



LA SENDA DE LA BIODIVERSIDAD

RESPONSABLES
CON
LA **BIODIVERSIDAD**



Con el apoyo de:



Esta publicación “La Senda de la Biodiversidad” forma parte del proyecto Responsables con la Biodiversidad desarrollado por Forética con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Octubre 2014.

Autoras de la publicación:

Ana Herrero y Julia Moreno

Diseño y maquetación:

Rafael Gimeno y Eva Megía

Agradecemos la colaboración de la Fundación Biodiversidad y la Fundación Global Nature y el apoyo del equipo de Forética.

Sobre Forética:

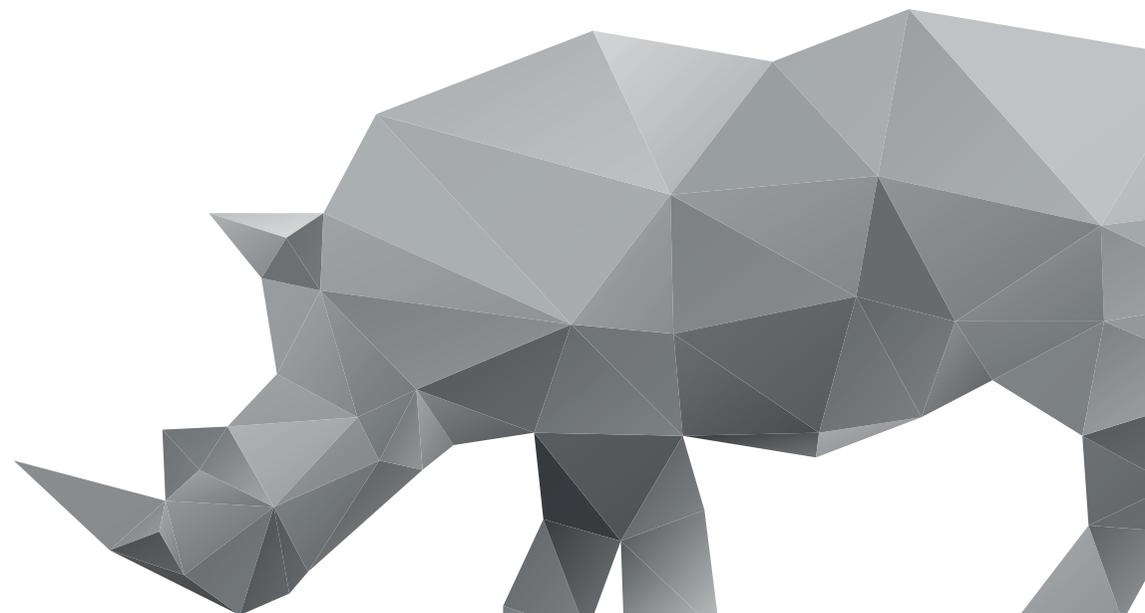
Forética es la asociación de empresas y profesionales de la responsabilidad social empresarial (RSE) líder en España y Latinoamérica, que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social, dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.

Forética es la propietaria del contenido de este documento y tiene reservados todos los derechos de traducción y/o reproducción total o parcial de este documento por cualquier medio.

Editado por FORÉTICA

C/ Zorrilla, 11 – 1º izquierda (28014 Madrid)

www.foretica.org





Dependemos de la biodiversidad para que haya vida en el planeta. Según la FAO, a finales del siglo XX habíamos perdido un 75% de la biodiversidad agraria. Esto significa que si perdemos especies, perdemos también propiedades nutritivas, sabores, cultura, recetas...

También salud y biodiversidad van de la mano. La salud del 60% de la población mundial depende exclusivamente de medicamentos de origen natural.

El 40% de la economía mundial depende de una biodiversidad y ecosistemas sanos. Además, se calcula que perder biodiversidad nos cuesta al año el 7% del PIB mundial.

Las empresas necesitan la biodiversidad y además, se ven afectadas si la pierden. Y todo ello independientemente de su tamaño, localización o sector.

La rentabilidad de algunas industrias está muy claramente ligada a la salud de los ecosistemas. Por ejemplo, el sector forestal, la pesca, la agricultura, el turismo.

Otros sectores lo que tienen es un impacto directo sobre la biodiversidad y los ecosistemas por sus operaciones, como el sector minero, el energético o la construcción. Hay otras industrias, como la farmacéutica o la cosmética que dependen del material biológico y los recursos genéticos para fabricar sus productos. Por ejemplo, el sector farmacéutico mundial depende entre un 25 y un 50% de la biodiversidad.

Hablar de biodiversidad es hablar de vida en el planeta, bienestar social y economía por ello es vital su conservación.

SONIA CASTAÑEDA
DIRECTORA DE LA FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD
DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

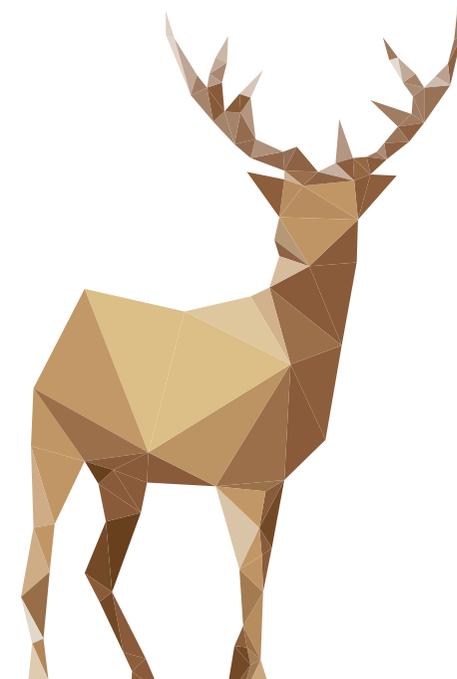
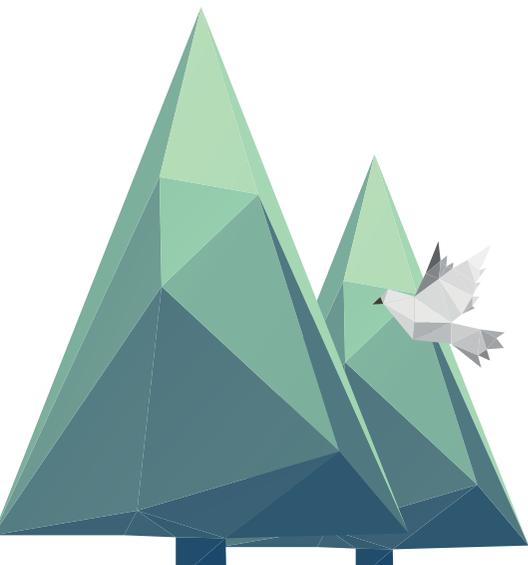




Las empresas que apuestan por una estrategia y gestión responsable de su negocio han de avanzar de manera simultánea en su respuesta a los retos que plantea la sostenibilidad en su triple dimensión: la social, la económica y, por supuesto, la medioambiental. Evitar la pérdida de biodiversidad es precisamente uno de los objetivos que plantea la Estrategia Europa 2020 para conseguir un desarrollo inteligente, sostenible e integrador de cara al año 2020.

Las empresas a través de sus políticas de RSE, tal y como reconoce la Comisión Europea, son clave para el éxito de la estrategia. Se precisa, por tanto, que las empresas lleven a cabo una evaluación de su dependencia e impacto en la biodiversidad e incorporen objetivos de uso sostenible de los recursos naturales así como acciones de protección de la biodiversidad en sus estrategias de sostenibilidad.

GERMÁN GRANDA
DIRECTOR GENERAL DE FORÉTICA



¿CÓMO UTILIZAR ESTE DOCUMENTO?

La **Senda de la Biodiversidad** pretende ser una **guía práctica y directa** que apoye a las empresas en su proceso de integración de **la biodiversidad en la estrategia** global de sostenibilidad o modelo de gestión empresarial responsable.

Esta publicación forma parte del **proyecto Responsables con la Biodiversidad** desarrollado por [Forética](#) con el apoyo de la [Fundación Biodiversidad](#) del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

A través de las **11 etapas propuestas**, Forética quiere **acompañar** a las empresas en su avance por esta senda hacia la **excelencia en materia de gestión y conservación** de la biodiversidad. Se presenta una **selección de las mejores herramientas**, metodologías, iniciativas, ejemplos y mejores prácticas que faciliten a las empresas su incorporación de la biodiversidad.

Para ser una **herramienta útil**, debe **adaptarse** a las distintas necesidades, retos y situación de partida de cada empresa. Por ello la lectura de este documento será diferente en función de quién es el lector y de su nivel de **madurez y conocimiento** en materia de biodiversidad.

Las 11 etapas propuestas no siempre han de tener lugar en el **orden** presentado. Sin embargo, sí hay una lógica en cuanto al **nivel de dificultad** que presentan las acciones a medida que avanzamos por la senda.

Te invitamos a situarte en el **mapa** de la siguiente página e ir **respondiendo cada una de las preguntas** que en él se plantean. En función de tu respuesta obtendrás una indicación diferente que te llevará bien a **conocer más y obtener respuestas** sobre el reto en cuestión o bien a **continuar tu camino** hacia una estrategia y posicionamiento completo en biodiversidad.

Al final del documento hemos incluido una [herramienta de autovaloración](#) que puede ser utilizada en distintos momentos del proceso de maduración del concepto en la empresa y que te permitirá **conocer dónde os encontráis en cada momento** y dar **seguimiento a los avances** conseguidos al transitar por la senda de la biodiversidad.

Encuentra en la guía los **ejemplos** , la **información adicional**  y los **enlaces externos**  para saber más.

INDICE

1

¿SABES QUÉ ES LA BIODIVERSIDAD Y QUÉ RELACIÓN TIENE CON TU EMPRESA?

NO
SI

2

¿TU EMPRESA TIENE UN COMPROMISO PÚBLICO CON LA BIODIVERSIDAD?

NO
SI

3

¿HAY UN RESPONSABLE DENTRO DE LA EMPRESA PARA DAR SEGUIMIENTO A LA RELACIÓN ENTRE EMPRESA Y BIODIVERSIDAD?

NO
SI

4

¿SE HAN IDENTIFICADO Y ANALIZADO LOS IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD EN LA BIODIVERSIDAD?

NO
SI

5

¿HAY UN PLAN CON OBJETIVOS CLAROS SOBRE BIODIVERSIDAD?

NO
SI

6

¿SE HACE PÚBLICO EL DESEMPEÑO Y ACTIVIDADES DE LA EMPRESA EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD?

NO
SI

7

¿SE IMPLICA A OTROS DEPARTAMENTOS EN EL COMPROMISO CON LA BIODIVERSIDAD?

NO
SI

8

¿SE FORMA Y SENSIBILIZA A LOS EMPLEADOS EN TEMAS DE BIODIVERSIDAD?

NO
SI

9

¿SE FOMENTA LA INCORPORACIÓN DE ESTOS COMPROMISOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO?

NO
SI

10

¿SE APROVECHAN LAS OPORTUNIDADES QUE LA BIODIVERSIDAD BRINDA EN MATERIA DE INNOVACIÓN Y GENERACIÓN DE MARCA?

NO
SI

11

¿COLABORA LA EMPRESA CON OTROS GRUPOS DE INTERÉS PARA LA MEJORA DE LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD?

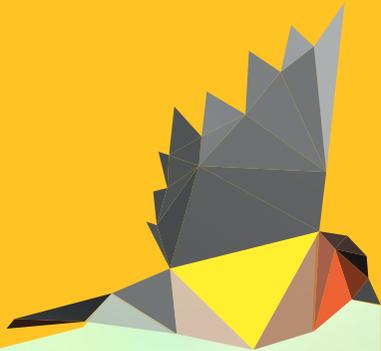
NO
SI



APRENDE

COMO TODOS LOS CAMINOS,
ÉSTE HAY QUE EMPEZARLO POR EL PRINCIPIO...
¿SABES POR QUÉ ES IMPORTANTE LA BIODIVERSIDAD?





La biodiversidad, en muchas ocasiones, no es un **concepto** conocido ni entendido por el público general. Su representación mental suele evocar la **naturaleza** en su sentido más amplio o, como mucho, a especies en peligro de extinción de las que escuchamos noticias diariamente. Sin embargo, la biodiversidad tiene una **trascendencia** mucho mayor en el día a día de las personas, y por tanto, de las empresas.

Este término proviene de la contracción de “biological diversity”, y se utilizó por primera vez en septiembre de 1986 en el título de una conferencia sobre el tema, National Forum on Biodiversity, convocada por Walter G. Rosen. Su definición más empleada es la que se acordó en el **Convenio Internacional sobre la Diversidad Biológica** que se aprobó en Nairobi el 22 de mayo de 1992:

LA BIODIVERSIDAD SE REFIERE A LA VARIABILIDAD DE ORGANISMOS VIVOS DE CUALQUIER FUENTE, INCLUIDOS, ENTRE OTRAS COSAS, LOS ECOSISTEMAS TERRESTRES Y MARINOS Y OTROS ECOSISTEMAS ACUÁTICOS, Y LOS COMPLEJOS ECOLÓGICOS DE LOS QUE FORMAN PARTE; COMPRENDE LA BIODIVERSIDAD DENTRO DE CADA ESPECIE, ENTRE LAS ESPECIES Y DE LOS ECOSISTEMAS

Es decir, la biodiversidad se refiere a la variedad de formas de vida existentes en la Tierra y a los procesos ecológicos que la sustentan.



¿CÓMO ENTENDER LA BIODIVERSIDAD?

Una forma fácil de aproximarse a este concepto es haciendo referencia a sus **tres niveles de complejidad**:

- **DIVERSIDAD ECOLÓGICA O DE ECOSISTEMAS.**

Se refiere a los distintos tipos de espacios que existen, teniendo en cuenta el medio físico y la parte viva que los componen y las relaciones que se establecen entre ellos. Ecosistemas son las sabanas, los bosques o los océanos pero también zonas manejadas como las ciudades o las plantaciones, por ejemplo.

