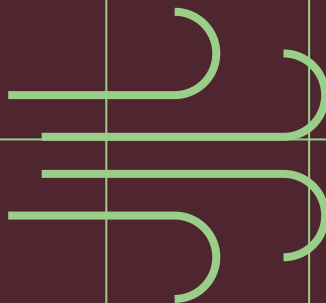
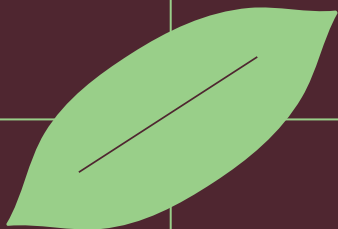
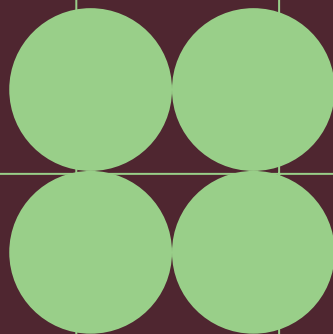


REFORÇANT EL COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILIBILITAT: EL NOU REPTA EN LA PIME



Finançat:



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

Elaborat:

Cámara
Castellón

Índex

1. La sostenibilitat empresarial, el concepte.

2. La sostenibilitat, evolució i actualitat.

3. Evolució del compromís social de les empreses, una mirada cap al valor compartit.

4. Cap a on volem anar?

5. Què hem de fer?

6. Conclusions.

Guia elaborada en el marc de la resolució del president de l'IVACE de concessió directa de subvenció al Consell de Cambres Oficials de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de la Comunitat Valenciana, per a la realització d'accions d'impuls de la competitivitat de les empreses de la Comunitat Valenciana a través del foment de la innovació en matèria de sostenibilitat i la reactivació de la economia basada en la sostenibilitat i l'Agenda 2030 per al desenvolupament sostenible.

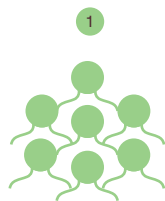
Any 2023

LA SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL, EL CONCEPTE

1

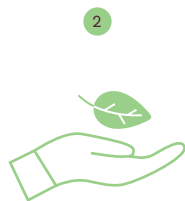
Reforçant el compromís
amb la sostenibilitat:
El nou repte en la pime

La **sostenibilitat** és un concepte interioritzat en la consciència col·lectiva i relacionat, generalment, amb la seua **perspectiva ecològica**. No obstant això, **no és un concepte estàtic**, perquè adquireix noves característiques segons l'àmbit a què faça referència. Atenent els negocis, este concepte deriva en la **sostenibilitat empresarial** definida com aquella que permet a les organitzacions **generar valor mediambiental, social i econòmic** que repercuteix de manera directa en l'entorn on desenvolupen la seua activitat. Este enfocament sostenible dins de l'àmbit empresarial compta amb tres grans verticals des dels quals es construeix:



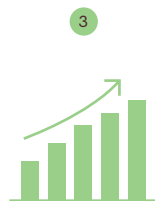
Societat:

Aconseguir una organització justa i equilibrada amb el seu entorn.



Medi ambient:

Ajudar a millorar i conservar el patrimoni natural del planeta



Economia:

Contribuir a generar economies pròsperes i eficients

Il·lustració 1: Verticals de la sostenibilitat empresarial. (Revisió de: Co-enable Advisors)

Encara que històricament la sostenibilitat s'ha entès en un segon nivell de prioritat respecte als resultats econòmics del negoci, en els últims anys eixa creença ha experimentat una evolució. Les companyies han passat d'un model de sostenibilitat que es mesurava en funció del rèdit econòmic o d'imatge aconseguit, a entendre la sostenibilitat empresarial com un **únic concepte estretament interconnectat amb tots els aspectes de la companyia i de la seua cadena de valor**. Precisament, **la sostenibilitat empresarial permet establir relacions de benefici mutu** entre les empreses, l'ecosistema i la societat. D'esta manera, les organitzacions obtenen un retorn econòmic al mateix temps que aconsegueixen impactar de manera positiva o neutra en l'ecosistema en què operen.

“La sostenibilitat partix d'una sèrie de valors i principis que tenen la capacitat de transformar les empreses, ajudant a projectar-se en el llarg temps, respectant les persones i l'entorn. Avançar en el camí que definix la sostenibilitat és, des del meu punt de vista, un assumpte clau i poc qüestionable. Sí que podem trobar el dilema en el quant o a quina velocitat avançar, això requereix una reflexió estratègica en la qual han de tindre's en compte diversos factors de cada empresa i establir objectius a curt, mitjà i llarg termini”.

