

Estudio sobre Compras sostenibles y Cadenas de suministro responsables

La sostenibilidad en las compras B2B

Un estudio reciente del instituto JARO, en colaboración con CBS International Business School y Unite, analiza el estado actual de las compras y cadenas de suministro sostenibles y responsables.

- El estudio europeo muestra una contradicción entre las aspiraciones en materia de sostenibilidad y el comportamiento real
- Las decisiones de compra B2B deben ser más sostenibles
- La creación de redes en las cadenas de suministro aún no recibe suficiente atención
- Las peticiones de los clientes impulsan la sostenibilidad en empresas y organizaciones

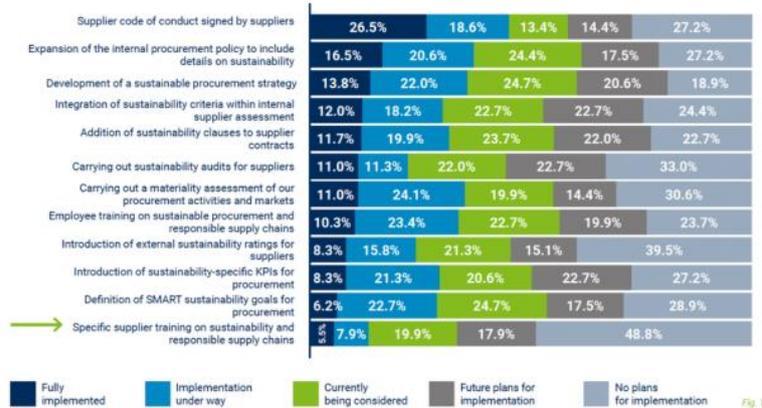
La sostenibilidad en las compras cobra protagonismo en las empresas. Así se refleja en el nuevo estudio «*Sustainable Procurement and Responsible Supply Chains*» (Compras y cadenas de suministro sostenibles y responsables), elaborado en 2023 por el instituto JARO de Sostenibilidad y Digitalización e. V. en colaboración con CBS International Business School y Unite. El 65 % de los encuestados considera que esta cuestión es relevante, mientras que en el mismo estudio de 2020 la cifra rondaba el 54 %.

«Hemos realizado el estudio de nuevo para conocer mejor el papel de los departamentos de Compras en la consecución de los objetivos de sostenibilidad. La alta participación y el gran interés demuestran que se trata de un tema que está muy en boga» afirma Yvonne Jamal, presidenta de la Junta Directiva del instituto JARO para la Sostenibilidad y la Digitalización. «No obstante, los resultados del reciente estudio también dejan claro que el sector se mueve entre avances y retrocesos. Cumplir objetivos y adoptar estrategias es el comienzo, pero el cambio de paradigma solo será evidente si la sostenibilidad entra a formar parte de los procesos de compra».

Contradicción entre las aspiraciones en materia de sostenibilidad y el comportamiento real

La sostenibilidad sigue siendo un concepto muy abstracto para muchas empresas y organizaciones. A los responsables de Compras les suele resultar difícil abordar los cambios necesarios de forma holística. En torno a un tercio de los participantes en el estudio han implantado o puesto en marcha una estrategia de compras sostenibles. El porcentaje de empleados que han recibido formación en este ámbito es similar. Sin embargo, únicamente un 12 % ha tenido en cuenta los criterios de sostenibilidad a la hora de evaluar a los proveedores con los que trabajan. Y solo un 6 % da formación a sus proveedores, pese a que la cooperación y la transferencia de conocimientos son factores clave para el éxito de una estrategia de compras sostenibles. Por eso, es importante desarrollar planteamientos y soluciones estratégicas en estrecha colaboración entre la gerencia, el área de Compras y los proveedores, tras realizar una valoración de la situación actual y un análisis de materialidad.

What stage are you at with the implementation of the following measures for anchoring sustainable procurement and responsible supply chains within your company or organisation?



Las decisiones de compra B2B deben ser más sostenibles

Durante el proceso de selección de productos existen grandes diferencias entre la voluntad de incorporar la sostenibilidad y su adopción real. Algunos criterios importantes para la toma de decisiones, como la evaluación de riesgos, los indicadores de sostenibilidad de los proveedores o el ciclo de vida de los productos, ocupan los últimos puestos de la lista. En cambio, ciertos criterios más tradicionales, como la calidad, los plazos de entrega o el precio siguen ocupando las primeras posiciones debido a los retos derivados de la situación actual de crisis permanente. Sin embargo, es necesario analizar este apartado en profundidad y hacerlo pensando a largo plazo.

Within the scope of your role, what criteria have the greatest impact on procurement decisions?

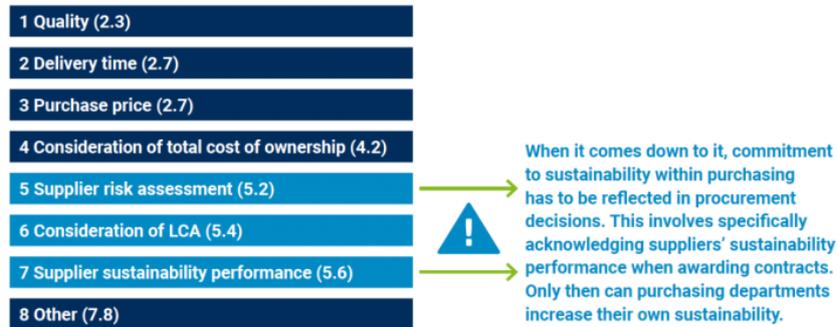


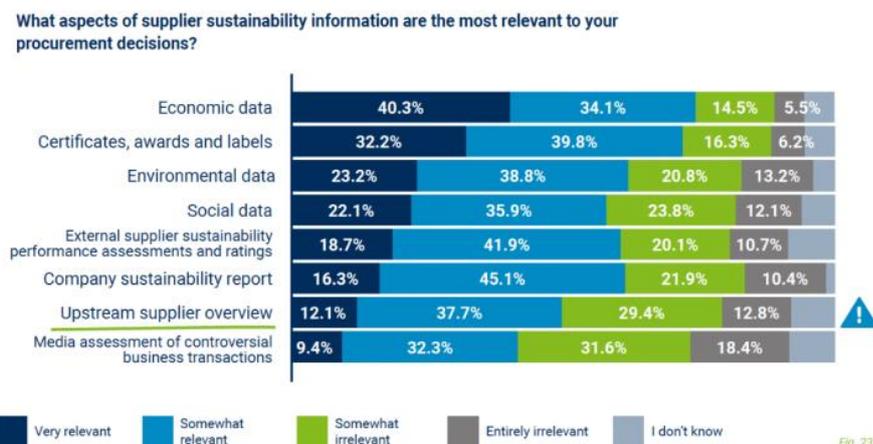
Fig. 22

«La sostenibilidad es un elemento indispensable en las cadenas de suministro del futuro. Esto va a suponer un cambio en el papel del área de Compras. En lugar de centrar la atención solo en el coste, hay que invertir en el futuro, porque un buen desempeño en materia de sostenibilidad es sinónimo de beneficios a largo plazo. La gestión de categorías de productos y de proveedores va a ser fundamental», declara Lisa Fröhlich, Prof.^a Dra. de Gestión Estratégica de Compras en CBS International Business School. «Esto también significa que los departamentos de Compras tienen que asumir más responsabilidades y adquirir conocimientos para cuestionar y valorar las estrategias de forma crítica. Por lo tanto, la cooperación entre las distintas partes

implicadas pasa a ser esencial. Se trata de crear redes globales que conformen las cadenas de suministro en lugar de buscar proveedores directos».