 **Dato curioso:** 24% de la superficie terrestre está cubierta ecosistemas manejados.

- **DIVERSIDAD DE ESPECIES.** Una especie es un grupo de **seres vivos** de características similares. En muchas ocasiones, y dada la complejidad de hacerlo de otra forma, es el número de especies en un determinado lugar el dato que se emplea para medir la biodiversidad en un punto.

 **Dato curioso:** Se estima que hay 8,7 millones de especies en la Tierra pero que el 80% de las especies aún no se han descubierto. (Nature, 2011).

- **DIVERSIDAD DE GENES.** Se refiere a los componentes del **código genético** de cada organismo y la variedad entre organismos de la misma población y entre poblaciones. En este sentido, se incluirían todos los grupos étnicos o las razas, por ejemplo.

Esta complejidad sugiere la necesidad de mantener una **visión amplia**, considerando no sólo los elementos individuales de la naturaleza sino también sus relaciones y conexiones. De nada servirá intentar proteger una especie si destruimos el ecosistema donde se encuentra.



¿DÓNDE ESTÁ LA BIODIVERSIDAD?

La biodiversidad no se distribuye de manera uniforme en la Tierra. En el 1,4% de las tierras emergidas encontramos el 45% de las plantas vasculares y el 35% de vertebrados y en los trópicos es donde más variedad biológica existe. Estas zonas por su riqueza, merecen especial protección, y son conocidas como **hot spots** o **puntos calientes de biodiversidad**.

Esta heterogeneidad tan interesante está, poco a poco, desapareciendo sobre todo por la disminución de especies endémicas (especies que sólo se encuentran en un lugar determinado), y por las altas tasas especies invasoras.

España forma parte de uno de los 25 puntos calientes de biodiversidad que existen en el mundo. La presencia de cuatro regiones biogeográficas (mediterránea, atlántica, alpina y macaronésica) en la península ibérica es la causa de su alta biodiversidad. Por ello:

- Es un ejemplo de diversidad de espacios, albergando 118 de los 217 **hábitats terrestres** declarados de interés comunitario por la Directiva Hábitats.



- Es también el país más diverso del continente europeo y con una alta presencia de endemismos, contando con alrededor de 85.000 **especies** distintas (un 50% de las especies animales de Europa y del 80% de especies vasculares), incluidas especies de musgos, líquenes y hongos así como fauna marina y continental.
- La diversidad de **genes** tiene especial relevancia en nuestro país, sobre todo en los ámbitos de la ganadería y la agricultura generando variedades de razas o de semillas.



Puedes **aprender más** sobre la biodiversidad en España y conocer otros datos interesantes sobre este tema en nuestra infografía, que puedes visitar **aquí**.

LA BIODIVERSIDAD EN LAS EMPRESAS



La **encuesta del Eurobarómetro** sobre las actitudes de los europeos hacia la biodiversidad, pone de relieve que los ciudadanos entienden la importancia de ésta en términos de beneficio y riesgo para el mundo empresarial y en consecuencia, la economía de los países.

Las empresas, por su parte, en la encuesta realizada por Forética en el mes de febrero de 2014, declaran que si bien para el 75% de los participantes el medio

EL 66% DE LOS ESPAÑOLES CONSIDERA LA BIODIVERSIDAD INDISPENSABLE PARA LA PRODUCCIÓN DE CIERTOS BIENES

EL 43% CONSIDERA QUE EUROPA SERÁ MÁS POBRE ECONÓMICAMENTE COMO CONSECUENCIA DE LA PÉRDIDA DE BIODIVERSIDAD

ambiente es un aspecto relevante o muy relevante para su **negocio**, la **biodiversidad** aparece en los últimos puestos de consideración. ¿La razón? el 54% de los encuestados, aunque conocían el concepto, no habían encontrado la relación entre su negocio y la biodiversidad.

El objetivo de esta guía es poner de manifiesto este vínculo entre biodiversidad y empresa y acercarlo al mundo empresarial para conseguir maximizar su contribución a la protección y cuidado de la biodiversidad.



ALGUNAS REFERENCIAS RELEVANTES PARA SABER MÁS SOBRE LA BIODIVERSIDAD:

A NIVEL INTERNACIONAL Y EUROPEO:

- **Millenium Ecosystem Assessment:** en su [informe](#), “Ecosystems and human well-being. Biodiversity synthesis” (2005). Conceptos básicos sobre qué es la biodiversidad o por qué es preocupante su pérdida y reflexión sobre su valor y qué se puede hacer para conservarla.
- **FAO:** la biodiversidad es uno de los temas esenciales para la seguridad alimentaria y la nutrición que la FAO regula a nivel mundial. En su [web](#) se pueden encontrar recursos que reflejan la vinculación entre diversidad biológica y agricultura.



EN ESPAÑA:

- [Fundación Biodiversidad:](#) organismo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente que trata de vincular los conceptos de economía y biodiversidad.
- Apartado sobre biodiversidad de la [web del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente:](#) con amplia información sobre conservación, espacios protegidos, inventarios de especies, planificación y un sinfín de recursos.
- La [Evaluación de Ecosistemas del Milenio de España \(Ecomilenio\)](#), promovida por la Fundación Biodiversidad, constituye el primer análisis que se realiza sobre el estado y tendencias de los servicios de los ecosistemas terrestres y acuáticos de España y cómo contribuyen al bienestar de sus habitantes. La última versión es de 2012.
- La publicación [Gestión empresarial de la Biodiversidad](#) de Fundación Global Nature plantea el porqué de la importancia de la biodiversidad para las empresas y las herramientas de acción disponibles para estas para trabajar en favor de la biodiversidad.
- [Biodiversidad en España, base de la sostenibilidad](#) antes el cambio global (Observatorio de la sostenibilidad en España, 2011): un interesante documento recopilatorio del desaparecido OSE, en el que se detallan múltiples aspectos relacionados con la biodiversidad.



2

COMPROMÉTETE

COMENZAR CON BUEN PIE IMPLICA TENER UN COMPROMISO
SÓLIDO Y PÚBLICO POR PARTE DE LA ALTA DIRECCIÓN PARA
TRABAJAR EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD

La biodiversidad necesita de un **sponsor** de alto nivel dentro de la empresa. De este modo se consigue:

- Asegurar que recibe la atención necesaria.
- Integrar la biodiversidad como uno de los objetivos estratégicos y también a lo largo de la cadena de valor.
- Implicar a los distintos departamentos para colaborar y construir conjuntamente.
- Garantizar la disponibilidad de recursos(humanos, materiales y económicos).
- Incorporar la protección y el cuidado de la biodiversidad como un valor de la cultura empresarial.
- Lograr cumplir con éxito la Senda de la Biodiversidad.

¿POR QUÉ LA ALTA DIRECCIÓN SE HA DE IMPLICAR EN LA PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD?

No siempre va a resultar sencillo hacer llegar el mensaje de protección de la biodiversidad a los comités de dirección de las empresas. A continuación se propone un argumentario que pretende facilitar este proceso:

- **GENERACIÓN DE BENEFICIOS:** Sobre la biodiversidad se **sustentan todos los servicios y bienes** que las empresas y personas utilizan y de los que dependemos directa o indirectamente. Estos bienes son importantes desde el punto de vista económico y de calidad de vida. Son los llamados **servicios ecosistémicos**.



¿CUÁLES SON LOS SERVICIOS QUE NOS PROPORCIONAN LOS ECOSISTEMAS?

- **SERVICIOS DE BASE:** son los procesos que realizan los seres vivos de manera natural y que son **esenciales** para el funcionamiento y mantenimiento de la vida en la Tierra, y por tanto, también la del ser humano. Ejemplos: el ciclo del agua, la fotosíntesis, la producción primaria, la formación de suelo o el ciclo de los nutrientes, entre otros.
- **SERVICIOS DE REGULACIÓN:** son aquellos procesos que permiten mantener un **equilibrio** en los ecosistemas. Ejemplos: regulación de la calidad del aire, regulación de la erosión, la polinización o la regulación del clima o de las plagas, entre otros.
- **SERVICIOS DE SUMINISTRO:** producción de los propios recursos biológicos (materias primas) que posteriormente el ser humano consume (alimentación, construcción, salud, etc.). Son los más directamente relacionados con el consumo y la producción, es decir, aquellos que son **comercializables**. Mientras que el valor económico de los servicios de base y de regulación es, en general, difícil de estimar, el de los servicios de suministro es más fácilmente estimable. Ejemplos: alimentos, fibras, agua dulce o productos farmacéuticos y bioquímicos, entre otros. Se calcula que aproximadamente, un 40% de la economía mundial tienen su base en estos servicios.
- **SERVICIOS CULTURALES:** son aspectos intangibles pero de gran utilidad y relevancia para las actividades humanas y empresariales. Favorecen la supervivencia, bienestar y calidad de vida del ser humano. Ejemplos: valores educativos, recreación y turismo, valores estéticos y paisajísticos o la inspiración, entre otros.

No debemos olvidar, en cualquier caso, que la biodiversidad tiene también un **valor no relacionado directamente con qué obtenemos de ella** de forma directa o indirecta. Su potencial, el valor de existencia, su valor de legado para el futuro y su valor intrínseco son aspectos que nunca deberíamos perder de vista.

• **IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES:** Incorporar la biodiversidad como aspecto material en la toma de decisiones permite identificar y aprovechar nuevas oportunidades así como anticipar y mitigar ciertos riesgos.

La pérdida de biodiversidad y su derivada reducción de los servicios que presta es el principal riesgo para todo negocio (ponderado en función del nivel de dependencia – ver apartado 4 **EVALÚA** –). La reducción de la disponibilidad de ciertas materias primas (y su consecuente subida de precios), la desaparición de ciertos productos necesarios para determinadas industrias, la necesidad de aumentar las inversiones en descontaminar aire, suelos o agua por no contar con la ayuda de la naturaleza o las consecuencias de la inestabilidad climática son algunos de los riesgos a los que se pueden enfrentar las empresas.

Por otro lado, una gestión eficaz de las implicaciones de la biodiversidad en el negocio puede dar lugar a una **ventaja competitiva** de cara al acceso a nuevos mercados, capital o recursos. Observar la biodiversidad puede ser una interesante fuente de inspiración para equi-

pos de I+D+i para elaborar productos y servicios más eficientes y originales, que permitan la diferenciación en unos mercados cada vez más exigentes (para más información ver apartado 10 **DIFERENCIATE**).

LA DIRECCIÓN DEBE CONSIDERAR LA BIODIVERSIDAD COMO ELEMENTO DE GENERACIÓN DE BENEFICIOS Y OPORTUNIDADES Y MITIGACIÓN DE RIESGOS



NIVEL DE RIESGO DE BIODIVERSIDAD POR SECTOR

DENTRO DE CADA ZONA, SE PRESENTAN LOS SECTORES.

EL ORDEN NO REFLEJA DISTINTOS NIVELES DE RIESGO.

No todas las compañías y sectores tienen los mismos **riesgos** respecto a la biodiversidad. El informe F&C Management Ltd, de 2004, clasifica los sectores en función de su riesgo sobre la biodiversidad en **tres categorías**: rojo -para los sectores con una exposición mayor a estos riesgos y que, además, es probable que sean significativos-, amarillo -para los sectores de riesgo medio, aquellos que están expuestos a algún riesgo y que además podrían llegar a ser significativos-, y verde -para aquellos sectores cuya actividad supone un riesgo variable y cuya importancia será distinta según el caso concreto de cada organización-. En función de este criterio se obtiene el siguiente mapeo sectorial:

ZONA ROJA SECTORES DE ALTO RIESGO	ZONA ÁMBAR SECTORES DE RIESGO MEDIO	ZONA VERDE SECTORES DE RIESGO BAJO
Construcción y materiales para edificación. Electricidad Distribuidores de alimentación y medicamentos. Productores de alimentos y procesamiento Silvicultura y papelera Ocio y hoteles Minería Petróleo y gas Utilities	Bebidas Productos químicos Servicios financieros Distribuidores generales Bienes y textiles de hogar Productos para el cuidado personal y de limpieza Farma y Biotech Servicios de apoyo Tabaco Transporte	Aeroespacial y defensa Automoción Industrias diversificadas Equipamiento electrónico y eléctrico Ingeniería y maquinaria Salud Hardware de Tecnologías de la Información Medios y entretenimiento Software y Servicios Informáticos Acero y otros metales Servicios de telecomunicaciones

¡Encuentra tu sector en esta clasificación e informa a la dirección de tu empresa!

TENEMOS EL COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN, ¿CÓMO LO DEMOSTRAMOS PÚBLICAMENTE?

Para ejemplificar y demostrar el compromiso de la Alta Dirección con estos temas, hay diferentes posibilidades que se pueden considerar:

- **DEFINIR UNA POLÍTICA PÚBLICA DE BIODIVERSIDAD.** En esta política se han de establecer los compromisos voluntarios de la organización con respecto a su desempeño en biodiversidad. Consulta la política de [Iberdrola](#) y [Sanofi](#).
- **FORMAR PARTE DE INICIATIVAS DE LIDERAZGO Y DE COOPERACIÓN.** Como la [Iniciativa Española Empresa y Biodiversidad \(IEEB\)](#) desarrollada por la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente que reúne empresas comprometidas con la conservación de la biodiversidad en España o bien la red [2degrees](#), comunidad líder mundial para negocios sostenibles, con profesionales que trabajan para conseguir mayor eficiencia y un crecimiento sostenible.



No sólo España cuenta con su iniciativa propia de empresas y biodiversidad. En [este enlace](#) se pueden ver las distintas iniciativas nacionales de empresa y biodiversidad reconocidas y coordinadas por el Convenio de Diversidad Biológica dentro de la Global Partnership for Business and Biodiversity.

