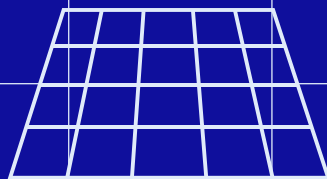
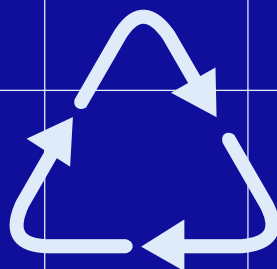
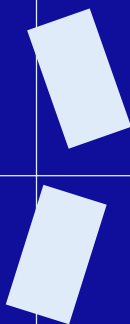
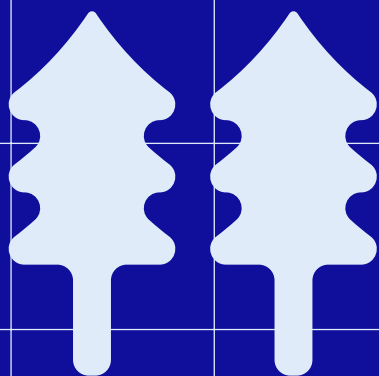


QUIERO SER UNA EMPRESA SOSTENIBLE

GUÍA PARA INCORPORAR ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA



Financiado:



Elaborado:



Índice

Introducción

Capítulo 1: Claves de la sostenibilidad empresarial

Capítulo 2: Evaluación del impacto

Capítulo 3: Eficiencia energética y gestión de recursos

Capítulo 4: Gestión de residuos y economía circular

Capítulo 5: Transporte sostenible y logística verde

Capítulo 6: Abastecimiento responsable y cadena de suministro sostenible

Capítulo 7: Participación de los empleados y cultura sostenible

Capítulo 8: Comunicación y transparencia

Capítulo 9: Innovación y desarrollo sostenible

Capítulo 10: Rendición de cuentas y mejora continua

Conclusión

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

INTRODUCCIÓN

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

El objetivo de esta guía es doble:

- Aproximar el concepto de sostenibilidad a la empresa, tanto como una necesidad estratégica para asegurar la viabilidad y el éxito a medio y largo plazo, como para entender que es una responsabilidad social y medioambiental.
- Aportar y compartir ideas de buenas prácticas de sostenibilidad, fáciles de aplicar, que ya están incorporando empresas y pymes y que pueden generar un importante impacto positivo tanto en la empresa como en su entorno.

La sostenibilidad es más que una palabra de moda; es un imperativo ético y una necesidad urgente. Como empresas, debemos reconocer nuestra influencia y capacidad para generar un cambio significativo en la economía, el medio ambiente y la sociedad en su conjunto. Es nuestro deber adoptar un enfoque responsable y sostenible en todas nuestras operaciones.

Las grandes empresas por su alcance y poder influyen, sin duda, en la economía global y en las políticas comerciales. Es su responsabilidad asegurarse de que sus prácticas sean sostenibles y ser un ejemplo para otras empresas y la sociedad en general.

Las pequeñas y medianas empresas, con su acción local y su capacidad para generar empleo y crecimiento económico tienen, también, un papel fundamental en este proceso hacia la sostenibilidad. Adoptar buenas prácticas de sostenibilidad no solo mejora su rentabilidad, sino que también fortalece su posición en el mercado y su reputación como agentes de cambio.

La sostenibilidad es una oportunidad para la innovación y el crecimiento empresarial. Podemos descubrir nuevas formas de operar, desarrollar productos y servicios más eficientes y alineados con los valores ambientales y sociales. Ésto no solo beneficiará a las propias empresas, sino que contribuirá a la creación de un futuro sostenible.

Debemos comprometernos con acciones concretas. Reduzcamos nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, implementemos estrategias de eficiencia energética, promovamos la conservación de recursos y fomentemos la responsabilidad social corporativa en todas las etapas de nuestra cadena de valor.

El camino hacia la sostenibilidad puede presentar desafíos y requerir inversiones. Sin embargo, los beneficios a medio y largo plazo superan con creces los costes iniciales. Mejora la imagen empresarial, permite adaptarse a los cambios normativos y fortalece las relaciones con los grupos de interés (*stakeholders*): empleados, clientes, proveedores, inversores, comunidades...

Es el momento de actuar no de quedarse de brazos cruzados mientras los recursos naturales del planeta se agotan y los problemas ambientales y sociales empeoran. La sostenibilidad debe ser parte integral de la estrategia empresarial.

Todos somos responsables de construir un futuro próspero, justo y sostenible.

La historia del progreso es la suma de la colaboración entre el conocimiento, la investigación y el desarrollo. Para ello es imprescindible que la actividad de las empresas impulse el cambio y lidere las buenas prácticas de sostenibilidad para construir el futuro.

La sostenibilidad en el ámbito empresarial. ¿Qué aporta?

Es comprensible que algunas empresas puedan mostrar cierta resistencia inicial a comprometerse con acciones de sostenibilidad, ya que implican esfuerzo y costes adicionales. Sin embargo, es fundamental comprender que la sostenibilidad no es solo una responsabilidad social y ambiental, sino una necesidad estratégica para asegurar la viabilidad y el éxito de la empresa a medio y largo plazo.

En un mundo cada vez más consciente de los impactos que causa el progreso, las empresas que asumen ser sostenibles tienen la oportunidad de destacar y obtener mayores beneficios.

Incorporar la sostenibilidad en la visión de la empresa y rediseñar el modelo de negocio, no solo contribuye al bienestar del planeta, sino que ofrece ventajas significativas de diferenciación para el éxito. No debe, por tanto, considerarse un gasto adicional, sino una inversión estratégica.

Dicho en otras palabras, si el mundo, la sociedad y los mercados tienden hacia la sostenibilidad, estratégicamente a las empresas les interesa adoptar buenas prácticas de sostenibilidad a sus planes de acción.

Adoptar prácticas sostenibles supone para las empresas:

- Construir una **reputación** sólida y fiable. Ser buenos “ciudadanos corporativos” implica asumir la responsabilidad de los impactos que la empresa genera en el entorno social y el medio ambiente. Deben minimizarlos y contribuir al bienestar de las personas y el planeta.
- Generar **ahorros significativos** en costes operativos. La sostenibilidad implica optimizar el uso de los recursos naturales, energía, agua y materiales, y, a la vez minimizar el desperdicio y reducir costes.

- Obtener una **ventaja competitiva**. Los consumidores preocupados por el impacto ambiental y social de las empresas prefieren comprar productos y servicios que demuestran un compromiso con la sostenibilidad. Implantando prácticas sostenibles una empresa puede diferenciarse y atraer a clientes, aumentar su cuota de mercado y su rentabilidad.

- **Ser más resilientes frente a cambios regulatorios**. Las empresas que ya operan de manera sostenible están mejor preparadas para enfrentar cambios normativos y cumplir con las nuevas políticas más estrictas en temas ambientales y sociales. Sin duda, esto les ayuda a evitar riesgos legales y financieros.

- Impulsar la **innovación** dentro de la empresa. Un enfoque sostenible fomenta la creatividad y búsqueda de soluciones más eficientes para la creación de nuevos productos, servicios o procesos; lo que mejora la capacidad de supervivencia.

- Incrementar la generación de **beneficios económicos**, mejorar la calidad del producto y la **satisfacción del cliente**. La optimización de procesos y la mejora de la eficiencia, incrementa la productividad y la capacidad de atender al mercado de forma más eficaz.

- **Acceder a nuevos mercados y oportunidades de negocio**. Muchas administraciones, instituciones financieras y consumidores ya exigen prácticas sostenibles. Cumplir con estos requisitos permite ampliar los mercados y abrir nuevas fuentes de ingresos.

- **Atraer y retener talento**. Las nuevas generaciones buscan trabajar en empresas que tienen un propósito más allá de los beneficios económicos. Aplicar prácticas sostenibles facilita atraer y retener a empleados altamente cualificados y comprometidos.

- **Reducir riesgos y obtener mejoras en la cadena de suministro**. Identificar y gestionar los riesgos asociados con el cambio climático, la escasez de recursos, los desastres naturales y otros factores externos, ayuda a anticiparse y adaptarse a estos riesgos; lo que favorece la minimización de los impactos negativos y la supervivencia.

- Mejorar sus condiciones de acceso a **inversores e instituciones financieras** que tienen en cuenta la gestión ambiental, social y de buen gobierno (ESG) de las empresas antes de tomar decisiones de inversión.

