

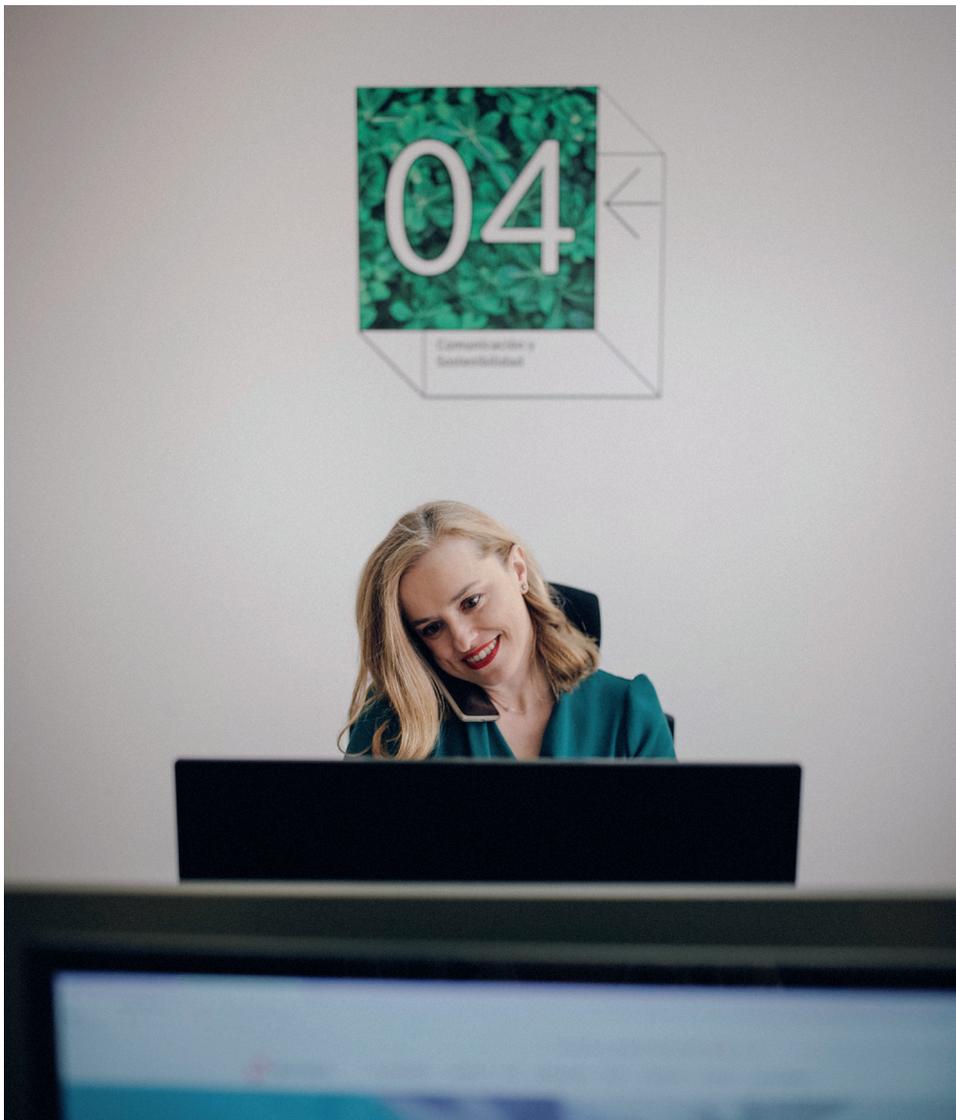
“HABLAR DE SOSTENIBILIDAD ES HABLAR DE COMPETITIVIDAD”



CAROLINA LÓPEZ SERNAUTO

Sostenibilidad. La palabra que está en boca de todos. La que marca el ritmo actual de la economía europea y la que definirá el futuro de sus industrias, entre ellas la de automoción. Tema que domina las agendas públicas y privadas, desde 'Iberia' hasta Europa del Este, y siempre pasando por Bruselas. Ese 'Gran hermano' que todo lo ve y regula. Un océano tan vasto, el de la sostenibilidad, que para navegarlo hace falta la guía de expertos, o por lo menos la de un faro que señale dónde se encuentra la información relevante y que impacta directamente en el sector de la posventa. Por eso hemos querido ir a la búsqueda de ese faro que nos dé luz sobre la sostenibilidad y su alcance en nuestro sector. Alguien que conoce el tema, y mucho, pero que también conoce la industria y los retos a los que debe hacer frente para llevar su mayor transformación a buen puerto. Ella es Carolina López, responsable de Comunicación y Sostenibilidad de Sernauro, la patronal de los fabricantes de componentes de automoción.