Rebeca Sánchez,
responsable de RSC i
Compliance del Grupo Simetría



LA SOSTENIBILITAT, EVOLUCIÓ I ACTUALITAT

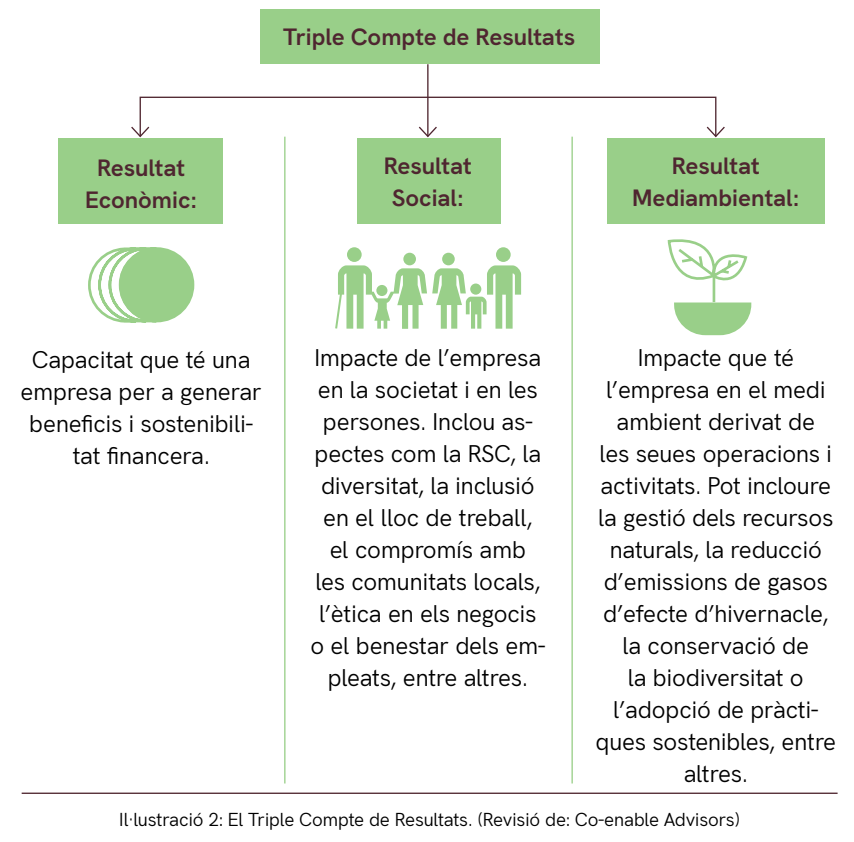
2

Reforçant el compromís
amb la sostenibilitat:
El nou repte en la pime

La sostenibilitat empresarial **no és una moda passatgera**, perquè este concepte s'ha **integrat totalment en l'estratègia i la idiosincrasia** de les grans multinacionals de tot el món. L'evidència d'esta afirmació és l'evolució dels conceptes relatius a la sostenibilitat empresarial.

Ja en la dècada dels noranta, concretament en 1994, John Elkington encunyava el terme **Tripple Bottom Line**—també conegut com el *Triple Compte de Resultats*—, on exposa la necessitat de fomentar que les empreses no es preocupen solament pels seus balanços financers, sinó també pels **impactes que generen en la societat i en l'ecosistema**.

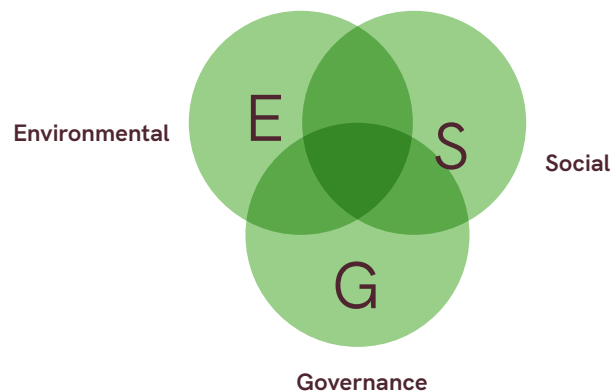
Per tant, el **Triple Compte de Resultats** té l'objectiu que les organitzacions **avaluen com contribuïxen** a la societat que els envolta així com al medi ambient, a més dels seus beneficis econòmics.