- Mejorar el impacto directo en las **generaciones futuras**. Con prácticas sostenibles, las empresas pueden contribuir a la creación de un mundo más justo, equitativo y habitable, contribuyendo a la paz social, asegurando la disponibilidad de recursos naturales y protegiendo los ecosistemas.

En definitiva, la sostenibilidad es una oportunidad estratégica que puede impulsar el éxito y la supervivencia a medio y largo plazo de la empresa. No se trata simplemente de cumplir con obligaciones éticas y legales, sino de adaptarse y prosperar en un entorno en constante cambio. Las empresas que comprendan la importancia estratégica de la sostenibilidad se posicionarán como líderes responsables y dispondrán de una ventaja competitiva.

Como se ha detallado, adoptar prácticas sostenibles favorece que la empresa incremente sus beneficios económicos, fortalezca su reputación, se diferencie de la competencia y contribuya al bienestar de la sociedad y mejora del medio ambiente. Las empresas que están convencidas de su importante rol en sostenibilidad se convierten en agentes activos en la construcción de un futuro próspero y viable.



CAPÍTULO 1: CLAVES DE LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

1

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

Comprender qué implica realmente la sostenibilidad empresarial y cómo pueden las empresas abordar este desafío, pasa por identificar los enfoques y marcos de referencia que guían a las empresas hacia la sostenibilidad.

En este apartado, se recogen algunos conceptos clave que forman la base para comprender los múltiples aspectos de la sostenibilidad y cómo se entrelazan con la actividad de la empresa.

Glosario/definición de conceptos clave en sostenibilidad:

- ① **Desarrollo sostenible:** Se refiere a la satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Busca conciliar el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental a largo plazo.
- ② **Responsabilidad social corporativa:** “RSC” o también conocida como responsabilidad empresarial. Implica asumir la responsabilidad de los impactos económicos, sociales y ambientales de las operaciones y decisiones empresariales. Las empresas deben considerar los intereses de todas las partes involucradas: empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y sociedad en general.
- ③ **Triple cuenta de resultados (económica, social y ambiental):** También conocida como triple resultado o *triple bottom line*. Evalúa el desempeño de una empresa no solo en términos económicos, sino también en aspectos sociales y ambientales.
 - **Cuenta económica:** Se refiere a la medición de la rentabilidad y el rendimiento financiero de una empresa. Incluye indicadores como ingresos, costes, beneficios y flujo de efectivo.
 - **Cuenta social:** Hace referencia a la evaluación del impacto social de una empresa en sus empleados, las comunidades locales, los clientes y otros grupos de interés. Incluye aspectos como la calidad laboral, la equidad, la responsabilidad social corporativa y las prácticas de gobernanza.
 - **Cuenta ambiental:** Considera el impacto de una empresa en el medio ambiente y los recursos naturales. Incluye aspectos como la huella de carbono, el consumo de energía, la gestión de residuos, la conservación de la biodiversidad y el uso responsable de los recursos naturales.

La triple cuenta de resultados busca equilibrar los resultados económicos con los impactos sociales y ambientales, reconociendo que el éxito empresarial no se limita únicamente a la rentabilidad económica y financiera, sino que también implica la creación de valor para la sociedad y la protección del medio ambiente.

4 **Economía circular:** En lugar de seguir el enfoque tradicional, lineal, de "tomar-producir-desechar", la economía circular promueve la idea de cerrar el ciclo de vida de los productos. El diseño de productos y servicios se hace pensando en maximizar su reutilización, su reparación y su reciclaje hasta su destrucción final, reintegrándolos de nuevo en la cadena productiva, minimizando así la generación de residuos y el consumo de recursos naturales.

5 **Huella de carbono:** Es la cantidad total de gases de efecto invernadero, principalmente dióxido de carbono (CO₂), liberados directa o indirectamente por una organización, evento, producto o individuo. Medir la huella de carbono permite evaluar el impacto climático de una actividad y puede servir como base para la reducción de emisiones y la implementación de estrategias de mitigación del cambio climático.

6 **Huella Hídrica:** Evalúa el impacto del consumo de agua de una organización, producto o servicio. Ayuda a entender y gestionar el uso eficiente del agua, considerando tanto el consumo directo como el indirecto a lo largo de la cadena de suministro.

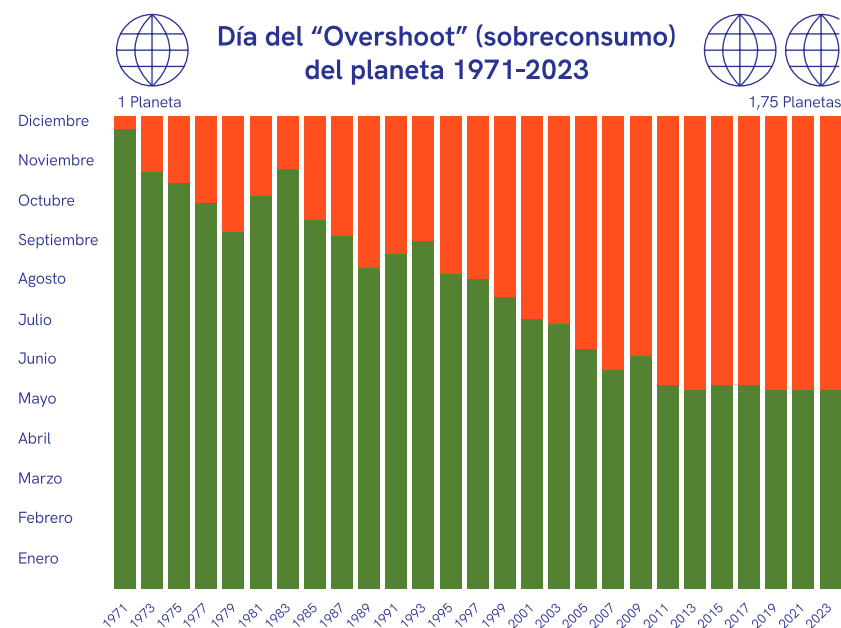
7 **Huella ecológica:** Se utiliza para calcular el impacto que una persona, comunidad, empresa o país tiene en el medio ambiente, en términos de los recursos naturales que consume y los residuos que genera en relación con la capacidad de la Tierra para regenerar esos recursos y absorber esos desechos.

El cálculo de la huella ecológica es una herramienta muy útil para tomar conciencia de nuestro impacto ambiental y buscar formas de reducir la demanda de recursos naturales y la producción de desechos, evitando el agotamiento de los recursos naturales y la degradación del medio ambiente.

8 **Deuda ecológica:** Se refiere al desequilibrio entre la demanda humana de recursos naturales y la capacidad de la Tierra para generarlos y absorber los desechos producidos. Se suele medir en términos de país, como la diferencia entre el consumo de recursos naturales de un país y su capacidad

para producirlos de manera sostenible. Cuando un país consume más recursos de los que su ecosistema puede generar, incurre en una deuda ecológica.

La siguiente gráfica detalla la evolución de la fecha en la que cada año hemos consumido la totalidad de los recursos que el planeta es capaz de regenerar:



En 1971, los recursos naturales que generaba el planeta en ese año se consumieron el día 25 de diciembre. En el año 2022, estos recursos se consumieron el 1 de agosto.

Nuestra deuda ecológica se va incrementando de manera creciente año tras año. Inexorablemente nos vamos acercando a su límite.

9 **Biodiversidad:** Se refiere a la variedad de vida en la Tierra. La sostenibilidad implica la conservación y protección de la biodiversidad, reconociendo su importancia para el bienestar humano y el equilibrio de los ecosistemas.

10 **Buen gobierno empresarial:** Conjunto de principios y prácticas mediante los cuales las empresas son dirigidas y controladas. El buen gobierno (gobernanza) promueve la transparencia, la rendición de cuentas, la ética empresarial y el cumplimiento de las leyes y regulaciones.

11 **Innovación sostenible:** Impulsa la creación de nuevos productos, servicios, procesos y modelos de negocio que son más eficientes y respetuosos con el medio ambiente y socialmente responsables. Es la base para desarrollar e implementar soluciones creativas y disruptivas que abordan desafíos sociales, ambientales y económicos, al tiempo que generan valor y beneficios sostenibles.

