

Comunicar la sostenibilidad hoy: claves normativas y nuevos retos para un relato corporativo en transformación

ELISA REGADERA GONZÁLEZ

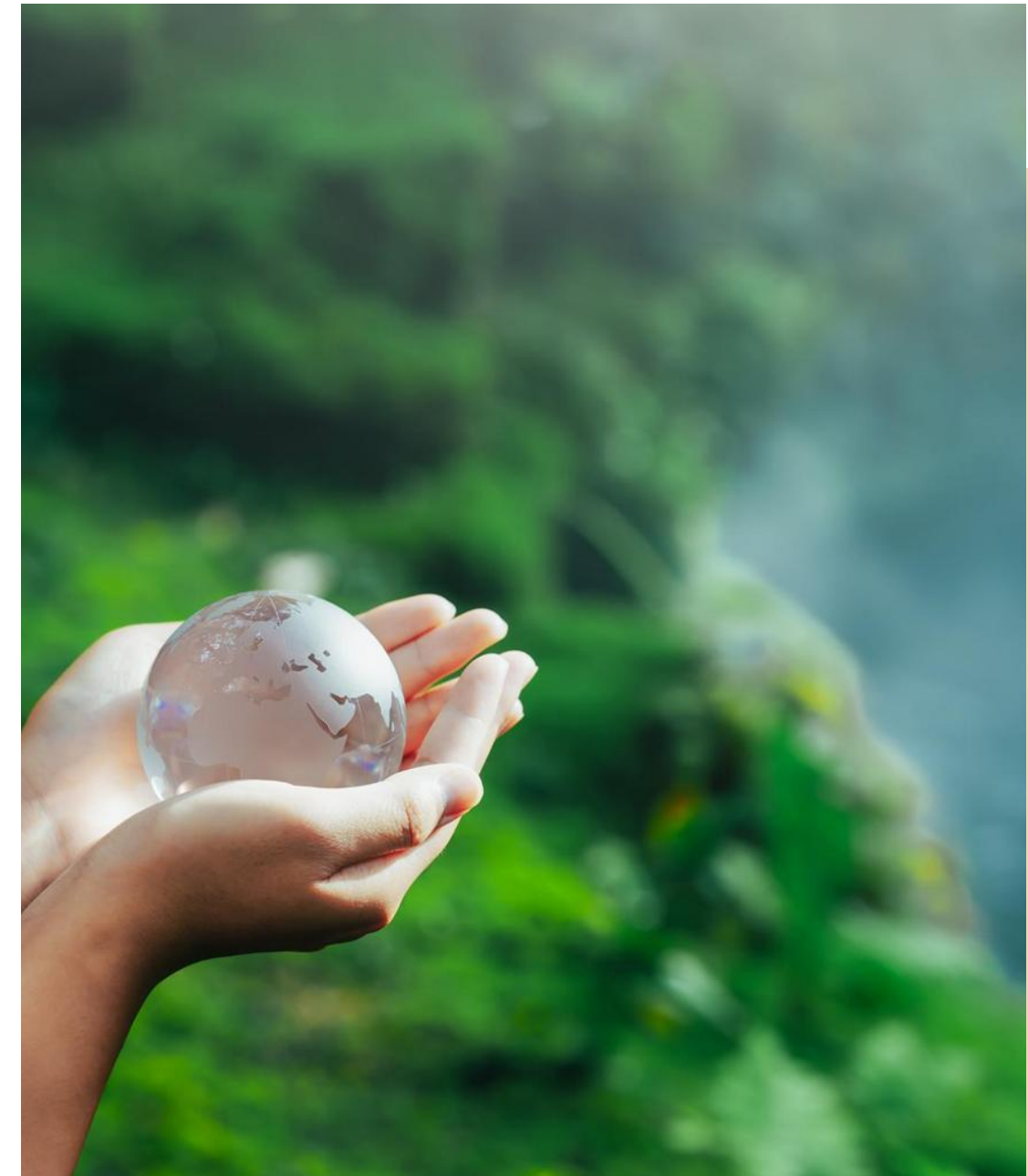
PROFESORA ADJUNTA EN UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA

PILAR MARQUÉS MARTÍNEZ

PROFESORA EN LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA Y LA TECNOLOGÍA (UDIMA)

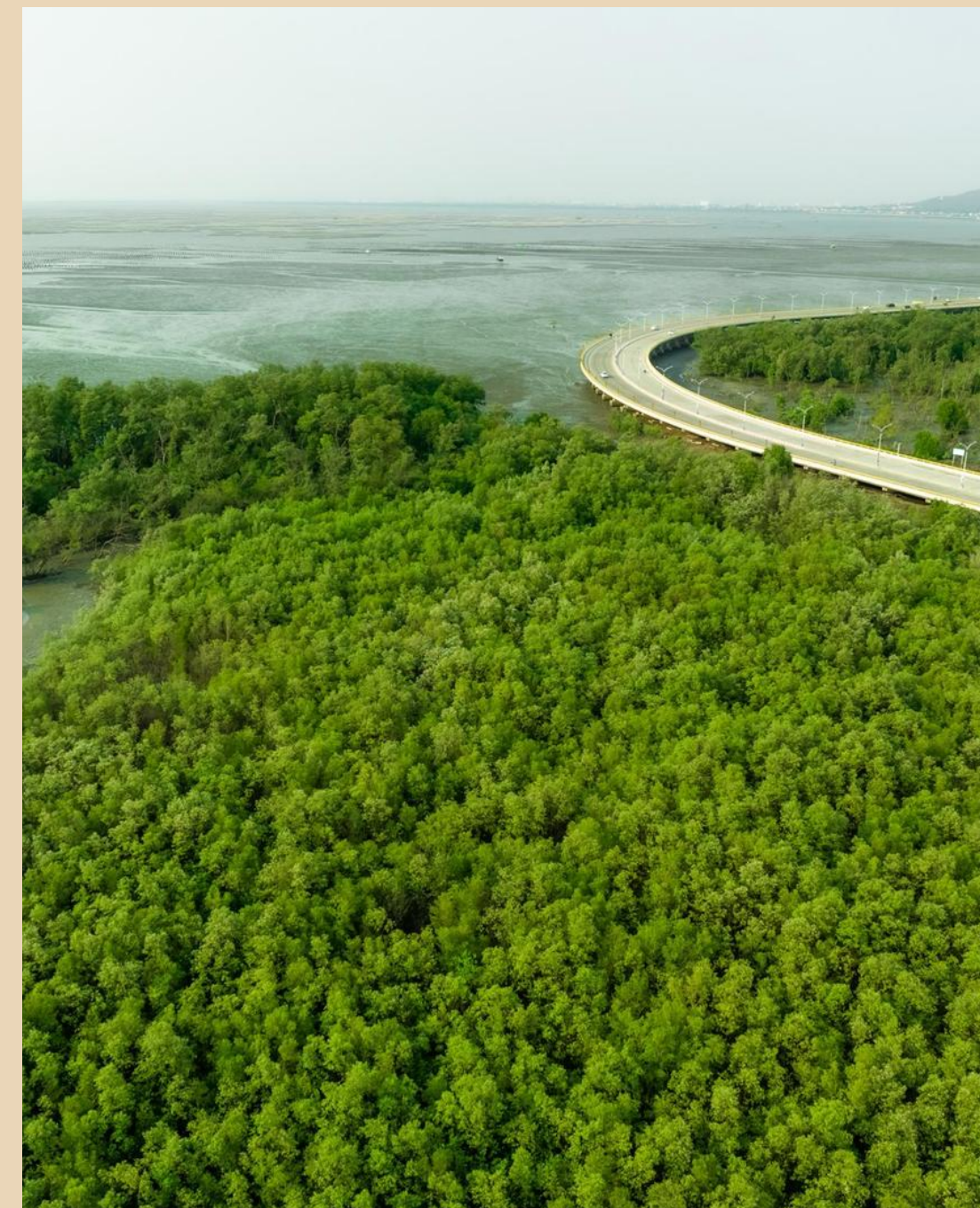
Contenido

- 01** **Objetivos y Metodología**
- 02** **Marco Conceptual**
 - **Conceptos Clave**
 - **Comunicación de la Sostenibilidad y Reputación**
 - **Ciudadanía y Consumidores Responsables**
- 03** **Marco Legal Europeo y su Contexto**
- 04** **Conclusiones**