Des de l'aparició d'este terme, que ja mostrava la necessitat que les organitzacions tingueren en compte tots els factors en què impacten, naixen uns altres que actualment ja formen part de les estratègies dels seus negocis.

Un d'eixos termes rellevants respecte a la sostenibilitat empresarial són els **critèris ESG**. Este terme apareix en **2004**, quan **Kofi Annan**, aleshores **secretari de les Nacions Unides**, proposava un nou enfocament des del qual avaluar les organitzacions en qüestions de sostenibilitat empresarial.

ESG es desgrana en les paraules en anglés **Environmental, Social i Governance**, que fan referència als **elements que determinen que una empresa siga sostenible** a través del seu compromís mediambiental, social i de bon govern, tot i que sempre sense perdre el focus en l'aspecte financer.



Il·lustració 3: Els ESG.

- **Environmental o Ambiental:** este criteri abasta les activitats i iniciatives de les empreses que tenen com a objectiu **impactar de manera positiva en l'ecosistema** en el qual operen, a més d'establir plans de mitigació dels impactes negatius produïts pel desenvolupament de la seua activitat.
- **Social:** inclou aspectes com els **drets laborals** i les condicions del personal, així com el respecte als **drets humans**. També reunit iniciatives per a vincular-se amb les comunitats on es realitza l'activitat a fi de contribuir al seu desenvolupament socioeconòmic i aconseguir beneficis mutus, com per exemple convenis amb les universitats locals per a rebre estudiants en pràctiques, contractació de persones de la zona, etc.

- **Governance o Bon Govern:** arreplega aspectes relacionats amb el **govern corporatiu** de l'empresa tenint com a referència qüestions com la **cultura**, el procés de gestió, la **transparència**, la **paritat en els consells de govern** o unes correctes polítiques i codis de conducta, entre altres.

Tenint en compte els corrents de pensament en sostenibilitat empresarial de les quals s'ha parlat amb anterioritat, va sorgint de manera gradual el compromís de les institucions amb una manera de fer negocis molt més sostenible. Així doncs, en l'any 2015 els estats membres de l'Organització de les Nacions Unides van aprovar l'Agenda 2030 amb l'objectiu de, entre altres aspectes, promoure una **economia compartida, el desenvolupament social i la protecció ambiental per a tots els països del món**.



Il·lustració 4: Els Objectius de Desenvolupament Sostenible. (ONU)

Eixe mateix any, la mateixa organització plantejava els **17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) emmarcats dins de l'Agenda 2030**. L'abast dels ODS està molt alineat amb els objectius plantejats en l'Agenda 2030, perquè tracten de protegir el medi ambient i millorar la qualitat de vida de les persones de tot el món.

Els ODS van entrar en **vigor l'1 de setembre de 2016** i responen a una clara **necessitat per introduir canvis en el sistema econòmic existent**, fins al moment basat en la producció massiva, un consum feroç i l'explotació il·limitada dels recursos naturals amb l'únic objectiu d'aconseguir benefici econòmic.

De manera gradual i sumant-se a esta declaració d'intencions, les institucions han anat establint **regulacions**, sobretot en l'àmbit de la **Unió Europea**. L'evolució de la normativa ha sigut evident, sobretot pel que fa a nivell d'exigències:

Nivell Regulator	Any	Llei	Objectius i Característiques
Europa	2014	Directiva 2014/95/UE de divulgació d'informació no financera i diversitat. (NFRD)	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificació dels riscos. ● Millorar els aspectes relatius a la sostenibilitat. ● Augmentar la confiança dels consumidors i possibles inversors.
Espanya	2018	Llei 11/2018 d'informació no financera i diversitat	<ul style="list-style-type: none"> ● Incorporació a la legislació espanyola de la Directiva 2014/98/UE.
Europa	2020	Reglament UE 2020/852 de l'establiment d'un marc per a inversions sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> ● Informar els inversors de les activitats econòmiques sostenibles segons el sistema classificatori de la taxonomia. ● La taxonomia es basa en sis objectius ambientals: mitigació del canvi climàtic; adaptació al canvi climàtic; ús sostenible i protecció dels recursos hídrics i marins; transició a una economia circular; prevenció i control de la contaminació, i