Entre estas iniciativas se encuentra a nivel de la Unión Europea la [Plataforma Business@Biodiversity](#) o la [UICN](#) como iniciativa propia. Además, existen también redes o asociaciones privadas como el [WBCSD](#) o [BBOP](#) así como otras sectoriales como [TOI](#) (tour operadores) o [IPIECA](#) (petróleo) que cuentan con iniciativas para intercambiar información, mejores prácticas, etc.

• **PACTO POR LA BIODIVERSIDAD.** La propia **IEEB** plantea a las empresas, como elemento de demostración de su compromiso público con la biodiversidad, la firma del **↗ Pacto por la Biodiversidad**. Este pacto propone siete puntos a través de los cuales la empresa puede conseguir desarrollar su actividad de manera compatible con la protección y la conservación de la biodiversidad. Las empresas que ya se han sumado a este pacto pueden ser consultadas **↗ aquí**.



ALGUNOS EJEMPLOS:

- La actividad sobre biodiversidad de **↗ BP Amoco** tiene el total apoyo de la Alta Dirección de la compañía, considerando estos temas en el desarrollo de nuevos productos.
- El programa desarrollado por **↗ Río Tinto** para crear conocimiento sobre biodiversidad para los empleados ha sido apoyado personalmente por el CEO, a través de reuniones con ONG y comunicaciones con empleados y materiales diseñados con partners de biodiversidad.





IMPULSA

TODO PROYECTO REQUIERE DE UNA PERSONA QUE MANTENGA SU RUMBO Y LO COORDINE HACIA LA MEJORA CONTINUA. ELEGIR UN LÍDER DENTRO DE LA EMPRESA QUE ABANDERE LOS TEMAS DE BIODIVERSIDAD ES UN INGREDIENTE IMPORTANTE PARA EL ÉXITO

Todo proyecto requiere que haya una persona que, en último término, lidere y mantenga la continuidad del mismo. La integración de la biodiversidad en la estrategia y gestión de las empresas puede ser considerada como un proyecto y, por tanto, la **elección de su responsable** es un aspecto determinante para su éxito.

En función del **tamaño** de la empresa y de la **relevancia** que la biodiversidad presenta para el negocio de la compañía, podemos ver cuatro aproximaciones distintas para la elección del impulsor de su integración en la empresa:

1. DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE. Esta es posiblemente la opción más extendida. Tradicionalmente, la biodiversidad se ha incluido dentro de las labores de los **departamentos de medio ambiente**, compartiendo espacio con otros temas de índole ambiental como la energía, la gestión de residuos, el agua o el cambio climático.

2. BIODIVERSITY CHAMPION. En empresas y sectores para los que se ha considerado importante la relación entre la biodiversidad y el negocio, encontramos la figura del *biodiversity champion*. Esta persona se establece como responsable específico en materia de biodiversidad. Se convierte así en la persona que abandera la integración de la biodiversidad a nivel interno. En muchas ocasiones, identificar a este *biodiversity champion* en las etapas iniciales de desarrollo puede ser crítico para poner en marcha el proceso en la organización.



EL PERFIL DEL BIODIVERSITY CHAMPION

La persona que asuma este rol debería tener cierto nivel de conocimiento sobre **gestión empresarial** así como en concreto, formación en **ciencias naturales**. Adicionalmente, es interesante que posea **expertise** y experiencia laboral en este ámbito para así ayudar al equipo en la consecución de los objetivos que se establezcan.

Las **funciones** principales del *biodiversity champion* serían:

- **asesorar** al propio departamento de medio ambiente.
- entender los **impactos** de la empresa sobre la biodiversidad.
- desarrollar, implementar y monitorizar los **planes de biodiversidad**.
- informar a la **alta dirección** de las necesidades y beneficios que supone contemplar a la biodiversidad como elemento clave del negocio.
- asegurar los **recursos** necesarios para llevar a cabo proyectos y actividades y estableciendo compromisos en este sentido.



3. EXPERTOS EXTERNOS. Además de personal propio con experiencia y conocimiento sobre estos temas, en muchas compañías, sobre todo fuera de España, otra de las prácticas habituales es la **contratación de ecologistas o consultores especializados** que actúen como responsables de biodiversidad. De esta forma aportan su visión de forma externa y ayudan a dar un nuevo giro a las estrategias ambientales corporativas. Ejemplos de empresas que han optado por esta opción son el Aeropuerto de Luton en Londres o la empresa Northumbrian Water, que contrata a arquitectos de paisaje o a ecologistas como parte de su equipo de gestión medioambiental.

4. DEPARTAMENTO DE BIODIVERSIDAD. El último paso en la excelencia en la integración a nivel estructural de la biodiversidad en las organizaciones es la creación de un **departamento específico de biodiversidad**. No obstante, esta opción se reserva para casos muy concretos y no son muchas las empresas que lo llegan a conseguir.



EMPRESAS QUE CUENTAN CON DEPARTAMENTOS Y/O RESPONSABLES DE BIODIVERSIDAD

- **Pharmamar (grupo Zeltia)**
- **Acciona**
- **Cepsa**
- **Cemex**
- **Quadron Services**



4

EVALÚA

CADA SECTOR Y CADA EMPRESA TIENEN UN IMPACTO EN LA BIODIVERSIDAD, AUNQUE A PRIORI PAREZCA QUE NO. PARA SABER CUÁL ES TU RELACIÓN CON ELLA ES NECESARIO QUE TE PLANTEES ALGUNAS PREGUNTAS PARA IDENTIFICAR RIESGOS Y RETOS

Cada sector y cada empresa tienen un nivel distinto de relación con la biodiversidad. Esta **relación es bidireccional**: por un lado la empresa presenta una **dependencia** de los servicios de los ecosistemas y, a la vez, infringe en la biodiversidad un determinado **impacto**.

Partiendo de esta base, el resultado de una evaluación de nuestro nivel de relación con la biodiversidad, es decir, un **diagnóstico de nuestra dependencia e impacto**, será lo que nos permitirá saber cómo hemos de trabajar en relación a ella.

Es muy común, entre empresas y organizaciones, tener la falsa creencia de que la actividad que se desarrolla no presenta relación con la biodiversidad.

Merece la pena hacer la siguiente reflexión: todas las empresas son, a la vez, consumidoras y suministradoras de productos y/o servicios. Esto implica directamente que, en algún punto de la **cadena de valor**, tiene lugar una extracción de materias primas, unos procesos de transformación y una distribución y consumo de las mismas.



RELACIÓN EMPRESA Y BIODIVERSIDAD



EL 54% DE LOS ENCUESTADOS QUE DECLARAN NO TRABAJAR EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD EN SUS ORGANIZACIONES, ARGUMENTAN COMO RAZÓN PRINCIPAL EL HECHO DE NO HABER ENCONTRADO LA RELACIÓN ENTRE SU SECTOR/ ACTIVIDAD Y LA BIODIVERSIDAD
FUENTE: RESULTADOS ENCUESTA ¿CÓMO AFRONTA TU ORGANIZACIÓN LOS RETOS AMBIENTALES? LANZADA POR FORÉTICA EN ENERO 2014



DEPENDENCIA



IMPACTO





INPUTS

CONSUMO DE PRODUCTOS
Y SERVICIOS



EMPRESA

OPERACIONES Y LOGÍSTICA



OUTPUTS

GENERACIÓN DE PRODUCTOS
Y SERVICIOS

En **sectores extractivos** (agricultura, minería o pesca, entre otros) y de **transformación** (alimentación, energético o farmacéutico, entre otros) es fácil identificar la dependencia e impacto respecto a los recursos naturales que configuran dichos inputs para la actividad empresarial. Sin embargo, no son sólo estos los sectores con una relación con la biodiversidad. Las empresas del **sector servicios** (financiero, servicios profesionales, educación o tercer sector) también pueden identificar sus inputs, procesos y outputs y dibujar su relación de dependencia e impacto sobre la biodiversidad.

TODAS LAS EMPRESAS TIENEN UNA RELACIÓN DE DEPENDENCIA E IMPACTO CON LA BIODIVERSIDAD, BIEN EN SU ACTIVIDAD DIRECTA O EN SU CADENA DE VALOR



¿CÓMO SE LLEVA A CABO ESTA IDENTIFICACIÓN?

Una primera aproximación para conocer la relación entre nuestra empresa y la biodiversidad puede obtenerse al reflexionar sobre la siguiente **matriz** y tratar de plasmar las respuestas obtenidas. Cuantas más casillas rellenemos y más clara y directa sea la respuesta, mayor importancia tendrá nuestra relación con la biodiversidad. Esta matriz puede facilitar un primer acercamiento. No obstante, para profundizar en un diagnóstico de la relación entre empresa y biodiversidad, existen numerosas **iniciativas y herramientas interesantes**, algunas de ellas son las siguientes:

- **➤ Biodiversity Check de la Campaña de Empresas y Biodiversidad**. Facilita una primera aproximación a la relación de la empresa con la biodiversidad en lo que respecta a riesgos, oportunidades e impactos.
- **➤ Biodiversity Accountability Framework & Biodiversity Interdependence Indicator (BBII) de Orée**. Permite identificar la interdependencia de la empresa y la biodiversidad.
- **➤ Biodiversity Risk & Opportunity Assessment (BROA) de The British American Tobacco Biodiversity Partnership (British American Tobacco, Earthwatch Institute, Fauna & Flora International y Tropical Biology Association)**. Permite conocer los impactos y dependencias sobre la biodiversidad y sus riesgos y oportunidades asociados.



Puedes ver la matriz en la página siguiente



- **➤ Ecosystem Services Review (ESR) in Impact Assessment** del **World Resources Institute (WRI)**. Permite identificar los impactos y dependencias de un proyecto.

Para saber más... En la publicación **➤ Eco4Biz** del **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)** pueden encontrarse más herramientas, generales y específicas por sectores o regiones, para llevar a cabo esta evaluación inicial.



DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA...

En la aplicación práctica del análisis de **interdependencia** entre **empresa y biodiversidad** que propone Orée (BBII) se obtiene como resultado que los **sectores** que presentan un mayor nivel de interdependencia son los siguientes:

1. Agricultura, caza y servicios auxiliares (incluye ganadería, gestión del paisaje)
2. Pesca, acuicultura y servicios auxiliares
3. Industrias alimentarias (incluye alimentos para mascotas y bebidas alcohólicas)
4. Forestal y servicios auxiliares
5. Industria del tabaco
6. Industria del papel y cartón
7. Industria de la madera y fabricación de artículos de madera
8. Industria textil
9. Industria de la piel y el calzado
10. Industria química (incluye pinturas, barnices, productos farmacéuticos, jabones, productos de limpieza, explosivos, fibras artificiales)

Según los expertos, otro de los sectores que cada vez toma más relevancia en materia de biodiversidad (si bien no tiene un impacto directo sobre ésta derivado de su operativa) es el sector financiero. Los riesgos vinculados a la biodiversidad -y la capacidad de controlarlos y contenerlos- son aspectos de creciente importancia en las valoraciones del sector financiero para la concesión de financiación, inversión y aseguramiento. Los **➤ Principios de Ecuador** o los Índices Bursátiles Sostenibles como **➤ Dow Jones Sustainability Indices** o **➤ FTSE4Good Index**, son buen ejemplo de ello.

MATRIZ SOBRE LA BIODIVERSIDAD



INPUTS

OPERACIONES

OUTPUTS

¿EN LAS ACTIVIDADES QUE TIENEN LUGAR EN MIS PROCESOS DE...?

COMPRAS /
SUMINISTROS

DISEÑO Y
OPERACIONES

LOGÍSTICA Y
DISTRIBUCIÓN

VENTA Y SERVICIO
AL CLIENTE

UTILIZACIÓN Y FIN
DE LA VIDA ÚTIL

¿SE PRODUCE ALGÚN CONSUMO O POSIBLE
CONTAMINACIÓN O MODIFICACIÓN DE...?

Agua
Aire
Energía
Suelo
Vegetales
Animales
Hongos
Bacterias
Minerales
Metales
Productos procesados (papel, cartón, plásticos, etc.)
Espacios naturales protegidos



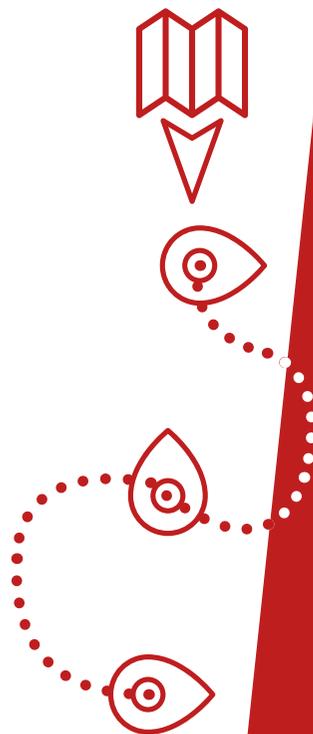
5

ELIGE UN RUMBO

HEMOS DE ENCONTRAR LOS OBJETIVOS QUE NOS LLEVEN A MAXIMIZAR LOS IMPACTOS POSITIVOS Y MINIMIZAR O ELIMINAR LOS NEGATIVOS. EN ESTA ETAPA DEBEMOS DESARROLLAR UN PLAN CON OBJETIVOS CONCRETOS

La relación de dependencia e impacto de la empresa con la biodiversidad determina el rumbo que se ha de tomar para **maximizar los impactos positivos y minimizar o eliminar los negativos.**

Todas las empresas tienen algo que hacer en materia de biodiversidad ya que si bien puede ocurrir que no exista una fuerte relación con la biodiversidad, sí habrá que considerar que **la actividad se encuentre ubicada en un país con objetivos concretos** de protección de la biodiversidad. A día de hoy tanto a nivel mundial, como europeo y nacional, disponemos de objetivos contundentes que sólo se pueden alcanzar con el esfuerzo, apoyo y trabajo de las empresas.



