

Taller con ecosistemas empresariales alternativos

Madrid, 16 de enero de 2025

Asistentes:

- **B-Corps/B-Labs:** Eva Garrell y Laura Pedrero
- **Economía del Bien Común:** Paco Alvarez
- **REAS Red de Redes:** Susana Ortega
- **SANNAS Triple Balance:** Daniela Pavlova
- **Oxfam Intermón:** Nerea Basterra y Miguel Alba

El pasado jueves 16 de enero mantuvimos una primera reunión convocada por Oxfam Intermón en la que participaron cuatro entidades que propugnan y promueven un modelo económico y empresarial que integra el desempeño social y ambiental en el centro de su propuesta de valor.

En la ronda de presentaciones, cada iniciativa mencionó un concepto o elemento importante de su propuesta. El de B-Corps/B-Lab fue **Impacto**, el de Sannas **Comunidad**, REAS mencionó el **Trabajo en Red** y EBC **Economía con rostro humano**.

Definición de intereses y necesidades

La sesión comenzó con una rica lluvia de ideas en la que todos los participantes plantearon sus expectativas sobre el proyecto de colaboración que nos reunió en el taller y los temas que se podrían abarcar en base a los intereses, preocupaciones y necesidades de cada iniciativa, y que poco a poco fuimos tamizando en base a puntos en común.

Entre los aspectos que salieron y que se pueden retomar más adelante o estudiar cómo incorporar a la colaboración actual están los siguientes:

- Trabajo en **educación**, tanto a nivel universitario como en enseñanza media a través de clases, contenidos o material.
- **Apoyo y llegada a pymes**, facilitando capacitación, ayudando en la gestión del impacto, así como dando apoyo en la elaboración de informes de sostenibilidad, sobre todo a partir de la implementación de CSRD.
- Trabajo con **comunidades**, ciudadanía, administraciones públicas... más allá del entorno empresarial
- Algunas de las iniciativas cumplen **aniversarios “redondos”** en este año.

- **Incidencia política** en base a demandas compartidas, contratación pública responsable

El debate nos llevó a plantear la oportunidad de colaborar con entidades con objetivos y valores comunes que, en una dinámica previa se mencionaron en términos como “impacto”, “comunidad”, “trabajo en red” o “modelo económico con rostro humano”.

Al fin y al cabo, las iniciativas participantes apuntan en una misma dirección, aunque cada una cuenta con elementos diferenciados. Por ello, un primer paso podría consistir en **aunar esfuerzos para definir un ideal de empresa o de impacto empresarial** en el medio plazo.

A partir de esa visión compartida, se plantean diferentes planteamientos de economías alternativas y la diversidad de propuestas, tanto en modelos como en liderazgos. Es importante enfatizar la importancia de esta diversidad, no como elemento que difumina la propuesta de alternativas, sino como algo que muestra su riqueza y variedad con un horizonte compartido.

En términos conceptuales sí que resulta pertinente acotar el significado de términos como impacto, economía alternativa, sostenibilidad, trabajo digno... para clarificar qué se ha de entender en cada caso, mostrar la convergencia en planteamientos y rechazar su vaciado de sentido propio del impact-..., ODS-..., green-...washing.

En este sentido, - y a modo de inciso-, una línea de trabajo paralela a explorar por parte del ecosistema de empresas de triple impacto puede ser la de colaborar de alguna manera en auditar y verificar de la información de sostenibilidad que publiquen las empresas en base a CSRD, para que no se limite a un aspecto técnico de cumplimiento normativo que vuelvan a copar las Big Four, sino que resulte un ejercicio efectivo de rendición de cuentas de aspectos sociales y ambientales verificado por actores con la sensibilidad, el conocimiento y la trayectoria adecuadas.