Nivel Regulatorio	Año	Ley	Objetivos y Características
			protecció i restauració de la biodiversitat i els ecosistemes.
Europa	2022	Directiva 2022/2464 del Parlament Europeu i del Consell pel que fa a la presentació d'informació sobre sostenibilitat per part de les empreses (CSRD)	<ul style="list-style-type: none"> ● Unifica els informes financers amb els informes no financers ● Millora l'accessibilitat dels usuaris a les informacions reportades per les empreses. ● Reduïx sobre costos i és la base des de la qual les empreses poden reportar qüestions relatives a la sostenibilitat empresarial.
Espanya	2023	Avantprojecte de Llei de transposició de la Directiva CSRD	<ul style="list-style-type: none"> ● Inclou la llei europea en el marc regulador espanyol.
Europa	2023	Directiva sobre la deguda diligència de les empreses en matèria de sostenibilitat	<ul style="list-style-type: none"> ● Foment de les activitats empresarials sostenibles i responsables al llarg de tota la cadena de subministrament mundial.

Taula 1: Evolució de la regulació. (Broseta i Unió Europea)

En l'actualitat, la sostenibilitat empresarial també s'integra en la manera de fer negocis de les **xicotetes i mitjanes empreses**, perquè l'exigència de l'entorn en matèria de sostenibilitat cada vegada és més gran. D'esta manera, algunes empreses ja integren projectes amb un impacte directe en el seu entorn i es desvinculen d'accions purament de **greenwashing**. Este terme va ser encunyat en 1986 per Jay Westevel quan va detectar en una cadena hotelera una campanya de màrqueting de "llavada verda". Westevel va entendre que el principal **objectiu de l'acció era generar beneficis econòmics i de reputació de marca a través de la publicitat**, deixant en un **segon o tercer terme els interessos ecològics**.

“La sostenibilitat està cada vegada més integrada en el negoci amb una creixent professionalització i presència en l'alta direcció.”

Estudi Approaching the Future 2023

Existeixen cinc factors externs per als que les empreses, tant grans, mitjanes com a xicotetes, s'han afanyat a actualitzar el seu model de negoci.

1 Societat

Cada **vegada més exigent** amb les empreses i els atorga un lloc clau en la mitigació del canvi climàtic. La investigació realitzada per Estudio de Comunicación assenjala que per a un **67,4% dels consumidors influïx en les seues decisions de compra conèixer l'esforç d'una empresa per ser sostenible**.

2 Mercat

Hi ha un **increment de les exigències del mercat** perquè les empreses **integren la sostenibilitat empresarial** en els seus negocis. Este compromís pot arribar a suposar un avantatge competitiu, i fins i tot es poden explorar noves vetes de mercat per a este tipus de consumidor concret.

3 Regulació

Les institucions estan compromeses amb la consecució d'un escenari empresarial sostenible. Normatives com la d'**Estats d'Informació no Financiers** o la recent **Directiva d'Informació de Sostenibilitat Corporativa** són l'exemple de la celeritat amb què avança la regulació i la necessitat d'adaptar-s'hi.

4 Treballadors

La sostenibilitat i el propòsit de l'empresa també són un **factor decisiu per als seus treballadors**. Una **investigació del professor Letian Zhang, de la Universitat de Harvard**, advertix que alguns **estudiants preferixen tindre salaris més baixos si l'empresa realitza accions amb propòsit**.

5 Finançament

La sostenibilitat empresarial és un criteri a avaluar per a **quantificar el valor d'una empresa, ja que pot ser un factor definitiu per a captar finançament**. **Entitats bancàries i fons d'inversió** ja contempen els criteris **ESG** i de **taxonomia verda** per a definir si les **inversions** a realitzar són **sostenibles**.

Factors que potencien la sostenibilitat empresarial. (Revisió de: Co-enable Advisors)



“En Xiob Grup pensem que la sostenibilitat és un pilar fonamental per al futur desenvolupament empresarial i social, i per això apostem per ella tant externament com internament. Portem diversos anys realitzant accions sostenibles, i destaca l’obtenció del Certificat Breeam de tots els nostres residencials de vivendes. Esta acreditació permet mesurar el grau de sostenibilitat de l’edificació i aporta avantatges competitius des del punt de vista econòmic, de salut i ambiental. El propòsit és proporcionar una casa de qualitat i confort per a millorar el benestar de les persones i l’entorn. Des del punt de vista intern, estem immersos en un profund procés de digitalització de les nostres metodologies de treball per a ser més eficients, sostenibles i coherents amb les nostres polítiques i valors.”