12 **Partes interesadas/grupos de interés (stakeholders):** Individuos o grupos que tienen un interés legítimo en las actividades, decisiones y resultados de una empresa. Incluye a los empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, inversores, organizaciones no gubernamentales y otros actores que se ven afectados o pueden influir en la empresa. La sostenibilidad empresarial implica considerar y gestionar activamente las expectativas, necesidades y preocupaciones de las partes interesadas en todas las áreas de la actividad empresarial.

13 **Cadena de suministro sostenible:** Gestión de los flujos de bienes, servicios e información desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final, teniendo en cuenta consideraciones económicas, sociales y ambientales. Implica trabajar con proveedores responsables, evaluar y reducir el impacto ambiental de los procesos de producción, promover prácticas laborales justas y seguras, y garantizar la transparencia y la ética en toda la cadena de valor.

Marco normativo y regulaciones ambientales:

Las regulaciones y leyes ambientales sobre cumplimiento normativo, responsabilidad social y sostenibilidad van apareciendo en el marco jurídico cada día con mayor celeridad.

La Unión Europea es líder mundial en impulso de la sostenibilidad empresarial como una parte importante de la lucha contra el cambio climático, lo que hace que esta materia esté en constante evolución.

En España existen leyes tanto a nivel estatal como autonómico.

Se adjunta un cuadro de la legislación vigente más importante a nivel europeo, nacional y de la Comunidad Valenciana. No es una lista exhaustiva; conviene consultar y mantenerse actualizado sobre los cambios normativos.

Nivel	Regulación/Ley	Descripción
Europeo	Directiva de Información no Financiera y Diversidad (2014/95/UE)	Establece la obligación para ciertas empresas de informar sobre información no financiera, incluyendo aspectos sociales, medioambientales, de personal, derechos humanos, anticorrupción y diversidad.
Europeo	Reglamento de la UE sobre el Sistema de Comercio de Derechos de Emisión (UE 2018/842)	Establece el marco para el sistema de comercio de emisiones de la UE, que tiene como objetivo reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en la Unión Europea.
Europeo	Reglamento de la UE sobre Productos Químicos REACH (1907/2006/CE)	Regula la fabricación, importación, uso y comercialización de sustancias químicas en la Unión Europea, garantizando un alto nivel de protección de la salud humana y el medio ambiente.
Nacional (España)	Ley 2/2011, de 4 de marzo de Economía Sostenible (LES)	Establece medidas para fomentar la sostenibilidad y la competitividad de la economía española, incluyendo disposiciones relacionadas con la eficiencia energética, energías renovables y responsabilidad social empresarial.
Nacional (España)	Ley 7/2021, de 20 de mayo, de Cambio Climático y Transición Energética	Establece el marco normativo para la mitigación y adaptación al cambio climático, y la transición hacia un sistema energético sostenible en España.

Nivel	Regulación/Ley	Descripción
Comunidad Valenciana	Ley 5/2018, de la Generalitat, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana	Establece los principios de transparencia y buen gobierno en la administración pública y promueve la responsabilidad de las empresas que reciben subvenciones o contratos de la Generalitat Valenciana.
Comunidad Valenciana	Ley 6/2022, de 5 de diciembre, del Cambio Climático y la Transición Ecológica	Establece el marco normativo en conformidad con la Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética, y la normativa de desarrollo, para la adopción de medidas dirigidas a la mitigación y a la adaptación al cambio climático que garanticen una transición ordenada hacia un modelo social, económico y ambiental resiliente y neutro en carbono.
Comunidad Valenciana	Ley 1/2023, de creación de la Agencia valenciana de Cambio Climático	Crea la Agencia Valenciana de Cambio Climático, cuyo objeto es la ejecución de las medidas de lucha contra el cambio climático previstas en las estrategias y planes que tengan la finalidad de mitigar los efectos del cambio climático y las fórmulas de adaptación al mismo

Marcos de referencia sobre sostenibilidad empresarial

Existen varios modelos o marcos de referencia que ayudan a las empresas en el camino hacia la sostenibilidad. Nacen del compromiso de diferentes organizaciones de ámbito supranacional. Son guías de orientación y herramientas prácticas para facilitar el camino de integrar la sostenibilidad en la estrategia empresarial de manera sencilla, reconocida y estándar.

Adoptando estos modelos de referencia las empresas pueden alinearse con los objetivos globales de desarrollo sostenible y fortalecer su posición en el mercado de una forma estandarizada y fácil de implantar.

Entre estos modelos destacan:

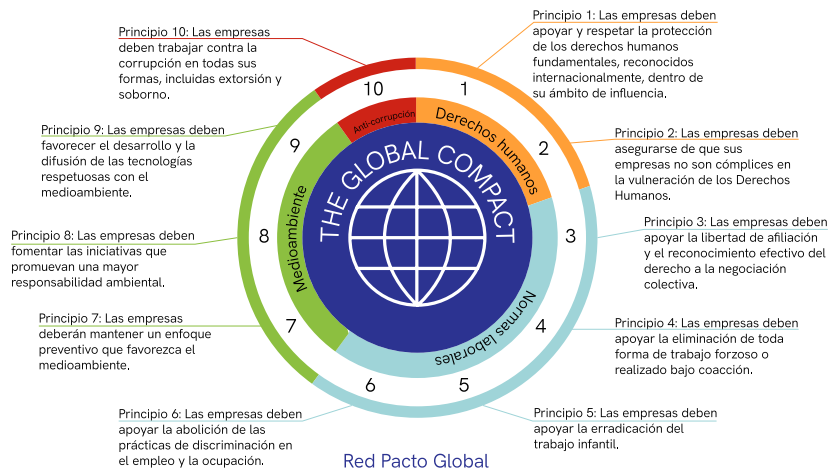
1 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: Son un conjunto de 17 objetivos y 169 metas que fueron adoptados por todos los Estados miembros de las Naciones Unidas en 2015 como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Los ODS abordan una amplia gama de desafíos globales, incluyendo la erradicación de la pobreza, la igualdad de género, la acción climática, la educación de calidad, la salud y el bienestar, entre otros.

Proporcionan una guía clara para que las empresas alineen sus operaciones y estrategias con los objetivos y trabajen en conjunto con otros actores para lograr un desarrollo sostenible.



- ② **Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact):** Iniciativa de Naciones Unidas que insta a las empresas a adoptar y promover diez principios universales en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Al unirse al Pacto Mundial, las empresas se comprometen a integrar estos principios en sus estrategias y operaciones, así como a informar públicamente sobre sus avances. Es un marco de referencia para la responsabilidad social corporativa, la ética y la sostenibilidad.

Los 10 Principios del Pacto Global



- ③ **ISO 26000:** Guía internacional de responsabilidad social que proporciona orientación sobre cómo las organizaciones pueden operar de manera socialmente responsable. No es una norma certificable, pero ofrece principios y directrices para que las empresas integren la responsabilidad social en su toma de decisiones.

- ④ **Sistemas de gestión ambiental:** Estos sistemas ayudan a las empresas a gestionar eficazmente los impactos ambientales y promover prácticas sostenibles en su gestión empresarial. Ejemplo de ellos es la ISO 14001

- ⑤ **Índices y clasificaciones de sostenibilidad:** Miden el desempeño sostenible de las empresas y proporcionan una referencia para que estas evalúen y mejoren su desempeño sostenible. Sirven como indicadores para los inversores y otras partes interesadas. Algunos ejemplos de estos índices son: el Dow Jones Sustainability Index, el FTSE4Good Index, el Carbon Disclosure Project - CDP.

- ⑥ **Certificaciones de sostenibilidad:** Programas y estándares que evalúan y reconocen la práctica de acciones de sostenibilidad de las empresas en diversas áreas. Ofrecen una validación externa del compromiso y los logros de una empresa en sostenibilidad. Ejemplo de ellos son: el certificado B Corp, que evalúa el desempeño social y ambiental de una empresa, la certificación LEED - Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, que evalúa la sostenibilidad de edificios y construcciones.

- ⑦ **Metodología de Análisis de Ciclo de Vida (ACV):** Evalúa el impacto ambiental de un producto o servicio a lo largo de su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta el final de su utilidad. Ayuda a identificar las etapas del ciclo de vida con mayor impacto y a tomar decisiones informadas para mejorar la sostenibilidad. Útil para identificar oportunidades de mejora de producto, reducir emisiones de gases de efecto invernadero y minimizar el consumo de recursos naturales.