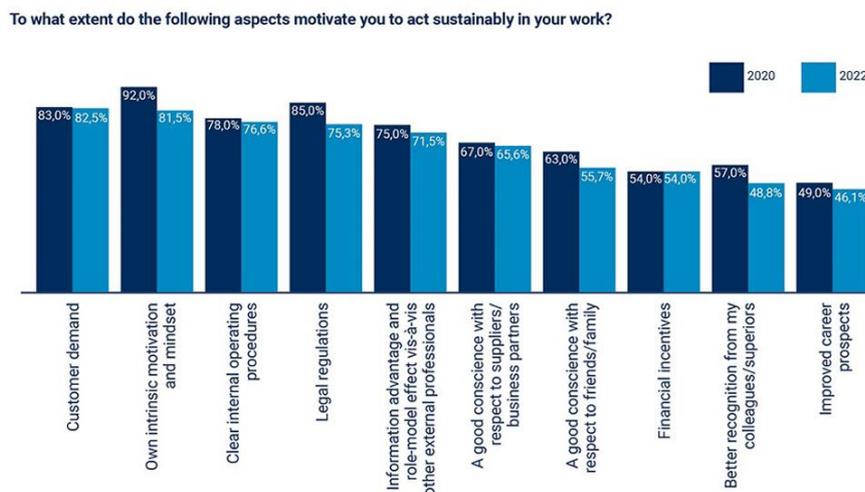
La creación de redes de cadenas de suministro aún no recibe suficiente atención

Si analizamos cuáles son los aspectos que más valoran de los proveedores los responsables de Compras, encontramos de nuevo discrepancias entre la teoría y la práctica. Según las respuestas obtenidas, las empresas y organizaciones están cada vez más dispuestas a destinar presupuesto para promover la sostenibilidad. El 44 % de los encuestados aceptaría pagar precios más altos por los productos o servicios de proveedores, si estos fueran responsables desde un punto de vista social y medioambiental. Otro 35 % se lo plantearía. Se trata de un resultado positivo, ya que demuestra que la sostenibilidad se valora. Sin embargo, esto no se refleja como tal en la práctica: encontramos un claro ejemplo en la información de los proveedores que se tiene en cuenta para decidir una compra. Es más probable que los responsables de Compras se fijen más en los datos económicos de los proveedores (40 %) que en los indicadores medioambientales (23 %) o en sus proveedores de primer nivel (12 %) para evaluar la sostenibilidad en toda la cadena de suministro. En comparación con la encuesta de 2020, la importancia de los proveedores de primer nivel (Tier 1) se ha reducido en 27 puntos porcentuales. Esta evolución es muy preocupante, ya que sigue sin reconocerse el valor añadido de contar con unas cadenas de suministro transparentes.



Las peticiones de los clientes impulsan la sostenibilidad

Las empresas aún tienen un largo recorrido por delante, pues el mercado espera de ellas una mayor conciencia y responsabilidad. En la actualidad, las peticiones de los clientes son el principal motor de las acciones sostenibles (82 %), seguidas de la motivación propia (81 %), las políticas de empresa (77 %) o las normativas legales (75 %). No obstante, se necesita apoyo para ser más sostenibles. Entre otras cuestiones, se debe hacer una evaluación de riesgos y definir el marco correspondiente para el área de Compras sobre la base de las compras estratégicas. Los responsables de las compras operativas pueden aplicar en sus procesos los conceptos de sostenibilidad, que inicialmente resultan abstractos, si reciben la formación adecuada. Del mismo modo, hace falta ayuda para efectuar análisis que hagan tangible el valor de la sostenibilidad en las compras diarias.



«Los grandes avances solo pueden hacerse realidad si se trabaja en equipo. La sostenibilidad es, sin lugar a duda, un elemento que une a los departamentos de Compras con los proveedores. Es necesario que las empresas conozcan perfectamente a sus proveedores de primer nivel y sus cadenas de suministro para poder minimizar riesgos y estar a la altura de lo que se les exige. Esto requiere, sobre todo, transparencia en las redes de las cadenas de suministro, datos que demuestren el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad y la voluntad de los responsables de Compras de utilizar esta información para la toma de decisiones», explica Eva Winkler, responsable de Sostenibilidad de Marketplaces en Unite.