Eugenio Vicente,
responsable del Departament
de Qualitat de Xiob Grup.



EVOLUCIÓ DEL COMPROMÍS SOCIAL DE LES EMPRESES, UNA MIRADA CAP AL VALOR COMPARTIT

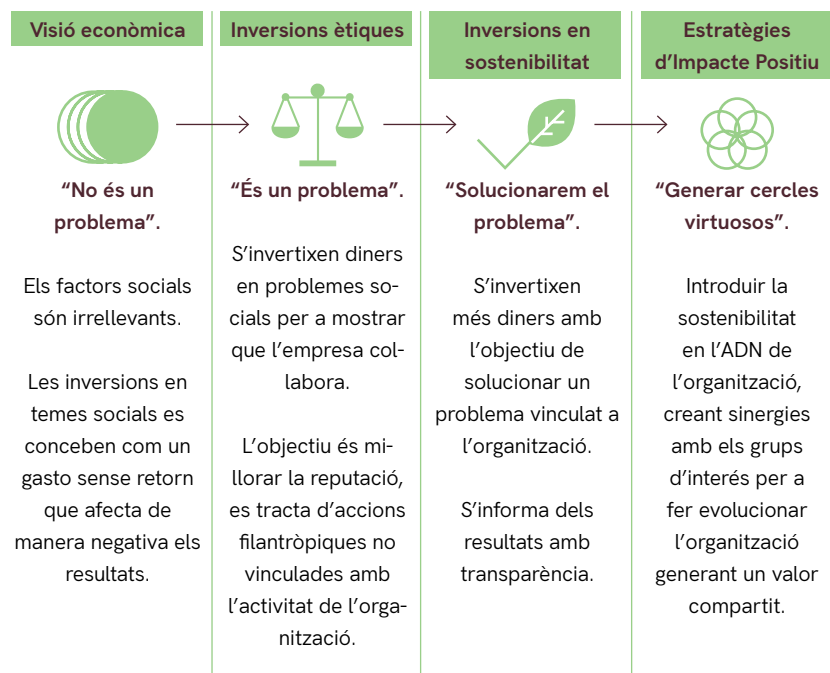
3

Reforçant el compromís amb la sostenibilitat: El nou repte en la pime

La **Responsabilitat Social Corporativa** no és un concepte nou; de fet, és un terme plantejat per Howard R. Bowen en la seua obra *Social Responsibilities of the Businessman*, publicada en 1953, on exposava que les empreses tenen un **alt impacte en la societat en què desenvolupen la seua activitat** i que, per tant, tenen la responsabilitat de retornar a la societat una part del que ella ja els ha donat de manera implícita. Així sorgia un **concepte que en l'actualitat va més enllà** del simple fet de realitzar accions puntuals en l'entorn.

Actualment, la **sostenibilitat empresarial** podria situar-se com un nivell superior dins de la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) de l'organització, ja que genera un **compromís** que no se centra en el curt termini, sinó també en el mitjà i el **llarg termini. A més, inclou accions lligades a la seua cadena de valor. D'esta manera s'establix entre les empreses i el seu entorn un vincle més durador en el temps.**

Des del seu origen, les empreses han experimentat la següent evolució quant a la seua relació i compromís amb la societat i el medi ambient:



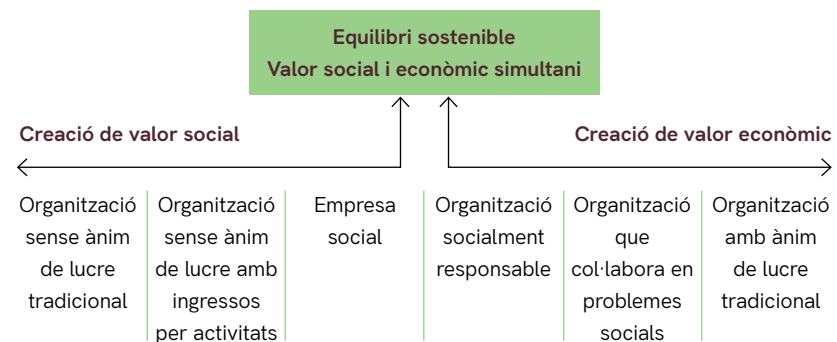
Il·lustració 6: Evolució del concepte de sostenibilitat empresarial. (Revisió de: Co-enable Advisors)