- ⑧ **Memoria de Sostenibilidad de la GRI (Global Reporting Initiative, organización internacional independiente que promueve la elaboración estandarizada de informes de sostenibilidad):** Esta Memoria es una guía y marco de referencia ampliamente utilizado para la elaboración de informes de sostenibilidad. Proporciona una estructura y una serie de indicadores para que empresas y organizaciones informen a sus "grupos de interés" (empleados, inversores, clientes, comunidades locales, administraciones, etc.) sobre su actividad, objetivos y resultados, en áreas de sostenibilidad económica, social y ambiental, de forma transparente y estandarizada.

CAPÍTULO 2: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

2

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

Existen diferentes instrumentos que permiten a las empresas medir, comprender y gestionar su impacto en el medio ambiente, la sociedad y la economía.

Por su utilidad, relevancia y facilidad de uso, destacamos:

- el **análisis del ciclo de vida del producto**
- la medición y reducción de la **huella de carbono**
- elaborar una memoria con **metas y objetivos de sostenibilidad**

Análisis de ciclo de vida del producto/servicio:

Es una metodología utilizada para evaluar el impacto ambiental de un producto o servicio a lo largo de todas las etapas de su ciclo de vida. Permite identificar oportunidades de mejora desde la selección de materiales, hasta el diseño para una mayor durabilidad y facilidad de reciclaje; así como, ayudar a mejorar la selección de proveedores y a comunicar de manera transparente el impacto ambiental de sus productos a los consumidores.

Es especialmente útil para empresas de fabricación o comercialización de productos físicos.

Pasos para realizar un análisis de ciclo de vida:

- ① **Definición del objetivo y alcance:** Establece el objetivo y los límites del análisis de ciclo de vida.
- ② **Inventario del ciclo de vida:** Recopila información sobre los flujos de materiales, energía y emisiones en cada etapa del ciclo de vida.
- ③ **Evaluación de impacto:** Evalúa los impactos ambientales asociados con cada etapa del ciclo de vida, utilizando herramientas y modelos específicos.
- ④ **Interpretación de resultados:** Analiza los resultados para identificar las etapas o actividades con mayor impacto y posibles mejoras.
- ⑤ **Comunicación de resultados:** Comunica los resultados a las partes interesadas relevantes para generar conciencia y apoyar la toma de decisiones sostenibles.

Medición de la huella de carbono:

Medir y reducir la huella de carbono es un proceso esencial para las empresas comprometidas con la sostenibilidad y la mitigación del cambio climático. Ayuda a identificar áreas de mejora, establecer metas ambiciosas y tomar acciones concretas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, que son una de las principales causas del calentamiento global y sus impactos asociados, como el aumento de las temperaturas, el cambio en los patrones climáticos y los fenómenos extremos.

Midiendo y reduciendo la huella de carbono, las empresas, además de contribuir a la reducción de las emisiones globales y minimizar su impacto sobre el clima, pueden obtener beneficios adicionales como: reducción de costes por una mejora en eficiencia energética, mejora de la reputación e imagen, cumplimiento de regulaciones ambientales y respuesta a las expectativas de consumidores y usuarios cada vez más conscientes del cambio climático.

El proceso para medir la huella de carbono es el siguiente:

- ① **Evaluar las emisiones de CO²** en todas las áreas de la empresa, incluyendo la energía utilizada, el transporte, los viajes de negocios, la producción, la gestión de residuos y otras actividades relevantes. Se utilizan factores de emisión y cálculos específicos para convertir estas actividades en equivalentes de CO².
- ② **Identificar las principales fuentes de emisiones y analizar las oportunidades de reducción.** Implica identificar las áreas donde se generan las mayores emisiones y las posibles acciones para reducirlas, como ser más eficientes, adoptar fuentes de energía renovable, optimizar el transporte, mejorar la gestión de residuos y otras iniciativas de mitigación.
- ③ **Establecer metas y elaborar un plan para reducir** las emisiones. Estas metas pueden incluir la reducción de emisiones absolutas, la intensidad de carbono por unidad de producción o el compromiso de alcanzar la neutralidad de carbono. La planificación debe tener en cuenta la factibilidad técnica y financiera de las acciones propuestas, así como los plazos y recursos necesarios para su implementación.

- ④ **Implementar las medidas de reducción de emisiones y realizar un seguimiento continuo** para evaluar su efectividad. Esto puede implicar cambios en los procesos de producción, la adquisición de equipos más eficientes, la promoción de prácticas de transporte sostenibles, la sensibilización de los empleados y otras acciones específicas. El seguimiento regular permite evaluar el progreso hacia las metas establecidas y realizar ajustes si es necesario.

Es muy útil para una empresa medir y reducir la huella de carbono. Mejora su reputación e imagen, contribuye a reducir costes, a cumplir con regulaciones ambientales y a mitigar el cambio climático.

Elaborar una memoria de sostenibilidad:

Incluir metas y objetivos de sostenibilidad en los planes estratégicos es una práctica recomendada para todas las empresas, independientemente de su sector o tamaño y pieza clave tanto para alinear las operaciones y estrategias empresariales con principios sostenibles como para garantizar un progreso que sea medible.

Se suele hacer a través de la elaboración de una Memoria de Sostenibilidad que complementa el plan estratégico de la empresa.

La Memoria debe establecer los objetivos, que han de ser específicos, medibles, alcanzables, exigentes y establecidos en el tiempo para asegurar su efectividad y orientar a la empresa hacia la implementación exitosa:

- **Específicos** y definidos con claridad para evitar ambigüedades y permitir un enfoque claro hacia la acción.
Ejemplo de una redacción clara y concreta de un objetivo para la sostenibilidad medioambiental podría ser:
Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de la empresa en un 30% para el año 2024, en comparación con el nivel de referencia del año 2022 ó 2023.
- **Medibles**, cuantificables y con métricas claras para que puedan ser medidos y controlada su evolución.
Ejemplo de un objetivo medible:
Aumentar la eficiencia energética en las instalaciones en un 20% para el año 2023, medido mediante el consumo de energía por unidad de producción.

- **Alcanzables**, considerando los recursos disponibles, las capacidades y las limitaciones de la empresa.

Ejemplo:

Reducir el consumo de agua en un 10% para el año 2024, adoptando tecnologías de ahorro de agua e implantando buenas prácticas en su uso.

- **Exigentes** y retadores como para impulsar la mejora continua y motivar a la empresa a superar los estándares existentes.

Un ejemplo podría ser:

Aumentar la proporción de energía renovable utilizada en un 50% para el año 2030, superando los requisitos legales y normativos y estableciendo un nuevo estándar de liderazgo en sostenibilidad en el sector de actividad de la empresa.

- Finalmente, los objetivos deben tener **plazos definidos** para proporcionar un sentido de urgencia y un marco temporal para la acción.

Un buen ejemplo:

Lograr la neutralidad de carbono para el año 2040, mediante estrategias de reducción de emisiones, adopción de tecnologías limpias a lo largo de todas las actividades de la empresa y tomando medidas de compensación de la huella de carbono.

En definitiva, establecer objetivos de sostenibilidad permite elaborar un plan o memoria de sostenibilidad que impulse a la acción, desafíe los límites existentes y guíe a la empresa en la puesta en marcha efectiva de su plan de buenas prácticas.



CAPÍTULO 3: EFICIENCIA ENERGÉTICA Y GESTIÓN DE RECURSOS

3

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

La cada vez mayor concienciación sobre la escasez de los recursos y los efectos del cambio climático ha llevado a un cambio de paradigma en la forma en que las empresas abordan su consumo de energía y la utilización de recursos.

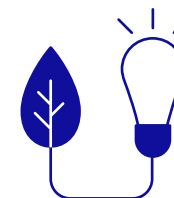
Existen diversas acciones y buenas prácticas que han demostrado su compromiso y eficacia en estas áreas. Representan oportunidades a adoptar en las empresas que pueden generar beneficios económicos significativos.

Medidas para la reducción del consumo energético

Se recogen en la siguiente tabla algunas acciones de eficiencia energética, válidas para cualquier empresa que desee mejorar su eficiencia y reducir su huella ambiental:

Nº	Acciones de mejora de la eficiencia energética
1	Iluminación eficiente con bombillas LED y sensores de movimiento.
2	Aprovechamiento de la luz natural.
3	Apagado y desenchufado de equipos electrónicos no utilizados.
4	Configuración de equipos en modo de suspensión o ahorro de energía y sistemas de apagado automático para equipos.
5	Virtualización de servidores y escritorios para reducir hardware.
6	Aislamiento adecuado de ventanas y puertas para mantener temperatura.
7	Ajuste de la temperatura de calefacción, agua caliente y refrigeración para un uso eficiente. Y gestionar los diferentes espacios o zonas.

