

SOSTENIBILIDAD
Y EMPRESAS MIDDLE MARKET

¿POR QUÉ AHORA?

Autores

Emilio Llopis 



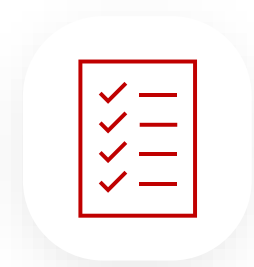
Leo Gutson 



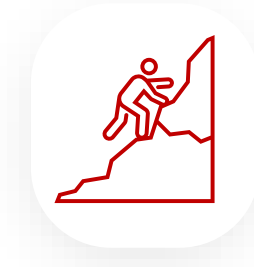
Adoptar ahora estrategias de sostenibilidad es esencial para las empresas de tamaño medio, no solo por el imperativo social y ambiental, sino como una **estrategia de diferenciación y ventaja competitiva.**

GLR PARTNERS se centra en convertir la sostenibilidad en un pilar de innovación y liderazgo de marca, ofreciendo **una ruta clara hacia el éxito sostenible y la diferenciación** en el mercado.

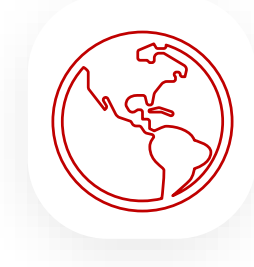
¿Por qué ahora?



La normativa



**Los clientes y la
competencia**



**El mundo lo
necesita**

¿Por qué ahora? | **La normativa**

En este 2024, se está visualizando a una evolución exponencial de las regulaciones sobre sostenibilidad para las empresas.

La consideración de los factores **ESG (Environmental, Social & Governance)** en operaciones comerciales y el creciente papel de la Unión Europea **está llegando al ámbito de las empresas del middle market español.**

Estas son las implicaciones para las empresas:

- La regulación en sostenibilidad está diseñada para **mejorar la transparencia y la responsabilidad** de los actores en el ecosistema comercial actual, donde la Unión Europea centra sus esfuerzos en armonizar informes y prácticas sostenibles.
- La razón principal es estandarizar las prácticas sostenibles para **evitar el greenwashing** o lavado de imagen de una empresa, así como también, buscar cómo **transformar las empresas en negocios sostenibles.**

Dos principales normativas a tener en cuenta

Directiva CSRD

Obligación de presentar informes no financieros, anterior ley 11/2018 de Estados de Información No Financiera.

A qué empresas aplica:

- Empresas +500 empleados a partir de **2025** (cierre de ejercicio 2024).
- El año siguiente (**2026**) para empresas con +250 empleados con activos en balance +20 millones o Ingresos de al menos 40 millones de euros.
- En **2027**, Pymes cotizadas con las mismas características.

Directiva CSDDD, Corporate Sustainability Due Diligence Directive

Las due diligence se refieren a exámenes exhaustivos a nivel comercial y se extiende hasta las cadenas de valor y producción en relación con los proveedores y la extracción de materias primas para asegurar que se cumplimentan todos los compromisos medioambientales y que no hay contingencias ocultas.

A qué empresas aplica:

- Con la reciente aprobación de esta directiva (15/03/2024), el Parlamento Europeo requerirá que las **grandes empresas de la UE y las empresas no pertenecientes a la UE con actividades significativas en la UE** realicen procesos de due diligence para salvaguardar los derechos humanos y el medioambiente.

¿Por qué ahora? | **El cliente y la competencia**

Las ventajas:

- + **Conciencia creciente:** Los clientes están cada vez más informados sobre los impactos ambientales y sociales, lo que los lleva a preferir marcas que demuestren un compromiso auténtico con la sostenibilidad.
- + **Diferenciación de marca:** En un mercado saturado, la sostenibilidad ofrece una oportunidad única para que las empresas se diferencien, atrayendo a un segmento de clientes que valora las prácticas empresariales responsables.
- + **Presión competitiva:** La adopción de estrategias de sostenibilidad por parte de competidores establece un nuevo estándar en la industria, impulsando a las empresas a adaptarse para no quedarse atrás.
- + **Exigencias normativas:** La normativa en materia de sostenibilidad se está volviendo cada vez más estricta, lo que requiere que las empresas no solo cumplan para evitar sanciones sino también para satisfacer las expectativas de clientes y socios.
- + **Ventaja económica:** La integración de la sostenibilidad en las operaciones y la cadena de valor puede resultar en ahorros significativos, mayor eficiencia y acceso a nuevos mercados y oportunidades de inversión, lo que en última instancia puede aumentar la rentabilidad.

