

Foro ICEX

Crecimiento sostenible como oportunidad de negocio

Sostenibilidad no puede ni debe ser sinónimo de pérdida de competitividad, es una oportunidad para mejorar la competitividad y la rentabilidad de las empresas

¿Cómo implementar y aprovechar los principios de economía circular para lograr un crecimiento más sostenible, que redunde en una empresa más innovadora y competitiva? El crecimiento sostenible implica que en todos los procedimientos de la empresa se introduzca, de manera transversal, la sostenibilidad. De este modo, el crecimiento económico de las empresas irá acompañado de resultados beneficiosos también para el medio ambiente y la sociedad.

Mariano Maestres, director de CGM, y Teresa Silla, consejera de Jeanología, debatieron sobre crecimiento sostenible y circularidad como oportunidad de negocio durante el Foro ICEX 2024. La moderación del taller corrió a cargo de María Oria, directora de la Fundación ECODES, fundación privada creada hace 32 años para combinar ecología, desarrollo y crecimiento empresarial y social.



Mariano Maestres, director de CGM, Teresa Silla, consejera de Jeanología y María Oria, directora de la Fundación ECODES.



Las ideas más destacadas en torno a la sostenibilidad como oportunidad de negocio son las siguientes:

- **Transversalidad de la sostenibilidad:** La sostenibilidad debe estar integrada en todos los procesos empresariales, desde la gestión de recursos hasta la innovación tecnológica y la creación de alianzas.
- **Innovación tecnológica:** Las nuevas tecnologías son fundamentales para lograr procesos más eficientes y sostenibles.
- **Economía circular y valorización de residuos:** La economía circular ofrece una oportunidad para transformar residuos en recursos valiosos.
- **Competitividad y reputación:** La sostenibilidad no sólo es una responsabilidad ética y ambiental, sino también una estrategia rentable que optimiza costes, mejora la reputación y aumenta la resiliencia empresarial. En la experiencia de Jeanologia, la sostenibilidad no puede tener impacto a escala si no se consigue mantener los costes bajos y seguir siendo competitivos. La mejora en procesos no puede traducirse en un aumento de costes.

Este tema despierta gran interés entre las empresas españolas, que han querido saber más sobre los desafíos que afrontan las empresas para implementar prácticas sostenibles, cómo pueden las empresas y la administración pública colaborar para fomentar la sostenibilidad y qué ejemplos de éxito existen en la transformación hacia la sostenibilidad.

En cuanto a las oportunidades para las empresas españolas, la adopción de prácticas sostenibles abre nuevos mercados y mejora la competitividad. Las empresas pueden beneficiarse de:

- **Mejora de la eficiencia:** La implementación de tecnologías sostenibles puede reducir costes operativos y aumentar la eficiencia. Por ejemplo, el uso de tecnologías de ozono en la industria textil elimina la necesidad de agua y productos químicos, resultando en ahorros significativos de costes y en un beneficio claro para el medio ambiente, ya que, según apunta Teresa Silla, la industria textil es responsable de hasta el 20 % de la contaminación de los ríos. De hecho, entre los objetivos de Jeanologia figura eliminar el agua y los procesos químicos tóxicos de los procesos de producción textil.
- **Acceso a nuevos mercados:** Los consumidores de todo el mundo son cada vez más conscientes del impacto ambiental de sus compras y prefieren productos sostenibles. Esto crea una demanda creciente que las empresas deben satisfacer adoptando prácticas sostenibles.
- **Mejora de la reputación e impacto en la marca:** Las empresas que lideran en sostenibilidad mejoran su reputación y fortalecen su marca. Esto no sólo atrae a clientes, sino también a inversores interesados en empresas responsables.