8	Mantenimiento regular de sistemas de calefacción, refrigeración y ventilación.
9	Adquisición de equipos energéticamente eficientes y certificados.
10	Implementación de sistemas de gestión de energía en tiempo real.
11	Utilización de sistemas de iluminación automática.
12	Optimización del horario de trabajo para aprovechar luz natural.
13	Formación y concienciación sobre el ahorro de energía.



Uso de fuentes de energía renovable:

La utilización de energía renovable ofrece a las empresas una oportunidad para reducir su huella de carbono y su impacto ambiental. Permite, además, reducir su dependencia de los combustibles fósiles y eludir la volatilidad de los precios del mercado energético, lo que aporta estabilidad y mejora la previsión de costes.

Se adjunta una tabla con sugerencias para utilizar energía renovable en una empresa:

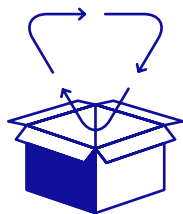
Nº	Acciones para utilizar energía renovable
1	Instalación de paneles solares
2	Instalar aerogeneradores de energía eólica en áreas ventosas.
3	Aprovechar la energía hidroeléctrica de fuentes de agua cercanas.
4	Usar biomasa para generar calor, electricidad o biogás.
5	Implantar sistemas de cogeneración para aprovechar el calor residual en procesos.
6	Contratar el suministro de energía eléctrica renovable.
7	Creación de micro redes con almacenamiento de energía para asegurar suministro.
8	Iluminación exterior con lámparas de carga solar
9	Introducción paulatina de vehículos eléctricos en la flota de la empresa.
10	Adquisición de certificados de energía renovable para respaldar proyectos.

Gestión eficiente del agua y otros recursos naturales:

Existen diversas alternativas sostenibles en la gestión del agua, uso de papel y materiales de embalaje. Algunas se recogen en la tabla siguiente:

Nº	Acciones para mejorar la eficiente gestión de recursos
Gestión eficiente del agua	
1	Inspección de instalaciones para detectar y reparar fugas de agua.
2	Instalación de dispositivos de ahorro de agua en grifos y sanitarios.
3	Captación y reutilización de agua pluvial para usos no potables.
4	Educación y concienciación en el uso responsable del agua.
Reducción del consumo de papel	
1	Impresión a doble cara como opción predeterminada.
2	Digitalización de documentos y uso de formatos electrónicos.
3	Uso de papel reciclado y certificado.
4	Sistemas de recogida y reutilización de papel usado,
5	Minimización/eliminación de impresiones innecesarias.

Nº	Acciones para mejorar la eficiente gestión de recursos
Reducción del uso de materiales de embalaje	
1	Optimización del tamaño de embalaje para evitar desperdicio. Reducción del embalaje individual y agrupación de productos.
2	Uso de materiales de embalaje eco-amigables y sostenibles.
3	Fomento de la reutilización de materiales de embalaje.
4	Búsqueda de proveedores de embalaje con enfoque en sostenibilidad.



CAPÍTULO 4: GESTIÓN DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

4

Quiero ser una empresa sostenible
 Guía para incorporar estrategias
 de sostenibilidad en la empresa

La gestión adecuada de residuos es un aspecto fundamental en la búsqueda de soluciones sostenibles para proteger nuestro entorno y optimizar los recursos naturales.

La Economía Circular propone un enfoque que se aleja del tradicional modelo lineal de producción y consumo, en el que los recursos se extraen, se produce, se utilizan y se desechan. Busca maximizar el valor y la utilidad de los materiales durante todo su ciclo de vida, incentivando la reutilización, el reciclaje y la minimización de desperdicios; transformándolos en recursos valiosos una y otra vez, en todas las etapas de producción y consumo.

Las empresas pueden encontrar en la Economía Circular nuevas oportunidades para optimizar sus procesos, reducir su impacto ambiental y, al mismo tiempo, generar valor económico y social.

Reducción en la fuente y reutilización:

Se adjunta listado de buenas prácticas que suponen pasos hacia la construcción de una economía más circular y consciente.

Nº	Acción para la gestión de residuos y economía circular
1	Integrar un enfoque sostenible desde el diseño y desarrollo de productos
2	Minimiza la cantidad de envases utilizados para tus productos.
3	Fomenta la reutilización de productos y materiales en lugar de desecharlos después de un solo uso.
4	Si tu empresa genera residuos orgánicos, establece un programa de compostaje.
5	Introduce envases y productos retornables.
6	Únete a programas de economía circular que fomenten la recuperación y reutilización de materiales

Reciclaje y recuperación de materiales:

El reciclaje y la recuperación de materiales son piezas clave para reducir los residuos desde su origen, ya que permiten cerrar el ciclo de los productos y desviarlos del vertedero hacia nuevos usos.

Ejemplos de posibles buenas prácticas de sostenibilidad en este campo, al alcance de cualquier empresa:

Nº	Buenas prácticas de Reducción, Reciclaje y Reutilización
1	Realiza una auditoría de residuos para conocer los tipos y volúmenes de residuos generados en tu empresa. Identificarás áreas de mejora.
2	Implica a toda la empresa en la importancia del reciclaje y la separación adecuada de residuos, los beneficios que aporta y cómo pueden contribuir.
3	Coloca contenedores de reciclaje claramente etiquetados y de fácil acceso en toda la empresa.
4	Contacta a empresas de reciclaje locales que recojan y procesen los materiales reciclables.
5	Trabaja con tus proveedores para promover el uso de materiales reciclables en los productos y embalajes que recibes. Contrata proveedores con enfoque en la economía circular.
6	Pon en marcha un programa de reducción de residuos en paralelo al programa de reciclaje

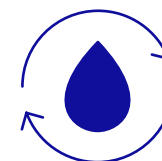
Disposición adecuada de residuos y tratamiento de aguas residuales:

La gestión adecuada de residuos y el tratamiento de aguas residuales son fundamentales para actuar frente a los actuales desafíos ambientales.

En la siguiente tabla se detallan formas en las que contribuir, desde esta perspectiva:

Nº	Buenas prácticas de gestión de residuos y tratamiento de aguas residuales
1	Promover la reutilización de productos y materiales.
2	Fomentar el reciclaje para recuperar materiales y valorizar residuos.
3	Adoptar prácticas sostenibles en la gestión de residuos. Fomentar el desarrollo de tecnologías más limpias y eficientes.
Gestión de Residuos Peligrosos	
1	Identificar, clasificar y almacenar los residuos peligrosos generados en la empresa de acuerdo con las exigencias normativas
2	Llevar un registro de los residuos peligrosos generados.
3	Contratar servicios de gestión de residuos peligrosos a una empresa autorizada
4	Formar a los empleados en el manejo seguro de los residuos peligrosos, minimizando riesgos para la salud.

Nº	Gestión de Residuos no-Peligrosos
1	Implantar un sistema de separación y clasificación de residuos no peligrosos en la empresa con contenedores específicos para diferentes tipos de materiales.
2	Establecer medidas para reducir la generación de residuos no peligrosos.
Tratamiento de aguas residuales	
1	Instalar sistemas de tratamiento de aguas residuales adecuados para la empresa.
2	Cumplir con las regulaciones y normas locales sobre el tratamiento de aguas residuales.
3	Poner en marcha medidas para reducir la cantidad de agua residual generada (optimización del uso, reparación de fugas, reutilización, etc)
4	Contratar servicios especializados de tratamiento de aguas residuales si la empresa no tiene capacidad para de tratarlas



CAPÍTULO 5: TRANSPORTE SOSTENIBLE Y LOGÍSTICA VERDE

5

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

La logística involucra el transporte de mercancías y bienes en la cadena de suministro y es una de las áreas clave en las que las empresas pueden marcar una diferencia significativa en términos de impacto ambiental. Una estrategia de logística verde se ha convertido en una prioridad para las empresas que buscan reducir su huella de carbono y operar de manera más sostenible.

La logística verde consiste en diseñar estrategias que optimicen las rutas, promuevan vehículos más limpios, fomenten el transporte intermodal y utilicen embalajes sostenibles.