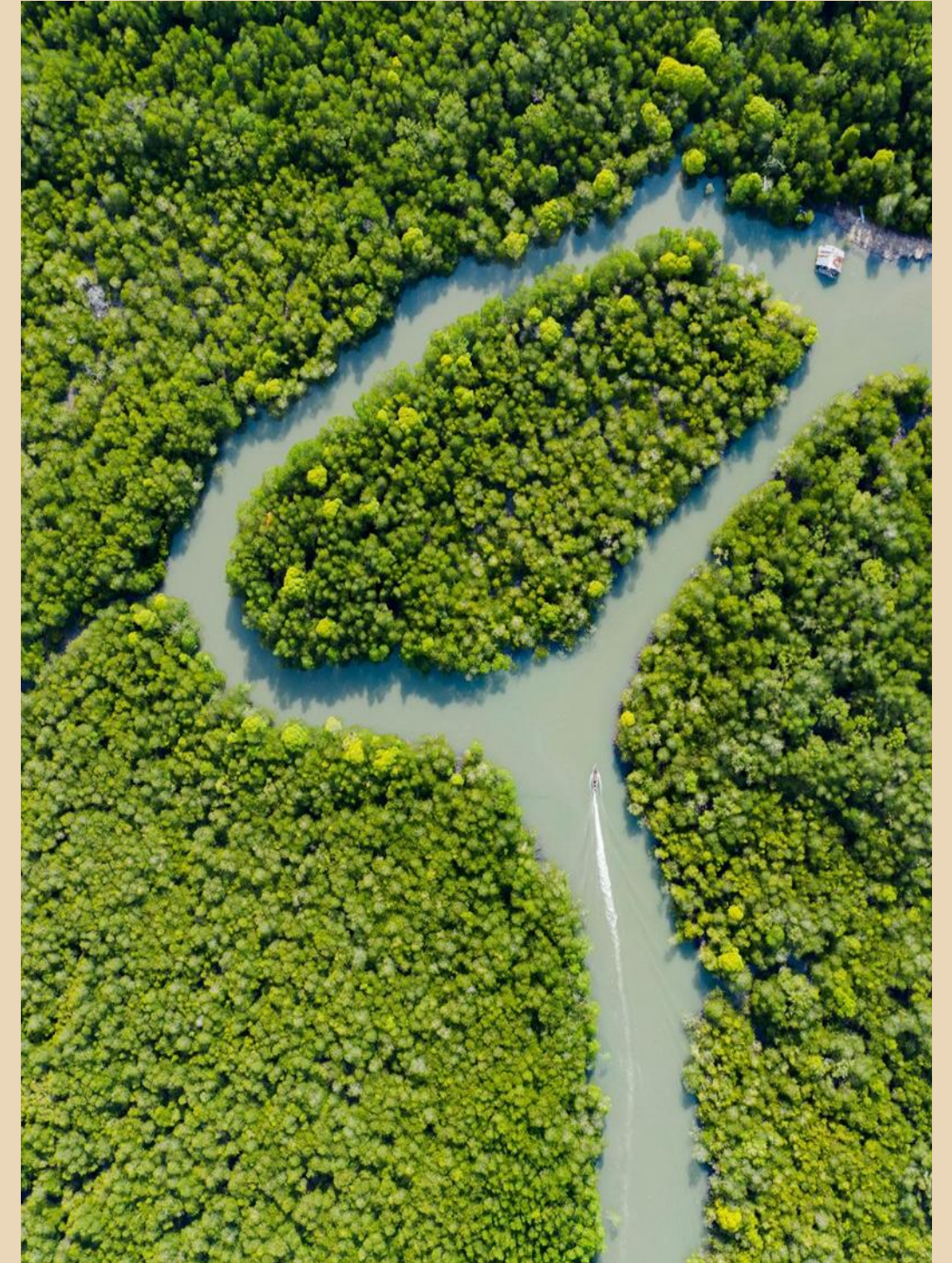
1. Objetivos y Metodología

- Analizar el nuevo marco regulatorio europeo para redefinir las exigencias comunicativas de las empresas en materia de sostenibilidad y **proponer líneas clave para una narrativa corporativa más transparente y coherente.**
- Contexto geopolítico mundial cambiante
- **Metodología cualitativa, con enfoque jurídico-documental: Directiva 2024/825**



