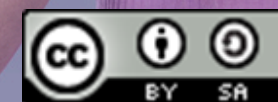




Módulos de formación sobre la transición ecológica

MÓDULO 3: Conocimiento del sector y de la competencia

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos



Co-funded by
the European Union



Contenido de este módulo

- 1 Transformación de la industria
- 2 Comprender la dinámica de sostenibilidad específica de cada sector.
- 3 Trazando tu rumbo:
mapeo de la sostenibilidad de la industria
- 4 Conexión con los estudios de caso



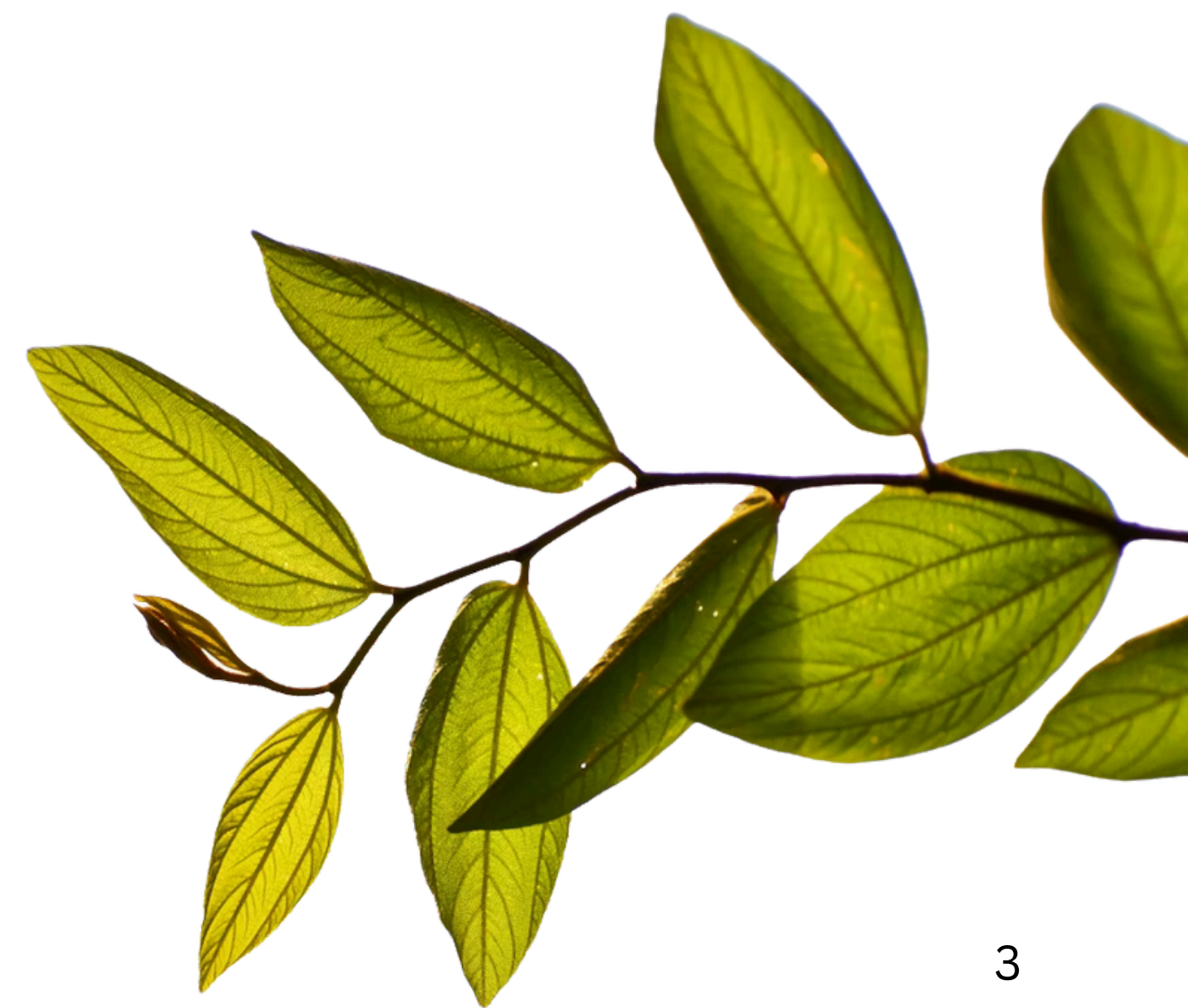
Resultados de aprendizaje de este módulo