Algunas prácticas y soluciones que las empresas pueden implantar son:

Transportes más sostenibles:

Nº	Buenas prácticas de Transporte Sostenible
1	Fomentar el uso del transporte público entre los empleados ofreciendo incentivos, como bonos o tarjetas de transporte público
2	Favorecer el acceso al trabajo a pie o en bicicleta, instalando estacionamientos seguros, vestuarios y duchas.
3	Adquiere vehículos eléctricos para la flota de la empresa.
4	Fomenta el uso del "coche-compartido" entre los empleados.
5	Promueve el teletrabajo y la implantación de horarios flexibles.
6	Instala estaciones de carga para vehículos eléctricos en el lugar de trabajo para los empleados.
7	Participa en iniciativas comunitarias para fomentar un sistema de transporte más sostenible.
8	Colabora con las autoridades locales en la planificación urbana sostenible, promoviendo el acceso a transporte público, infraestructuras peatonales y ciclistas seguras.

Rutas y consolidación de envíos:

Nº	Buenas prácticas de optimización de ruta y consolidación de envíos
1	Utiliza herramientas y software de planificación de rutas para optimizar los recorridos de transporte.
2	Agrupa envíos en una sola carga siempre que sea posible. Esto reduce la cantidad de viajes necesarios y maximiza la capacidad de carga de los vehículos
3	Explora oportunidades de colaboración con otras empresas para compartir rutas y consolidar envíos.
4	Actualiza tu flota de vehículos a modelos más eficientes y de bajas emisiones. Considera la opción de vehículos híbridos o eléctricos.
5	Mantén la flota de vehículos de la empresa en buen estado para garantizar una mayor eficiencia en el consumo de combustible.
6	Utiliza técnicas de optimización de carga para maximizar la capacidad de los vehículos y reducir los viajes en vacío.
7	Considera el uso de combustibles alternativos más sostenibles, como el gas natural comprimido (GNC), el gas licuado de petróleo (GLP) o biocombustibles. Pueden reducir significativamente las emisiones de gases de efecto invernadero.
8	Implanta sistemas de seguimiento y control de los vehículos para evaluar su uso y detectar oportunidades de mejora.
9	Busca alternativas más eficientes al transporte por carretera, como el ferroviario o marítimo, cuando sea viable.

Movilidad compartida y el transporte público:

Nº	Buenas Prácticas de Movilidad Compartida y Transporte Público
1	Reconoce y premia a los empleados que participan en programas de coche compartido y/o utilizan el transporte público de manera regular. Bonificaciones, pago de kilometraje o días libres, como forma de reconocimiento por su contribución a la reducción de emisiones.
2	Explora oportunidades de colaboración con otras empresas cercanas para compartir programas de coche-compartido o coordinar el transporte público.



CAPÍTULO 6: COMPRAS RESPONSABLES Y CADENA DE SUMINISTRO SOSTENIBLE

6

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias de sostenibilidad en la empresa

Una gestión responsable de las compras y la creación de una cadena de suministro sostenible son acciones clave para marcar la diferencia y dejar una huella positiva en el planeta.

Implica diversificar fuentes de abastecimiento; así como, buscar y establecer relaciones sólidas con proveedores comprometidos con prácticas éticas y ambientalmente responsables. Asegura una mayor resiliencia ante posibles interrupciones en la cadena de suministro y reduce el riesgo de escasez de recursos o materias primas.

Buscar alternativas sostenibles en los procesos, materiales y embalajes, permite reducir costes, optimizar recursos, mejorar la productividad y acceder a nuevos mercados.

Apoyar a proveedores locales y a empresas socialmente responsables, contribuye al desarrollo económico y social de las regiones donde la empresa opera.

Se recogen en las siguientes tablas buenas prácticas relativas a proveedores y fomento del abastecimiento local:

Nº	Criterios de selección de proveedores sostenibles:
1	Evalúa de tus proveedores sus políticas, prácticas y compromisos en el uso de recursos, gestión de residuos, eficiencia energética y emisiones.
2	Prioriza proveedores con certificaciones reconocidas sobre gestión ambiental y reducción del impacto ambiental.
3	Considera proveedores con certificaciones que garantizan condiciones laborales justas y respeto de derechos laborales, la igualdad de género e inclusión.
4	Da prioridad a proveedores locales o regionales
5	Pide a tus proveedores información sobre procedencia de productos, materias primas y prácticas de producción
6	Elige proveedores con políticas de derechos humanos, ética empresarial y responsabilidad en la cadena de suministro

Nº	Criterios de selección de proveedores sostenibles:
7	Busca proveedores comprometidos con la mejora continua, investigación y desarrollo de productos y servicios más sostenibles.
8	Identifica riesgos ambientales, sociales y de gobernanza en proveedores.
9	Selecciona proveedores dispuestos a establecer una relación de colaboración a largo plazo, basada en un enfoque compartido hacia la sostenibilidad.

Evaluación y auditoría de proveedores:

Nº	Evaluación y auditoría de proveedores:
1	Diseña cuestionarios para recopilar información sobre prácticas sostenibles de proveedores
2	Realiza visitas para evaluar el cumplimiento de prácticas sostenibles, incluyendo operaciones, gestión de residuos y eficiencia energética.
3	Contrata auditores para evaluar a proveedores en aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.
4	Examina su impacto ambiental desde la extracción de materias primas hasta la disposición final de productos suministrados.
5	Promueve el intercambio de iniciativas sostenibles y fomenta la colaboración en la mejora continua, con transparencia y diálogo para compartir información sobre prácticas sostenibles

Fomento del comercio justo y local:

Nº	Comercio justo y local
1	Participa en iniciativas y programas de comercio justo y sostenibilidad.
2	Educa y conciencia sobre la importancia del comercio justo y sostenible.
3	Haz que tu comunicación y marketing destaquen los esfuerzos en comercio justo y equidad social



CAPÍTULO 7: PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS Y CULTURA SOSTENIBLE

7

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias de sostenibilidad en la empresa

Por bien diseñada que esté la estrategia de una empresa, si la cultura organizativa no está alineada con ella, es poco probable que tenga éxito.

La cultura de una empresa son las creencias compartidas, los valores, las normas y los comportamientos que prevalecen en una organización; define cómo se hacen las cosas y cómo los empleados interactúan entre sí y con los clientes.

Una cultura fuerte y positiva puede impulsar la implantación con éxito de la estrategia. Una cultura débil o negativa puede dar al traste con la estrategia más brillante.

Involucrar a los empleados en la cultura de la sostenibilidad es fundamental para el éxito en la implantación de buenas prácticas sostenibles en la empresa. Su compromiso activo puede marcar una gran diferencia en la consecución de los objetivos medioambientales, sociales y económicos de la empresa.

La sostenibilidad en la empresa no puede ser solo una iniciativa de la alta dirección o del departamento de responsabilidad social corporativa, debe impregnar toda la organización y convertirse en parte integral de su cultura.

Incorporar a los empleados en este esfuerzo favorece un mayor compromiso y empoderamiento. Se convierten en agentes del cambio, generando ideas innovadoras, participando en la toma de decisiones y liderando iniciativas sostenibles en sus propias áreas de trabajo. De este modo, las personas encuentran mayor sentido, propósito y conexión con su trabajo, lo que aumenta su satisfacción laboral y lealtad a la empresa. Los empleados están en contacto directo con los procesos, productos y clientes, por lo que su participación puede aportar ideas valiosas para mejorar la eficiencia, reducir desperdicios, optimizar recursos y promover la responsabilidad social.

Si se quiere involucrar al equipo, la empresa debe esforzarse en motivar, capacitar, reconocer el esfuerzo y fomentar la colaboración y la comunicación abierta en todos los niveles de la organización.

Sensibilización y capacitación en sostenibilidad:

El primer paso para integrar la sostenibilidad en los valores y cultura de la empresa pasa por el compromiso y apoyo de la alta dirección. Sin su ejemplo todo será inútil.

Es imprescindible que las políticas internas reflejen los principios de sostenibilidad. Se deben establecer valores y principios sostenibles claros como la responsabilidad, la transparencia, la innovación y el respeto al medio ambiente. Y éstos, deben ser comunicados de manera clara y efectiva a toda la organización.

La sostenibilidad debe estar integrada en los procesos de gestión, planificación estratégica, toma de decisiones, gestión de riesgos, trato con proveedores y clientes, etc.