Retomando el hilo, para avanzar en definir esa visión compartida que se intuye, se plantea la **necesidad de que las diferentes iniciativas se conozcan entre sí**. Para ello, es necesario exponer el marco conceptual de cada propuesta y desgranar las diferentes herramientas de medición o de rendición de cuentas. De ese modo, se puede detectar el grado de complementariedad entre cada una de ellas, los indicadores en común de cada herramienta, planteamientos coincidentes, etc. Este ejercicio de conocernos unos a otros no sólo sirve de cara al proyecto de colaboración que estamos definiendo, sino que también puede facilitar colaboraciones bilaterales o que alguna iniciativa se sume al proyecto que otra tiene ya en marcha.

Pero este ejercicio de explicar cada iniciativa también se puede hacer hacia fuera, y dar a conocer a un público más amplio de ciudadanos y empresas que existen otros

modelos de empresas con una trayectoria y un recorrido que avala la validez de su propuesta. Claramente, esa **necesidad de divulgación y de que haya un mayor conocimiento** de las propuestas de triple impacto es un interés común a todas las iniciativas y hacia allí es hacia donde dirigimos el proyecto de colaboración que planteamos.

Propuesta de colaboración

Una manera de atender esta necesidad de divulgación puede ser a través de un producto con un enfoque integral que parta de un planteamiento de visión compartida, para ir secuenciando desde el gran angular a lo concreto. Ha de servir para presentar y explicar cada una de las propuestas de manera que abarque los elementos clave de cada una de ellas. El tipo y formato de producto lo iremos decidiendo según avancemos en la colaboración

Audiencia

Entre los posibles públicos objetivo están la ciudadanía, -especialmente en su faceta como consumidora-, el regulador, centros de formación, y las empresas, tanto las no concienciadas como aquellas que ya lo están, y estén transitando o planeen hacerlo hacia otra forma de hacer empresa. Finalmente, hubo bastante acuerdo por parte de los participantes por **enfocarse hacia las empresas**, sin distinguir inicialmente tipologías.

Objetivo

La finalidad del producto pasa por incidir en que las empresas no actúan de forma independiente y desconectada, sino que necesariamente forman parte de una comunidad y se interrelacionan con otras que son proveedoras, clientes u otras que se influyen o afectan entre sí de muchas formas.

En base a ello, es necesario que existan referentes empresariales diferentes a las grandes corporaciones como las que, por ejemplo, acuden al foro de Davos. La intención final es que los impactos positivos provocados por la actividad empresarial se puedan maximizar y no se queden en un mero reporte CSRD, y los impactos negativos se traten de minimizar, para así combatir el impact-washing, aunque siendo conscientes de que es imposible hacerlo todo bien al 100%, ya que al fin y al cabo de trata de un proceso de mejora continua.

El producto puede servir como guía para indicar cómo se puede empezar a transitar hacia una perspectiva de triple impacto o por dónde seguir en el caso de empresas que ya hayan dado los primeros pasos.

Contenido

El enfoque tanto integral como secuencial del producto de divulgación ha de comenzar planteando un marco conceptual que defina claramente el cambio deseado. Por ello se ha de explicitar la intencionalidad el impacto de la actividad empresarial y ello remite al punto de partida de cada experiencia empresarial.

Se abordarán los avances en la normativa sobre sostenibilidad y el salto cualitativo que supone en el reporte de aspectos sociales, ambientales y de gobernanza, que constituyen un suelo mínimo para transformar el modelo empresarial vigente.

En base a ello, se explicará y desarrollará la propuesta de cada una de las iniciativas de triple impacto, destacando los elementos diferenciadores y los prioritarios de cada una de ellas para incidir en la sensibilización y concienciación sobre ellos. Y en base a la mirada integradora y holística que queremos dotar al producto de divulgación, se abordaran tanto los puntos en común de las distintas iniciativas como los aspectos que no se están abordando debidamente en el debate sobre sostenibilidad y reporte ASG.