2. Marco Conceptual

Delimitar conceptos clave



Conceptos Clave en Sostenibilidad

Sostenibilidad

"Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (Informe Brundtland, 1987)

ODS

17 Objetivos de Desarrollo Sostenible como plan global para equilibrar el desarrollo económico, la inclusión social y la protección ambiental (Agenda 2030)

RSC

"La responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad" (Comisión Europea, 2011)

Gestión estratégica de riesgos y oportunidades.

Criterios ESG

Integrar factores **ambientales, sociales y de gobernanza** en la toma de decisiones de inversión

Greenwashing

Uso engañoso o exagerado de afirmaciones ambientales sin respaldo real en la práctica organizacional.

Conceptos Clave en Sostenibilidad

Debida diligencia

Identificar, prevenir y mitigar impactos adversos a lo largo de la cadena de valor, reforzando la responsabilidad legal de las empresas y obligándoles a demostrar con evidencias la gestión de riesgos y su transparencia hacia los grupos de interés (Directiva UE, 2024)

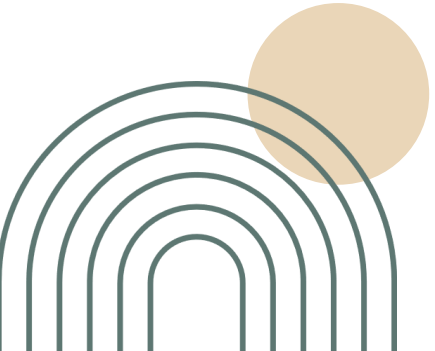
Licencia social para operar

Las organizaciones dependen de la aceptación implícita que les otorgan las comunidades y la sociedad.



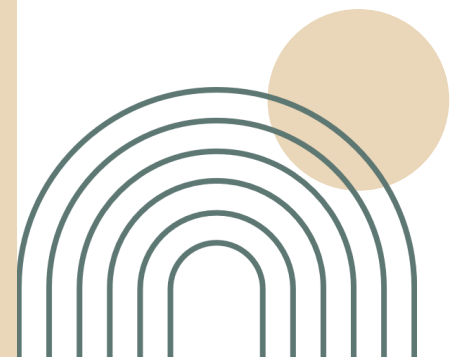
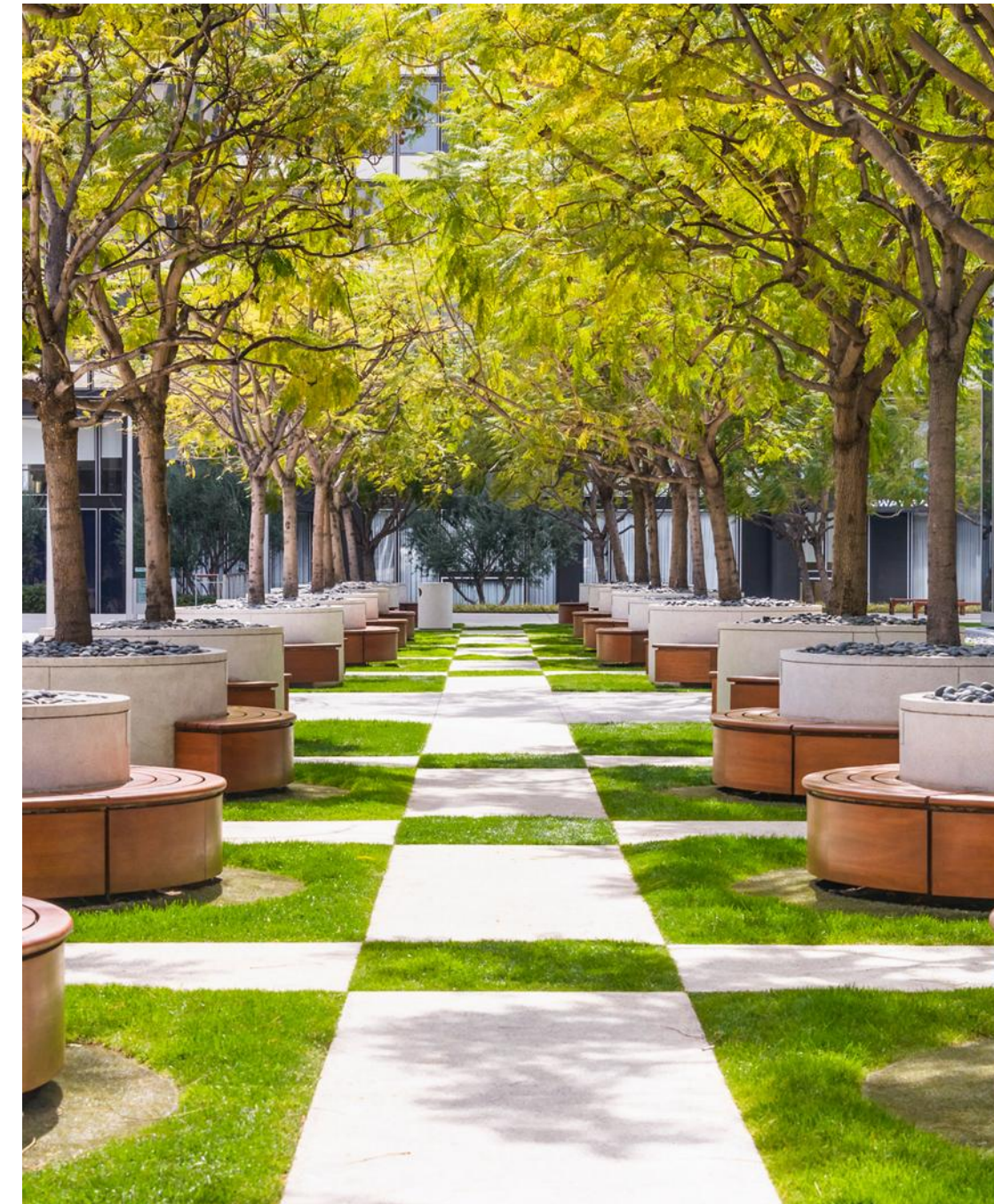
Comunicación de la Sostenibilidad y construcción de la Reputación