No obstant això, **no totes les empreses es troben en el mateix nivell** del gràfic anterior, i es diferencien principalment dos categories de companyies:

- Aquelles que opten únicament per **complir la normativa vigent** com a requisit necessari per a poder **continuar operant**, sense tindre un clar compromís amb l'entorn.
- Aquelles que perceben la **sostenibilitat empresarial** com una via des de la qual **poder créixer i aconseguir avantatges competitius, alhora que ajuden a generar un impacte positiu real en la comunitat.**

Dins de les dos categories, cada vegada són més les organitzacions que s'inclouen en el segon grup. Esta tendència està generant que tant les empreses tradicionals com aquelles amb finalitats socials estiguen evolucionant cap a un punt d'equilibri:

- **Les empreses tradicionals** dirigeixen la seua **estratègia cap a un model de negoci que impacte de manera positiva** en tots els elements de la sostenibilitat empresarial: "Fer-ho bé fent el bé".
- Per la seua banda, **les empreses amb finalitats socials** s'acosten al punt **d'equilibri aplicant mètodes comercials** per a donar suport al seus programes socials.



Il·lustració 7: Evolució de les organitzacions cap a un equilibri sostenible. (Font: A.T. Kearney)

“El projecte d’Esveva naix des dels valors de la sostenibilitat empresarial, tenint en compte els nostres impactes en el planeta i amb l’objectiu de contribuir en la reducció del plàstic generat en la producció industrial d’esponges d’higiene personal i d’ús domèstic. Per això, vam decidir produir esponges de carabassa d’esponja cultivades amb mètodes agrícoles, artesanals i ecològics. D’esta manera, aconseguim productes biodegradables que no generen cap residu una vegada utilitzats. Des d’Esveva tenim el compromís de cuidar l’entorn en què operem, i ho aconseguim gràcies a un model de negoci sostenible i respectuós amb el medi ambient”.

Marcos Gijón,
CEO Esveva



CAP A ON VOLEM ANAR?

4

Reforçant el compromís
amb la sostenibilitat:
El nou repte en la pime

Per tant, davant d'este context canviant de noves maneres d'entendre la **sostenibilitat empresarial** i atés que **no solament afecten grans corporacions**, les pimes han de fer una reflexió i prendre una decisió respecte a la seua posició davant d'este nou repte.

D'una forma o una altra, **les xicotetes i mitjanes empreses han d'actualitzar-se en matèria de sostenibilitat** atés que, com es pot observar, no és una moda, sinó un **concepte pel qual s'aposta des de les institucions i es potencia a través de la legislació**.

Des del punt de vista normatiu, destaca la llei proposada per la Comissió Europea i aprovada pel Parlament Europeu en juny de 2023 que concierneix a la **Deguda Diligencia en la cadena de subministrament**. Algunes multinacionals s'anticipen a esta llei i ja apliquen la Deguda Diligencia que, **de manera col·lateral, també afecta les xicotetes i mitjanes empreses**. Des de la Deguda Diligencia, adoptada ja per empreses de països com Alemanya, França, Països Baixos o Dinamarca, entre altres, es realitza una **auditoria detallada als proveïdors** en què es fa una revisió del compliment de tota la regulació vigent, incloent-hi la relacionada amb aspectes de sostenibilitat, parant especial atenció en el medi ambient i els drets humans. Esta nova normativa té l'objectiu de **verificar que el proveïdor amb el qual es treballa és segur i de confiança**. Eixos proveïdors en moltes ocasions són **xicotetes i mitjanes empreses** que, **si no compleixen els estàndards, corren un risc important de quedar-se fora del mercat en el curt termini**.

Addicionalment a la pressió de la normativa, els **consumidors són cada vegada més exigents amb les empreses** i en la manera **com desenvolupen les seues activitats**. Alguns estudis com l'Índex Sectorial sobre la Sostenibilitat elaborat per Kantar, citat anteriorment, estimen que el **67% dels consumidors ja pensen que les empreses tenen la responsabilitat en qüestions sobre canvi climàtic, i han de treballar per millorar la seua sostenibilitat empresarial**.