Al finalizar este módulo, los participantes podrán:

- Analizar las prácticas de sostenibilidad actuales de su sector y las tendencias de transición ecológica.
- Identificar a los principales competidores y sus iniciativas medioambientales.
- Evaluar las oportunidades de mercado derivadas de los requisitos de la transición ecológica.
- Desarrollar estrategias de inteligencia competitiva para la evaluación comparativa de la sostenibilidad.
- Posicionar estratégicamente su empresa familiar dentro de la economía verde de su sector.

Objetivo de este módulo

Este módulo tiene como objetivo ayudar a las empresas familiares a comprender cómo la sostenibilidad se ha convertido en un requisito normativo y de mercado dentro de la UE, y cómo pueden responder estratégicamente. Capacita a los participantes para interpretar la legislación en constante evolución, reconocer los cambios en el comportamiento del consumidor y transformar las presiones de cumplimiento en oportunidades para la competitividad, la eficiencia y la resiliencia a largo plazo.



Introducción

En 1888, cuando František Plojhar fundó su empresa de encuadernación en České Budějovice, su mayor preocupación era perfeccionar el arte de los libros encuadernados en cuero y **los detalles en pan de oro.**

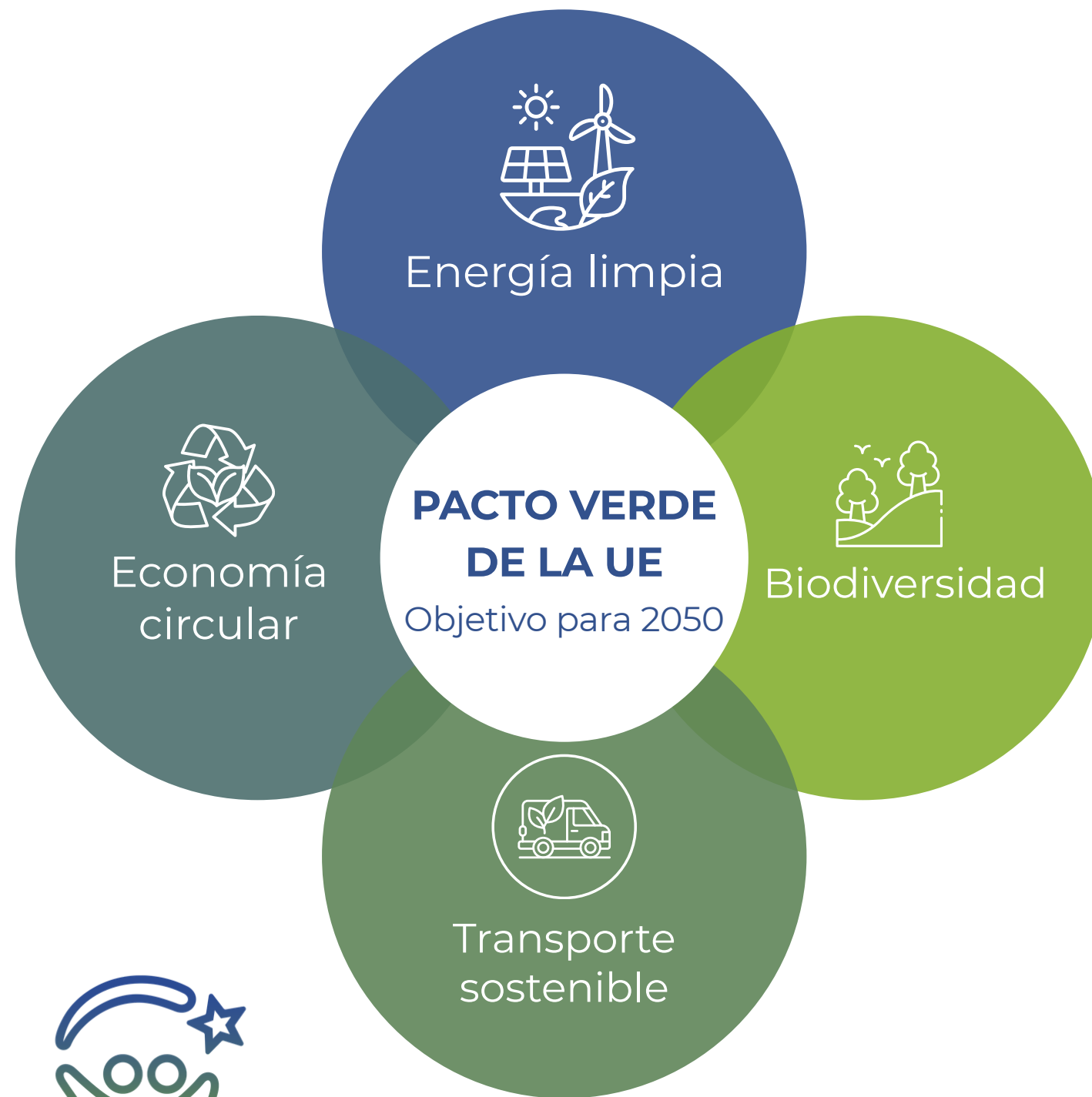
Si avanzamos 135 años hasta hoy, su tataranieto Jakub Plojhar se encuentra **lidiando con preguntas sobre la huella de carbono, las certificaciones FSC y** si sus camiones de reparto deberían funcionar con gas natural comprimido.



