

Economía 3 reúne en su Club Deportivo Empresarial Alcatí a algunos de los principales protagonistas de la transición ecológica

Sostenibilidad: una cuestión poliédrica, compleja e inaplazable

Gemma Jimeno y Fernando Arufe
Imagen: Salva Garrigues
redaccion@economia3.info

Economía 3 quería analizar hacia dónde vamos y cómo estamos avanzando como sociedad, especialmente desde el punto de vista empresarial, hacia un mundo más sostenible en todas sus vertientes. Nadie duda de que este concepto, como los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, tiene un objetivo loable. Sin embargo, la realidad es compleja. Para conocer qué dificultades entraña este camino, así como qué beneficios puede aportar al tejido económico, este medio de comunicación reunió, alrededor de una mesa, a una relevante representación de los actores que son y deben ser protagonistas en este cambio de paradigma, con todos sus matices.

El debate tuvo lugar en un entorno privilegiado, el **Club Deportivo Empresarial Alcatí**, un espacio único en el Parque Natural de La Albufera, a través del cual este medio quiere ofrecer a las empresas oportunidades para relacionarse entre ellas en un ambiente especial y distendido, como es el caso de

nuestros eventos de *networking* que se celebran a la caída del sol en **Los Atarcederes del Alcatí**.

En esta ocasión, pusieron sus ideas en común **Irene Moreno**, directora de Relaciones Externas y Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de **Importaco**; **Rafael Galbis**, director de Risk Advisory de **Deloitte** en la Comunitat Valenciana y la Región de Murcia; **Francisco Ruiz de La Torre**, CEO de **Agriculturas Diversas**; y **José Guaita**, Sustainable Leinner y CVO de **Heura Gestió Ambiental**. También participaron **José Vicente Castell**, responsable de RSC de **Vicky Foods**; **Borja Catalina**, director provincial de Relaciones Externas de **Mercadona**; **Manuel Lainez**, director general del **Cercle Agroalimentari** y, desde el sector público, **Júlia Company**, directora general del **IVACE**, y **Trini Aguilar**, responsable de Comunicación y Relaciones Externas del **Palacio de Congresos de València**. ▷

”

**J.G.: QUIEN NO SEA
SOSTENIBLE NO
TENDRÁ FUTURO**



Júlia Company (Ivace)

”
J.C.: TODOS GANAREMOS SI TRABAJAMOS DE MANERA CONJUNTA

Antes de que los integrantes de la mesa comenzaran a departir, la directora general de **Economía 3**, **Elisa Valero**, recordó que el objetivo de estas iniciativas es dar voz a las problemáticas del tejido económico y encontrar soluciones entre los agentes implicados.

En un primer análisis general, **Rafael Galbis**, de Deloitte, señaló que los retos medioambientales, como el cambio climático y la escasez de agua y los sociales, como el crecimiento desigual de la economía, “han aumentado en los últimos años, impactando en los ecosistemas en los que operan las empresas y generando concienciación en la sociedad” y esto “ha dejado al descubierto que no es posible continuar con el modelo económico actual”. “Ya sea motivado por las demandas de los grupos de interés, por la presión regulatoria, por la preocupación por el entorno o por mo-



Irene Moreno (Importaco)

”
I.M.: MUCHOS PROCESOS SOSTENIBLES AHORA SON RENTABLES

tivos puramente financieros, la sostenibilidad es ahora un imperativo para las empresas”, zanjó Galbis en su primera intervención.

Irene Moreno, de Importaco, indicó se basan en tres pilares: las personas, el planeta y el producto. “Queremos hacer un producto más sostenible desde el inicio hasta los clientes. Trabajamos para la protección del suelo, la reducción del consumo hídrico y otros criterios de sostenibilidad. El gran reto que tenemos es involucrar a toda la cadena en la reducción de emisiones para ser ‘net zero’ en 2050”.