- El propósito corporativo, eje fundamental para construir un relato que trascienda la comunicación instrumental: **conectar valores compartidos por los grupos de interés.**
- Storytelling-storydoing-storyproving
- La sostenibilidad ofrece a los grupos de interés garantías de que la organización actúa de manera responsable y coherente con sus expectativas: **equilibrar intereses personales y colectivos.**



Ciudadanía y Consumidores Responsables

- El público no es ya un receptor pasivo de mensajes corporativos, sino un **stakeholder activo, exigente y empoderado**, capaz de evaluar la coherencia de los compromisos, co-crear narrativas, etc.
- El consumidor empoderado espera que las declaraciones corporativas estén ancladas en trayectorias coherentes y no en gestos aislados u oportunistas.



3. Marco Legal Europeo y su Contexto

- Un nuevo
- paradigma en la
- comunicación de
- sostenibilidad
-
-
-
-
-
-

La Directiva (UE) 2024/825

- De la aspiración reputacional a la obligación verificable
- Limita las alegaciones medioambientales y los mensajes engañosos
- Exige claridad, verificabilidad y comparabilidad en la información
- Empodera al consumidor con información rigurosa y transparente

A horizontal row of 15 small dark grey dots is positioned at the top left. In the top right corner, there is a graphic consisting of several concentric, rounded rectangular outlines in a light grey color, with a solid orange circle partially overlapping them.

¿Qué cambia con la Directiva (UE) 2024/825?

- **Prohíbe declaraciones ambientales ambiguas y la neutralidad climática sin planes verificables**
- **Solo distintivos y etiquetas con certificación independiente o autoridad pública**
- **Comparaciones de sostenibilidad con métodos transparentes y datos equivalentes**
- **Obligación de informar sobre durabilidad, reparabilidad y actualizaciones de software**

La Directiva (UE) 2024/825 en el ecosistema normativo europeo

CSRD + ESRS

Fuente de datos verificables
(primeros informes 2025)

CSDDD

Gobernanza en la cadena de valor
(aplicación escalonada)

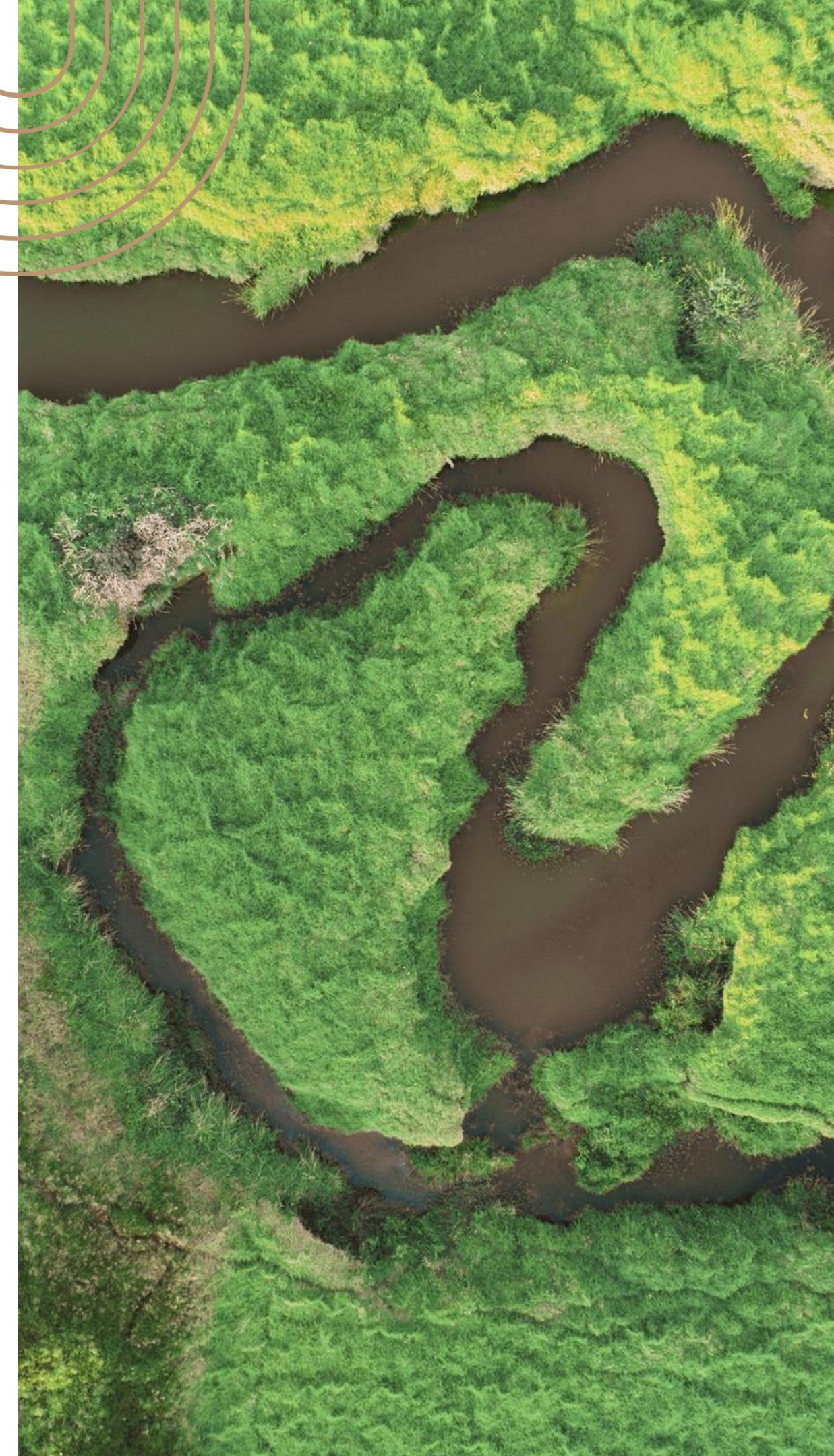
Ómnibus + *Quick Fix*

Simplificación de plazos e indicadores
(febrero y julio 2025)

Ley de Consumo Sostenible

España (en vigor 2026)

Retirada de la Green Claims Directive (junio 2025) → refuerza el papel de la 825 contra el *greenwashing*



**Geopolítica y
relato
empresarial: un
contexto que
exige cautela**



- **Fragmentación regulatoria UE–EE. UU. y tensiones comerciales**
- **Temor a sobrecargar a las empresas en un contexto de costes crecientes**
- **Discurso corporativo más prudente: se evitan compromisos demasiado ambiciosos**

4. Conclusiones

01

De aspiración a obligación: la Directiva 825 como hito normativo y reputacional

02

El “péndulo de la sostenibilidad”: del exceso regulatorio al equilibrio y la creación de valor

03

El propósito solo aporta valor si se traduce en métricas y evidencias

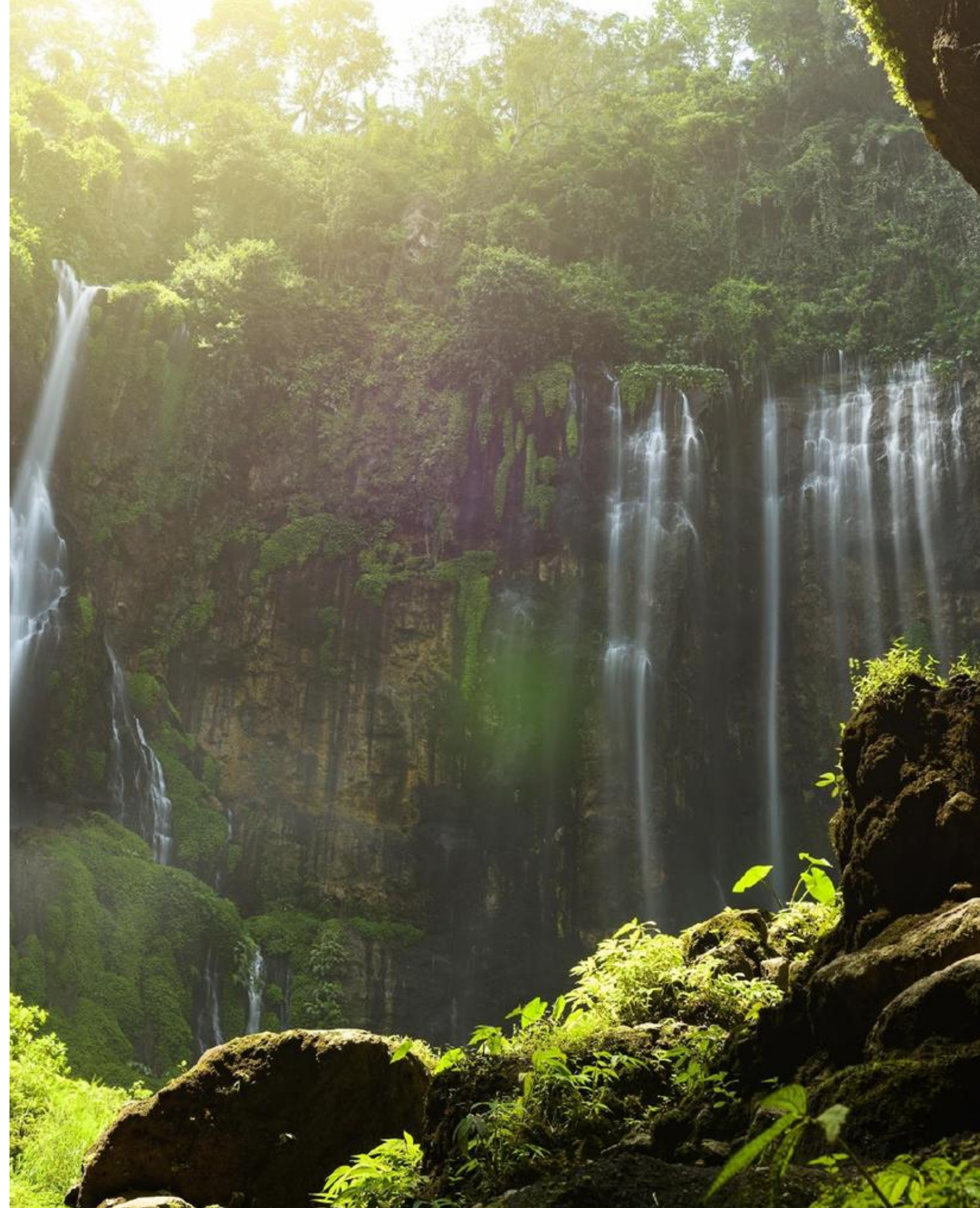
04

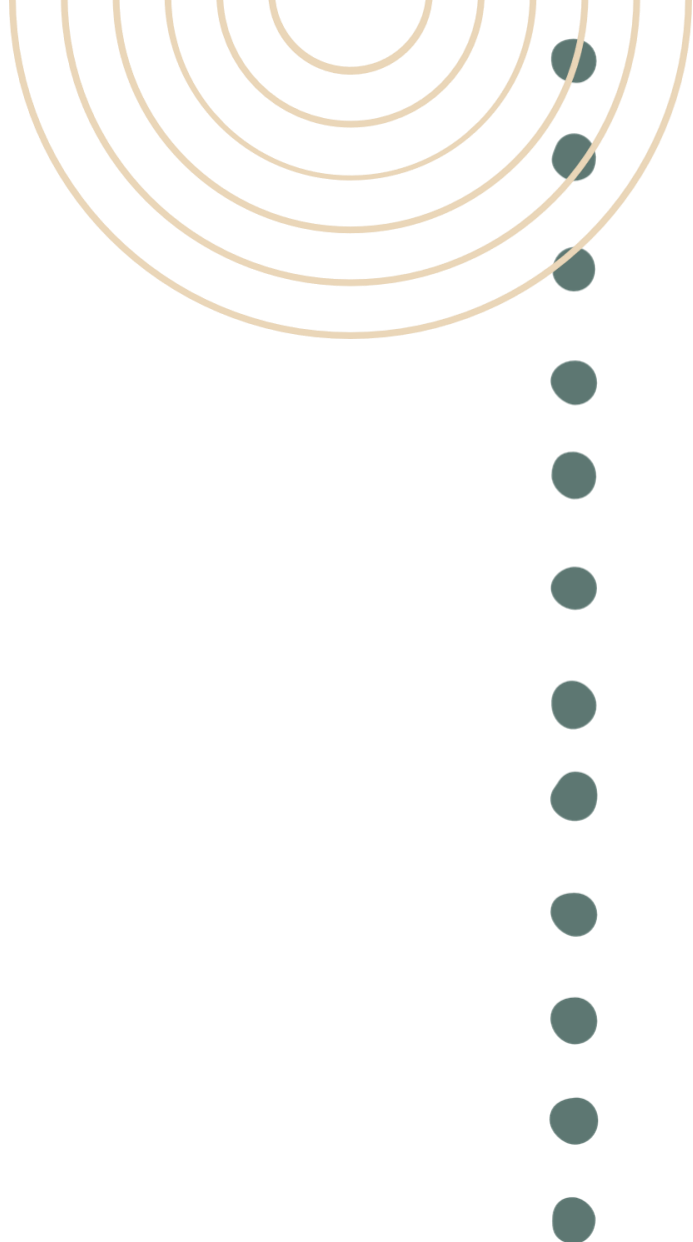
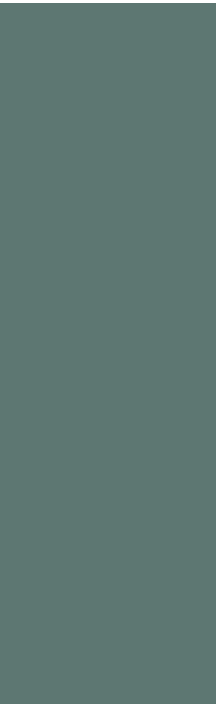
Los stakeholders son coautores del relato y condicionan la legitimidad

05

En un contexto complejo, comunicar la sostenibilidad exige honestidad, trazabilidad, implicación y compromiso.

En tiempos cambiantes, el reto no es elegir entre regulación o relato, sino construir **un discurso corporativo que convierta la sostenibilidad en sinónimo de transparencia, coherencia y legitimidad.**





GRACIAS

CINCOMA 2025 | 25 SEPTIEMBRE