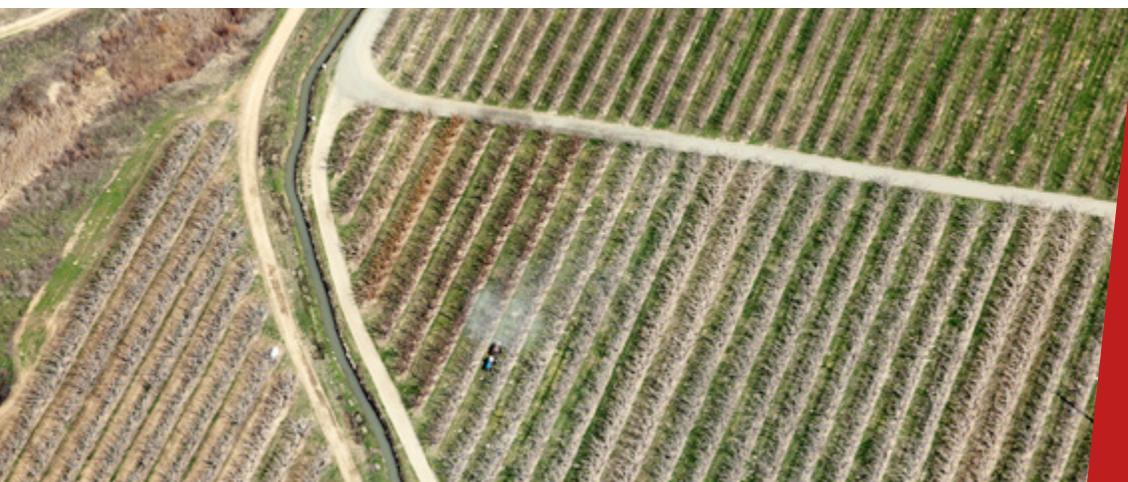
IMPLICACIÓN DE LOS ESTADOS: PASADO, PRESENTE Y FUTURO

1992 • En la **Cumbre de la Tierra de 1992 en Río**, más de **150 países** firmaron el **Convenio sobre Diversidad Biológica (CDB)**. Esta firma implicaba el desarrollo y ejecución de estrategias y planes de acción nacionales para identificar, conservar, proteger y mejorar la diversidad biológica.

2002 • En 2002, en la **Cumbre de la Tierra de Johannesburgo**, los países adoptaron el compromiso de reducir significativamente la tasa de pérdida de biodiversidad para 2010 (que sería el **Año Internacional de la Biodiversidad**). Sin embargo, esa meta no se consiguió.

2011 • En 2011, en la **Cumbre de Diversidad Biológica de Nagoya en Japón**, se aprobó el **Plan Estratégico de la Diversidad Biológica 2011-2020**:

- **Objetivo:** animar a los países a apoyar la diversidad biológica. Se iniciaba entonces el **Decenio de las Naciones Unidas para la Diversidad Biológica**.
- **Estructura:** **5 objetivos estratégicos y 20 metas**, conocidas como **las Metas de Aichi**.
- **Llamamiento a las empresas:** sitúa al **sector empresarial** como parte importante y activa dentro de estos objetivos, y les exige que **midan e informen** sobre las acciones que están realizando para preservarla y compartir los beneficios que la biodiversidad otorga.



En la **Unión Europea**, la biodiversidad tiene su propia **Estrategia hasta 2020** contando con objetivos como divulgar la biodiversidad en las políticas europeas, mantener y restaurar los servicios de los ecosistemas y objetivos en temas como agricultura, bosques, pesca, especies exóticas o cambio climático. Además, la biodiversidad es uno de los objetivos fundamentales de la **estrategia para un desarrollo sostenible** y del **sexto programa de acción** en materia de medio ambiente. Otra legislación de referencia a nivel europeo son las **Directivas sobre Aves y Hábitats** y creación de la **Red Natura 2000**, la mayor red de áreas protegidas del mundo.

En **España**, contamos con el **Plan Estratégico del Patrimonio Natural y la Biodiversidad 2011-2017** (que desarrolla la Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y la Biodiversidad). Este instrumento, novedoso en la legislación española, establece metas, objetivos y acciones para promover la conservación, el uso sostenible y la restauración del patrimonio natural y la biodiversidad para dicho periodo. Además, existen estrategias, planes de acción y convenios para temas concretos como la conservación de especies vegetales, de especies amenazadas, de diversidad genética, etc.



APRENDE MÁS SOBRE LOS HITOS DE LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD:

INTERNACIONAL

- **Convenio sobre Diversidad Biológica**
- **Plan Estratégico de la Diversidad Biológica 2011-2020 y las metas de Aichi**

EUROPA

- **Estrategia Europea de Diversidad Biológica 2020**
- **Red Natura 2000**

ESPAÑA

- **Plan Estratégico del Patrimonio Natural y la Biodiversidad 2011-2017**
- **Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y la Biodiversidad**

SI LOS PAÍSES TIENEN SUS PLANES... LAS EMPRESAS DEBEN HACER LOS SUYOS

A la hora de establecer y organizar la forma de avanzar en materia de biodiversidad en una empresa, las siguientes **herramientas** pueden ser de gran utilidad:

(1) Definir una *estrategia de biodiversidad*, que sirva como hoja de ruta y (2) Estructurar un *plan de acción en biodiversidad* (PAB) concreto para los objetivos que se quieran conseguir.

LA ESTRATEGIA Y LOS PLANES DE ACCIÓN DE BIODIVERSIDAD SON HERRAMIENTAS ÚTILES PARA PLANIFICAR EL RUMBO A SEGUIR POR LA EMPRESA EN BIODIVERSIDAD

(1) **La estrategia de biodiversidad** deberá:

- establecer los **principios, compromisos y metas** de la compañía.
- definir **objetivos** medibles y mecanismos de acción.
- tener un **impacto neto positivo** sobre la biodiversidad, yendo más allá de la rehabilitación de zonas o la simple minimización de impactos, y a fortalecer procedimientos y actividades en pro de la biodiversidad.
- estar integrada dentro de la **estrategia global**, de las actividades y la agenda de responsabilidad social de la empresa y no como un programa independiente y aislado.
- comprometerse con los **grupos de interés**, de forma que se generen oportunidades de colaboración.



ALGUNOS EJEMPLOS:

- La estrategia del grupo minero **Rio Tinto**, lanzada en el Congreso Mundial de la UICN de 2004 (y reforzada en 2008), presenta como objetivo el **“net positive impact”** (impacto neto positivo – NPI- o no pérdida neta –no net loss-) en biodiversidad. Es decir, minimizar los impactos de su negocio para conseguir que la región donde opera se **beneficie de su presencia**. Esta estrategia pretende que este objetivo se integre en las decisiones corporativas, asumiendo que en algunas ocasiones no se podrán desarrollar ciertos proyectos si eso supone un perjuicio para la biodiversidad.
- La energética española **Repsol** considera la protección y conservación del entorno y la biodiversidad como elemento clave en la configuración de su **Estrategia Corporativa**. Sus actuaciones se basan en la transparencia y responsabilidad teniendo como **principios la prevención y minimización** de los impactos negativos de sus actividades, la integración de la biodiversidad en los **sistemas de gestión** y en los procesos de decisión de la compañía así como colaborar en proyectos con instituciones y comunidades.
- **Otras estrategias** que pueden resultar inspiradoras son las de las siguientes empresas: Lafarge, ConocoPhillips, Northumbrian Water, TUI, Cemex UK, Shell o Gas Natural Fenosa.

(2) El Plan de acción en biodiversidad (PAB) servirá de guía de implementación de la estrategia de biodiversidad. En ocasiones, PAB hace referencia a todo el proceso completo y, a veces, es simplemente el documento en el que se refleja cómo se va a articular la consecución de los objetivos. El plan deberá:

- determinar las **actividades** a desarrollar.
- asignar **responsabilidades** para cada actividad.
- definir la **ubicación** y los **recursos** necesarios (incluidos los económicos) para cada actividad.
- indicar cómo se medirá el **avance**.
- establecer un **cronograma**.
- podrá estar integrado dentro de los sistemas de gestión ya existentes.

Para asegurar que se realiza una integración total de este PAB en la gestión, es necesaria una **buena coordinación** (ver también punto 7 **COORDINA** de esta guía).

LOS OBJETIVOS DE LAS EMPRESAS EN BIODIVERSIDAD DEBEN ALINEARSE CON LOS ESTABLECIDOS A NIVEL MACRO



ALGUNOS EJEMPLOS:

Reino Unido cuenta con excelentes ejemplos en este sentido:

- El Plan de acción en biodiversidad de **Wessex Water**, por ejemplo, fue la primera iniciativa basada en el Plan de Acción de Biodiversidad del Reino Unido y que fue reconocida por el Gobierno como una buena práctica por la implicación por parte de la empresa y de varias organizaciones en su desarrollo.
- Otro buen ejemplo son los proyectos desarrollados por la filial inglesa de Iberdrola, **ScottishPower**. Su enfoque de la gestión de la biodiversidad intenta ir más allá de lo exigido y no sólo minimizar los impactos en ésta sino también promover la vida silvestre a través de una conservación positiva de la biodiversidad y de investigación en terreno.



APRENDE MÁS SOBRE EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y PLANES DE BIODIVERSIDAD:

- **Case Studies in Business & Biodiversity, published by Earthwatch on behalf of the DETR (2000).**
- **Business & Biodiversity. The Handbook for Corporate Action. EarthWatch, IUCN & WBCSD.**
- **Business & Biodiversity. Site Biodiversity Action Plans. A guide to managing biodiversity on your site. EarthWatch Institute.**
- **Una guía para el desarrollo de planes de acción de biodiversidad para el sector del gas y del petróleo. IPIECA & GOP (2005).**



Como comentábamos al principio de este capítulo, no debemos olvidar que las compañías no están solas y que deben asegurarse de que entienden cómo sus planes de acción y sus actividades encajan en el contexto local, nacional e internacional y se **complementan**.

Al fin y al cabo, las estrategias y planes a nivel macro sólo resultan viables cuando las organizaciones y empresas toman parte en esa consecución de objetivos **alineándose** con ellos a través de sus propias estrategias corporativas, integrando además a **otros grupos de interés** como aliados en el proceso (ver apartado **COLABORA**).



SÉ TRANSPARENTE

"HACER LO QUE SE DICE Y DECIR LO QUE SE HACE".
TRASLADAR DE MANERA TRANSPARENTE LAS ACCIONES
Y RESULTADOS OBTENIDOS ES UNA PARTE CLAVE DEL COMPROMISO

Uno de los elementos principales de un comportamiento empresarial ético y responsable es la **transparencia**, y la comunicación la principal herramienta para lograrla. “*Decir lo que se hace y hacer lo que se dice*” se ha convertido en uno de los más importantes mandatos empresariales.

¿CÓMO PUEDE UNA EMPRESA COMUNICAR LO QUE HACE EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD?

Del mismo modo que para otros asuntos vinculados a la gestión empresarial, en el ámbito de la comunicación existen numerosos **medios disponibles** que se pueden considerar en materia de biodiversidad, en función de la relevancia y el posicionamiento que se quiera tomar. Algunas opciones son:

LAS EMPRESAS PUEDEN APROVECHAR DISTINTAS ALTERNATIVAS PARA INCORPORAR EN SU COMUNICACIÓN SU DESEMPEÑO EN BIODIVERSIDAD

- habilitar un apartado en la **web corporativa**.
- crear un perfil específico en **redes sociales**.
- participar en **foros, comunidades** o **plataformas de difusión** de buenas prácticas.
- presentar ideas o experiencias en **eventos**.
- publicar periódicamente la **memoria de sostenibilidad** o **informe de responsabilidad social**.
- desarrollar **campañas internas** en las sedes, trasladando los mensajes de biodiversidad (carteles, folletos, etc.)



LA TENDENCIA EN TRANSPARENCIA: DE OPCIÓN A OBLIGACIÓN

En los últimos años ha habido muchos avances, tanto a nivel nacional como internacional, en cuanto a la importancia de **informar públicamente** sobre el desempeño social y ambiental:

- En abril de 2014, el Parlamento Europeo aprueba la **Directiva europea sobre divulgación de la información no financiera**. Según esta Directiva, las empresas cotizadas de más de 500 empleados de la Unión Europea deberán informar sobre sus impactos sociales, ambientales, laborales y de buen gobierno en sus informes de gestión. La Directiva ofrece a las empresas la flexibilidad para reportar según las **directrices y estándares internacionales, europeos o nacionales**, como el Pacto Mundial de la ONU, el Global Reporting Initiative (GRI), la norma ISO 26000 o el Código de Sostenibilidad Alemán.

- En **España**, la transparencia y la importancia de informar en materia social y ambiental se propone desde dos instrumentos:

- o La **Ley de Economía Sostenible** en su artículo 39 de “Promoción de la responsabilidad social de las empresas” especifica que éstas podrán hacer públicos, con carácter anual, sus políticas y resultados en materia de responsabilidad social empresarial a través de un informe específico basado en los objetivos, características, indicadores y estándares internacionales. Para sociedades anónimas de más de 1.000 asalariados, elaborar y publicar la memoria de sostenibilidad será una obligación.

- o La **Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas**, aprobada en julio de 2014, entre sus 10 líneas de actuación, incluye una sobre “Buen Gobierno y Transparencia” que se articula en una serie de medidas entre las que destaca la medida 20: “Fomentar la elaboración de informes anuales que incorporen de forma transparente la información de aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno”.

HERRAMIENTAS PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DE TRANSPARENCIA

Para dar respuesta a estas demandas, existen **dos herramientas principales** de apoyo en la elaboración de informes de sostenibilidad:

1. **GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)** dispone de una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (en 2014 se encuentra en su versión G4).

[Ver **Principios y contenidos básicos** y **Manual de aplicación**]

En el apartado de indicadores ambientales, hay un espacio dedicado a la biodiversidad en el que se plantean los siguientes indicadores:



o **G4-EN11**: Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.

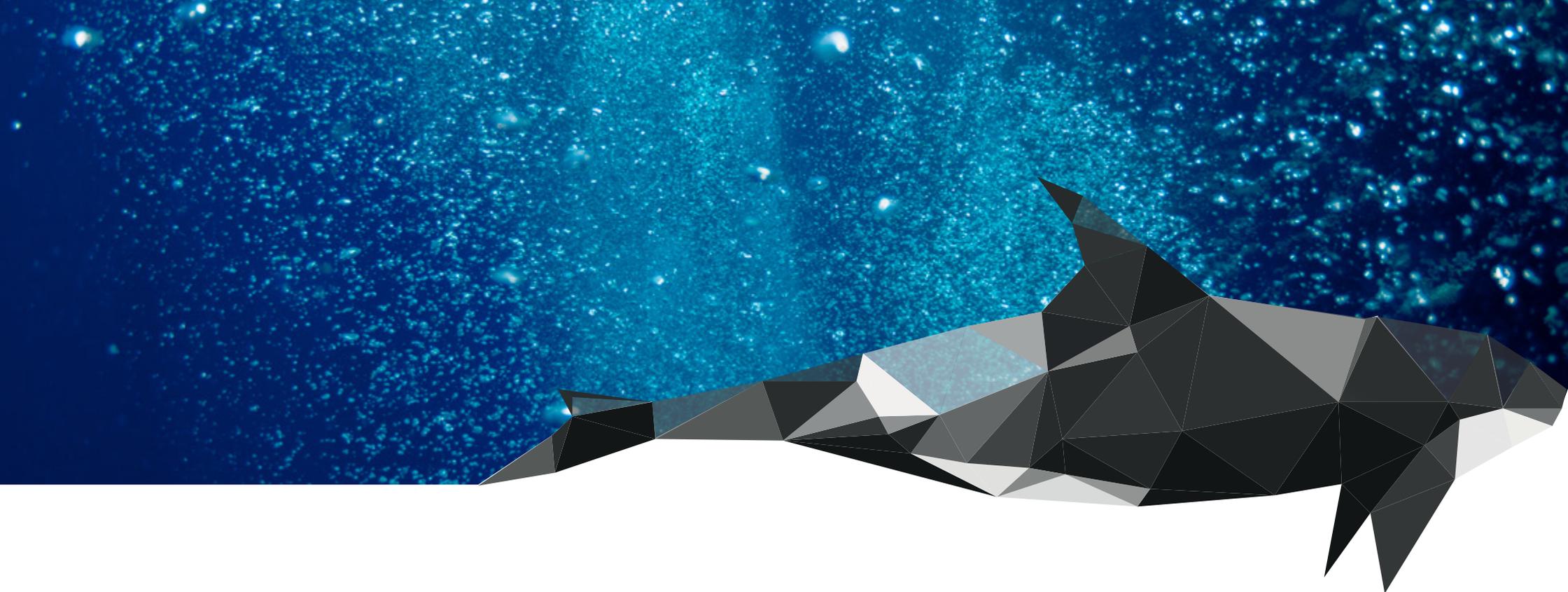
o **G4-EN12**: Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios.

o **G4-EN13**: Hábitats protegidos o restaurados.

o **G4-EN14**: Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.



Consulta el capítulo sobre biodiversidad de **Ferrovial** y **Iberdrola** que responden a los requerimientos de GRI. Adicionalmente, Iberdrola, presenta cada dos años, un Informe de Biodiversidad específico (ver informe 2011-2013 **aquí**).



2. ➤ **INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL (IIRC)** plantea la elaboración de Reportes Integrados (acceder a la guía ➤ [aquí](#)) con el enfoque en la **creación de valor** de la empresa para sí misma y sus grupos de interés. Para ello se basa en el aumento, disminución y transformación de **cinco capitales**: financiero, fabricado, intelectual, humano, social y relacional, y natural. En el informe, la empresa debe detallar cómo cada uno de estos capitales suponen unos inputs y unos outputs en su operativa. El **capital natural** es el que incluye la biodiversidad y la salud de los ecosistemas.

**HACER MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD
SEGÚN LAS PROPUESTAS DE
GRI E IIRC ES UNA BUENA OPCIÓN
DE TRANSPARENCIA**

Si además de cumplir un compromiso de transparencia, la empresa quiere contribuir a la **difusión del mensaje de la protección de la biodiversidad** y la sensibilización de los distintos grupos de interés con los que trabaja (tanto internos como externos), es relevante tener en cuenta los consejos que ➤ **Futerra** (agencia líder de comunicación de sostenibilidad) hace en su publicación ➤ **Branding Biodiversity**. En esta publicación se pueden ver los ingredientes y fórmulas para el éxito en la comunicación del mensaje de la biodiversidad según el público al que se quiere llegar.



7

COORDINA

GESTIONAR LA BIODIVERSIDAD NO ES COSA DE UNA SOLA PERSONA O UN DEPARTAMENTO. ES FUNDAMENTAL EXTENDER EL MENSAJE. IMPLICAR A LOS DEPARTAMENTOS DE INNOVACIÓN, COMPRAS, MARKETING U OPERACIONES, ENTRE OTROS, PUEDE SER ÚTIL

Como veíamos anteriormente, es importante designar una persona responsable de impulsar y dar seguimiento a las acciones que desde la compañía se llevan a cabo en materia de biodiversidad dentro del marco del Plan de Acción en Biodiversidad (PAB). No obstante, aún más importante es que la biodiversidad se convierta en **un asunto de todos** dentro de la empresa.

Son muchas las funciones que tienen una vinculación con la biodiversidad y, en la medida en la que estas personas/departamentos estén **implicados** en la integración de la biodiversidad en la estrategia y gestión, **mejores serán los resultados**.

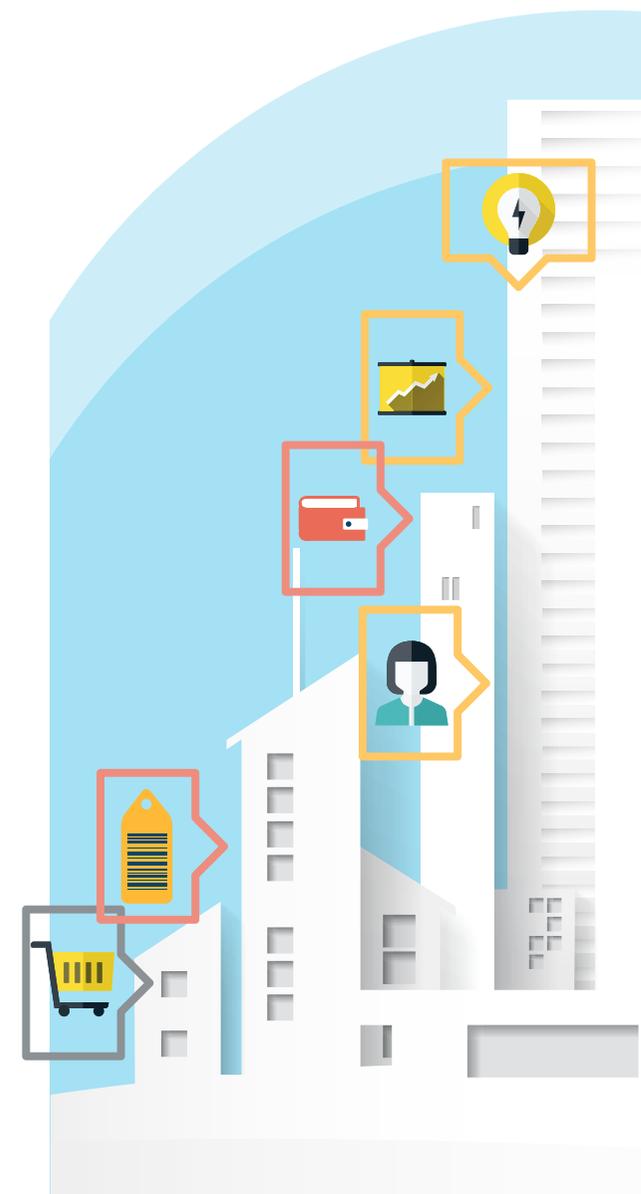
En empresas o sectores en los que la biodiversidad implica unos niveles de dependencia e impacto importantes, puede ser interesante la constitución de **grupo de trabajo o comité interno**, que trate las implicaciones de la biodiversidad dentro del negocio y a todos los niveles dentro de la empresa. Para la puesta en marcha de este comité se podrán tener en cuenta los siguientes elementos:

- Estar constituido por **representantes** de todas las funciones/departamentos que de algún modo estén implicados en uno o más procesos vinculados a la gestión de la biodiversidad.
- Reunirse **periódicamente**.
- Ser el encargado de **proponer, coordinar y facilitar** las acciones relacionadas con las biodiversidad llevadas a cabo en la compañía.
- Estar coordinado con la **alta dirección**.
- Ser liderado por el **responsable de biodiversidad**.
- Servir al desarrollo y cumplimiento del **Plan de Acción de Biodiversidad**.

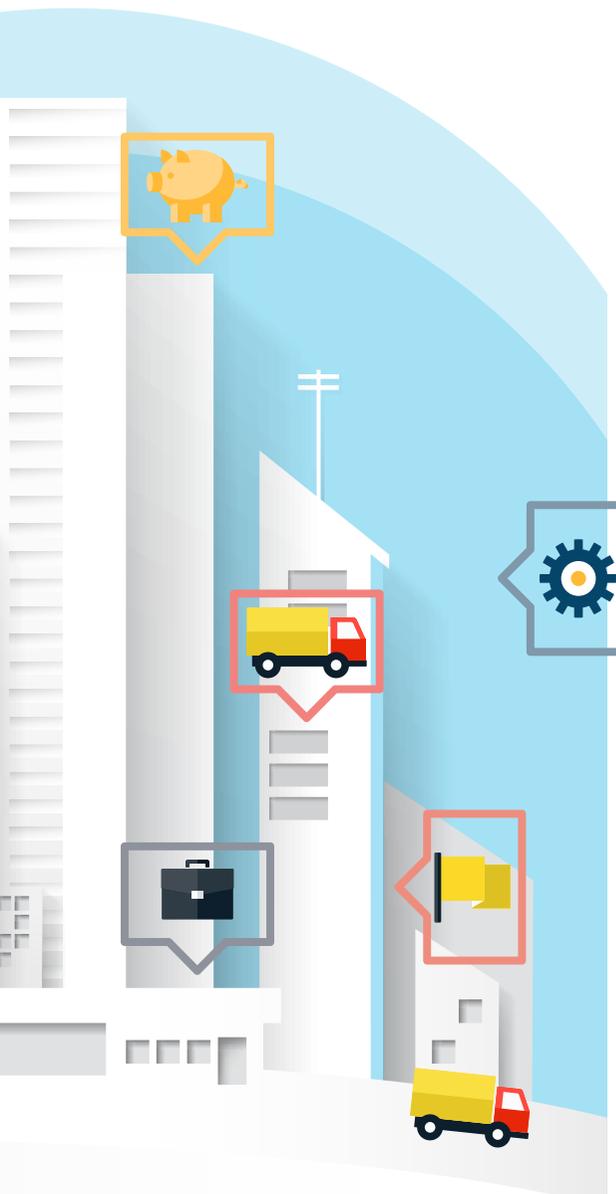
LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA PUEDEN CONTRIBUIR A LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD DESDE SUS FUNCIONES TRADICIONALES

En el siguiente gráfico se presenta una relación de los principales **departamentos/ funciones** corporativas y el detalle de su conexión con la biodiversidad:

DEPARTAMENTO	RELACIÓN
I+D+I	Conocer la relación de dependencia e impacto de la empresa con la biodiversidad permitirá incorporar mejoras a los productos/servicios ofrecidos por la empresa, orientándolos a una maximización de las oportunidades y minimización de riesgos en materia de biodiversidad (ver apartado 10  DIFERÉNCIATE).
OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	Podrán modificar y adaptar la manera de hacer las cosas a nivel operativo en la compañía, con el objetivo de minimizar los impactos sobre la biodiversidad. Además conseguirán disminuir los costes de los procesos como resultado de la aplicación de políticas más eficientes en consumo de recursos y generación de residuos.
COMPRAS	Contribuirán a ampliar el alcance de la protección de la biodiversidad a través de la incorporación de aspectos vinculados a ella dentro de los criterios de compras , a tener en cuenta a la hora de seleccionar proveedores y sus productos/servicios.
RECURSOS HUMANOS	Serán parte fundamental para trasladar el mensaje y generar competencias y co-nocimientos entre los empleados. Será de utilidad aportar información y formación sobre la importancia de la implicación de las personas en la conservación de la biodiversidad, tanto a la hora de modificar rutinas de trabajo como en la vida personal, cambiando hábitos.
MARKETING	Incorporar dentro de la propuesta de valor de los productos o servicios los componentes vinculados a la biodiversidad, como forma de sensibilizar al consumidor y a la vez como elemento diferenciador de la oferta frente a la competencia.
VENTAS/ COMERCIAL	En la relación comercial puede suponer un elemento diferencial el ser capaces de proveer a los clientes de información sobre la estrategia de biodiversidad y resultados obtenidos. Cada vez más empresas y sectores demandan este tipo de información de sus proveedores y, por tanto, anticiparse a esta tendencia puede ser clave.



CONTINÚA



DEPARTAMENTO	RELACIÓN
FINANZAS/ CONTABILIDAD	Incorporación de la protección de la biodiversidad en los critérios de decisión de inversión (Inversión Socialmente Responsable) como demostración del compromiso global de la compañía y de un alineamiento y coherencia interna a todos los niveles.
SISTEMAS DE GESTIÓN	Integración de la biodiversidad en los procesos y políticas internas, como un elemento relevante dentro del ciclo de mejora continua de la empresa.
LOGÍSTICA	Diseñar y optimizar las operaciones logísticas con el objetivo de disminuir los impactos sobre el medio natural en el que se opera (tener en cuenta espacios naturales protegidos, consumo de recursos, contaminación a través de emisiones o vertidos, etc). De esta forma, además, se contribuye al desarrollo de las smart cities.
COMUNICACIÓN	Actuar como altavoz , tanto interno como externo, de las acciones llevadas a cabo por la empresa para proteger la biodiversidad, sensibilizando sobre el tema. Recordad: <i>“Hacer lo que se dice y decir lo que se hace”</i> .
LEGAL	Seguimiento y supervisión de normativa y legislación aplicable tanto a nivel nacional como tendencias a nivel global para así ser capaz de cumplir puntualmente con las obligaciones y además, anticiparse a cambios potenciales.



8

CONTAGIA

LOS EMPLEADOS JUEGAN UN PAPEL CRUCIAL: PUEDEN APORTAR IDEAS, IMPLICARSE EN LAS BUENAS PRÁCTICAS, COLABORAR EN PROYECTOS O INCLUSO CONTRIBUIR A DIFUNDIR EL MENSAJE DE COMPROMISO. LLEVAR A CABO SESIONES DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN PUEDE SUPONER GRANDES AVANCES

La actuación global de la empresa se conforma a partir de las actuaciones independientes o colectivas de los **empleados** que la constituyen. Esta reflexión tiene una consecuencia directa: los empleados son un elemento clave para el éxito y sostenibilidad de los proyectos y acciones que una compañía emprende.

Cuando hablamos de biodiversidad no podemos permanecer ajenos a esto y, por ello, debemos situar a los empleados como un importante **grupo de interés** a considerar en la estrategia de biodiversidad. Además de ser **parte implicada** de los distintos procesos y operaciones, los empleados también son la **cara visible** y principales embajadores de una compañía.



ACCIONES CON EMPLEADOS EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD

Se plantean a continuación tres tipos de acciones que pueden ser desarrolladas en la empresa - con distintos niveles de complejidad- para integrar a los empleados en la protección de la biodiversidad:

1. SESIONES DE SENSIBILIZACIÓN INTERNAS: informar a los empleados sobre la relación existente entre su empresa y la biodiversidad. De este modo se facilita la comprensión de su importancia, del porqué de ciertos cambios en la manera de trabajar o de las iniciativas externas en las que se está participando.

 **¿Alguna idea?** Se podrá convocar un día específico -“Día de la biodiversidad”-, aprovechar algún otro evento corporativo -“Día del medio ambiente”, “Convención anual de empleados”- o simplemente organizar un pequeño encuentro interno, editar materiales multimedia o facilitar información a través de la intranet.

2. FORMACIÓN ESPECÍFICA: incluir en el plan de formación de los empleados, módulos concretos vinculados, en cada caso, a la relación de los distintos departamentos y/o funciones con la conservación de la biodiversidad.

 **¿Alguna idea?** Realizar sesiones informales tipo “Lunch & Learn”, en las que uno o varios miembros del equipo implicados en algún proyecto sobre biodiversidad explican cómo se ha desarrollado de forma práctica o bien, un enfoque más teórico, trasladando los principales conceptos sobre un tema concreto.

3. VOLUNTARIADO CORPORATIVO: invitar a los empleados a formar parte del compromiso de la empresa de proteger la biodiversidad de una manera directa, a través de su participación en acciones concretas de trabajo en terreno.

Con estos tres tipos de acciones de involucramiento (o *engagement*), los empleados se convertirán en unos perfectos mensajeros del compromiso de la empresa con la biodiversidad. Así se maximiza el impacto y el retorno de las acciones llevadas a cabo por la empresa y se contribuye a generar una coherencia interna al respecto.



ALGUNOS EJEMPLOS:

➤ **Gas Natural Fenosa** pone en marcha un Programa de Voluntariado Ambiental corporativo entre sus empleados en colaboración con la ➤ **Fundación Global Nature** con el objetivo de fomentar entre su equipo una actitud positiva en la conservación del medio natural y de la biodiversidad. El programa incluye actividades de conservación y de educación ambiental a realizar a lo largo del año en áreas naturales cercanas a las oficinas de Gas Natural Fenosa, empezando con Madrid y Barcelona. Las actividades de conservación se orientan a dar soluciones a problemáticas concretas, así como mejorar de forma inmediata y observable el entorno natural.



PARA SABER MÁS...

Para las empresas que aún no se han iniciado en el mundo del **voluntariado corporativo**, puede ser interesante, en primer lugar, obtener unas nociones básicas sobre qué es, cómo organizarlo o técnicas de movilización de empleados, entre otras. Para ello, recomendamos las siguientes herramientas:

- Forética – Cuaderno nº 17 ➤ **Voluntariado corporativo. Un puente de colaboración entre la empresa y la sociedad**
- Forética y Red Voluntare - ➤ **Guía sobre Movilización de Voluntarios para el Voluntariado Corporativo**
- Forética y Red Voluntare - ➤ **Guía sobre Medición del Impacto del Voluntariado Corporativo**

¿QUÉ ACCIONES DE VOLUNTARIADO LLEVAR A CABO Y CÓMO?

- **ESCOGER/DISEÑAR ACCIONES PUNTUALES ESPECÍFICAS PARA TUS VOLUNTARIOS.** En función de la estrategia de biodiversidad desarrollada en la compañía, se podrán seleccionar unas u otras actividades de voluntariado que estén alineadas y que contribuyan a la consecución de los objetivos planteados en dicho plan. Para llevar a cabo esta opción, se deberá identificar la temática, la entidad con la que poder llevar a cabo una actividad, el grupo de voluntarios – teniendo en cuenta sus expectativas e intereses- y una fecha y lugar de realización.

Ejemplos: El voluntariado ambiental más frecuentemente llevado a cabo por empresas se centra en acciones como limpieza de ríos o riberas, adecuación de parcelas de monte o bosque, plantación de árboles, rehabilitación de instalaciones en zonas de monte, preparación y ubicación de nidos o anillamiento de aves. En la web del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente se presenta una **selección de iniciativas ambientales** en las que se puede colaborar en este sentido.



- **FORMAR PARTE DE INICIATIVAS GLOBALES APORTANDO VOLUNTARIADOS DE TU EMPRESA.** Existen marcos de actuación que trabajan directamente con entidades ambientales que tienen necesidades concretas para las que requieren el trabajo de voluntarios.



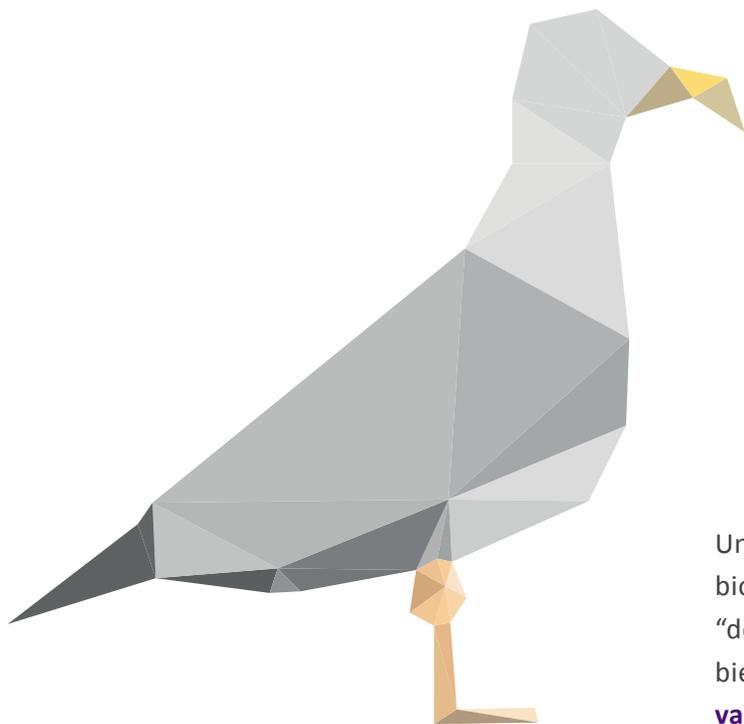
Ejemplos/Referencias: plataforma **ENGAGE** o la **Semana Internacional del Voluntariado Corporativo** de Forética, la **Jornada Europea de Limpieza de espacios públicos "Let's Clean-Up Europe!"** de EWWR (proyecto LIFE) o el **Programa Playas, Ríos, Voluntariado y Custodia del Territorio** de la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, entre otros.



9

SÍGUEME

UNA EMPRESA PUEDE SER UN ACELERADOR DE COMPROMISOS A NIVEL GLOBAL. HACER PARTÍCIPE A TU CADENA DE SUMINISTRO DE TUS COMPROMISOS CON LA BIODIVERSIDAD Y AYUDARLES A SEGUIR TUS PASOS, NO SÓLO BENEFICIA AL MEDIO AMBIENTE SINO TAMBIÉN A TI COMO EMPRESA



**LAS EMPRESAS PUEDEN
IMPLICAR A SUS PROVEEDORES
EN LA CONSERVACIÓN DE LA
BIODIVERSIDAD PARA MEJORAR
EL IMPACTO A NIVEL GLOBAL**

Una estrategia empresarial sólida en materia de biodiversidad debe integrar no sólo lo gestionable “de puertas para adentro” de la empresa sino también lo que ocurre a lo largo de toda su **cadena de valor**. En este sentido, el fomento de buenas prácticas entre los proveedores, de manera que estos estén alineados con los objetivos, la conciencia y los compromisos de la empresa de la cual forman parte indirectamente, son elementos importantes a considerar. De nada sirve ser una empresa con unos objetivos de preservación y gestión de la biodiversidad muy ambiciosos, si no implicamos en este sentido a la cadena de valor, sabiendo que los proveedores contribuyen en gran medida a nuestra *performance* como empresa.

Las empresas se encuentran muchas veces en una **disyuntiva** con sus proveedores: exigirles criterios, políticas y requisitos, descartando a aquellos que no los cumplen versus tratar de entenderles, ayudarles y colaborar con ellos a medio-largo plazo para que vayan integrando dichos aspectos, de manera que se cree una dinámica de colaboración y complementación entre ambos.

En el apartado  **EVALÚA** se exponía la idea de que no todas las empresas y sectores presentan el mismo **nivel de dependencia e impacto** sobre la biodiversidad en sus actividades operativas, y que en muchas ocasiones, dicho impacto y dependencia se encontraba precisamente aguas arriba en la cadena de suministro, en sus proveedores.

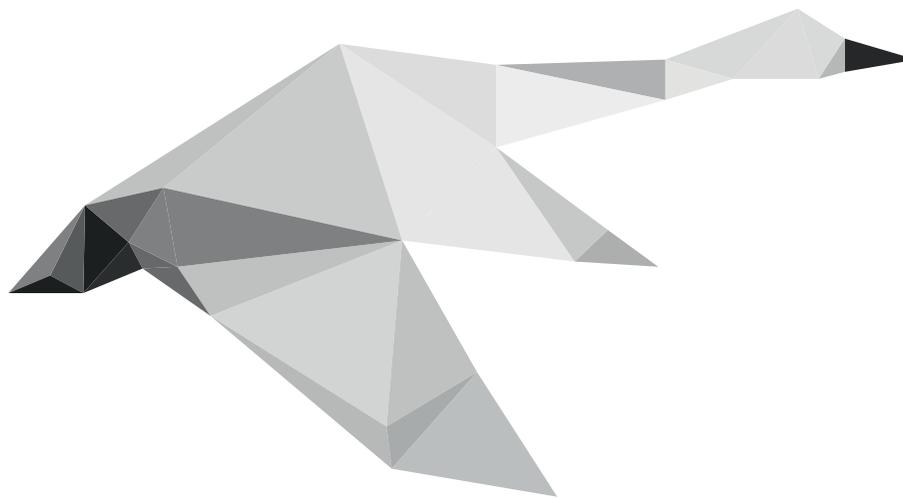
¿CÓMO DIMENSIONAR EL NIVEL DE ATENCIÓN QUE REQUIERE LA CADENA DE SUMINISTRO?

La relación con la biodiversidad de un sector puede ser más o menos evidente y los riesgos e impactos más o menos directos. Un buen ejercicio que toda empresa puede llevar a cabo es identificar cuáles de sus proveedores forman parte de los sectores con más riesgo, según la tabla presentada en el apartado  **COMPROMÉTETE**. Esto permitirá establecer y conocer el **nivel de riesgo** de la cadena de suministro y planificar el seguimiento adecuado a dichos proveedores. Teóricamente, las empresas que tendrán que prestar una mayor atención al comportamiento de sus proveedores en materia de biodiversidad serán aquellas que tengan como proveedores a:

- empresas de los sectores extractivos (construcción, minería, petróleo y gas, etc.), o de transformación (electricidad, alimentación).
- empresas ubicadas en países en desarrollo, debido a la falta de normativa clara y de información en materia de biodiversidad.

Para el resto de proveedores, con menor riesgo, será necesario un seguimiento más sencillo que tome en cuenta la gestión ambiental de dichos proveedores como un elemento diferenciador a la hora de llevar a cabo el proceso de selección y contratación de los mismos.

CONOCER EL NIVEL DE RIESGO DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO NOS PERMITIRÁ ANTICIPARNOS Y MINIMIZAR PROBLEMAS ASOCIADOS A SU GESTIÓN



Una **herramienta** que se puede emplear como modelo para llevar a cabo la correcta gestión de los proveedores es la que propone la **norma SGE 21**, norma de empresa de responsabilidad social desarrollada por **Forética** y que cuenta con 15 años de andadura. Para la gestión de los proveedores, la norma sugiere una dinámica sencilla e intuitiva, según los siguientes pasos:

1. Establecer **criterios de compra responsable**, de manera que se consideren temas éticos, sociales, laborales y ambientales a la hora de escoger los proveedores. En este sentido, puede resultar útil valorar **ciertas certificaciones o etiquetas** que acrediten que el proveedor está realizando un esfuerzo por ser más responsable.

2. El siguiente paso será **clasificar a los proveedores** en función de su nivel de **riesgo** (valorado en relación a su impacto, criticidad para el negocio y volumen de compras, entre otros).

3. Diagnóstico y evaluación de los proveedores: con el listado de proveedores categorizado en función de niveles de riesgo, se procederá (de manera progresiva) a evaluar a dichos proveedores en **función de los criterios** de compras responsables previamente descritos. A la vez, se incorporarán dichos criterios a la hora de valorar a los nuevos proveedores.

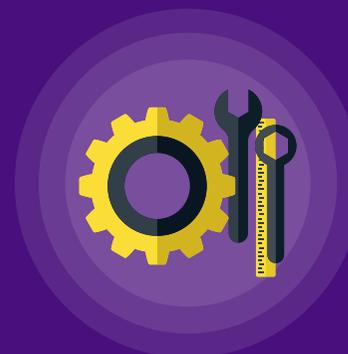
4. El último paso será **fomentar las buenas prácticas** con ellos, de manera que se contribuya a una mejora continua de su desempeño a lo largo del tiempo para conseguir mejores resultados en las reevaluaciones periódicas.

Los estándares de sistemas de gestión, como la SGE 21, no son los únicos que fomentan la incorporación de la cadena de suministro dentro del alcance y cobertura de los objetivos en sostenibilidad. También herramientas como **G4** o **IR** (visita el apartado **SÉ TRANSPARENTE** para más información sobre estas herramientas), que establecen las pautas para el reporte de sostenibilidad, fomentan a través de indicadores específicos, la incorporación de datos de desempeño de los proveedores en materia ambiental.



Algunos estándares y herramientas que pueden tenerse en cuenta:

- Medio ambiente: **ISO 14001 / EMAS**
- Gestión responsable: **ISO 26000 / SGE 21 / IQNet SR10**
- Temas forestales: **FSC / PEFC**
- Otras: Certificación **LIFE / European Biodiversity Standard**
- Etiquetas: **Ecolabel (UE)**

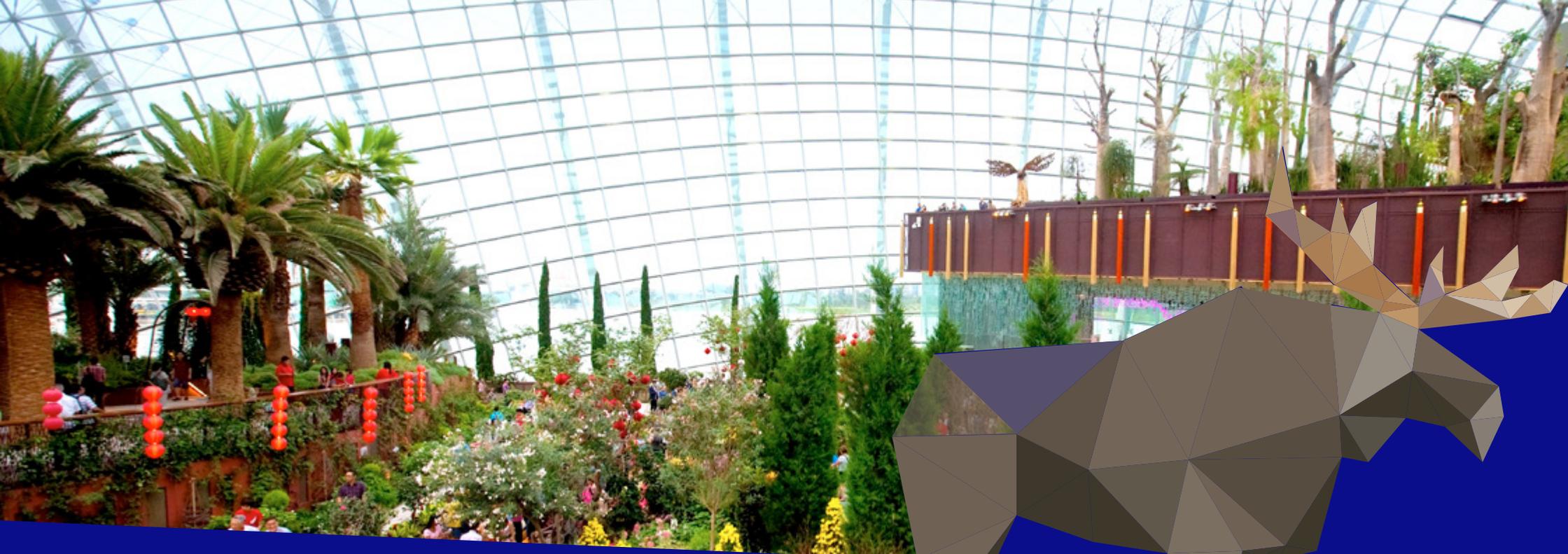




Numerosas empresas colaboran con sus proveedores para lograr objetivos comunes o fomentar las buenas prácticas en materia de biodiversidad. Algunos ejemplos son:

- **Heineken** cree firmemente que su compromiso con la sostenibilidad también debe llegar a sus proveedores. En 2012, firmó un convenio de colaboración a 5 años con la Junta de Andalucía e InterMalta, empresa proveedora de malta, enmarcado dentro del Proyecto LIFE de “Conservación y gestión en las Zonas de Especial Protección para las Aves Esteparias en Andalucía”. De este modo, se coopera con los proveedores locales a la vez que velan por la conservación y la mejora del hábitat de aves como las avutardas y otras especies en peligro de extinción (aguilucho cenizo, sisón, ortega y ganga ibérica). Asimismo, en 2013, Heineken realizó un estudio para conocer el riesgo de sostenibilidad de las empresas colaboradoras del Grupo. A aquellos proveedores que registraban un riesgo elevado, se les realizaba una segunda evaluación y, en caso de no ser superado un mínimo, se les exigía someterse a una auditoría. En España, el 100% de los proveedores de alto riesgo superaron las evaluaciones.

- En la evaluación sobre biodiversidad que llevó a cabo **Sainsbury's**, resultó que algunos de sus mayores impactos en biodiversidad venían por sus proveedores locales. Por ello decidieron dar prioridad y centrarse en animar y fomentar las buenas prácticas agrícolas en sus granjas proveedoras, como parte de su estrategia ambiental a largo plazo. Trabajando con ellos y el Farming & Wildlife Advisory Group, han diseñado un sistema para que cada granja tenga, de forma voluntaria, un plan de biodiversidad. A través de este plan se consideran cinco especies clave de la granja, evaluando qué se puede hacer para protegerlas y mejorarlas. En muchas ocasiones, las acciones que se proponen no tienen ningún coste para el granjero.



DIFERÉNCIATE

LA BIODIVERSIDAD OFRECE MÚLTIPLES OPORTUNIDADES: COMO PROVEEDORA DE IDEAS, DE DIFERENCIACIÓN DE MARCA, DE VENTAS E INCLUSO DE NUEVOS MERCADOS. ¡APROVÉCHALAS!

La biodiversidad, como se plantea en capítulos anteriores, además de un aspecto a gestionar para minimizar o eliminar los impactos en ella, puede ser una **oportunidad de diferenciación y posicionamiento** para las empresas.

El desempeño en materia de sostenibilidad (desde el punto de vista social y ambiental) va cobrando relevancia como atributo a considerar en el momento de compra. El consumo responsable cada vez tiene más adeptos, siendo creciente el número de consumidores/clientes que incorporan en sus **criterios** de selección de los productos que compran o de las empresas a las que contratan un servicio, aspectos sociales y ambientales. Igualmente, en los últimos años se han desarrollado iniciativas de financiación e inversión que precisamente priorizan los proyectos que cumplen con este tipo de criterios de sostenibilidad.

Siendo esto así, las empresas (y los emprendedores) han de aprovechar las nuevas oportunidades que se les plantean, derivadas de integrar el cuidado de la biodiversidad en su gestión y en su comunicación.



¿CÓMO PUEDEN LAS EMPRESAS PONER EN VALOR SU COMPROMISO CON LA BIODIVERSIDAD?

1. INNOVACIÓN RESPONSABLE

Se entiende por **innovación o I+D+i** responsable aquella que realiza una **contribución neta positiva** al trinomio de factores económico, social y ambiental. Esta innovación puede materializarse de distintos modos: desarrollando productos (ejemplo: coche eléctrico) y servicios específicos (ejemplo: geo-marketing), a través de procesos o estructuras que canalicen la innovación (ejemplo: bolsas de CO₂) o a través de modelos de negocio o de innovación social (ejemplo: el crowd funding).

Al incorporar la sostenibilidad en los procesos de diseño se pueden tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cantidad de materias primas necesarias.
- Origen de las materias primas empleadas.
- Utilidad y composición de los productos.
- Eficiencia en el uso del producto o del servicio.
- Tecnología en los procesos de fabricación.
- Packaging (o embalaje) de los productos.

LAS EMPRESAS DISPONEN DE VARIAS ALTERNATIVAS PARA INCORPORAR LA BIODIVERSIDAD COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR



Más información: Innovación responsable.
➤ [Forética y Observatorio Zeltia. \(2013\)](#)

2. EMPRENDIMIENTO VERDE

Una derivada de la innovación responsable es el **emprendimiento verde** (sostenible o responsable) que se basa en la vinculación directa del modelo de negocio con la sostenibilidad. Desde esta aproximación, la conservación de la biodiversidad puede resultar una opción de desarrollo muy interesante. En España existe un programa desarrollado por la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente que busca impulsar el potencial de los temas ambientales y de sostenibilidad para generar puestos de trabajo y empresas verdes. Entre las temáticas con mayor representatividad dentro de los proyectos de [Empleaverde](#) destacan la gestión forestal sostenible, el emprendimiento verde y el turismo sostenible.



Muchas empresas han encontrado ya beneficios en la vinculación del negocio con la conservación de la biodiversidad. Es el caso de [Ecoalf](#), el ganador de la categoría de producto-servicio para el desarrollo sostenible de los Premios Europeos de Medio Ambiente de 2014. Se trata de una marca de moda que elabora sus colecciones de ropa a partir de materiales reutilizados como redes de pesca, neumáticos o botellas de PET.



ESPAÑA ES EL CUARTO PAÍS DE LA UNIÓN EUROPEA EN CREACIÓN DE EMPLEO VERDE EN EL SECTOR DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN 2013

3. MARKETING SOSTENIBLE

Los **departamentos de marketing** pueden jugar un rol determinante en los procesos de innovación y posicionamiento de productos y servicios en materia de sostenibilidad. Desde hace ya varios años se habla del marketing sostenible como herramienta para favorecer la inclusión de aspectos sociales y ambientales en el diseño, planificación y distribución de productos y servicios.



El marketing sostenible implica una apuesta de la compañía para que el tradicional marketing mix con sus 4 P's (Product [producto], Price [precio], Place [punto de venta] y Promotion [publicidad]) contribuya no sólo a los objetivos de mejora de beneficios, mayor adaptación al cliente o notoriedad de marca, sino también a otros dos aspectos relevantes: la conservación del planeta y la preocupación por las personas.

Más información: [Guía de marketing sostenible de CSR Europe. Las 4Ps para 3Ps.](#)



BIOMÍMESIS: NATURALEZA E INSPIRACIÓN

La naturaleza, y su evolución a lo largo de miles de años, ha sido y es una fuente de inspiración para resolver problemas de la humanidad. Gracias a la observación y conocimiento de la naturaleza se han desarrollado soluciones, basadas en los modelos de sistemas (mecánica) o procesos (química) entre otros, elementos que imitan o se inspiran en ella. La biomímesis es la ciencia que estudia esto.

PRODUCTOS

- **Velcro:** uno de los mejores ejemplos de biomímesis. Tiene su origen en los ganchos de las semillas espinosas de una planta (*Arctium sp.*), que permiten la adhesión al pelo de animales, por ejemplo, y que inspiró para desarrollar el velcro de dos piezas actuales.
- **Kevlar:** esta fibra, más resistente que el nylon, se sintetiza a partir de una solución de cristal líquido, de forma análoga a como se forma la seda de araña.
- **Tejidos para bañadores** basados en la piel de tiburones

AERODINÁMICA

- **Turbinas eólicas y palas** basadas en las aletas de las ballenas jorobadas
- **Martín pescador:** su forma de entrar en el agua para pescar ha servido de inspirador para el diseño de un tren bala japonés

UTILIDAD

- **Hojas de loto** que repelen el agua, útil de cara al desarrollo de superficies autolimpiantes, al arrastrarse cualquier resto de suciedad.

ARQUITECTURA

- **Edificios que imitan a termiteros**, en los que se tienen en cuenta los principios básicos de la termorregulación (empleado en el edificio Portcullis House de Londres o en el Eastgate Centre de Harare en Zimbabue).

Más ejemplos de biomímesis en [▶ Biomimicry Institute.](#)

4. COMUNICACIÓN

Otra importante forma de diferenciar la marca o la empresa es a través de los mensajes que se trasladan en la **comunicación corporativa**. En el apartado [▶ SÉ TRANSPARENTE](#) se presentan alternativas de comunicación, no obstante, merece la pena destacar el valor diferenciador de una comunicación eficaz en este punto.

Incluir los aspectos ambientales de una forma diferente y que aporte valor a los interlocutores y grupos de interés de la empresa puede ser clave. Comunicar de esta manera implica aprender de los errores y no tener miedo a la hora de salir de lo establecido y comúnmente aceptado. La agencia de comunicación especializada en sostenibilidad Futerra invita a trabajar en esta nueva aproximación a través de la aplicación de los consejos que presenta en su guía de comunicación de temas ambientales, y específicamente de biodiversidad, [▶ Branding Biodiversity](#). Este manual pretende cambiar el mensaje sobre la biodiversidad y orientarlo a la acción, sabiendo que la audiencia generalmente es más emocional que racional. Las pautas de esta guía ayudan a elaborar mensajes más potentes y con más efecto.

Todas estas acciones o iniciativas reportan beneficios interesantes a las compañías.

Entre otros:

- Reducir riesgos e identificar oportunidades.
- Distinguir la marca y proteger la reputación de la compañía.
- Aumento de la retención de clientes y lealtad a la marca.
- Atracción de inversión.
- Motivación de los empleados.
- Optimización medioambiental de productos.