El segundo paso es lograr que los empleados se involucren y se identifiquen en la cultura de la sostenibilidad. Para ello, es conveniente poner en marcha campañas de sensibilización y formación que deberían contemplar acciones como las que siguen:

- 1 **Averigua y comprende el nivel de conocimiento y conciencia de los empleados sobre la sostenibilidad**, para obtener una visión clara de cuánto saben y cuán motivados están. Se puede hacer mediante encuestas, entrevistas o evaluaciones.
- 2 **Establece objetivos claros** para las campañas y programas de formación. Identifica claramente los mensajes clave que deseas transmitir: "importancia de la sostenibilidad", "beneficios para la empresa y el entorno", "cómo el equipo puede contribuir"
- 3 **Desarrolla campañas creativas y atractivas** para captar la atención de los empleados. Utiliza diferentes medios como carteles, correos electrónicos, videos, boletines informativos, intranet o reuniones, para transmitir los mensajes clave.
- 4 **Diseña programas de formación** que proporcionen a los empleados los conocimientos y habilidades necesarios para implementar prácticas sostenibles en su trabajo diario: talleres, charlas, seminarios web o cursos online, adaptados a las necesidades y roles específicos del personal del equipo.
- 5 Proporciona **ejemplos prácticos y casos de éxito** de prácticas sostenibles dentro y fuera de la empresa.
- 6 **Obtén el apoyo de líderes y referentes** dentro de la organización para respaldar y promover las campañas y programas de formación.
- 7 **Fomenta la participación** en las campañas y programas, reconociendo y/o premiando a aquellos empleados que demuestren mayor compromiso.

8 **Establece metas claras**, relacionadas con la sostenibilidad, **y realiza un seguimiento** regular del progreso. Publica periódicamente la evolución de los logros alcanzados.

9 **Facilita espacios de colaboración y diálogo** para intercambiar ideas, compartir buenas prácticas y trabajar juntos en proyectos sostenibles.

10 **Mide el impacto de las campañas y programas de formación** en términos de cambio de comportamiento y mejora de la sostenibilidad. Comunica los resultados a los empleados y atribúyeles su contribución al éxito.

Esta participación y compromiso del personal no debe ser algo puntual, sino un proceso continuo. Mantén la comunicación abierta y continúa fomentando una cultura de sostenibilidad en toda la organización.

Incentivos y reconocimientos para empleados comprometidos:

Puede ser muy útil implantar un sistema de incentivos y reconocimientos para el equipo. Algunos ejemplos de acciones que se pueden poner en marcha son:

- Destaca los logros y contribuciones de los empleados a través de reconocimiento público (en boletines, redes sociales o reuniones de equipo)
- Organiza reconocimientos especiales como "Empleado más sostenible del año" o "Mejor proyecto de sostenibilidad".
- Involucra a los empleados en equipos de trabajo interdepartamentales para abordar proyectos como la reducción del consumo de agua o la implementación de medidas de eficiencia energética, etc.
- Organiza un "Día de la Sostenibilidad" con talleres, charlas, exhibiciones o voluntariado
- Anima al personal a participar en programas de voluntariado ambiental o comunitario, en colaboración con organizaciones locales. Reconoce y agradece a los empleados su participación en estas iniciativas

-
- Fomenta la comunicación abierta y la participación de los empleados en la toma de decisiones relacionadas con la sostenibilidad (reuniones periódicas, *brainstorming* de ideas, buzón de sugerencias...)
-
- Promueve el liderazgo en proyectos sostenibles de los empleados más comprometidos
-
- Establece programas de mentoring con los empleados más experimentados en apoyo de aquellos que deseen aprender más sobre sostenibilidad
-

La clave es crear un ambiente de trabajo en el que cada persona se sienta valorada, motivada y reconocida por su contribución a la sostenibilidad.



CAPÍTULO 8: COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA

8

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

Construir una reputación sólida en materia de sostenibilidad exige comunicación y transparencia. Esto aporta a las empresas diversos beneficios:

- 1) Genera **confianza y credibilidad** entre sus consumidores, inversores, empleados y otros grupos de interés.
- 2) Mejora su **reputación** y posicionamiento como líder en su actividad, generando una **ventaja competitiva**.
- 3) Incrementa el compromiso de los empleados, fomenta el orgullo de pertenencia y la motivación, lo que mejora la **retención del talento** y el **compromiso**.
- 4) **Refuerza la posición** ante clientes, inversores, proveedores y comunidades locales, ya que se alinean con sus valores y prioridades.
- 5) **Inspira y motiva** a otras organizaciones a seguir su ejemplo, con lo que el impacto de la sostenibilidad se multiplica.
- 6) **Conciencia en el entorno** sobre los desafíos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad, lo que contribuye a un cambio más amplio en la sociedad y promueve la adopción generalizada de prácticas sostenibles.
- 7) Impulsa la **innovación**. Analizar los resultados facilita recibir retroalimentación y ésta contribuye a identificar áreas de **mejora**.

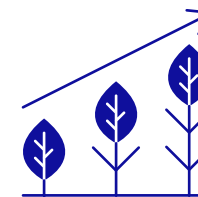
Para comunicar de forma fácil y para medir el progreso en los resultados, existen modelos estandarizados de informes de sostenibilidad, como ya hemos visto más arriba.

Son una herramienta imprescindible para reflejar el compromiso y las buenas prácticas ambientales, sociales y económicas de una empresa. Proporcionan una visión integral y transparente de cómo la empresa aborda y gestiona los retos, impactos y proyectos de sostenibilidad y permiten a las empresas ser transparentes sobre sus buenas prácticas de sostenibilidad y su despliegue.

Son clave para comunicar los retos, estrategias, políticas, resultados y éxitos relacionados con la sostenibilidad.

Entre estos modelos de informes destaca la **Memoria de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI)**. Utilizarla brinda credibilidad, facilita la comparación de la evolución, ayuda a establecer indicadores reconocidos y proporciona pautas claras sobre los aspectos clave que se deben abordar

en los informes de sostenibilidad. En definitiva, ayuda a estandarizar y dar a conocer los compromisos, las buenas prácticas desplegadas y los resultados alcanzados en sostenibilidad por parte de una empresa.



CAPÍTULO 9: INNOVACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE

9

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias
de sostenibilidad en la empresa

La conexión entre innovación y sostenibilidad es esencial para el éxito empresarial. Son mucho más que palabras de moda. Son imprescindibles para que las empresas sean más competitivas, respondan con acierto a las demandas de los consumidores, accedan a nuevos mercados y oportunidades, reduzcan riesgos y contribuyan a la sostenibilidad global.

La **innovación sostenible** es un catalizador para el cambio positivo y un enfoque estratégico que todas las empresas, independientemente de su tamaño, pueden, y yo diría deben, adoptar para mejorar.

A lo largo de esta guía ya se han visto razones que refuerzan el interés de una empresa para innovar en sostenibilidad. A modo de resumen repasamos las más relevantes:

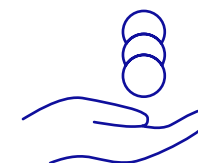
- Permite a las empresas **crear una ventaja competitiva** a través de la diferenciación y, a la vez, reducir costes.
- Construye una **reputación sólida**, establece relaciones de confianza y mejora la lealtad del cliente, fortalece la marca y, como consecuencia, aumenta las ventas y el crecimiento de la empresa.
- Abre **acceso a oportunidades** ante muchas administraciones, gobiernos y grandes empresas que están estableciendo requisitos y estándares de sostenibilidad.
- Los productos y servicios sostenibles y eco-diseñados, a menudo son **más eficientes** en el uso de recursos, lo que suele reducir los costes de energía, agua y materiales; así como los de eliminación de residuos.
- Ayuda a **acceder a fondos** de inversión y programas de apoyo o subvenciones destinados a impulsar la transición hacia una economía más sostenible.
- **Reduce** para la empresa la **exposición a riesgos** derivados de cambios regulatorios, escasez de recursos y mala reputación.
- Mejora la **adaptación** a las nuevas demandas de los consumidores modernos, preocupados por el impacto ambiental y social de los productos y servicios que consumen.

¿Cómo la sostenibilidad puede aportar valor al modelo de negocio?