Para ello, consideramos muy esclarecedor presentar las herramientas de medición y de rendición de cuentas de cada iniciativa. Estas herramientas sirven para realizar diagnósticos a las empresas sobre sus marcos de sostenibilidad y su compromiso efectivo con los aspectos sociales y ambientales, al tiempo que permiten embarcarse en procesos de mejora continua.

Desde lo teórico, pasamos a lo práctico, poniendo ejemplos de empresas con impacto real, que sirvan como muestra de buenas prácticas, de manera que contribuyan a validar con evidencias los planteamientos de modelos empresariales alternativos de las diferentes iniciativas. Para ello, y con el fin de que las empresas y audiencias sobre las que queremos influir puedan ver esas experiencias como cercanas y de esa forma se sientan apeladas, los ejemplos han de ser variados y abarcar diferentes sectores, diferentes tipologías y tamaño de empresas, contextos diversos y distintos modos de liderazgos. En cualquier caso, el alcance del producto será a nivel estatal.

A modo de conclusión, el producto podría plantearse que funcione como una especie de guía que oriente a las empresas que deseen transitar hacia otro tipo de modelo a poder hacerlo realidad a partir de un menú de opciones que existen actualmente con evidencias y experiencias que muestran su viabilidad con las que las empresas se puedan identificar.

Tono

El tono ha de evitar juzgar a las empresas con impactos mejorables en lo social y ambiental y plantearlo como un itinerario de mejora continua en la que las empresas e

iniciativas que cuentan con más recorrido en estos aspectos ayudan a ilustrar por dónde transitar y cómo.

Se incidirá en la necesidad de medir para poder mejorar, pero siempre desde un abordaje honesto y con autocrítica, para evitar que el producto pueda ser percibido como un mero artefacto propagandístico. En ese sentido, resultará útil abordar los conflictos, obstáculos y dificultades que pueden surgir en el camino.

El punto de vista ha de estar enfocado al de la empresa y, en ese sentido, se abordará la diferenciación que se deriva de ser, o tratar de ser, una empresa de triple impacto como oportunidad de negocio.

Acuerdos

1. Nos embarcamos en un **proyecto conjunto para elaborar un producto colaborativo de divulgación** de las iniciativas empresariales de triple impacto dirigido fundamentalmente a empresas. Formato y tipo de producto pendiente de definir.
 - **Oxfam** ejerce de dinamizador de las reuniones de trabajo, que serán aproximadamente cada dos semanas en talleres de trabajo vía telemática de dos horas con orden del día e hitos de avance en el proyecto
 - **TODAS** contribuyen y dedican tiempo de trabajo al proyecto. La financiación necesaria podrá ser estimada una vez que hayamos afinado más la concreción del tipo de producto, y cada iniciativa valorará internamente lo que puede aportar y cómo. Se puede explorar la posibilidad de buscar financiación pública o proveniente de empresas que forma parte de alguna de las iniciativas.
2. En paralelo al producto principal, y para avanzar en que las diferentes iniciativas se conozcan entre sí, se elaborará un **documento en el que se explicarán las herramientas de medición de las diferentes iniciativas** tratando de identificar los puntos en común y los elementos diferenciadores. (elabora **OXFAM** en base a insumos de **TODAS**)

Próximos pasos

- a) Oxfam envía la relatoría del taller y habilita un espacio de trabajo colaborativo que pone a disposición de todos.
- b) Las diferentes iniciativas trasladan a sus bases lo hablado durante el taller y los acuerdos alcanzados para comprobar si están conformes con todo ello o hace falta matizar cualquier aspecto.
- c) A partir de las devoluciones que reciban las iniciativas, Oxfam convoca la primera sesión de trabajo a través de Teams en un plazo aproximado de 2 o 3 semanas en la que plantearemos un primer cronograma e iremos incorporando los avances que se vayan realizando en la definición del producto en un documento con formato de términos de referencia.
- d) Las iniciativas aportan información para nutrir el documento de herramientas de medición que Oxfam se encarga de elaborar.