Por: Claudia Villegas Fotos: Piero Schiavo



Desde que entró en Shell para hacer sus prácticas profesionales, toda la trayectoria profesional de esta publicista madrileña de 44 años ha estado ligada a la comunicación corporativa e institucional. En la petrolera estuvo tres años y luego dio el salto al mundo asociativo, donde se quedó. La primera vez que oyó hablar de sostenibilidad fue en 2004 y el ‘flechazo’ fue instantáneo. De ahí que terminase por hacer un máster en Dirección de Sostenibilidad en el IE Business School.

Carolina López vive y respira sostenibilidad. De nuestro sector es una de las voces más autorizadas para hablar sobre el tema, y su trabajo y liderazgo dentro de la Comisión de Negocio Responsable de Sernauto es reconocido no sólo dentro de nuestro país sino también más allá de sus fronteras. Clepa -la Asociación Europea de Proveedores de Automoción- la acaba de elegir para presidir su grupo de trabajo de Estrategia de Sostenibilidad.

Hoy todos hablan de querer ser sostenibles...

Así es. Y es que hablar de sostenibilidad es hablar de competitividad, y esto es algo que se ha ido demostrando con el tiempo, es decir, aquellas empresas que están integrando

la sostenibilidad en su estrategia de negocio están consiguiendo posicionarse mejor y de forma diferencial en el entorno económico actual. La sostenibilidad es un factor que hace que seas elegible o no por parte de los grupos de interés, y entre ellos están los inversores, los clientes y el usuario final. Según el Pacto Mundial de Naciones Unidas, cinco de cada diez grandes empresas ya evalúan a sus proveedores bajo criterios de sostenibilidad medioambientales, más del cuarenta por ciento tiene cláusulas contractuales por motivos de sostenibilidad y otro cuarenta por ciento valora a sus potenciales proveedores según criterios de derechos humanos. Es decir, ya está siendo criterio tanto para obtener financiación como para ser cliente o para llegar a firmar un contrato y

“Aquellas empresas que están integrando la sostenibilidad en su estrategia de negocio están consiguiendo posicionarse mejor y de forma diferencial en el entorno económico actual”.

también incluso para poder ser homologado como proveedor.

Otra muestra clarísima del impacto de la sostenibilidad en los negocios es que pequeñas y medianas empresas están logrando acceder a mercados que antes estaban reservados sólo para las grandes empresas, y todo esto gracias a sus acciones sostenibles.

¿Qué tipo de acciones?

Acciones que sean una oportunidad de negocio para la propia empresa, porque lo que no aporta al negocio no será sostenible en el tiempo y por tanto llegará a desaparecer. Así de sencillo, porque ser sostenible requiere de una transformación y una inversión que se traduzca en rentabilidad. Por ejemplo, un plan de sostenibilidad que te permita ser más eficiente energéticamente y por lo tanto ahorrar en gasto energético, o que esté enfocado en reducir las emisiones de tus operaciones y te facilite optimizar tus costes logísticos y de distribución. En definitiva, acciones concretas que estén alineadas con los objetivos del negocio y que aporten a este; así es como se consigue que se mantenga en el tiempo, que sean rentables y que no se vean como un coste o una obligación.

¿Y cómo empezar a hacer que los negocios sean sostenibles además de rentables?

Para empezar, no es necesario hacerlo ni con grandes planes ni con grandes estrategias. Creo que lo primero es analizar el negocio y los objetivos que tienes, y luego verlos a través de un prisma que tenga en cuenta lo social, lo ambiental y lo económico, porque tiene que existir un equilibrio entre esas tres dimensiones para que haya sostenibilidad. Y con esa visión identificar oportunidades de acciones sostenibles que contribuyan a los objetivos. Desde Sernauto estamos ayudando a las empresas a fortalecer sus estrategias en este sentido. Ya en los pasados Premios Compromiso con la Sostenibilidad vimos muchas iniciativas a lo largo de toda la cadena de valor que iban por ahí: acciones concretas en lo social o medioambiental que aportaban al negocio. Por ejemplo, planes de cuidado del empleado que impactan directamente en la productividad y en la atracción y retención de talento. O planes para aumentar el porcentaje de energías renovables en las operaciones y así aportar a la descarbonización industrial, pero también bajando un coste en tu balance.

¿Y cómo estamos en términos de sostenibilidad?