La transformación del negocio familiar Plojhar ilustra un cambio fundamental que está reconfigurando todos los sectores en Europa. La sabiduría empresarial tradicional sugería que conocer a los competidores directos y comprender las tendencias básicas del mercado era suficiente.

La economía verde actual exige algo mucho más integral: una comprensión profunda de cómo las **consideraciones ambientales** están reestructurando industrias enteras, creando nuevas ventajas competitivas y alterando fundamentalmente lo que valoran los clientes.

1. Transformación de la industria



La economía verde está transformando la competencia. A factores tradicionales como el precio y la calidad se suman ahora la transparencia y la sostenibilidad.

El cambio:

Desde elementos ecológicos aislados hasta la reestructuración fundamental de industrias enteras.

El Pacto Verde Europeo no es una ley única, sino una red de estrategias que influyen de manera diferente en cada sector. Para las empresas familiares, comprender cómo estos cambios afectan a su sector es fundamental para planificar una estrategia de sostenibilidad realista.

Sector

Enfoque clave en la sostenibilidad

● **Alimentación y agricultura**

Transparencia en la cadena de suministro, certificaciones orgánicas, reducción del uso de pesticidas y conservación del agua.

● **Minorista**

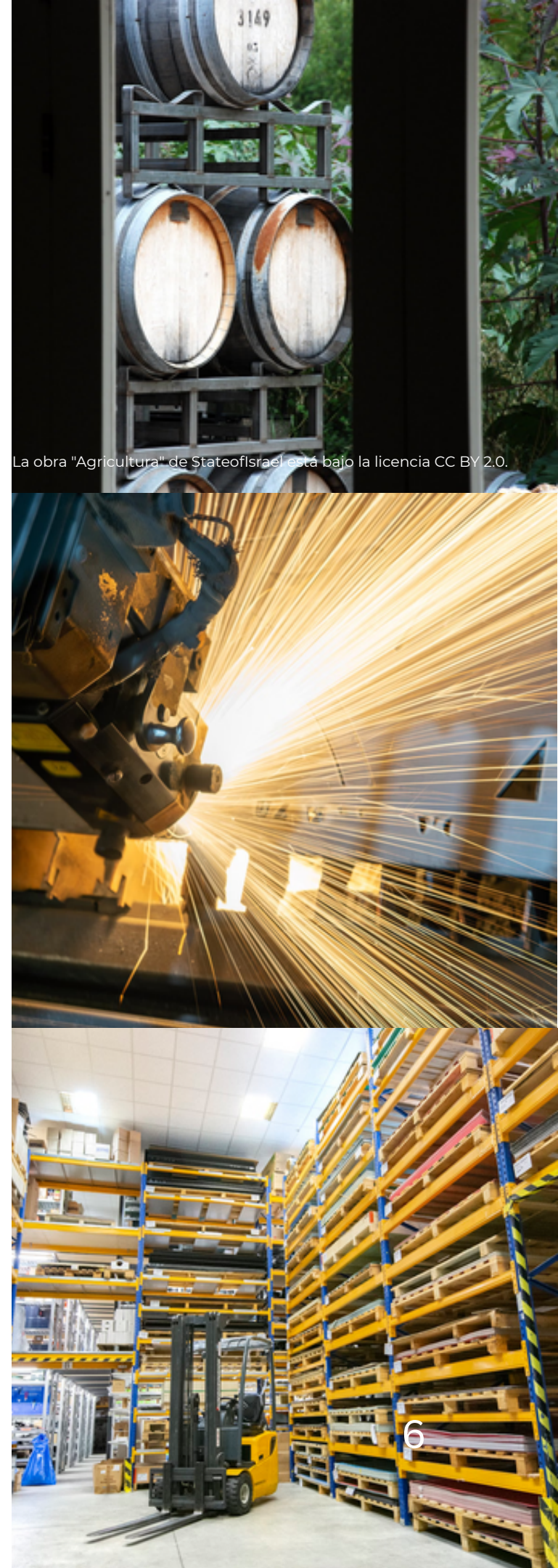
Reducción de residuos de envases, prácticas laborales éticas y principios de economía circular (programas de devolución).

● **Turismo**

Minimizar el impacto en los ecosistemas locales, apoyar a las comunidades locales y lograr la eficiencia energética en el sector de la hostelería.

● **Fabricación**

Eficiencia de los recursos, reducción de emisiones, gestión de residuos y simbiosis industrial (reutilización de subproductos).