Los riesgos:

- **Marginalización en el mercado:** Sin sostenibilidad, las empresas pierden competitividad, ya que clientes y otros stakeholders demandan entidades con prácticas responsables.
- **Limitación de oportunidades:** La falta de un enfoque sostenible restringe colaboraciones y acceso a mercados que exigen estándares ESG en la cadena de suministro.
- **Riesgos legales y financieros:** Ignorar regulaciones ESG puede llevar a sanciones, afectando la operatividad y rentabilidad.
- **Daño reputacional:** La percepción negativa pública por no priorizar la sostenibilidad puede disminuir la lealtad del cliente y dificultar la atracción de talento.

¿Por qué ahora? | **El mundo lo necesita**

5 razones clave

- 1. Responsabilidad social y ambiental:** Las empresas middle market, al igual que las grandes empresas, tienen la responsabilidad de minimizar su impacto ambiental y contribuir al bienestar social. La adopción de prácticas sostenibles ayuda a reducir la huella ecológica y contribuye a un desarrollo más equitativo, manteniendo la competitividad.
- 2. Acceso a mercados internacionales:** Muchos mercados internacionales exigen estándares de sostenibilidad para acceder a ellos. Las empresas que integran la sostenibilidad pueden ampliar su alcance y participar en cadenas de suministro globales más amplias.
- 3. Atracción y retención de talento:** Los empleados, especialmente las generaciones más jóvenes, valoran trabajar en empresas con un fuerte compromiso con la sostenibilidad. Integrar prácticas sostenibles puede ayudar a atraer y retener talento.
- 4. Resiliencia empresarial:** La sostenibilidad a menudo implica la diversificación de fuentes de suministro y la preparación para desafíos sociales y ambientales. Esto puede aumentar la resiliencia de las empresas frente a posibles crisis y perturbaciones.
- 5. Preservación de recursos naturales:** La adopción de prácticas sostenibles contribuye a la preservación de los recursos naturales, asegurando su disponibilidad a largo plazo y ayudando a combatir el agotamiento de los mismos.

¿Cómo?



Diagnóstico



**Estrategia de
sostenibilidad**

Plan Director de
Sostenibilidad



Reporte



**Sostenibilidad en
la marca y la
propuesta de valor**

¿Cómo?



1

Diagnóstico

Con el diagnóstico pretendemos hacer una autoevaluación de situación de la empresa.

**¿Cómo ha llegado a día de hoy?
¿Cuáles son sus retos y oportunidades?**

El objetivo es tener una foto del momento actual. Ofrecer un informe detallado del diagnóstico para establecer un **plan de acción y una hoja de ruta** para trabajar los aspectos más importantes de una buena estrategia de sostenibilidad.

Evaluación de Impacto 



2

Estrategia de sostenibilidad

Debe haber un equilibrio entre rendimiento económico con generación de impacto social y ambiental en las operaciones de las empresas.

Una estrategia de sostenibilidad que no incremente la competitividad no es sostenibilidad.

Te ayudamos a definir, implementar y situar la sostenibilidad en el centro de la estrategia, de forma que incremente la competitividad de tu compañía de manera sólida y sostenible con un **Plan Director de Sostenibilidad**.

Plan Director de Sostenibilidad



3

Reporte

La sostenibilidad no es para empresas grandes, sino para empresas que quieren hacer algo grande.

La regulación exige cada vez más las divulgaciones de asuntos en materia de sostenibilidad. Hoy en día las organizaciones reconocen la importancia de la sostenibilidad y lo incorporan en su estrategia. **El problema es cuándo y cómo se aterriza operativamente.**

Tras definir una **Estrategia de sostenibilidad** es muy importante saberla comunicar de forma coherente y comprensible para los stakeholders.

En GLR Partners somos expertos en desarrollar Memorias de Sostenibilidad en base a las **guías de reporting más usadas a nivel mundial** como el estándar GRI y del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

¿Cómo?



