

# El éxito de las empresas pasa por reimaginar estrategias

La consultora gallega Valora realiza un análisis para prever el cambio social ante el desarrollo sostenible

Más de 30 expertos pertenecientes a empresas como Acciona, Inditex o Eroski participan en el proyecto

**B. Q.**

■ En una semana en la que el cambio climático ha sido el protagonista de la actualidad, también salían a la luz un par de informes que hacen referencia al comportamiento de la sociedad y su influencia en el medio ambiente. En uno de ellos, la Fundación Biodiversidad daba a conocer que España consume y genera una contaminación casi tres veces (2,6) la biocapacidad de su territorio (capacidad de recarga de los recursos naturales), lo que significa que su nivel de insostenibilidad es del 260%. En este contexto, la empresa gallega Valora Consultores y la Fundación Opti presentaba el estudio de prospectiva *El comportamiento social ante el desarrollo sostenible*, en el que se analiza cuál será el comportamiento de los ciudadanos en su vida cotidiana ante el reto de preservar los recursos naturales para las generaciones venideras.

El autor del libro, Senén Ferreiro, director de Valora, asegura que el cambio de comportamiento ha de darse no sólo en el consumidor, sino a nivel empresarial. «Es necesario que las empresas revisen sus modelos de negocio teniendo en cuenta paradigmas de sostenibilidad», indica Ferreiro, que apunta que no se trata, de «desvirtuar la organización actual», sino de marcarse nuevos retos e ir superando las prácticas antiguas. Los retos, explica, pasan por reimaginar las estrategias empresariales y por desarrollar nuevos productos y servicios con enfoques de ecodiseño y ecoproducto, internalizando los costes ambientales.



El director de Valora presentó su proyecto en Madrid ante la ministra Cristina Narbona

**El autor aboga por que las empresas revisen sus modelos de negocio**

**Cada vez resulta más importante la responsabilidad social corporativa**

De hecho, ya existen ejemplos como líneas enteras de productos eco, que ponen de manifiesto la necesidad de novedades que integren consumo, innovación y,

sobre todo, sostenibilidad, un concepto que se ha convertido en un factor diferenciador de marca.

La necesidad de mantener un equilibrio entre el avance y el desarrollo sostenible implican la creciente importancia de la responsabilidad social corporativa para las empresas que, cada día, es más demandada por la sociedad.

## Posibilidades de futuro

En el estudio se identifican tres escenarios posibles con un horizonte temporal de entre 15 y 20 años. En cada uno de ellos se refleja el tipo de respuesta que la sociedad española podría dar respecto a la sostenibilidad, teniendo en cuenta la disponibilidad de recursos tecnológicos, económicos, humanos, institucionales

y naturales, que podrían prevalecer en cada uno de los escenarios.

## Investigación

La investigación ha contado con la colaboración de más de 30 expertos en sostenibilidad, responsables en empresas como de Acciona, Inditex, Eroski o Tecnoma, y de especialistas de entidades y organismos como el Ciemat, Sogama o el Instituto de Ciencias de Materiales de Madrid, entre otras. El documento aporta conclusiones para mejorar o salir de cada uno de los escenarios posibles. La meta de este trabajo es, para Valora Consultores, dar respuestas al ciudadano, a las administraciones y a las empresas para mejorar o salir en cada uno de los escenarios.