Puedes consultar los resultados completos del estudio, así como algunas recomendaciones para comprar de forma sostenible, haciendo clic sobre el siguiente enlace: [Estudio sobre «Compras sostenibles y cadenas de suministro responsables» \(en inglés\)](#)

Metodología

El estudio «Sustainable Procurement and Responsible Supply Chains» (Compras sostenibles y cadenas de suministro responsables) se llevó a cabo de forma anónima del 14 de octubre al 23 de diciembre de 2022 en formato online. La encuesta se dirigía principalmente a personas empleadas en departamentos de Compras de empresas y organizaciones. Se recibieron un total de 291 respuestas. El 71 % de los participantes procedían de la región DACH (Alemania, Austria y Suiza), y el 29 % restante provenía de otros países europeos (en especial de España, Italia y Francia). Los resultados de este estudio se compararon con los del primer estudio de referencia, realizado en 2020.

Sobre el Instituto JARO para la Sostenibilidad y la Digitalización e. V.

El [Instituto JARO para la Sostenibilidad y la Digitalización](#) pretende instaurar procesos de compras sostenibles y cadenas de suministro responsables en empresas del sector público y privado. JARO trata de motivar e inspirar a empresas y organizaciones para que incorporen la sostenibilidad a sus modelos y procesos empresariales. Llevar los conocimientos de la teoría a la práctica es su principal objetivo. Para lograrlo, el Instituto JARO difunde su conocimiento y experiencia en diversos formatos: a través de conferencias, talleres, publicaciones, podcasts y formaciones online. Además, crea redes en las que conecta a las partes interesadas y facilita la colaboración para implantar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (Agenda 2030). Esta asociación sin ánimo de lucro con sede en Berlín (Alemania) se funda en 2018 y da soporte a una red de miembros comprometidos con la economía sostenible.

Sobre CBS International Business School

Elegir la universidad adecuada para estudiar es una decisión que tiene gran impacto en la vida de una persona. [CBS International Business School](#), una de las universidades privadas de Ciencias Aplicadas con mayor renombre de Alemania, se centra en cumplir con su lema: «*Creating tomorrow*» (Creando el mañana). Alrededor de 1.900 jóvenes de más de 75 nacionalidades estudian en CBS, que forma parte de una red mundial compuesta por 120 universidades y grandes empresas. CBS se funda en 1993. Ofrece programas de grado y máster que se imparten en alemán e inglés, y que pueden cursarse a tiempo completo o parcial. CBS International Business School GmbH forma parte de Klett Gruppe, con sede en Stuttgart (Alemania). Las 67 entidades de Klett Gruppe, con 33 sedes repartidas por 15 países, la convierten en una de las empresas líderes del sector educativo en Europa.

Sobre Unite

Unite conecta las empresas para una economía sostenible. La plataforma de *e-Procurement* y el [marketplace B2B de Mercateo](#) permiten a empresas y organismos del sector público reducir los esfuerzos en sus compras. Al conectar a compradores y vendedores para alcanzar un beneficio mutuo, Unite establece un marco de competencia leal y colaboraciones basadas en la confianza. La escalabilidad de la plataforma favorece las conexiones entre negocios, la estabilidad empresarial y una cadena de suministro sólida. Unite revoluciona el comercio electrónico para el sector público y empresarial, creando y compartiendo valor en mercados y comunidades. En 2022, Unite se convierte en la primera plataforma de negocios acreditada con el sello internacional Fair Tax Mark, que premia la transparencia fiscal a nivel global. Unite se funda en el año 2000 y su sede central se encuentra en Leipzig, Alemania. La empresa está operativa en 14 países europeos y cuenta con más de 700 empleados, que trabajan tanto desde las oficinas como en remoto. En 2022, Unite cerró el ejercicio con una facturación de 447,7 millones de euros. Para más información, visita [unite.eu](#).