

MÓDULO 5

INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD: ESTRATEGIA, COMUNICACIÓN Y BENEFICIOS PARA LOS COMERCIOS LOCALES

Este módulo explora las dimensiones clave de la integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocio, la comunicación de estos esfuerzos y los beneficios asociados, con un enfoque particular en el contexto de los comercios locales y las pymes.

CONTENIDO PRINCIPAL DEL MÓDULO



INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

Estrategia de negocio



COMUNICACIÓN EFECTIVA

Transmisión de esfuerzos



BENEFICIOS ASOCIADOS

Ventajas para comercios locales

LA SOSTENIBILIDAD COMO EJE ESTRATÉGICO PARA EL TEJIDO EMPRESARIAL CANARIO



PILAR ESENCIAL

En la era actual, la **sostenibilidad** ha trascendido su función original para convertirse en un **pilar esencial** en la estructura económica y social.



CAMBIO DE PARADIGMA

Los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y la **Agenda 2030** representan un **cambio de paradigma** en la comprensión del desarrollo sostenible, siendo su amplitud, complejidad e interconexión un salto adelante.



TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA

La **integración de la sostenibilidad** es fundamental para la **transformación de la economía** y la creación de riqueza sostenible que **separe el desarrollo económico del aumento del consumo de recursos**.



OPORTUNIDAD EMPRESARIAL

La Confederación Canaria de Empresarios (CCE) entiende los ODS y sus principios como una **oportunidad** para que las organizaciones canarias implementen iniciativas que **reduzcan impactos negativos y potencien los positivos**, buscando una economía más sostenible y cohesionada.



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias

LA SOSTENIBILIDAD COMO EJE ESTRATÉGICO PARA EL TEJIDO EMPRESARIAL CANARIO



La Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible (ACDS 2030) busca convertirse en una herramienta para **moldear e implementar un nuevo modelo de desarrollo** para Canarias, que todos los agentes territoriales, públicos y privados, deben interiorizar en sus estrategias y planes de acción. La Estrategia Canaria de Economía Circular (ECEC) se enmarca en la ACDS 2030 y es la fórmula del Gobierno de Canarias para aplicar los ODS adaptados al Archipiélago.

El **tejido empresarial de Canarias**, con una **alta presencia de microempresas**, ha comenzado a valorar el impulso del cumplimiento de los ODS por su importancia estratégica. Sin embargo, la **capacidad de inversión reducida** de las pymes es un freno para la transición a la Economía Circular.

Este módulo abordará cómo la integración de la sostenibilidad, su comunicación efectiva y la comprensión de sus beneficios son cruciales para los comercios locales y el tejido empresarial canario en general, alineándose con la Economía Circular y los ODS.



LA INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRATEGIA DEL COMERCIO LOCAL



CONCEPTO Y ALCANCE

Implica **alinear la Agenda de Desarrollo Sostenible con las prioridades del sector empresarial** a nivel central y de largo plazo. Se trata de **integrar los principios de sostenibilidad dentro de las estrategias de gestión y en sus modelos de negocio**.

La integración de la sostenibilidad puede **transformar todos los aspectos del negocio principal** de una empresa, incluyendo la entrega de productos/servicios, segmentación de clientes, gestión de la cadena de suministro, selección/uso de materias primas, transporte, distribución y tiempo de entrega.

ESTRATEGIAS Y ACCIONES CLAVE

- **Definir un propósito:** Establecer junto a colaboradores, aliados y clientes qué necesita el mundo y en qué es bueno el negocio.
- **Ajustar o redefinir la propuesta de valor:** Un proceso iterativo que puede incluir ecodiseño, uso de materiales sostenibles, energías renovables, consumo eficiente de agua, enfoque en "kilómetro 0" (productos locales), comercio justo, entre otros.
- **Optimizar costes:** Buscar simplificar procesos y disminuir materiales sin perder valor.
- **Implementar metodologías y sistemas:** Utilizar herramientas como Ecocanvas para modelar negocios circulares o aplicar metodologías/sistemas de implantación de ODS adaptados a pymes.

LA INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRATEGIA DEL COMERCIO LOCAL



ENFOQUES FUNDAMENTALES

- **Enfoque en el Ciclo de Vida:** Integrar los aspectos ambientales en el diseño del producto desde el inicio para mejorar su comportamiento a lo largo de todo su ciclo de vida (ecodiseño).
- **Considerar el Triple Balance:** Diseñar objetos físicos o servicios teniendo en cuenta las vertientes económica, social y medioambiental de la sostenibilidad.
- **Liderazgo Directivo:** La integración en los procesos productivos suele estar liderada por la alta dirección o managers.
- **Conectar con Oportunidades:** La integración de políticas de RSC y ODS debe vincularse a oportunidades de negocio concretas.