3. Trazando tu camino

Para que una empresa familiar pueda afrontar con éxito la transición ecológica, es fundamental comprender la posición de su sector en términos de impacto ambiental, regulación y oportunidades de mercado. Este proceso, conocido como **mapeo de sostenibilidad sectorial**, ofrece una visión clara de la situación actual del sector y hacia dónde se dirige el cambio.

Cada industria deja una huella única en el planeta. Algunas, como la textil, consumen enormes cantidades de agua y productos químicos. Otras, como la manufactura y el transporte, son grandes consumidoras de energía. Y luego están las que, como la de embalaje, generan montañas de residuos.



Mapeo de la sostenibilidad

Identificar estas áreas revela dónde se encuentran las mayores oportunidades de innovación.

Entradas clave



Consumo de energía
Materias primas
Uso del agua

Resultados clave



Emisiones de carbono
Generación de residuos
Subproductos





Evaluación comparativa

Si bien las leyes establecen los mínimos, los estándares de sostenibilidad voluntarios y los sistemas de certificación suelen definir el liderazgo. Estos van más allá del cumplimiento normativo e influyen en las industrias a través de sistemas reconocidos mundialmente como FSC (para productos de papel y madera), Fairtrade (para alimentos y agricultura) o ISO 14001 (para la gestión ambiental). Lo que antes se consideraba un extra opcional, ahora se está convirtiendo en un requisito indispensable. En muchas cadenas de suministro B2B, estas certificaciones no son solo distintivos de prestigio: son la puerta de entrada a nuevos mercados, la clave para establecer alianzas con grandes clientes y la demostración de un compromiso genuino con la sostenibilidad.