A pesar de las oportunidades, las empresas españolas afrontan varios desafíos al intentar implementar prácticas sostenibles:

- **Percepción interna:** Muchos aún ven la sostenibilidad como una moda o un coste adicional en lugar de una inversión a largo plazo. Pero hay casos que son fruto de la inercia o el desconocimiento y tiene margen para dar pasos hacia la sostenibilidad. Por ejemplo, hay empresas y mercados que llevan años utilizando las mismas materias primas, pero no conocen las alternativas, que son perfectamente incorporables. Y hay empresas que llevan años incorporando materias primas reciclables sin que seamos conscientes ni se haya puesto en valor, como en la industria del cartón.
- **Regulación:** limita la competitividad en el acceso a mercados internacionales, como por ejemplo la regulación europea sobre plazos de pago a proveedores.
- **Costes e inversión inicial:** Las inversiones en tecnologías sostenibles pueden ser significativas, y las empresas más pequeñas pueden encontrar difícil financiar estas transiciones sin apoyo.
- **Medición del impacto:** Es complicado medir el impacto ambiental de los procesos productivos de manera precisa, lo que puede dificultar la implementación de prácticas sostenibles y la evaluación de su efectividad.

En paralelo a estos retos para las empresas, la sociedad afronta también el riesgo de *greenwashing*. No obstante, según apunta Mariano Maestres, el mercado genera una competencia por quién es el más sostenible, y por quién lo es de verdad. El *greenwashing* tiene un coste reputacional muy alto y al final la presión de los mercados empuja hacia cambios reales. Este efecto, combinado con la acción de regulación y supervisión por parte de las administraciones, lleva a los mercados y a las empresas hacia acciones reales de sostenibilidad.



Para facilitar el cambio de enfoque y la adopción de tecnologías sostenibles, la administración proporciona incentivos financieros y apoyo técnico, como en el caso de CGM, promueve alianzas estratégicas entre sectores y tiene el desafío de seguir desarrollando regulaciones claras, que fomenten la sostenibilidad empresarial según las especificidades de cada sector, y apoyando la formación y capacitación en prácticas sostenibles.

En el futuro, los expertos destacan que es necesario invertir en el desarrollo e implementación de tecnologías que mejoren la eficiencia y reduzcan el impacto ambiental. Las energías renovables, la eficiencia energética y los sistemas de gestión de residuos contribuyen enormemente a este propósito. La promoción de alianzas estratégicas, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, se plantea como una excelente opción para afrontar los nuevos desafíos ligados a la creciente regulación medioambiental.

Los consumidores, cada vez más informados, demandan productos que no sólo provengan de prácticas sostenibles, sino que también mantengan la competitividad en cuanto a precio y calidad, que ya no son los únicos elementos de competencia entre empresas, pero siguen pesando mucho como factores de atractivo para la demanda. Por ello, ha de tenerse en cuenta que no todas las soluciones valen. Cambios en los sistemas de producción y funcionamiento deben venir acompañados de aumentos de eficiencia y sostenibilidad. Lo uno no puede ser sin lo otro, y sostenibilidad no puede ni debe ser sinónimo de pérdida de competitividad. Por ello, los avances tecnológicos deben buscar una combinación de ambas.

Por otro lado, es vital que la sostenibilidad se integre en todas las áreas empresariales, no sólo como una responsabilidad de un departamento específico, garantizando así un enfoque holístico y cohesivo. Para complementar estos esfuerzos, es importante crear incentivos fiscales y financieros que apoyen a las empresas en su transición hacia prácticas sostenibles. Ello motivará a más empresas a tomar medidas proactivas.

Establecer marcos regulatorios claros y estables proporcionará la seguridad jurídica necesaria para fomentar la inversión a largo plazo en proyectos de sostenibilidad, asegurando un progreso continuo y sostenible. Sin embargo, la legislación debe tener en cuenta las características y peculiaridades de cada sector, promoviendo prácticas sostenibles sin comprometer la viabilidad del negocio.

En esencia, el crecimiento sostenible representa no sólo una responsabilidad ética y ambiental, sino también una oportunidad para mejorar la competitividad y la rentabilidad de las empresas. Integrar la sostenibilidad en el *core* del negocio y fomentar la colaboración entre todos los actores del mercado son pasos cruciales para lograr un futuro más sostenible.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para más información [siga el enlace al vídeo](#)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex

AUTORA

Andrea Teijeiro Fernández

Fecha del evento FORO ICEX 2024: 11/07/2024

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240553

www.icex.es



FORO ICEX
Talleres



icex España
Exportación
e Inversiones