MODELOS DE NEGOCIO CIRCULARES

- **Adaptación a modelos de negocio circular:** Apoyar a las empresas existentes en la adaptación a nuevos modelos que consideren el impacto ambiental y sociolaboral. Crear líneas de apoyo al emprendimiento en Economía Circular.
- **Promover modelos de economía colaborativa:** Fomentar el uso antes que la propiedad, a través de servicios de intercambio o alquiler, como nueva forma de consumo y oportunidad de emprendimiento.

COMUNICACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

IMPORTANCIA

La **comunicación proactiva y transparente** de cuestiones de sostenibilidad **fortalece la reputación y la imagen de marca**. Es fundamental para **construir confianza y compromiso con los stakeholders**.

TRANSPARENCIA

Integrar los ODS en los informes corporativos para comunicar mejor la contribución y abordar las necesidades de las partes interesadas. Aunque los informes formales son para grandes empresas, la idea de **transparentar los esfuerzos** es aplicable a menor escala.



AUDIENCIAS

La comunicación debe dirigirse tanto a la **plantilla** (para que conozcan la Agenda 2030 y el potencial de los ODS) como a los **clientes, proveedores, aliados** y la **sociedad en general**.

SENSIBILIZACIÓN INTERNA

Realizar acciones de sensibilización y formación de equipos en materia de ODS. Es necesario **extender el conocimiento** en todos los niveles de las plantillas para lograr un compromiso efectivo.

COMUNICACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

Acciones y Estrategias de Comunicación adicionales:

- 🌱 **Campañas de Difusión:** Desarrollar acciones de difusión y comunicación sobre el modelo de Economía Circular y su papel social, especialmente dirigidas a los **consumidores**. Asociar campañas sobre cambio climático, energías renovables, gestión de residuos y movilidad sostenible al concepto de Economía Circular.
- 🌱 **Comunicar la Propuesta de Valor Sostenible:** Hacer saber a los consumidores los criterios de sostenibilidad que se tienen en cuenta en las decisiones de compra.
- 🌱 **Visibilizar Compromisos:** La Agenda 2030 ayuda a hacer visible la declaración de intenciones responsable y comprometida de la empresa.
- 🌱 **Difundir Buenas Prácticas:** Dar a conocer catálogos de iniciativas de desperdicio alimentario, guías para el canal HORECA, o manuales de gestión sostenible para mercados. Promocionar el papel de los gestores de residuos.
- 🌱 **Transparencia en Alianzas:** Ser transparente con los aliados y hacerlos parte de la propuesta de valor. Comunicar el valor de trabajar con aliados en lugar de solo por precio.



BENEFICIOS DE LA SOSTENIBILIDAD PARA LOS COMERCIOS LOCALES

MEJORA COMPETITIVA

- Ayuda a identificar **futuras oportunidades de negocio** (70% lo destaca)
- Permite **adelantarse a las exigencias de ciertas normativas**

MEJORA DE LA REPUTACIÓN E IMAGEN

- La comunicación transparente fortalece la reputación y la imagen de marca (70% lo destaca)
- Contribuye a proyectar en los clientes una imagen de preocupación por los objetivos comunes

VENTAJA COMPETITIVA Y CAPTACIÓN DE CLIENTES

- Los consumidores **incluyen criterios de sostenibilidad en sus decisiones de compra** (50% lo valora)
- Trabajar con los ODS puede **favorecer el acceso a grandes empresas o a consumidores que ya tienen en cuenta criterios de sostenibilidad**
- Permite **diferenciarse en el mercado** y posicionarse como organizaciones éticas y coherentes (aumento de la visibilidad, 50% lo valora)

REDUCCIÓN DE COSTES

- Ayuda a **reducir los costes**, por ejemplo, a través del **ecodiseño**
- La gestión sostenible es una inversión que **mejora la productividad** a largo plazo
- La energía no consumida es la más barata

BENEFICIOS DE LA SOSTENIBILIDAD PARA LOS COMERCIOS LOCALES

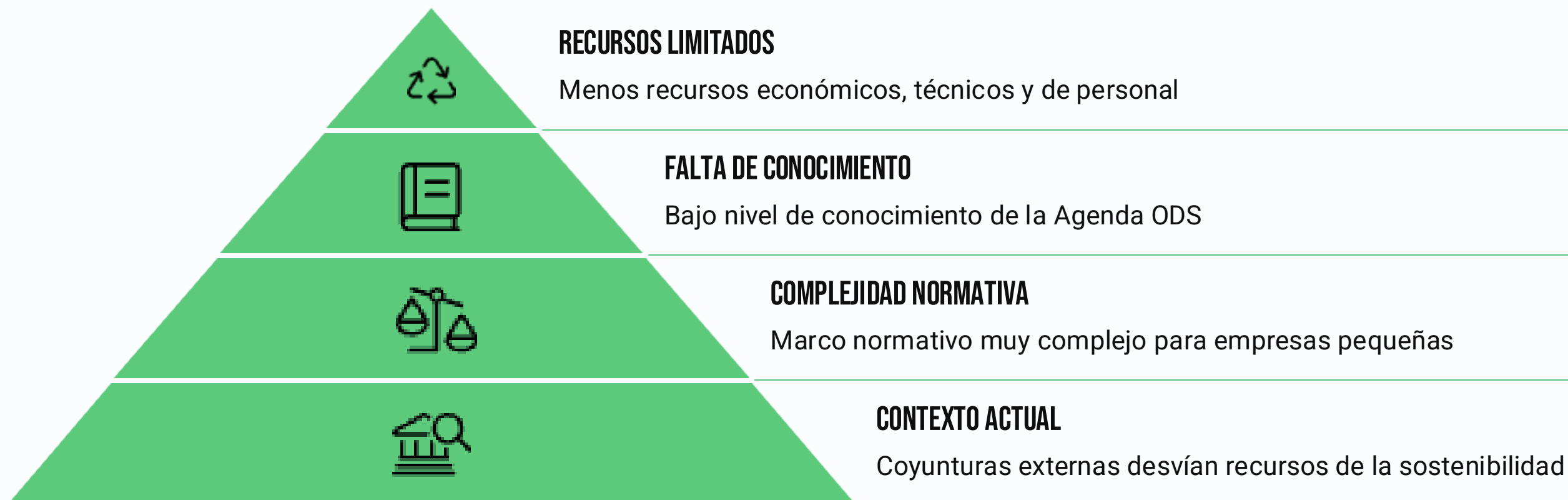


La integración de la sostenibilidad y el trabajo con los ODS ofrece **numerosas oportunidades estratégicas y de creación de empleo**. Además de los beneficios mencionados, las empresas consultadas también destacan:

- ♻️ **Captación de Capital:** La gestión sostenible facilita la **captación de capital a un coste menor** (70% lo destaca). Esto puede incluir acceso a financiación privada o pública orientada a la sostenibilidad.
- ♻️ **Mejora del Clima Laboral y Fidelización:** Ofrece retornos significativos en la mejora del clima laboral y la fidelización/atracción de trabajadores. La sostenibilidad no es solo medio ambiente, sino también la dimensión social/humana.
- ♻️ **Contribución al Entorno y Desarrollo Local:** Apostar por el **comercio local reduce la huella de carbono** y reporta beneficios a las Islas por la **fragilidad del ecosistema**. Permite participar en el **desarrollo de estructuras locales** y favorecer el desarrollo local a través de mecanismos como las compras locales. La Economía Circular en Canarias busca **apoyar a la empresa canaria en aumentar su eficiencia** y promover **mayor fortaleza y crecimiento empresarial**.



DESAFÍOS, OPORTUNIDADES Y APOYOS PARA LOS COMERCIOS LOCALES



DESAFÍOS, OPORTUNIDADES Y APOYOS PARA LOS COMERCIOS LOCALES

Desafíos:

- 🔄 **Recursos Limitados:** Las pymes y microempresas a menudo cuentan con **menos recursos** (económicos, técnicos, de personal) para acometer proyectos internos de mejora o inversión en I+D+i.
- 🔄 **Falta de Conocimiento/Información:** El nivel de conocimiento de la Agenda ODS en el personal base es bajo. Falta de un marco normativo estructurado y ordenado que facilite el cumplimiento para las empresas. Desconocimiento de planes públicos de actuación.
- 🔄 **Complejidad:** El marco normativo puede resultar **muy complejo** para las empresas.
- 🔄 **Contexto Actual:** Las coyunturas externas (como la pandemia) pueden requerir desviar energía y esfuerzos de las inversiones en sostenibilidad a las prioridades a corto plazo.



OPORTUNIDADES PARA LOS COMERCIOS LOCALES



DEMANDA CRECIENTE

Los consumidores incluyen cada vez más criterios de sostenibilidad en sus compras.



DIFERENCIACIÓN

Contribuir a la sostenibilidad es un **diferenciador positivo estratégico**.



FINANCIACIÓN

Posible acceso a **fondos europeos** (Next Generation) y líneas de financiación pública o privada orientadas a la sostenibilidad.



INNOVACIÓN

La sostenibilidad y la transformación digital son fuentes de innovación. La Economía Circular debe ser un eje central de la estrategia de I+D+i de Canarias (S3).



OPORTUNIDADES PARA LOS COMERCIOS LOCALES

Otras oportunidades importantes:

- 🔄 **Tejido Colaborativo:** Oportunidades para **trabajar con aliados**, generar sinergias a través de redes de colaboración y alianzas sectoriales e insulares. La creación de clústeres de Economía Circular.
- 🔄 **Rol de Canarias:** El paquete de Economía Circular es una oportunidad para que Canarias lidere la transición en las RUP.
- 🔄 **Nuevos Nichos de Empleo:** La Economía Circular generará nuevos yacimientos de empleo y requerirá nuevas competencias.

APOYOS NECESARIOS PARA LOS COMERCIOS LOCALES

RECURSOS Y HERRAMIENTAS

Asignar **recursos técnicos y económicos**. Poner a disposición de las empresas **instrumentos sencillos y prácticos**. Difusión de **recursos y herramientas adaptados** a diferentes sectores y tamaños de empresa. Elaboración de **guías y catálogos**.



FINANCIACIÓN

Poner a disposición de las empresas **instrumentos que permitan realizar las inversiones y esfuerzos** para avanzar. Líneas de apoyo específicas (ej: emprendimiento en EC, ecodiseño). Incentivar la I+D+i en EC.



ASESORAMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO

Desarrollar **programas de asesoramiento y acompañamiento** a las pymes en el proceso de diseño e implantación de los ODS/sostenibilidad. Apoyar a empresas de consultoría especializadas.



FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Ampliar y mejorar la **oferta de programas formativos especializados**. Incluir conceptos de EC en programas de formación para el empleo y emprendedores.



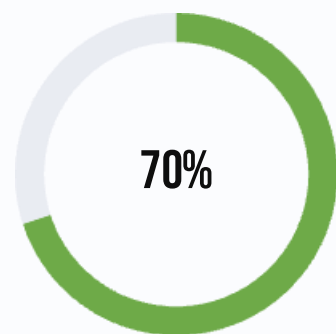
APOYOS NECESARIOS PARA LOS COMERCIOS LOCALES

Otros apoyos fundamentales:

- **Marco Normativo y Planes Públicos:** Definir políticas y marcos legales que faciliten la implementación. Es importante **pasar de la estrategia a la implantación efectiva** y en los plazos previstos. Es necesario un esfuerzo coordinado y de colaboración entre administraciones y sector privado. Se debe agilizar la gestión administrativa.
- **Compra Pública Sostenible:** La contratación pública puede ser un instrumento para **impulsar la sostenibilidad y la Economía Circular**. Incluir criterios ambientales y sociales en los procedimientos de licitación.
- **Sensibilización:** Campañas que incluyan la gestión energética (cambio climático, renovables, movilidad) y la economía colaborativa asociándolas al concepto de Economía Circular.

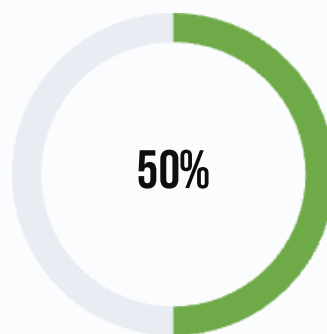


CONCLUSIÓN: SOSTENIBILIDAD COMO ESTRATEGIA DE FUTURO



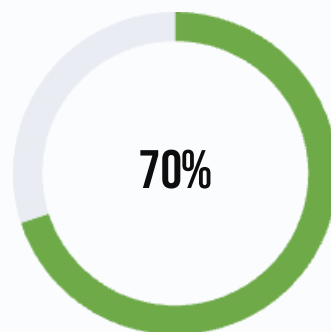
MEJORA COMPETITIVA

Empresas que destacan las oportunidades de negocio futuras



CAPTACIÓN DE CLIENTES

Empresas que valoran los criterios de sostenibilidad en compras



REPUTACIÓN

Empresas que destacan el fortalecimiento de imagen de marca

Este módulo busca equipar a los comercios locales y pymes con el conocimiento necesario para entender la sostenibilidad no solo como una obligación, sino como una estrategia de futuro que puede mejorar su competitividad, reducir costes y fortalecer su relación con su entorno y sus clientes, contribuyendo activamente a la Agenda 2030 y la Economía Circular en Canarias.