Para que este paso crucial sea concreto y práctico, las empresas familiares tienen a su disposición un recurso gratuito e invaluable: **el Mapa de Normas de la ITC.**

Desarrollada por el Centro de Comercio Internacional y fundada por la Unión Europea, esta plataforma en línea es uno de los recursos globales más completos para explorar los estándares de sostenibilidad. Está diseñada para simplificar el mundo de las certificaciones y ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas.

Mapa de estándares de la ITC:

- Abarca más de 300 estándares e iniciativas de sostenibilidad en diversos sectores e industrias.
- Permite una comparación detallada de los requisitos de certificación (por ejemplo, criterios ambientales, sociales, de trazabilidad y de gobernanza).
- Proporciona filtros por sector y región, para que las empresas puedan ver rápidamente qué normas se aplican a su tipo de producto o mercado de exportación.
- Ofrece información práctica sobre costes, requisitos de auditoría y temas clave (clima, mano de obra, biodiversidad, etc.), lo que facilita la evaluación de la viabilidad.
- Facilita la evaluación comparativa: las empresas familiares pueden comprobar qué estándares están adoptando sus competidores y si alinearse con ellos podría abrirles nuevos mercados.

<https://standardsmap.org/en/home>



Mapa de estándares - 10.º aniversario



El **Centro de Conocimiento del Mapa de Normas del ITC** es un poderoso aliado para las pymes familiares que buscan crecer de forma sostenible. Aporta claridad a lo que a menudo parece un laberinto de normas de sostenibilidad, transformando la complejidad en conocimiento práctico.

La plataforma es más que una base de datos: es un espacio de aprendizaje integral. A través de sus secciones de Metodología, Datos, Aprendizaje en línea, Tutoriales, Preguntas frecuentes y Glosario, las empresas familiares pueden explorar cómo se crean los estándares de sostenibilidad, cómo se verifica la información y cómo aprovechar estos conocimientos.

Al navegar por la plataforma, las pymes pueden descubrir qué certificaciones se ajustan a sus productos y mercados objetivo, comparar su progreso con el de otras empresas del sector y comprender qué significa realmente cumplir con estándares específicos en la práctica. No se trata solo de aprendizaje teórico: es una forma de traducir la sostenibilidad en decisiones empresariales cotidianas. Con una comprensión más clara de los estándares y las expectativas, las empresas familiares pueden mejorar su desempeño ambiental, responder con confianza a las demandas de clientes y proveedores, y consolidar su posición en la creciente economía verde.



Aplicación en el mundo real

Imagina que eres un productor textil de propiedad familiar.

Al buscar “algodón” en el Mapa de Normas del ITC, puedes consultar al instante las normas de sostenibilidad pertinentes, desde certificaciones de agricultura ecológica hasta programas de derechos laborales. Del mismo modo, una empresa de embalaje puede investigar certificaciones sobre el origen del papel, el reciclaje y el etiquetado ecológico. Este tipo de aplicación directa te permite ir más allá de la estrategia abstracta, proporcionándote orientación práctica y basada en datos sobre la trayectoria de tu sector y sobre cómo posicionarte de forma competitiva.

Referencia:

Centro de Comercio Internacional. (s.f.). Mapa de Normas. Recuperado de <https://standardsmap.org/en/home>

3.2 Inteligencia competitiva para la transición verde

En la economía verde actual, el conocimiento es poder, sobre todo cuando se trata de la competencia. **Comprender cómo otras empresas** de tu sector abordan la sostenibilidad **ayuda a tu negocio familiar a mantenerse ágil**, motivado y un paso por delante.

Empieza por lo que es público

- Informes ESG y de sostenibilidad
- Comunicados de prensa y páginas web “verdes”
- Certificaciones (ISO 14001, B Corp, etc.)

Consulta la conversación pública

- Cobertura mediática
 - Reacciones en las redes sociales
 - Elogios o críticas de los clientes
- ➔ Revela su verdadera reputación

Ve donde se reúne la industria.

- Conferencias
- Seminarios web
- Ferias comerciales

Observa el mundo real.

- Paneles solares, flotas de vehículos eléctricos, etiquetas ecológicas
 - Bases de datos e índices climáticos públicos
- ➔ Prueba de compromiso real

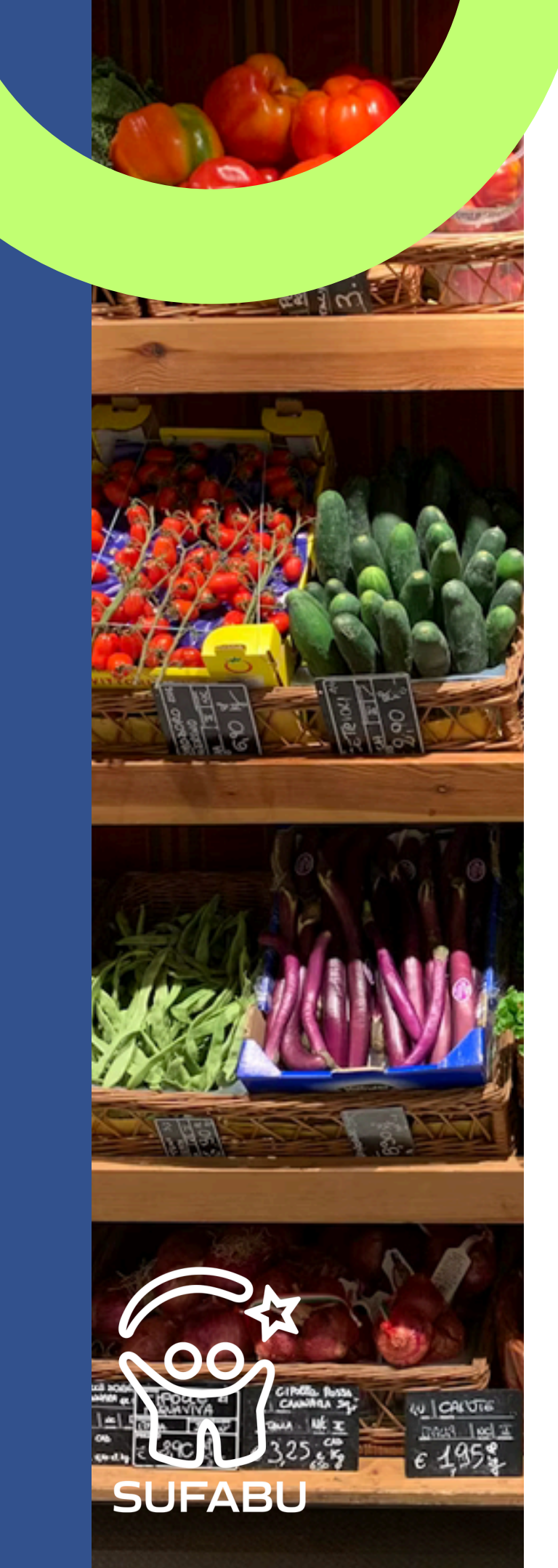


3.3 Dinámica del mercado y expectativas del cliente

Las expectativas de los clientes ya no son las mismas que hace tan solo unos años. Piensa en tus propios hábitos como consumidor: ¿alguna vez has elegido un producto en lugar de otro porque estaba etiquetado como "orgánico", "reciclable" o "de comercio justo"?

En la Unión Europea, la sostenibilidad ha trascendido el ámbito de la responsabilidad social corporativa para convertirse en un elemento fundamental de la arquitectura regulatoria y competitiva del mercado único. Esta transformación está impulsada por una legislación europea rigurosa que convierte la debida diligencia en materia de sostenibilidad en un requisito indispensable para el acceso al mercado, especialmente en el sector B2B. La **Directiva de la UE sobre la debida diligencia corporativa en materia de sostenibilidad** (CSDDD) pronto obligará a las grandes empresas a identificar, prevenir y mitigar los impactos adversos sobre los derechos humanos y el medio ambiente en sus cadenas de valor globales.

Esto se complementa con normativas sectoriales como el **Reglamento de la UE sobre la deforestación** (EUDR), que prohíbe la comercialización en el mercado de la UE de productos como ganado, cacao, café y aceite de palma procedentes de terrenos recientemente deforestados. Para las empresas familiares, esto no se limita a la reputación; es un requisito indispensable para abastecer a grandes corporaciones de la UE y garantizar la legitimidad operativa a largo plazo.



CONSUMIDORES DE LA UE = ECOLÓGICOS DE CORAZÓN + CONSCIENTES DEL PRECIO

1. Los valores son sólidos.

El 94% de los ciudadanos de la UE afirma que proteger el medio ambiente es importante.

El 68% cree que sus decisiones de compra pueden marcar la diferencia.

(Fuente: Eurobarómetro 2023)

2. Gastan en consecuencia.

El mercado de productos ecológicos de Alemania superó los 15.000 millones de euros en 2022.

Marcas como ECOALF han alcanzado un éxito rotundo utilizando materiales reciclados. Muchos consumidores están dispuestos a pagar más por productos que se ajusten a sus valores.

3. Pero aquí está la tensión... La crisis del costo de vida cambió las reglas del juego.

Cuando suben los precios, la sostenibilidad compite con la asequibilidad.

En un supermercado de descuento como Lidl o Aldi:

Ideal ecológico frente a precio más bajo.

El precio suele ser el que manda.

4. La realidad:

Los consumidores europeos apoyan la sostenibilidad en principio.

Pero las decisiones de compra diarias siguen estando fuertemente influenciadas por el precio.



SUFABU



Para tu consideración en el contexto de la UE:

¿Cómo se están adaptando tus clientes B2B a la Directiva CSDDD o al Reglamento de Taxonomía de la UE, y qué nuevos datos te están exigiendo como proveedor?

- ¿Demuestra tu mercado de consumo final dentro de la UE disposición a pagar un precio superior por productos ecológicos, o se da por supuesto que la sostenibilidad es un estándar básico incluido en el precio habitual?
- ¿Cómo puede tu empresa aprovechar los mecanismos de financiación y las certificaciones de la UE para transformar el cumplimiento normativo, pasando de ser un centro de costes a una fuente de innovación, acceso al mercado y ventaja competitiva?

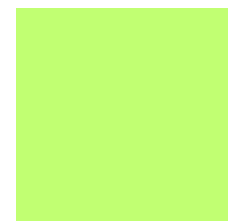
Al reflexionar sobre estas cuestiones con antelación, las empresas familiares no tienen por qué limitarse a reaccionar ante las normativas de la UE. En cambio, pueden convertirse en actores flexibles y con visión de futuro que transforman los requisitos de sostenibilidad en oportunidades reales de crecimiento y ventaja competitiva.



4. Conexión con los estudios de caso

La empresa Plojhar: Un enfoque estratégico para el análisis de la industria y el posicionamiento ecológico.

La trayectoria de 135 años de la familia Plojhar, desde la encuadernación tradicional hasta el embalaje sostenible, demuestra cómo un análisis exhaustivo del sector puede guiar estrategias exitosas de transición ecológica. Su experiencia ofrece valiosas lecciones prácticas sobre cómo las empresas familiares pueden aprovechar la inteligencia competitiva para generar ventajas medioambientales duraderas.





Flota de GNC: Se convirtió toda la flota de reparto a gas natural comprimido (GNC) tras un análisis competitivo exhaustivo.

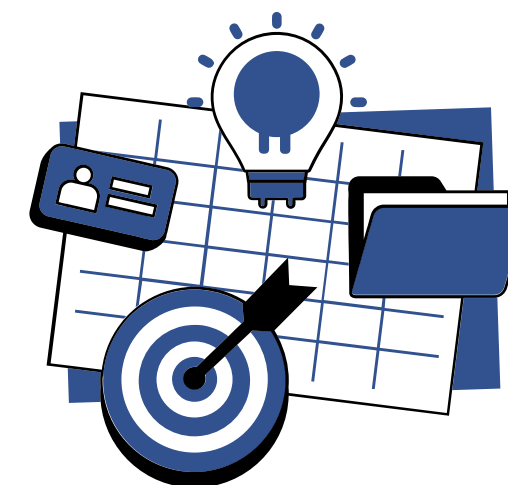


Análisis continuo: Se trató el análisis de la industria como un proceso vivo, haciendo un seguimiento constante de las nuevas tecnologías y normativas.

Certificación FSC: Obtenida con antelación para aprovechar la creciente demanda del mercado de envases y embalajes de origen sostenible.



Acciones estratégicas



Resultados estratégicos



Autenticidad: Capacidades organizativas desarrolladas que permiten una rápida adaptación a la nueva información medioambiental.

Nicho de mercado: Se ha posicionado en el nicho de la «opción sostenible» en lugar de competir únicamente en precio.



Ahorro de costes: Se ahorraron entre 200.000 y 300.000 CZK por vehículo al año gracias a la transición al GNC.





Conclusión

Una transición ecológica exitosa comienza por conocer el sector y comprender cómo la sostenibilidad está transformando la competencia. Cuando las empresas familiares combinan este conocimiento con una observación inteligente del mercado, pueden tomar decisiones que fortalecen tanto su resiliencia como su reputación. El camino a seguir consiste en mantener la curiosidad, estar al tanto de las novedades y adaptarse con prontitud, convirtiendo el cambio en una oportunidad para crecer y liderar en su sector.



Recursos y lecturas adicionales

- El Pacto Verde Europeo – <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/european-green-deal/>
- Encuesta europea a las pymes sobre la transición verde- <https://futurium.ec.europa.eu/en/promoting-enterprise/news/new-flash-eurobarometer-shows-smes-are-driving-green-transition>
- Consejo Europeo de Innovación (CEI): https://eic.ec.europa.eu/index_en -*Información sobre tecnologías verdes emergentes y oportunidades de financiación.*
- Portal medioambiental para pymes (Comisión Europea): <https://ec.europa.eu/environment/sme/>
Guía práctica para pequeñas empresas sobre el cumplimiento medioambiental

Referencias

- PubAffairs Bruxelles. (2023, July 20). Eurobarometer: Majority of Europeans consider that the green transition should go faster - PubAffairs Bruxelles. <https://www.pubaffairsbruxelles.eu/eu-institution-news/eurobarometer-majority-of-europeans-consider-that-the-green-transition-should-go-faster/>
- Futurium. (n.d.). Packaging waste statistics <https://futurium.ec.europa.eu/en/promoting-enterprise/news/new-flash-eurobarometer-shows-smes-are-driving-green-transition>
- FSC (Forest Stewardship Council).
- LEED building certification (Leadership in Energy and Environmental Design).



¡Apuesta por lo ecológico con SUFABU!

www.greensufabu.eu

RegioVision
GmbH Schwerin



**ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR**



**KNOW
HOUSE**



CeFEO
Centre for Family
Entrepreneurship
and Ownership



enprojects

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos



**Co-funded by
the European Union**