Francisco Ruiz de La Torre, de Agricultras Diversas, también señaló que se basan igualmente en tres líneas: sostenibilidad social –llevan 40 años invirtiendo en la ‘España vaciada’ y han logrado pleno empleo en pueblos de 300 habitantes–, medioambiental y econó-



Rafael Galbis (Deloitte)

”
R.G.: LA SOSTENIBILIDAD ES UN IMPERATIVO PARA LAS EMPRESAS

mica, desde el punto de vista de innovación y desarrollo. De la Torre mantuvo un tono reivindicativo durante el debate: “La ecogañadería tiene muchas complicaciones y se tiene que reconocer en el mercado, no nos pueden medir a todos con la misma vara”, puso sobre la mesa, al tiempo que destacó que esta empresa gestiona unas 20.000 hectáreas de bosque: “Habría que valorar cómo contribuimos desde el campo a la sostenibilidad frente a la ciudad. Si no conjugamos la economía con la sostenibilidad estamos muertos”.

Desde Heura Gestió Ambiental, **José Guaita** recordó que hace 20 años, la gestión medioambiental “era un tema molesto y se veía como un gasto en la mayoría de las industrias”. El objetivo de Heura, por el contrario, “es precisamente reducir el impacto de las empresas y ahora la sostenibilidad se ha



José Guaita (Heura Gestió Ambiental)



J.G.: HAY BUENAS EMPRESAS QUE SE ESTÁN CONVIRTIENDO EN EMPRESAS BUENAS

convertido en un activo”. “*Quien no sea sostenible no tendrá futuro*”, sentenció.

En Mercadona, dijo **Borja Catalina**, la sostenibilidad la aplican desde sus comienzos. Un ejemplo es, según explicó, la estrategia 6.25 para el volumen de plástico y que en 2025 todos los envases de la cadena sean reciclables. En cualquier caso, enfatizó que “*la sostenibilidad tiene que ser medioambiental, social y económica*”.

En 2017, la Dirección General de Vicky Foods tomó la decisión de crear un departamento específico que gestionara la RSC y la sostenibilidad desde el punto de vista del medioambiente, las personas y la innovación, sus tres líneas maestras, contó **José Vicente Castell**, que añadió que han creado la **Fundación Vicky Foods** para canalizar todas sus acciones sociales y pu-



Francisco Ruiz de la Torre (Agriculturas Diversas)



F.R.T.: SI NO CONJUGAMOS LA ECONOMÍA CON LA SOSTENIBILIDAD, ESTAMOS MUERTOS

so en valor que han logrado incorporar la sostenibilidad en su estrategia de negocio.

¿Y qué labor lleva a cabo el Cercle Agroalimentari? **Manuel Lainez** relató que esta organización nació hace unos meses con el objetivo de “*unir a una serie de empresas que lideran la cadena alimentaria para conseguir su sostenibilidad medioambiental y su competitividad*”. “*Recopilamos las líneas de trabajo de nuestras 12 empresas. Todas ellas buscan la sostenibilidad por ellos mismos y porque lo demanda el cliente. La eficiencia energética, el agua, la logística y la transformación de los envases son las líneas maestras de su sostenibilidad*”, desarrolló.

En este sentido, Galbis añadió que la labor de Deloitte es ayudar a concienciar a las empresas y organizacio-



Manuel Lainez (Cercle Agroalimentari)



M.L.: LA SOSTENIBILIDAD FORMA PARTE DEL ADN DE NUESTRAS EMPRESAS

nes porque “*deben ser competitivas y dejar un mundo mejor del que nos hemos encontrado a las siguientes generaciones*”. “*Las empresas tienen el reto de que los planes directores de sostenibilidad se vayan implementando*”, apuntó.