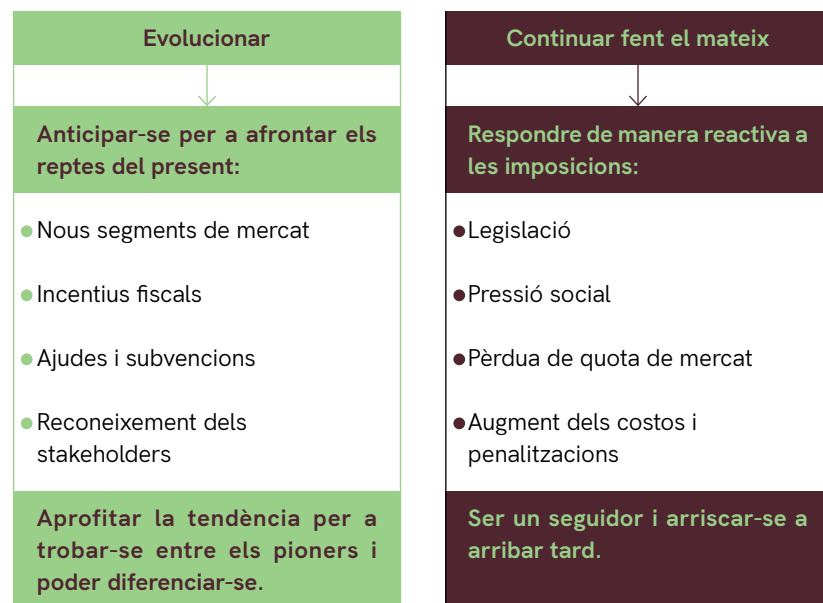
A més, el **97% dels consumidors estan conscienciats i tenen la determinació d'adoptar un estil de vida més sostenible i respectuós amb el medi ambient**. Amb tot, això **no implica migrar de manera completa i radical el model de negoci cap a entorns totalment sostenibles**. Perquè, d'eixe elevat percentatge dels consumidors enquestats, en l'actualitat únicament el 13% ha fet un canvi d'estil de vida real i la seua forma de consum. Encara que en els últims anys este percentatge està augmentant, el preu continua sent un factor determinant, ja que el **68% dels consumidors perceben els productes més sostenibles com a productes més cars**.

“Els nostres clients, especialment en la venda al detall, cada vegada es preocupen més per saber l'origen i la sostenibilitat dels nostres productes. En Flor comptem amb un procés tancat que garantix el benestar dels nostres animals, alimentant-los amb fórmules pròpies de cereal i criant-los en camp obert.”

Rosa Flor,
CEO Carnicerías FLor



Les **Pimes**, per tant, es troben en un **punt d'inflexió** sobre el qual han de triar entre dos alternatives:



Il·lustració 8: Alternatives d'una organització respecte a la sostenibilitat empresarial.

(Font: Co-enable Advisors)

La **primera opció** que tenen les empreses es referix a adoptar una **posició proactiva**, anticipant-se a la regulació, en què les empreses assumixen la sostenibilitat empresarial com una palanca de valor del negoci més i la integren en la seua estratègia. Des d'eixe punt de vista, proposen accions innovadores i inversions en qüestions que generen valor compartit, tant per a la societat com per a l'ecosistema, amb un objectiu de negoci darrere.

Esta **implicació amb la sostenibilitat**, que comporta el desenvolupament de projectes de millora de la governança, l'impacte en l'entorn natural o en la relació amb els treballadors, entre altres, pot generar **un avantatge competitiu enfront de la resta d'empreses del sector**. Aconseguir posicionar-se com un referent en matèria de sostenibilitat dins d'un mercat, i fer-ho de forma integrada

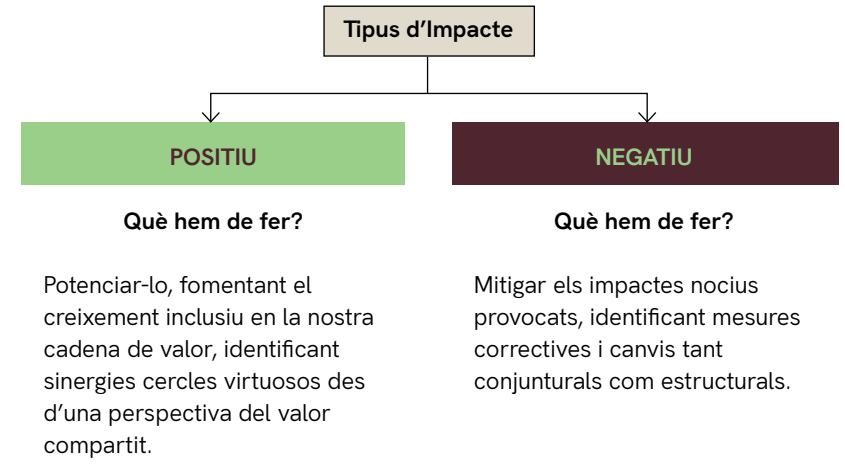
amb la seua estratègia de negoci, permet diferenciar-se dels competidors, augmentar la penetració en nous mercats actuals i accedir a nous espais.