Respecto a los fabricantes de componentes, en España contamos con una industria muy innovadora, muy competitiva, que está repartida por todo el territorio nacional, compuesta por más de mil empresas con una importante presencia en el mercado internacional. Pero es que además de todo esto, que es lo que más se conoce, detrás de esas fábricas hay un origen, una historia y un entorno familiar que hace que nuestra cultura sectorial esté ligada de forma casi natural a conceptos como la eficiencia, la innova-



ción, el talento y el empleo estable. Esos valores, que son propios del desarrollo sostenible, ya llevan tiempo en nuestro ADN. Todo esto hace que se estén afrontando los retos sociales y ambientales desde la innovación. Una innovación que ha estado muy ligada en los últimos años a crear componentes y tecnologías que hagan que los coches sean más seguros, conectados y menos contaminantes.

Hablamos de un proceso de transformación...

Efectivamente la industria de la automoción está experimentando un proceso de transformación sin precedentes, porque es industrial pero también tecnológica; algo que en Sernauto nos gusta llamar 'Industria 4.0 S' –elevada a la S de sostenible–, porque aglutina las dos vertientes, es decir, caminar hacia la industria digital pero también sostenible. Aprovechar la digitalización para reducir los residuos, para ser más sostenible a nivel de eficiencia energética, de emisiones, para ser cada vez más seguros en nuestras plantas y tener cero accidentes, y todo ello con un mecanismo de transición justa, sin dejar a nadie atrás y sin que se pierdan puestos de trabajo. Por eso en Sernauto el espacio desde el que trabajamos en temas de sostenibilidad con los fabricantes de componentes se llama Comisión de Negocio Responsable.

“Nuestra cultura sectorial está ligada de forma natural a conceptos como la eficiencia, la innovación, el talento y el empleo estable. Esos valores, que son propios del desarrollo sostenible, ya llevan tiempo en nuestro ADN. Todo esto hace que se estén afrontando los retos sociales y ambientales desde la innovación”.

“Reaccionamos rápidamente a los cambios y enseguida nos ponemos a funcionar con lo que nos viene, tenemos facilidad para trabajar con todo tipo de culturas empresariales, y esa flexibilidad y capacidad de adaptación es vital para hacer frente a todo el enjambre regulatorio que impacta a la industria”.

¿Cuáles son sus objetivos?

La Comisión de Negocio Responsable nació con tres objetivos fundamentales. Primero, poner en valor todo lo que se está haciendo; segundo, generar un espacio de intercambio de experiencias, conocimientos y sinergias, donde las empresas que están en un punto intermedio o inicial en temas de sostenibilidad puedan beneficiarse del camino recorrido por aquellas que ya están en un punto más avanzado; y por último proporcionar herramientas adaptadas a las empresas que les sirvan para diseñar y desarrollar su estrategia en sostenibilidad.

¿Y qué están haciendo?

Desde 2020, fabricantes como Brembo, Mann+Hummel, Icer Brakes o Schaeffler, por destacar a los de recambios, además de muchos otros, participan en un 'hub' de conocimiento y cocreación desde el que se realizan múltiples acciones como talleres, webinars y jornadas especiales sobre temas de interés. Hemos hablado sobre eficiencia energética, economía circular, reglamentación, gestión del talento... También hemos publicado dos ediciones del Libro Blanco de 'Contribución de la industria de componentes de automoción al desarrollo sostenible', que busca precisamente poner en valor todo el trabajo que se está haciendo en el terreno de la sostenibilidad, y donde los

fabricantes de recambios tienen un papel protagonista. Otra iniciativa muy importante y valorada por nuestros socios es la matriz web de temas relevantes, que indica a las empresas cuáles son los temas en los que realmente hay que poner el foco, porque el paraguas de la sostenibilidad es inmenso. Otra herramienta de gran ayuda es un Excel dinámico que hemos diseñado y puesto a disposición de los asociados para que puedan recopilar de forma fácil la información que deben presentar en el Informe de Estado de Información no Financiera, que es obligatorio para todas las empresas con más de 250 empleados. Y para este tsunami regulatorio que estamos viviendo creamos un observatorio de regulación e inteligencia competitiva, desde el que analizamos la normativa que aplica a la industria de componentes, y con el apoyo de una agencia especializada brindamos asesoría a nuestros socios. Me gustaría aprovechar para animar a otras empresas a participar activamente en nuestra comisión. Creo que puede ayudarles a poner el foco en los temas más relevantes y avanzar con buen pie en esta materia.

Tsunami, dice. ¿Cómo no ahogamos con tanta regulación?