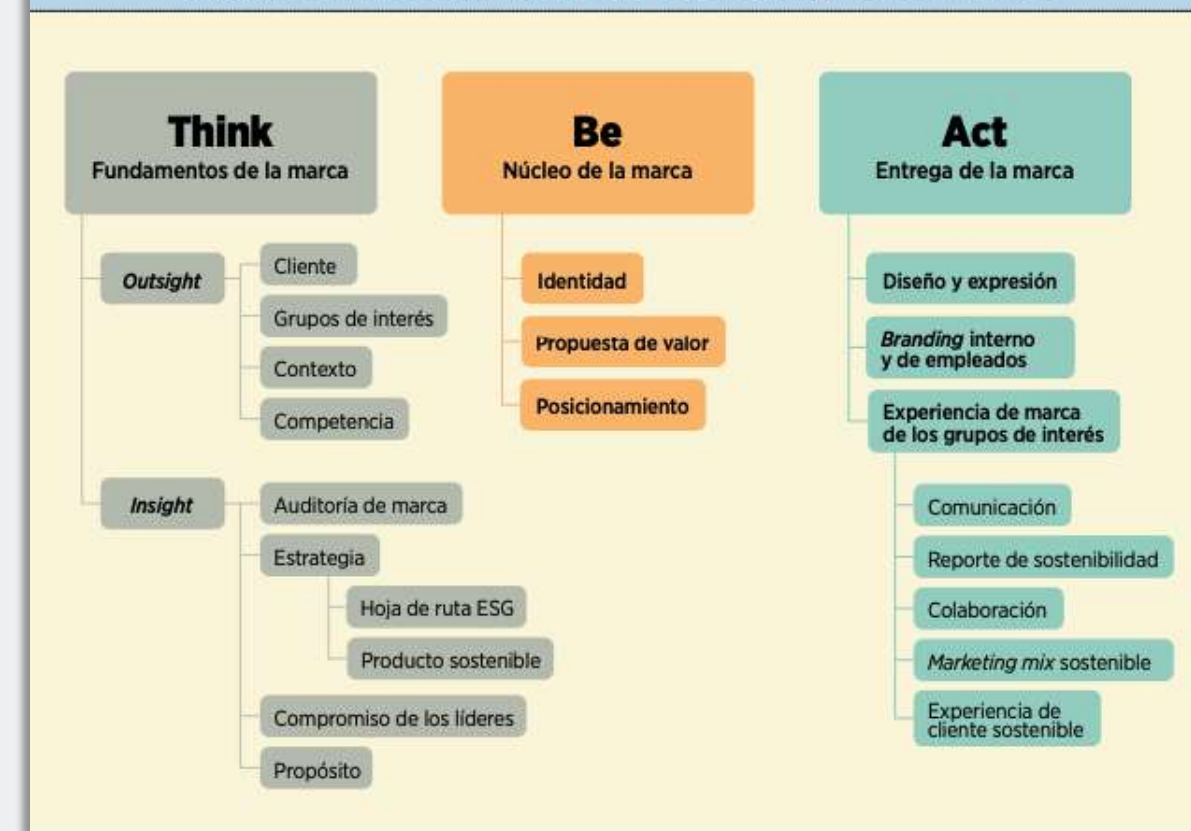
4

Incorporar la sostenibilidad en la propuesta de valor de la marca de un modo rentable

En GLR PARTNERS, aplicamos nuestra experiencia en Branding y un modelo propio para integrar la estrategia de sostenibilidad en la propuesta de valor de tu empresa.

Nuestro compromiso es guiar a tu empresa hacia un futuro sostenible, creando marcas que no solo promueven un cambio positivo, sino que también se destacan en el mercado.

Cuadro 3. Modelo TBA de 'branding' sostenible



Nuestro valor:

Modelo Propio de Branding Sostenible: Desarrollamos marcas poderosas y relevantes, alineando sostenibilidad y valor de marca desde su concepción.

Enfoque Estratégico TBA (Think, Be, Act): Analizamos el contexto ESG, integramos la sostenibilidad al núcleo de la marca y desplegamos esta identidad sostenible hacia clientes y stakeholders.

Estrategias Personalizadas: Nuestro modelo permite una adaptación y personalización profunda a las necesidades específicas y contexto competitivo de tu empresa.

Evitación de Greenwashing: Nuestro enfoque auténtico y coherente previene el riesgo de greenwashing, reforzando la credibilidad y autenticidad de tu marca.

Impacto Económico Positivo: La sostenibilidad mejora la rentabilidad vía innovación, diferenciación de la competencia y crecimiento del top line.

Por qué GLR Partners

Ayudamos a las empresas a **CRECER MÁS Y MEJOR**

Somos una boutique de Consultoría especializada en Estrategia, Marketing, Ventas, Operaciones, Personas y Sostenibilidad.

Llevamos 20 años **transformando negocios, marcas y profesionales.**

Sólo hacemos lo que sabemos hacer bien.



Cómo lo resolvemos

Te ayudamos a definir e implementar una estrategia sostenible, coherente y diferenciadora, que incrementa la competitividad de tu compañía.

Somos expertos en el diseño de la estrategia de sostenibilidad, así como en todo su despliegue.

A qué empresas ayudamos

Acompañamos a organizaciones con diferentes niveles de integración de la sostenibilidad, pero que ven en la sostenibilidad un elemento esencial para el éxito de la compañía.

Método

Nuestra experiencia nos enseña que la transformación sólo es posible desde dentro de la compañía.

Nuestro rol es empoderar, impulsar y hacer crecer al equipo interno de nuestros clientes.

WINNERS = WIN + INNERS

Cómo trabajamos

Trabajamos con tu equipo. Lo hacemos crecer y empoderamos. El conocimiento se queda en tu empresa.



Socios y trusted advisors



Emilio Llopis

Go To Market

Emilio es uno de los top expertos españoles en Branding y Marketing Estratégico. Es Doctor en Marketing y profesor asociado de IE Business School, Deusto Business School, Isem Fashion & Business School entre otras.

Socio fundador de GLR Partners, ha colaborado con más de 100 marcas en proyectos de consultoría, branding, go-to-market y comunicación.



Pablo Llopis

Go To Market

Especialista en Marketing Estratégico, Dirección Comercial y Transformación Digital del negocio, su principal actividad profesional es la consultoría estratégica y operativa.

Acumula más de 20 años de experiencia en las áreas de marketing, comercial y gerencia, tanto en multinacionales como en pymes. Su trayectoria incluye negocios B2B y B2C en diversos sectores, con un sesgo importante hacia las tecnologías de la información y las comunicaciones.



Leo Gutson

Sostenibilidad

Leo es experto en el desarrollo de estrategias en materia de desarrollo empresarial sostenible. Es docente en IE Business School, Universidad Autónoma de Madrid y Universidad Complutense de Madrid.

Más de 20 años de experiencia profesional, 10 de ellos en KPMG como manager del equipo de sostenibilidad y cambio climático. Leo es embajador de B Corp desde 2013 y ha asesorado a más de 80 empresas en Europa y América Latina para obtener la certificación B Corp.



Alejandro Requena

Estrategia

Alejandro es especialista en Estrategia y en Transformación de la cadena global de suministro. Profesor de Estrategia en EDEM Escuela de Empresarios y ex Socio de consultoría de Deloitte.



Miguel Ángel Llano

Estrategia

Miguel Ángel es especialista en Estrategia y Operaciones. Es doctor en Ciencias de la Administración y Profesor de Operaciones, Industria de Transformación y Servicios en San Telmo Business School.



Marisa Martínez

Operaciones

Marisa es especialista en Estrategia de Operaciones y Servicios. Es profesora asociada en San Telmo Business School, Universidad de Navarra y Deusto Business School, entre otras.



Juan Luis Garrigós

Personas

Juan Luis es una de las personas de referencia a nivel nacional en la gestión de personas.



Xavier Lamote de Grignon

Estrategia & Go To Market

Es especialista en Estrategia, Management y Marketing en el Go-to-market. Profesor y ponente de Estrategia, Management y Marketing en diversas escuelas de negocios y universidades nacionales e internacionales y especialista en negociación internacional y pricing.

Sumamos una experiencia de más de

200
clientes

450
proyectos

Experiencia en sostenibilidad

Algunos ejemplos de memorias e informes de sostenibilidad que hemos desarrollado con nuestros clientes:



Experiencia GLR Partners

Empresas y profesionales que nuestros socios han podido servir en otras áreas de consultoría:



Experiencia GLR Partners

Empresas y profesionales que nuestros socios han podido servir en otras áreas de consultoría:



Experiencia GLR Partners

Empresas y profesionales que nuestros socios han podido servir en otras áreas de consultoría:





**¿Quieres conocer cómo te podemos
ayudar a crecer más y mejor?**

[Entra en glrpartners.com](http://glrpartners.com)