La **segona opció** per a les pimes dins de les tendències en sostenibilitat és realitzar les accions mínimes per a **mantindre la llicència per a operar**. És a dir, **complir els estàndards exigits per la regulació** i les imposicions socials dels consumidors o d'organitzacions més grans per a les quals actuen com a proveïdors. D'esta manera, l'empresa complix la normativa vigent realitzant accions puntuals per a poder continuar operant. No obstant això, no integra la sostenibilitat empresarial en el seu model de negoci.

Ha de tindre's en compte que seleccionar la primera opció no ha d'implicar una transformació radical i immediata en l'activitat de la companyia. Per descomptat que és una decisió que implica **canvis** en la manera de fer, però han de ser **progressius, garantint la solvència econòmica** de l'organització, perquè és un pilar necessari sobre el qual sostindre les altres accions d'impacte ambiental i social. **El desenvolupament de la sostenibilitat empresarial no s'ha de confondre amb l'abandonament de l'estratègia actual de la companyia de manera abrupta, ja que és una transició cap a un model més equilibrat. Migrar de manera dràstica de model de negoci podria tindre conseqüències negatives.**

QUÈ HEM DE FER?

Independentment de l'alternativa que se seleccione, les pimes han de tindre en compte com impacta la seua activitat en l'entorn en què operen a l'hora de definir la seua estratègia de negoci. La activitat econòmica de les empreses genera un **impacte directe en l'ecosistema natural i social** on es troben. Si este impacte es desglossa, s'obtenen dos categories: els positius i els negatius. Amb cada un d'ells ha de seguir-se un enfocament diferent:



Il·lustració 9: Tipus d'impacte i accions a emprendre. (Font: Co-enable Advisors)

Si la pime està decidida a evolucionar per a integrar la sostenibilitat empresarial, ha d'establir **les accions a desenvolupar per a atenuar els impactes negatius i potenciar els impactes positius**, generant valor compartit en el seu entorn. Estes accions han d'estar **íntimament lligades al rumb i l'estratègia de negoci que la pime haja definit**.

"Està demostrat que les companyies que compten amb sistemes de valor compartit superen els seus competidors en rendibilitat."

Michal Porter, professor a Harvard Business School i director de l'Institut per a l'Estratègia i la Competitivitat

5

Reforçant el compromís amb la sostenibilitat:
El nou repte en la pime

CONCLUSIONS

6

Reforçant el compromís
amb la sostenibilitat:
El nou repte en la pime

La sostenibilitat empresarial és un concepte que ja forma part de l'ADN de les grans multinacionals. I ara, amb l'avanç regulador exigít per la Unió Europea i refermat pel Govern d'Espanya, seran les **xicotetes i mitjanes empreses les que hauran d'adoptar mesures perquè els seus negocis impacten de manera positiva en el medi ambient i en les comunitats en les quals operen.**

Les pimes han de començar a incorporar aspectes de sostenibilitat empresarial en les seues estratègies per a **anticipar-se a aquells requeriments que a mitjà termini se'ls exigiran.** Este exercici ajudarà a realitzar una **transició del model de negoci de forma ordenada i progressiva per a adaptar-se als nous temps i aprofitar oportunitats de mercat.**

“A pesar ser conscients de la necessitat d’incorporar la sostenibilitat en l’ADN de qualsevol organització, al fer-ho no hem de posar en risc la seua sostenibilitat econòmica. Per això, realitzar una transició ordenada i progressiva és essencial, i definir eixe full de ruta no és senzill. És important seguir una metodologia que permeta definir una estratègia clara i concreta que marque el rumb de l’organització, involucrant en el procés les persones clau de l’empresa i els grups d’interés més rellevants perquè el resultat siga compartit per tots.”

Fernando Dolz,
consultor sènior en Co-enable Advisors



REFORÇANT EL COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT:
EL NOU REpte EN LA PIME



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

Finançat:



Elaborat:

