09/01/2025

El director de sostenibilidad manda cada vez más en las empresas

En el 63% de las compañías del Ibex este profesional forma parte del comité ejecutivo. Sin embargo, en nueve de cada diez ejerce funciones añadidas. Los inversores y la regulación han provocado el cambio



Son un valor en alza. Unos profesionales que van a sacar adelante un montón de papeleo en las empresas y conducirlas hacia nuevos proyectos o servicios. Los directores de sostenibiliad (CSO) se han consolidado como una función clave y estratégica dentro de las compañías del Ibex 35, según el informe Si es fácil, es greenwashing. Evolución del valor de la dirección de sostenibilidad en una corporación, elaborado por la firma de selección de ejecutivos Heidrick & Struggles.

Al principio, esta dirección se le encomendaba a personas procedentes del área de comunicación y relaciones institucionales. Conforme la normativa se ha ido volviendo más exigente y ha hecho mella en los inversores, han ido cambiando los perfiles, aunque aún permanecen algunos profesionales de ese entorno (como Eduardo Navarro en Telefónica o Jordi García Tabernero en Naturgy).

En el 63% de las compañías del Ibex el CSO es miembro del comité de dirección, lo que muestra la relevancia que ha adquirido en los últimos años en un entorno donde la sostenibilidad se considera una ventaja competitiva. “Cambiamos cuando vimos que la sostenibilidad era importante para los grandes clientes y los inversores de Londres y Nueva York, que daban la misma relevancia a la ESG [medio ambiente, social y gobernanza] que a los datos financieros. La pusimos al mismo nivel que la estrategia o las operaciones de fusiones y adquisiciones [M&A]”, señala Manuel Ausaverri, director de Estrategia y Sostenibilidad de Indra, esta última desde 2020.

De hecho, según Joanna Raczynska, principal de la práctica de Industria y la de Consejos de Administración de Heidrick & Struggles, “las áreas de sostenibilidad van a una velocidad más alta que las propias corporaciones. Funcionan como start-ups dentro de ellas”.

Y, a pesar de que un 91% de sus máximos responsables combinan esta función con otras, sus roles están más próximos a los inversores y a las operaciones. En los casos de Javier Rodríguez Soler de BBVA y Fernando Ramírez de Merlin compaginan esa tarea con la dirección de un área de negocio; en los de José Entrecanales de Acciona Energía, José Ángel Tejero de Acciona Grupo y Xavier Tintoré de Fluidra la compatibilizan con la dirección financiera o con la de estrategia, como ocurre con Manuel Ausaverri de Indra y Marta Gil de la Hoz de Sacyr. Solamente tres personas están puramente enfocadas a la sostenibilidad dentro del Ibex: Javier

Losada Montero, de Inditex; Eugenio Solla Tomé, de La Caixa y María Malaxechevarría, de Endesa (que ejerce también como directora de la Fundación Endesa).

Contribución al negocio

“En las compañías donde el rol de CSO ha crecido más, la importancia de la sostenibilidad ha sido reforzada por la integración de sus prácticas en las estrategias de innovación y en el negocio en general”, asegura el estudio, que habla de productos y servicios creados desde esa dirección. Valentín Alfaya, al frente de Sostenibilidad, Calidad y Medio Ambiente de Ferrovial, se considera una excepción entre los directores de sostenibilidad, pues llegó al comité de dirección hace más de 15 años y es uno de los contados CSO que viene del área científica (es doctor en Biología). Desde su punto de vista, “la mejor noticia de todas es que las empresas cambian su porfolio para aportar soluciones para el medio ambiente”. En Ferrovial, sostiene, la división de energía surgió de la estrategia de sostenibilidad, igual que su negocio de carsharing. “Cerca del 40% de nuestra actividad es taxonómica, se puede considerar verde puro y duro”, explica, “pero el valor añadido va mucho más allá. Por ejemplo, con la financiación verde sobresuscrita, que permite un coste más barato”.

Para Fernando Ramírez, CSO de Merlin y director de Loom, su división de oficinas flexibles, la sostenibilidad tiene una traslación más directa desde el punto de vista de la deuda: con 4.000 millones de euros en bonos que se han convertido en deuda verde, precisa. La buena calificación de Indra en sostenibilidad, indica Ausaverri, les ayuda a conseguir contratos, sobre todo privados, donde un 20% de los puntos pueden estar asociados a las políticas medioambientales o de derechos humanos. A Endesa le ha permitido ganar los primeros concursos de transición justa en Andorra y Portugal, en los que el plan de apoyo socioeconómico a las comunidades locales puntuaba con el 55% del total, según María Malaxechevarria, su CSO.

El equipo de sostenibilidad de Endesa es diferencial, cuenta con 28 personas, frente a las 4 de Indra o las 6 de Ferrovial. La creciente preocupación por ser acusados de greenwashing (“a veces hay más literatura que ciencia en la sostenibilidad de las empresas”, reconoce Fernando Ramírez) hace que estas direcciones se hayan ido acercando a las áreas de estrategia de las corporaciones. Aunque a juicio de Alfaya, “ha sido el sector financiero global, que busca activos relacionados con lo verde, el que ha cambiado las organizaciones”. “La presión de los fondos de inversión y la necesidad de reportar ha provocado este viraje radical en las empresas”, asegura. “Cada vez son más los inversores y los bancos que piden que se analicen las políticas de sostenibilidad y es impensable una reunión del consejero delegado con los inversores en la que no haya preguntas sobre ESG”, apoya Ausaverri, que afirma: “quien esté libre del pecado del greenwashing, que tire la primera piedra. Todas las compañías hemos tratado de ofrecer nuestra mejor versión. Pero hay gente que lo asocia con reporte fraudulento y eso no es así”. El CSO de Indra cree que “el KPI (indicador) mata el greenwashing”.

Para Malaxechevarria, la forma de evitar los lavados de cara es hacer públicos los planes de cumplimiento de largo plazo e ir informando sobre el grado de cumplimiento de manera periódica.

Todos los expertos consultados sostienen que su principal caballo de batalla es cumplir con el reporte normativo, al que destinan entre el 50% y el 80% de su tiempo. “Dedicamos más tiempo a reportar que a hacer proyectos de sostenibilidad y esto es un riesgo”, mantiene Alfaya, que cree que la regulación europea se ha vuelto “hipertrófica”: “Cotizamos en EE UU, España y Holanda, y tenemos que reportar anualmente más de 1.800 indicadores. Es un auténtico disparate. Me preocupa que estemos más atentos al cumplimiento que a la eficacia en la reducción de las emisiones”, afirma. Pese a que todos ven con buenos ojos los objetivos de la directiva anti greenwashing, “el regulador se ha pasado de frenada. Perdemos más tiempo en contar lo que se hace que en hacerlo”, suscribe Fernando Ramírez. “Estamos en un momento de cambio del reporte y es un momento de incertidumbre. La directiva europea nos está metiendo una presión tremenda porque es ambigua y todas las empresas tenemos que reportar en dos meses”, admite Manuel Ausaverri.

En 2025 todas las compañías de más de 500 empleados están obligadas a entregar su información no financiera.

Fuente:

https://elpais.com/

LINK DE LA NOTICIA