Afortunadamente estamos en un sector que por naturaleza responde rápidamente a los requerimientos del mercado y de los clientes, es decir, que tenemos una capacidad de adaptación enorme y somos muy resilientes. Otro valor que me gusta destacar del sector español de automoción es su creatividad, algo que nos diferencia de otros países: reaccionamos rápidamente a los cambios y enseguida nos ponemos a funcionar con lo que nos viene; tenemos facilidad para trabajar con todo tipo de culturas empresariales, y esa flexibilidad y capacidad de adaptación es vital para hacer frente a todo el enjambre regulatorio que impacta a la industria. Otra cosa que ayuda mucho es formar parte de una asociación, porque son ellas las que tienen el radar sobre lo que está pasando y lo que viene para comunicárselo a sus asociados.

Los legisladores a veces parece que van por otro lado...

Por eso el papel de las asociaciones es tan importante. Es invisible, pero está ahí y jugamos un papel fundamental a la hora de trasladar a los poderes públicos, tanto nacionales como europeos, la realidad de esta industria. Es importante que el legislador sepa, a la hora de tomar estas decisiones, cómo impactan en la realidad de cada indus-



tria, para que pueda legislar basándose en la información y con un conocimiento formado. Así es como nosotros entendemos que deber ser, para que se tomen decisiones desde el conocimiento y no desde la ideología.

Como en el caso de la electrificación para bajar las emisiones...

En el caso de las emisiones hay que tener en cuenta la tecnología. Cuando se habla hoy

“Entendemos que para la reducción de las emisiones es fundamental revertir el envejecimiento del parque, que ya tiene una edad media de más de trece años de antigüedad, y esos son los coches que verdaderamente están contaminando más y son los que hay que sacar de nuestras calles”.

de motor de combustión no estamos hablando del mismo motor de hace años, ya estamos en el Euro 6, que es mucho más eficiente que cualquiera de los anteriores. Por eso creemos que los motores de gasolina y diésel nuevos son una alternativa más que el consumidor debe tener a su disposición, por eso abogamos por la neutralidad tecnológica, sin demonizaciones, sin prohibiciones y sin poner ninguna tecnología por encima de las demás. Ese ‘mix’ de tecnologías garantizaría la movilidad de las personas y su libertad para escoger el motor que mejor se adapte a sus necesidades. Y es que además entendemos que para la reducción de las emisiones es fundamental revertir el envejecimiento del parque, que ya tiene una edad media de más de trece años de antigüedad, y esos son los coches que verdaderamente están contaminando más y son los que hay que sacar de nuestras calles. Por eso siempre pedimos también a las administraciones públicas que tomen medidas para apoyar este necesario rejuvenecimiento del parque.

Pero de eso no se habla en los medios...

Claro, pero es que nuestros planteamientos no son simples, son más técnicos, más consensuados y requiere de más análisis, por eso no es fácil trasladarlos a la opinión pública; pero sí es verdad que entre todos debemos hacer llegar esa idea de que no hay tecnologías buenas ni malas, sino que están ahí para que cada uno use la más eficiente según su necesidad. Tenemos que hablar sobre necesidades de movilidad y no de una tecnología sobre otra, porque España no son sólo las grandes ciudades, hay distintas realidades, y cada una debe tener sus necesidades de movilidad totalmente cubiertas. Y eso no se consigue con un solo tipo de motorización.

¿2035?

En Sernauto vemos como positivo que por lo menos se hayan dado cuenta de que el tema de los combustibles sintéticos debe formar parte de la ecuación. La decisión adoptada por Bruselas es, en parte, gracias a la inmensa labor que se ha hecho, desde asociaciones como Clepa o como la nuestra, para hacer llegar a los responsables políticos europeos la demanda de flexibilizar las normas y permitir que las empresas continúen innovando, sí, pero que también puedan ser rentables con lo que tienen ahora. Porque la rentabilidad de hoy es la que permite seguir innovando mirando al mañana.

“QUEREMOS PONER EN VALOR EL TRABAJO QUE ESTÁ HACIENDO LA INDUSTRIA DE AUTOMOCIÓN”

“Nos ha faltado levantar la voz y contar de una forma honesta y con transparencia todo lo que hacemos, que es mucho. Por eso uno de los objetivos de la Comisión de Negocio Responsable de Sernauto es sacarnos de ese cajón gris en el que se nos ha metido. ¿Cómo? Pues poniendo en valor todo el trabajo que se hace en la industria para ser sos-

tenibles, para sacar al mercado coches que contaminen menos, para optimizar nuestros procesos y reducir nuestra huella de carbono. Queremos y merecemos estar en el cajón que nos corresponde, en el de la innovación y el de una industria que está caminando hacia el futuro alineada con los objetivos de la Agenda 2030.