Júlia Company sostuvo que la Conselleria, de la que forma parte, “*apuesta por la sostenibilidad desde su nombre, puesto en 2015, Economía Sostenible*”. Asimismo, puso en valor que “*la mayor parte de las ayudas del Iva ce se dirigen al sector industrial. Entendemos que las empresas han de ser sostenibles porque si no, tendrán poco futuro. Todas nuestras subvenciones recogen estos criterios a la hora de concederlas. Apostamos por la energía distribuida o las comunidades energéticas en las energías renovables. Aque-* ▷



Trini Aguilar (Palacio de Congresos de València)

”

T.A.: AYUDAMOS A NUESTRAS EMPRESAS ORGANIZADORAS A QUE CREEN UN EVENTO VERDE

llas que apostaron hace varios años ya por las energías renovables funcionan mejor que las que todavía no lo han hecho. También trabajamos con los institutos tecnológicos para ayudar a las pymes que no tienen departamentos específicos de sostenibilidad”.

Finalmente, **Trini Aguilar** destacó cómo desde el Palacio de Congresos de València se trata de minimizar el impacto del turismo de reuniones, el que gestionan. “Tenemos que tener una sostenibilidad económica y también medioambiental. Hay que minimizar el impacto negativo de estas visitas y maximizar su beneficio. Ayudamos a nuestras empresas organizadoras a que creen un evento verde mediante economía circular, menús sostenibles y el legado posterior que dejan”, contó.



José Vicente Castells (Vicky Foods)

”

J.V.C.: EL TALENTO JOVEN BUSCA EMPRESAS CON VALORES

Costes de la sostenibilidad

Como todo fin, por loable que sea, el de la sostenibilidad también tiene sus claroscuros. José Guaita, por ejemplo, explicó que el nuevo reglamento de envases que entrará en vigor en septiembre es ambicioso, pero “es un pastel muy grande. Probablemente –vaticinó también– desaparecerán muchas empresas por el impacto normativo de este reglamento, pero no nos preguntamos cuántas nacerán. Esto está cambiando y la tendencia es esta. Antes era un coste y ahora es una oportunidad”.

Irene Moreno abogó por “pensar en un desarrollo justo de la sociedad y los países” y, aunque reconoció que los procesos de trabajo “llevan ahora un aumento de costes”, es posible también “aportar mayor valor a los productos”.



“Pensar en sostenibilidad en 2022 como pensábamos en 2020 no es posible porque el contexto ha cambiado. Los costes han variado y han hecho que muchos procesos sostenibles sean rentables”, mantuvo.

En la misma línea, Júlia Company apostó por “dejar de hablar de crecimiento económico y empezar a hablar de desarrollo económico”. “Ya no se miran solo parámetros como el PIB o el crecimiento económico. La sostenibilidad es una inversión, no un gasto y además va a generar empleos que hasta ahora no existían. Los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por aquellos productos que ofrecen garantías de que se han respetado los criterios de sostenibilidad”, comentó.

Ante estos argumentos, Francisco Ruiz de la Torre introdujo ciertas matices: “La sostenibilidad es más cara. Estoy más por la desregulación que por la regulación. La sociedad civil es la que se mueve. Desafortunadamente, muchos clientes no pagan los costes extra que supone el valor añadido que comportan los productos sostenibles. Pero no hay alternativa”.



“Nadie ha dicho que sea fácil”, respondió Guaita, quien agregó que “el escenario es inmenso y está por ordenar, pero hay buenas empresas que se están convirtiendo en empresas buenas, que se van transformando y van pensando en cómo impactan socialmente y sí están dispuestos a renunciar a x euros a cambio de lo que generan en la sociedad”.

Manuel Lainez coincidió con el representante de Agriculturas Diversas en que “cuando llega la regulación, ya no decide el empresario hacia dónde dirige sus políticas y esa regulación implica costes que llegan al consumidor y no todos están dispuestos a pagar”.

Moreno añadió que “una cosa es contestar a una pregunta sobre si compraría productos sostenibles y otra es comprar el producto”, por lo que argumentó que “la transición debe ser justa y no dejar atrás a las pymes”.

“El ‘jefe’ –como se denomina en Mercadona al cliente– te dice si una innovación va a funcionar o no y sino es así te castiga. La innovación es necesaria, pero debe estar bien hecha porque, si no, no funciona. Si ponemos un marco regulatorio demasiado exigente nos podemos encontrar con que no llegamos y se genera frustración. Para Mercadona, la calidad es crucial. Cualquier decisión tiene que tener en cuenta la calidad y también el precio, porque si no, el consumidor no lo comprará. La sostenibilidad tiene que ser compartida por toda la cadena y Administración y empresas tenemos que ir de la mano”, apuntó Borja Catalina.

En este debate que se creó, Aguilar indicó que “cada vez más, las empresas y las marcas quieren estar asociadas a estos criterios (de sostenibilidad) y se pueden tomar multitud de medidas que no tienen coste”.

Galbis introdujo un matiz: “Cuando hablamos de costes, habría que

▷



AGRICULTORES DE LA
VEGA DE VALENCIA

Más de 100 años de experiencia nos avalan como especialistas en medio ambiente



RECOGIDA DE RESIDUOS



MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA INTEGRAL



CICLO INTEGRAL DEL AGUA



TRATAMIENTO Y ELIMINACIÓN DE RESIDUOS



ESPACIOS NATURALES



PAISAJISMO URBANO



Elisa Valero (Economía 3)

”

E.V.: EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL NO ES POSIBLE SIN APOSTAR POR LA SOSTENIBILIDAD

verlo desde la perspectiva de la competitividad, considerando los beneficios que aporta a todos los grupos de interés. La regulación que está llegando, en estos momentos, es la necesaria para que sigamos avanzando”. Además, informó de que para conseguir financiación, las entidades están introduciendo ya criterios de sostenibilidad.

Por parte de Vicky Foods, José Vicente Castell también reivindicó que “no se puede entender un crecimiento que no sea sostenible. La sostenibilidad ha dejado de ser una moda y las empresas deben integrarla en su estrategia de negocio o serán apartadas por otras que sí lo hagan. Cuando hablamos de sostenibilidad, tenemos que hablar de inversión y no de coste. Aporta eficiencia y competitividad a las empre-

sas, ahorra costes energéticos, de envases... La tasa de retorno está en estas últimas variables”, aportó desde otro punto de vista.

De nuevo, Ruiz de la Torre puso el foco en las dificultades para el sector primario: “En agricultura, si los cereales te cuestan más, los cerdos valen más. Desde el punto de vista puramente económico, producir producto ecológico es más caro. Es un problema de supervivencia en el corto plazo”.

A todo esto, Company contestó que “la regulación ha de ser la justa” y “no debe haber una inflación legislativa”. “Que se utilice la legislación allá donde haga falta y que se acuda también a otras herramientas que tiene la Administración, como el fomento, mediante ayudas, que tienen que servir para compensar esos costes extra”, explicó la representante del Ivace.

Talento en las empresas

Durante el debate también se trató la relación entre sostenibilidad y captación y retención de talento. A este respecto, Borja Catalina argumentó que “la necesidad de hacer más con menos no es posible sin talento”. “Cada vez cuesta más retener talento, pero sin él es imposible lograr ese valor añadido del que estamos hablando”, añadió.

Moreno reivindicó “la empresa que cuida al empleado, que le ofrece unos beneficios que le generan un sentido de pertenencia y que gracias a su trabajo

”

J.V.C.: PARA SER SOSTENIBLE NECESITAS GENTE QUE APORTE CREATIVIDAD A LOS PROCESOS



Borja Catalina (Mercadona)

”

B.C.: CUALQUIER DECISIÓN DEBE TENER EN CUENTA LA CALIDAD

están construyendo un propósito compartido” y aseguró que, en Importaco, “la sostenibilidad es fundamental para conectar con nuestros actuales empleados y con los futuros”.

Castell coincidió en que “para ser sostenible necesitas talento, tener gente que aporte creatividad a los procesos y, por otro lado, para captar talento, la sostenibilidad es un valor”. “El talento joven busca empresas con valores. Ya nadie quiere trabajar en empresas que no cuiden a su gente y que no ofrezcan un entorno laboral que cuide su bienestar físico y psicológico”, agregó.

El representante de Agriculturas Diversas puso en valor el talento sénior: “Nosotros no circunscribimos el talento a la franja de 18 a 25 años. Tenemos encargados de 60 años que son superta-

lentosos. Entre la juventud, falta un poquito de ‘espenta’ (empuje)”.

Lainez sostuvo que “para poder mejorar los procesos hace falta alguien que tenga una visión global, que puede aportar la gente con experiencia, y también ideas diferentes, que lo puede representar el talento joven”. Galbis agregó que, en el caso de Deloitte, “el talento es un factor diferencial”.

“Para las empresas, un factor de atracción de talento es ser sostenibles”, continuó Company, mientras que Aguilar consideró “importantísimo el equipo humano, tanto como las infraestructuras” en el caso del Palacio de Congresos.

Colaboración entre todos

Como conclusión, Company afirmó: “Todos ganaremos si trabajamos de manera conjunta”. Esta fue la tónica de las conclusiones de los participantes en la mesa. Del mismo modo, Galbis señaló que las empresas son las que “van a impulsar las buenas prácticas en el ámbito de la sostenibilidad. Es por tanto necesario que nos anticipemos a la regulación, seamos comunicativos con los grupos de interés y entendamos la oportunidad que tenemos para poder impulsarla”.

Castell agregó: “En este proyecto de mantener el planeta como lo conocemos hoy, las personas, las empresas y los gobiernos deben colaborar para no destruir lo que conocemos ahora”.

Desde el Cercle Agroalimentari, Lainez puso en valor que la sostenibilidad “forma parte del ADN” de las empresas que conforman esta organización, mientras que Guaita habló sobre las bondades de la sostenibilidad en las empresas: “Quien contamina paga, pero si no contaminas probablemente tengas vías de

crecimiento y de generar algo mejor de lo que hay. Quien no contamina gana”.

Por su parte, Moreno sintetizó: “Para hacer frente a los retos de sostenibilidad, lo fundamental es el talento de las personas, anticiparnos a lo que demandan los grupos de interés, la colaboración entre todos y la innovación para dar respuesta a estos retos”.

Borja Catalina subrayó que, desde

Mercadona, van a “trabajar para seguir consolidando una cadena agroalimentaria sostenible, que la sociedad quiera que exista y sienta orgullo de ella”. Finalmente, Aguilar afirmó que la sostenibilidad “es una necesidad tanto medioambiental como social” y sentenció: “El que no sea sostenible, se va a quedar atrás en esta carrera de fondo”. •



¿Dónde están los PERTE?

También se puso sobre la mesa el asunto de los fondos europeos como palanca para lograr objetivos como el de la sostenibilidad. Sin embargo, la coincidencia de argumentos fue total. Lainez dijo que en el ámbito industrial “no se está viendo que lleguen los fondos” y también se percibe “cierta complicación administrativa”. Mientras que De la Torre lamentó que su compañía no encuentra “el camino para acceder a los PERTE (Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica)”. “Hemos hablado mucho de estos fondos, pero las convocatorias concretas no acaban de aterrizar”, comentó Galbis, a lo que el representante de Heura agregó que el último PERTE es el de la Economía Circular, pero no está claro “cómo llegará y cómo se hará”. “Los PERTE deben servir para transformar y para acelerar todo lo que hemos comentado en materia sostenible”, dijo Moreno.

Desde la Administración, Company explicó que, en el caso de los fondos europeos ordinarios, las reglas “están bastante claras y las empresas tienen que seguir utilizando estas vías”, pero reconoció que con los Perte “se generaron muchas expectativas” y “es cierto que hay un retraso”. “Mi consejo es que mientras no aparezcan los PERTE, las empresas recurran a los fondos ordinarios que ya se están utilizando”, afirmó.