Se calcula que las oportunidades de negocio derivadas de la inversión en biodiversidad podrían alcanzar en 2050 entre dos y seis billones de dólares en todo el mundo, según la iniciativa global “Economía de los ecosistemas y biodiversidad” ([▶ The Economics of Ecosystems and Biodiversity - TEEB](#)) del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

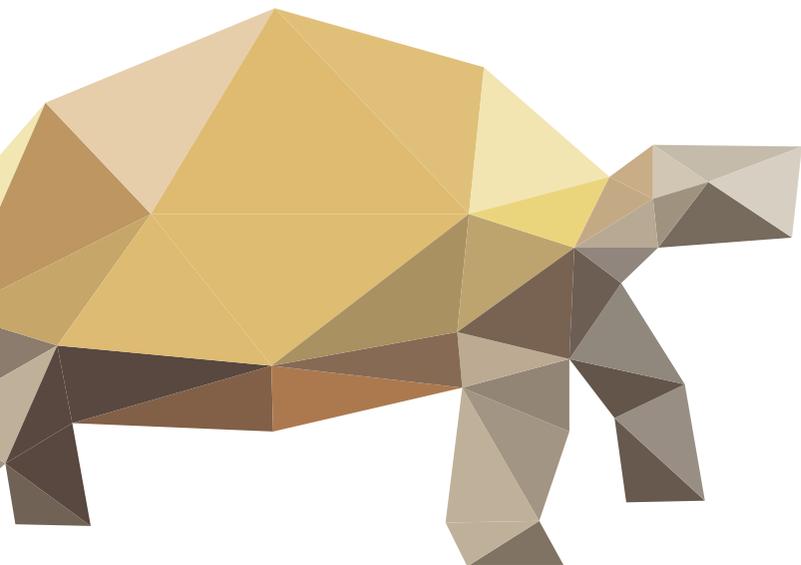
**LA APUESTA POR UNA DIFERENCIACIÓN
EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD
IMPLICA OPORTUNIDADES A NIVEL
INTERNO Y EXTERNO**



11

COLABORA

"SI CAMINAS SOLO LLEGARÁS MÁS RÁPIDO; SI CAMINAS ACOMPAÑADO LLEGARÁS MÁS LEJOS".
BUSCA COMPAÑEROS DE VIAJE Y OBTENDRÁS MEJORES RESULTADOS



SI CAMINAS SÓLO LLEGARÁS MÁS RÁPIDO, SI CAMINAS ACOMPAÑADO LLEGARÁS MÁS LEJOS

Para conseguir aprender, alcanzar objetivos y mejorar el desempeño en la gestión de la biodiversidad, es imprescindible **compartir experiencias y colaborar** con otras entidades en una relación de apoyo mutuo.

¿CUÁLES SON TUS RAZONES?

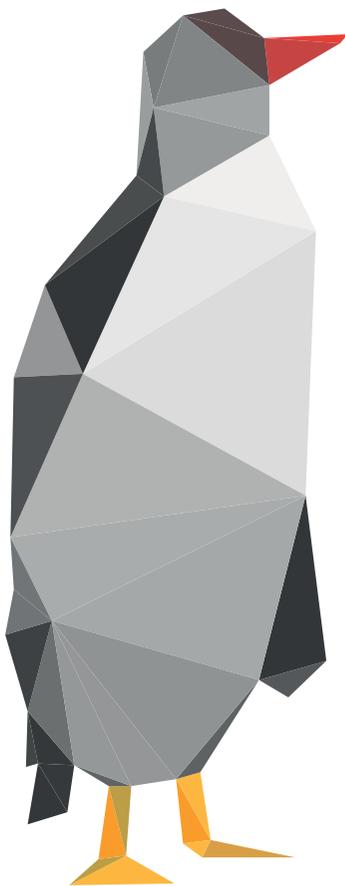
Cada empresa ha de encontrar sus **motivaciones** para la colaboración y las claves que sentarán el rumbo de la misma, algunas podrían ser las siguientes:

- Conocer y aprender cómo obtener mejores **rendimientos**.
- Mejorar la **credibilidad** de nuestros resultados.
- **Involucrar** a toda la organización en la protección de la biodiversidad.
- Acceder y atraer a **nuevos clientes** cada vez más interesados en estos temas.

¿CÓMO SE PUEDE COLABORAR?

Existen numerosas formas a través de las cuales una empresa puede colaborar con otras organizaciones o empresas en este sentido:

- aporte de **recursos humanos**, personas que están dispuestas a destinar su tiempo en la ejecución y desarrollo de acciones concretas de protección de la naturaleza (voluntariado corporativo) [ver apartado **CONTAGIA**].
- suministro de **recursos materiales**.
- puesta a disposición de **conocimientos** técnicos, sectoriales, organizativos, etc.
- aporte de **recursos económicos** (patrocinios y donaciones).
- desarrollo y apoyo a la **investigación**.



LAS POSIBILIDADES DE COLABORACIÓN SON MUY DIVERSAS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS PERSEGUIDOS Y EL NIVEL DE IMPLICACIÓN QUE SE BUSQUE

¿CON QUIÉN COLABORAR?

La colaboración por un fin tan relevante como es la conservación de la biodiversidad, no tiene límites. En el recorrido, y en función de los objetivos perseguidos, la empresa puede encontrar buenos compañeros de viaje en muy **distintos tipos de entidades**:

- otras empresas.
- organizaciones del tercer sector.
- administraciones públicas.
- expertos y líderes de opinión.

Existen, por ejemplo, **plataformas colaborativas** que, a través de proyectos, ponen en relación a empresas, administraciones públicas y entidades del tercer sector. Un ejemplo de este tipo de plataformas es **Enterprise 2020**, que constituye una línea de acción de la estrategia europea de RSE, lanzada por la **Comisión Europea** y liderada por **CSR Europe** en Europa y por Forética en España. Dentro de la línea de trabajo **Vida Sostenible en Ciudades** están presentes proyectos enfocados en temas como el medio

ambiente, la movilidad y el transporte eficiente, el consumo sostenible, la protección y cuidado de los bosques y la conservación de la biodiversidad. Los proyectos que forman parte de esta línea de acción pueden consultarse en este **enlace**.

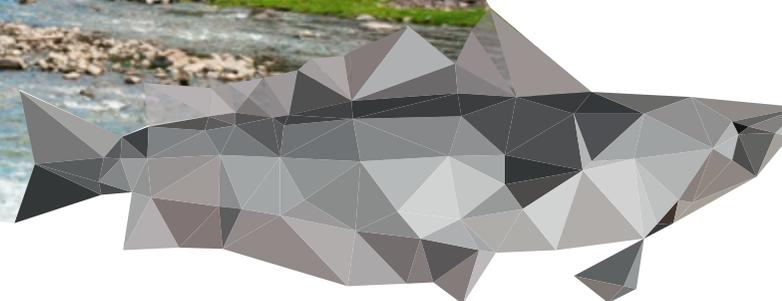
Además, como se presenta en el capítulo **COMPROMÉTETE** en muchos países del mundo se han desarrollado las **iniciativas nacionales de empresa y biodiversidad** que son espacios de intercambio y conocimiento, además de laboratorios para ensayar, demostrar y sentar buenas prácticas en materia de conservación y gestión de la biodiversidad desde la aproximación empresarial.

También, una empresa puede decidir formar alianzas con otras empresas y organizaciones del mismo sector de actividad y con intereses comunes. Es el caso de [LandLife Care for Nature](#), de [LandStewardship](#), un proyecto LIFE+ que tiene como objetivo comunicar el valor de la gestión del territorio como herramienta para la conservación de la naturaleza y de la biodiversidad. En este proyecto aúnan fuerzas cinco partners (Xarxa de Custòdia del Territori, Conservatoire d'espaces naturels du Languedoc-Roussillon, Legambiente Lombardia, Eurosite and Prysma). Mediante ella, se anima a los propietarios de tierras y a la ciudadanía en general a implicarse más en la conservación de la naturaleza y a contribuir a los objetivos europeos en materia de biodiversidad.



¡ATENCIÓN!

En ocasiones ocurre que distintas iniciativas se desarrollan simultáneamente en un mismo momento y lugar, produciendo **solapamiento de actuaciones** sobre ciertas especies o territorios. Esto se debe a la inexistencia de una base de datos única que aglutine dicha información y esté a disposición de todos los agentes implicados. Un buen ejemplo de este tipo de herramientas es el **mapa interactivo** que ha creado [LandLife Care for Nature](#), accesible a todo el público, que muestra de manera sencilla los proyectos de custodia del territorio existentes a nivel europeo, de manera que se pueda saber exactamente su posición geográfica. De esta forma se favorece el despliegue de acciones en las zonas en las que es más necesario y que no han sido objeto hasta el momento de ningún proyecto de conservación. **La conectividad** es precisamente objeto de numerosas conversaciones en foros y grupos de trabajo especializados en biodiversidad.



La colaboración con **ONG de conservación de la naturaleza** puede ser muy enriquecedora. ➤ **Acción natura**, por ejemplo, proporciona servicios y herramientas interesantes para implicar a las empresas en el ámbito de la biodiversidad (Consejos de Empresas por la naturaleza, programas de sensibilización interna, voluntariado corporativo, etc.). Por su parte, organizaciones como BirdLife UK o IUCN (International Union for Conservation of Nature) colaboran con empresas como ➤ **CEMEX** y ➤ **Shell** (respectivamente) en el asesoramiento en restauración y proyectos de biodiversidad relacionados con el negocio y la actividad de dichas empresas.

Uno de los ejemplos más emblemáticos de colaboración a nivel internacional es la de ➤ **British American Tobacco** con tres organizaciones de conservación, Earthwatch Institute, Fauna y Flora International y Tropical Biology Association. Se inició en 2001 con la intención de enseñar a manejar la biodiversidad de una forma más responsable, manteniéndola y mejorándola, así como también los servicios ecosistémicos de los paisajes agrícolas.

Por último, una relación fluida con las **administraciones públicas** puede llegar a ser muy útil y enriquecedora de cara al desarrollo de colaboraciones y a la actualización sobre normativa en esta materia.

LAS ONG DE CONSERVACIÓN PUEDEN SER BUENAS GUÍAS Y ALIADAS PARA DESARROLLAR ACCIONES EN MATERIA DE BIODIVERSIDAD

¿CUÁL ES TU NIVEL DE IMPLICACIÓN EN BIODIVERSIDAD?

	SÍ	NO
1 APRENDE Mi empresa sabe qué es la biodiversidad y conoce su importancia para nuestra actividad		
2 COMPROMÉTETE En mi empresa se ha identificado cuál es la oportunidad de negocio de la biodiversidad En mi empresa ya se ha llevado a cabo algún tipo de acción para demostrar nuestra implicación con la biodiversidad		
3 IMPULSA Se ha designado un responsable de estos temas en mi empresa		
4 EVALÚA Se ha evaluado la dependencia e impacto que mi empresa tiene con la biodiversidad. Se han identificado los aspectos críticos en relación a la biodiversidad		
5 ELIGE UN RUMBO Mi organización ha elaborado y estructurado una estrategia o plan de acción en biodiversidad		
6 SÉ TRANSPARENTE >>Mi empresa conoce y emplea diferentes herramientas para comunicar externamente su desempeño en materia de biodiversidad		
7 COORDINA La coordinación para la biodiversidad surge del departamento de Medio Ambiente pero hay otros departamentos también implicados En mi empresa existe un Comité para tratar los temas de biodiversidad		
8 >CONTAGIA Se desarrollan acciones de sensibilización y formación en materia de biodiversidad con los empleados Se hacen acciones de voluntariado ambiental con los empleados		
9 SÍGUEME Consideramos aspectos vinculados a la biodiversidad en la homologación de proveedores		
10 DIFERÉNCIATE Mi empresa tiene en cuenta ciertos criterios relacionados con la biodiversidad en los procesos de innovación y marketing		
11 COLABORA Mi empresa participa y colabora con otras organizaciones relacionadas con el medio ambiente, específicamente sobre biodiversidad		

PUNTUACIÓN 



RESPONDE CON UN SÍ O UN NO ESTAS AFIRMACIONES SEGÚN PROCEDA. CADA SÍ EQUIVALE A 1 PUNTO.

CALCULA TU RESULTADO Y CONSULTA NUESTRA RECOMENDACIÓN.

¿CUÁL ES TU NIVEL DE IMPLICACIÓN EN BIODIVERSIDAD?

ENTRE
0 y 5

¡LOS PRIMEROS PASOS SON IMPORTANTES!

Tu organización ya está realizando algunas acciones en materia de biodiversidad, aunque aún hay mucho que podéis hacer.

Podéis empezar con las etapas que no habéis cubierto aún, en el orden que propone esta guía. Utilizad las herramientas y ejemplos que se proporcionan para facilitar el avance.

¡BUENA SUERTE EN LA SENDA DE LA BIODIVERSIDAD!

ENTRE
5 y 10

¡VAIS POR EL BUEN CAMINO!

Tu empresa es una buena conocedora de los beneficios y oportunidades que la biodiversidad ofrece. Estáis a un paso de la excelencia en estos temas.

¿Qué más podéis hacer? Identificad en qué aspectos concretos podéis avanzar o cuáles no habéis aún identificado y continuad la marcha.

¡YA ESTÁIS CERCA DE LA META!

ENTRE
10 y 15

¡UN EJEMPLO A SEGUIR!

Vuestra organización es todo un ejemplo para otras empresas en materia de biodiversidad. ¡Enhorabuena! Estáis en la cumbre y seguro sois conscientes de que siempre se puede seguir mejorando.

Pensad en qué otras acciones podéis hacer para seguir avanzando o colaborando con otras organizaciones para extender el mensaje.

¡SOIS UN BUEN ALIADO PARA ESTOS TEMAS! ¡FELICIDADES!



➤ www.foretica.org

🐦 [@foretica](https://twitter.com/foretica)

[#responsablesbiodiversidad](https://twitter.com/foretica)