esa hoja de ruta no es sencillo. Es importante seguir una metodología que permita definir una estrategia clara y concreta que marque el rumbo de la organización, involucrando en el proceso a las personas clave de la empresa y a los grupos de interés más relevantes para que el resultado sea compartido por todos.”

Fernando Dolz,
consultor senior en Co-enable Advisors



REFORZANDO EL COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD:
EL NUEVO RETO EN LA PYME



Cámara de Comercio de Castellón.
Av. dels Germans Bou, 79, 12003 Castelló de la Plana, Castelló
camaracastellon.com

Financiado:



Elaborado:

