

## Sostenibilidad, una apuesta real y de futuro en las empresas

*En los últimos años, las empresas han afrontado grandes disrupciones empujadas por la tecnología y la digitalización que, junto al impacto, todavía mayor, de los eventos extremos han provocado una fuerte transformación en sus estructuras y modelos de negocio. Dentro de estos últimos, la pandemia ha supuesto un gran desafío. En un entorno incierto, las empresas están abrazando la sostenibilidad como el vehículo para alcanzar un mundo más justo, equilibrado y, en definitiva, más sostenible, como respuesta a las demandas de sus grupos de interés.*

El compromiso del mundo empresarial con la sostenibilidad es real. Este fue uno de los asuntos abordados en la de mesa redonda moderada por Elena Sanz, Directora General del Área Corporativa de Personas y Organización de MAPFRE, dentro del programa de las **XXVIII Jornadas Internacionales de MAPFRE Global Risks**. El debate contó con la participación de Lourdes Nieves Ripoll de Oleza, Corporate Responsibility VP de Meliá Hoteles International, y Carlos Ruiz Alonso, Director Sostenibilidad y Riesgos de Enagás. Todos confirmaron la apuesta de sus empresas por la sostenibilidad en sus respectivos sectores de actividad: seguros, turismo y energía.

### Interés creciente

La integración de los principios ASG (Ambientales, Sociales y de buen Gobierno) en los modelos de negocio ha ido en aumento. En opinión de Elena Sanz, “la pandemia que hemos vivido ha cambiado mucho la forma en la que la sociedad percibe las necesidades y se ha instalado la creencia de que tenemos que perseguir entre todos una sociedad más justa, equilibrada y sostenible”. De ahí el interés creciente por la **sostenibilidad**, tanto en la comunidad financiera como en la empresa, la sociedad y los reguladores.

Como datos reveladores, en España, según SPAINSIF, las **inversiones sostenibles** superaron en 2021 a las inversiones tradicionales (con un 54% frente a un 46%). Los principios de inversión responsable de Naciones Unidas ya tenían 5.000 signatarios en diciembre de 2021 y un cuarto de las empresas aseguradoras ya aplican los **principios para la sostenibilidad en los seguros**. Además, precisó Elena, “los asesores de voto que nos acompañan en todas las juntas impulsan cada vez más que los **criterios ASG** estén en la remuneración de nuestros directivos”.

“El seguro es un sector que siempre ha sido muy comprometido y ha llevado la sostenibilidad en sus venas, apoya el desarrollo económico y social en todos los países”

## Pura estrategia

La apuesta por este concepto, no obstante, no es nada nuevo. Desde 2008, **Grupo Meliá** integra la sostenibilidad en su **plan estratégico**, un elemento que, con el paso del tiempo, ha ido ganando peso dentro de la compañía. El objetivo, según Lourdes Nieves Ripoll, “es que la sostenibilidad sea parte de cada una de las áreas organizativas de la compañía y que cale en todas las unidades de negocio, allá donde estemos. Es un viaje largo, de largo recorrido, pero apasionante”.

Para Carlos Ruiz el compromiso de **Enagás** con la sostenibilidad tampoco es reciente. En 2008 tomaron la decisión de hacer una **gestión estructurada y proactiva** de los ámbitos de sostenibilidad y, a día de hoy, es un pilar básico en cada plan estratégico que ayuda a **crear valor** para la compañía. Además, “lo más importante es que hemos conseguido que todos los empleados en su día a día sean capaces de tener en cuenta otros aspectos, no solo los financieros, que pueden influir en la cuenta de resultados, como son los factores sociales, medioambientales y de buen gobierno corporativo, que van a ser muy relevantes”.

La apuesta de **MAPFRE** por la sostenibilidad también viene de lejos y el aspecto social es prioritario. Elena Sanz destacó el **esfuerzo realizado por las aseguradoras** por poner en el mercado productos sostenibles, por la transición energética y la inversión sujeta a **criterios ASG**. Y aprecia: “El seguro es un sector que siempre ha sido muy comprometido y ha llevado la sostenibilidad en sus venas, apoya el desarrollo económico y social en todos los países”.

Otros retos son la promoción de la educación financiera y el mayor conocimiento de los riesgos, sobre todo de las amenazas catastróficas

## Poner el foco

Tanto la estructura societaria como el sector de actividad pueden marcar la hoja de ruta de la sostenibilidad en cada empresa. En Enagás, como compañía que cotiza en el IBEX 35, están muy pendientes de las **opiniones y expectativas de los inversores**. Además, como especializada en energía, han puesto el foco en la **descarbonización y la transición energética**, y están desarrollando importantes proyectos en el ámbito del **bioetanol y el hidrógeno verde**, sin dejar de lado los aspectos sociales y de buen gobierno.

Como empresa familiar, Grupo Meliá trata de equilibrar las tres patas de la sostenibilidad: principios ambientales, sociales y de gobernanza. Uno de sus grandes desafíos es convertir sus instalaciones hoteleras en más sostenibles. Por eso llevan largo tiempo trabajando en la **eficiencia energética e hídrica** de sus establecimientos, y el **respeto a la biodiversidad**.

Por su parte Elena Sanz, destacó la necesidad de trabajar para que los colectivos más vulnerables tengan acceso al Seguro, una muestra más de la labor social de este sector. Otros retos son la promoción de la **educación financiera** y el **mayor conocimiento de los riesgos**,

sobre todo de las **amenazas catastróficas**, así como el acompañamiento a las empresas en la transición hacia modelos más sostenibles.

## Complejidad de la regulación

La exigente **regulación en torno a la sostenibilidad** fue otro tema que centró el debate. Todos destacaron la complejidad de incorporar una normativa cada vez más **exhaustiva y a distintos niveles**: europeo, nacional y local; e hicieron hincapié en la necesidad de un entorno regulatorio global.

Para Elena Sanz, no cabe duda de que la transparencia es muy importante, sin embargo, apunta: “Hoy, la regulación obliga a **cantidades ingentes de información difíciles de asimilar** por parte de los clientes, por parte de la sociedad, por parte incluso de los inversores. Y esto se convierte a veces en una rueda muy compleja”. Lourdes Nieves Ripoll abogó por “un conocimiento más profundo de la misma para implementarla de forma organizada y planificada, no solo en la modelo de negocio sino también para que pueda trasladarse a todas las unidades del negocio”.

Pero, lejos de un proceso de concentración o de reducción de normas, en el panorama asoman nuevas regulaciones en esta materia y, según Carlos Ruiz, “tenemos que estar preparados para poder analizarlas en detalle y ser capaces de digerirlas y traducirlas a **cuáles son los compromisos** de cada una de nuestras unidades de negocio y desde nuestros ámbitos de sostenibilidad”.

“Con la irrupción de la Covid-19, hemos aprendido que contando con aliados se resuelven los problemas con mayor compromiso”

## Proveedores, grandes aliados

Un ejemplo de lo que está por llegar es la futura directiva sobre la diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad, que pone en valor un concepto de cadena de valor amplio. En este ámbito, los ponentes reclamaron **que los proveedores se conviertan en verdaderos socios y aliados**, un camino que ya están siguiendo en empresas como Enagás. Carlos Ruiz abogó en este asunto por conseguir un mayor *engagement*: “Se habla del compromiso del empleado y el siguiente paso es el compromiso con el proveedor. Debemos también ayudarles en un ciclo de mejora continua. Las crisis en las que hemos estado inmersos —y todavía continúan— han demostrado que tenemos que apostar por cadenas de valor más resilientes”.

Grupo Meliá también avanza con paso firme por esta vía para conseguir verdaderos compañeros de viaje en la cadena de suministros. “Con la irrupción de la Covid-19, hemos aprendido que contando con aliados se resuelven los problemas con mayor compromiso. Lo que tenemos que

hacer es ver cómo podemos avanzar con la ayuda de **todos hacia un objetivo común**", manifestó Lourdes Nieves Ripoll, e hizo una llamada a ayudar a los proveedores de la mano de la innovación. "Creo firmemente que la oportunidad está en ligar *partners* y trabajar conjuntos".

En definitiva, para Elena Sanz, su incorporación en la cadena de valor es muy relevante, "porque al final, en muchos casos, **son la primera cara que tienen nuestros clientes** de nosotros y tenemos que ayudarles en este cambio, pues si no lo hacemos de una manera conjunta esto va a ser mucho más complicado".

"Estamos probablemente en una situación muy compleja, de incertidumbre, pero también estamos en el momento de mayor concienciación social"

## Futuro de la sostenibilidad

En cuanto a su evolución, quedó claro que la sostenibilidad va a seguir ganando terreno en el futuro principalmente por el impacto de las situaciones climáticas adversas y la incertidumbre económica.

Para Lourdes Nieves Ripoll, aunque todavía no esté testado al 100%, los clientes empiezan a elegir empresas sostenibles y responsables. Pero hay una realidad en la que aún nos queda recorrido: **dar rigor al dato**, es decir, explotarle desde una visión no solamente no financiera, sino también de aportación de valor al negocio, de valor a la sociedad. Hoy todavía la tecnología no permite hacerlo de forma sencilla y tiene que desarrollarse en este aspecto y ese es mi objetivo".

Los aspectos medioambientales y el impacto de las situaciones climáticas adversas son, a juicio de Carlos Ruiz, el riesgo más relevante en todos los horizontes temporales manejados. "Esto, unido al incremento de las crisis y **el riesgo de la cohesión social**, hacen que la sostenibilidad sea hoy muy relevante y lo vaya a ser mucho más en el futuro". También, en su opinión, "van a ser las expectativas de todos los grupos de interés los que van a marcar el desarrollo de los mercados. A veces serán los inversores, otras los reguladores, los proveedores y las cadenas de suministro. Hay que identificar muy bien en cada sector **quién va a marcar el paso** y seguirlo". Por último, el representante de Enagás lanzó una idea optimista. "Estamos probablemente en una situación muy compleja, de incertidumbre, pero también estamos en el momento de mayor concienciación social de que esto solo lo podemos resolver con una **gobernanza global**, es decir, con el apoyo de gobiernos, de inversores, de empleados, de ciudadanos. Juntos tenemos que intentar mantener este planeta para que las nuevas generaciones puedan disfrutarlo, al menos, en las mismas condiciones que lo estamos disfrutando nosotros", concluyó.

Si te ha parecido interesante, sigue leyendo... [Mercado asegurador, evolución y perspectivas en torno a los nuevos riesgos y la sostenibilidad](#)