La respuesta a esta cuestión podemos analizarla utilizando el *canvas* del Modelo de Negocio con propuestas innovadoras y sostenibles:

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTOS DE CLIENTES
Establecer alianzas estratégicas con proveedores o socios que compartan los valores de sostenibilidad. Ejemplo: proveedores certificados en sostenibilidad. Organizaciones no gubernamentales para proyectos conjuntos...	Integrar prácticas sostenibles en las actividades clave. Ejemplo: programas de reciclaje interno, educación ambiental entre los empleados, diseño de productos reciclables...	Incorporar características sostenibles en los productos o servicios. Ejemplo, desarrollar productos reciclables o con embalajes sostenibles.	Reforzar la lealtad de clientes, comunicando su aportación a la sostenibilidad a través del uso o consumo de los productos de la empresa	Aparición de nuevos segmentos de clientes que valoran la sostenibilidad y buscan productos o servicios que la satisfagan Ejemplo: nuevos consumidores eco-friendly, comprometidos con el medio ambiente
	RECURSOS CLAVE Departamento sostenibilidad y diseño de producto Ejemplo: que explore uso de materias recicladas o recursos renovables o eco-eficientes o energías renovables...		CANALES Explorar canales de distribución alternativos que sean más sostenibles Uso de tecnologías digitales para reducir la comunicación en soporte físico.	
ESTRUCTURA DE COSTES Identificar oportunidades para reducir costes a través de prácticas sostenibles, como la eficiencia energética o la gestión adecuada de residuos. Ejemplo, implementar sistemas de gestión de energía para reducir los costes de electricidad		FLUJO DE INGRESOS(S) Generar nuevas fuentes de ingresos a través de productos o servicios sostenibles. Por ejemplo: facturación de un nuevo servicio de abastecimiento sostenible		

Como se aprecia en cada uno de los 9 apartados del *canvas*, la sostenibilidad es una fuente de oportunidades. Incluir la sostenibilidad en su modelo de negocio, permite a la empresa generar innovación que le aporte ventajas competitivas.



CAPÍTULO 10: RENDICIÓN DE CUENTAS Y MEJORA CONTINUA

10

Quiero ser una empresa sostenible
Guía para incorporar estrategias de sostenibilidad en la empresa

El éxito en sostenibilidad requiere, no solo establecer objetivos ambiciosos, sino medir y controlar su ejecución y rendir cuentas. Así se impulsa una mejora continua en todos los niveles de la empresa.

La estrategia de la empresa con la visión puesta en la sostenibilidad permite recordar la responsabilidad en la generación de riqueza y, a la vez, el compromiso de hacerlo con un impacto positivo en el entorno.

Rendir cuentas en sostenibilidad implica transparencia y comunicación clara sobre la adopción de buenas prácticas desde las perspectivas económica, ambiental y social. Es un compromiso de la empresa para informar, a los grupos de interés (socios, empleados, clientes, proveedores...), sobre los desafíos, progresos y logros en la consecución de los objetivos sostenibles.

Permite la identificación de áreas de mejora, a través de la evaluación continua de los indicadores clave de ejecución y del análisis de los resultados alcanzados.

Los indicadores clave de desempeño (KPIs) en sostenibilidad, deben estar estrechamente relacionados con los objetivos establecidos y ser relevantes para medir el impacto ambiental, social y económico de las actuaciones de la empresa. Pueden variar según el sector y la estrategia de cada empresa, pero es esencial no olvidar que deben ser cuantificables, medibles, específicos, razonables y determinados en el tiempo.

Hacer un seguimiento periódico y riguroso facilita que la toma de decisiones esté basada en evidencias y datos reales.

En sostenibilidad la mejora continua es esencial. El entorno, en constante cambio, hace que aparezcan permanentemente nuevos retos. Anticiparse y adaptarse permite adelantarse al sector de actividad, descubriendo mercados en los que la competencia aún es irrelevante, en los que pueda crecer y mejorar su posición.

Indicadores de desempeño (KPIs) para el seguimiento de objetivos de Sostenibilidad:

La siguiente tabla incluye ejemplos de indicadores (KPIs) para distintos objetivos de sostenibilidad:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD

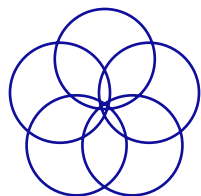
Perspectiva	Objetivo	KPI
Buen gobierno	Elaborar un código de conducta y ética empresarial integral	Evaluación anual del cumplimiento del código de conducta y ética empresarial, medido por la tasa de cumplimiento de los empleados y la aplicación efectiva de políticas y procesos relacionados
Buen gobierno	Crear un comité de sostenibilidad con representantes de alto nivel de diferentes departamentos y áreas de la empresa	Evaluación periódica del grado de participación y contribución activa del comité de sostenibilidad, en la toma de decisiones y la puesta en marcha de medidas sostenibles
Buen gobierno	Diseñar un programa de formación y desarrollo en gobernanza, ética y cumplimiento normativo	Evaluación del número de empleados que han participado en programas de formación y desarrollo relacionados, y encuestas de satisfacción para medir la efectividad de la formación impartida
Sostenibilidad económica	Mejorar la eficiencia operativa y reducir los costes de producción en un 10% en los próximos dos años	Medir el coste total de producción y compararlo anualmente para evaluar el progreso hacia la meta del 10% de reducción de costes
Sostenibilidad económica	Incrementar la inversión en investigación y desarrollo (I+D) en un 15% durante los próximos tres años	Seguimiento anual del presupuesto de I+D para asegurar el cumplimiento del objetivo de incremento del 15% en la inversión

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD

Perspectiva	Objetivo	KPI
Sostenibilidad medioambiental	Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20% en los próximos 5 años	Medir las emisiones de GEI anualmente y compararlas con la línea base para evaluar el progreso hacia la meta del 20% de reducción
Sostenibilidad medioambiental	Mejorar la eficiencia energética en un 15% en las instalaciones de producción durante los próximos 3 años	Medir y registrar el consumo de energía en las instalaciones de producción y compararlo anualmente para evaluar el progreso hacia la meta del 15% de mejora
Sostenibilidad medioambiental	Reducir la generación de residuos no reciclables en un 30% en el próximo año	Medir y registrar la cantidad de residuos no reciclables generados y compararla con la línea base para evaluar el progreso hacia la meta del 30% de reducción
Sostenibilidad medioambiental	Reducir el consumo de agua en un 10% en los próximos 2 años	Medir y registrar el consumo de agua anualmente y compararlo con la línea base para evaluar el progreso hacia la meta del 10% de reducción
Sostenibilidad social	Incrementar la contribución a proyectos de desarrollo de la comarca	Crecimiento del número de proyectos comarcales puestos en marcha, con apoyo de la empresa, con respecto a los del año pasado.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD

Perspectiva	Objetivo	KPI
Sostenibilidad social	Mejorar la calidad de vida de los empleados en su puesto de trabajo.	Incremento del índice de satisfacción de los empleados respecto del mismo índice del año anterior.
Sostenibilidad social	Aumentar la proporción de productos con certificación ecológica en un 25% en el próximo año	Proporción de productos con certificación ecológica comparada con la totalidad de productos para evaluar el progreso hacia la meta del 25% de aumento



CONCLUSIÓN

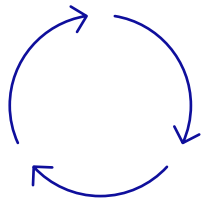
Quiero ser una empresa sostenible
 Guía para incorporar estrategias
 de sostenibilidad en la empresa

Comenzaba esta guía con un doble compromiso:

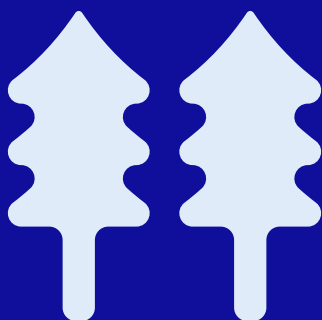
- Hacer ver que la sostenibilidad es una alternativa estratégica para la viabilidad y el éxito de la empresa.
- Sugerir buenas prácticas de sostenibilidad de fácil implantación que ya funcionan en empresas comprometidas.

Espero que sirva para convencer de la necesidad de pasar a la acción lo antes posible. No hacer nada es desaprovechar una oportunidad estratégica para generar una ventaja competitiva y una amenaza para el futuro de la empresa, la sociedad y el planeta.

Poner en marcha en la empresa buenas prácticas de sostenibilidad que promuevan la implicación de empleados, clientes, proveedores y otros grupos de interés, amplificará su efecto y generará un potente impacto positivo en el entorno.



INDICADORES MEDIOAMBIENTALES,
UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN AMBIENTAL



Cámara de Comercio de Alcoy. Carrer Sant Francesc, 10, 03801 Alcoi, Alicante
www.camaraalcoy.net

Financiado:



Elaborado:

