

YO SOY  
COMERCIO  
SOSTENIBLE

# Comercio local y sostenible ¿Y esto que es?

Ana López de San Román  
8 de Noviembre 2021

**Cámara**  
Burgos



Ayuntamiento  
de Burgos



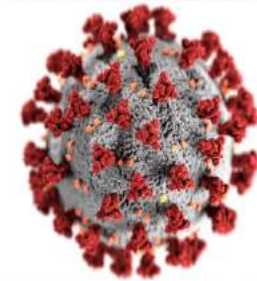
AGENDA  
2030  
BURGOS



¿Se puede pedir más?



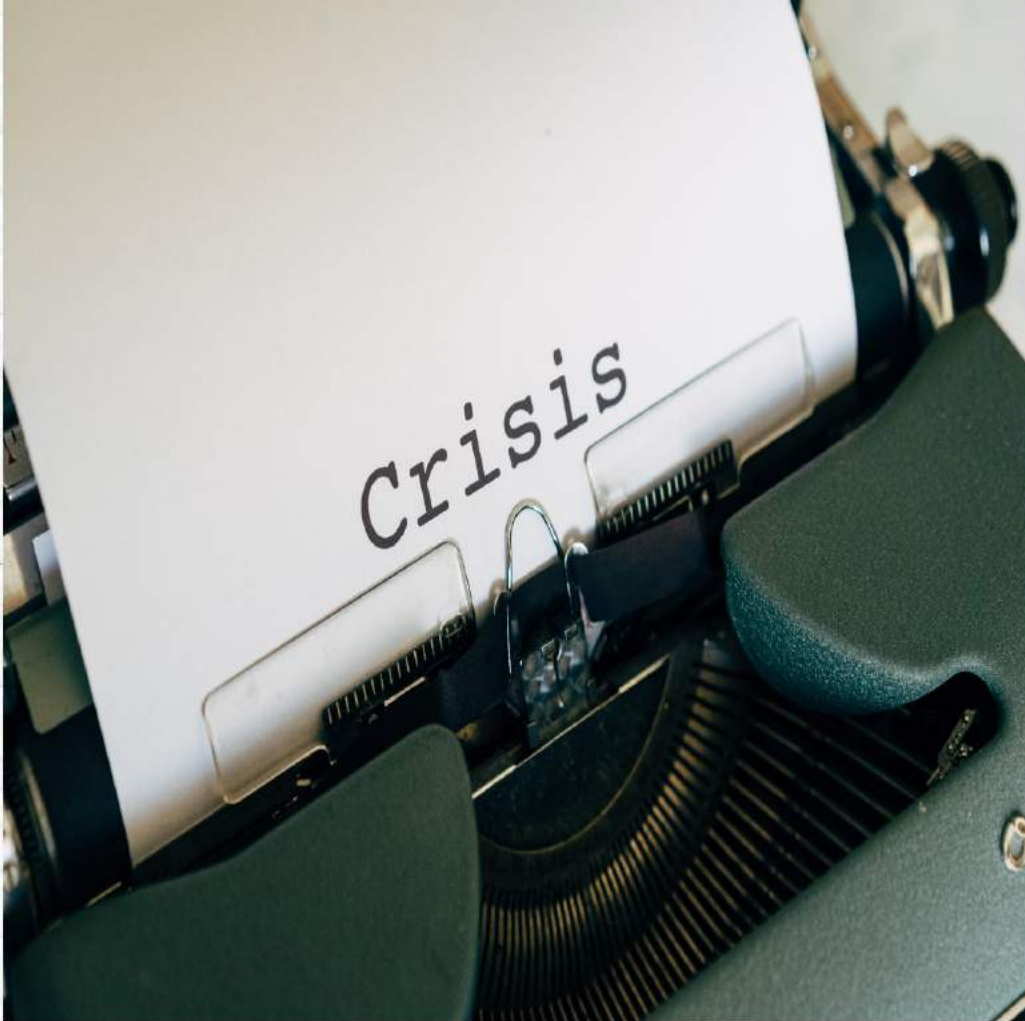
# NUEVO CONTEXTO GLOBAL/LOCAL





Nuevo contexto  
¿Avanzamos o  
retrocedemos?





Recomenzar  
de una manera  
más  
responsable y  
sostenible

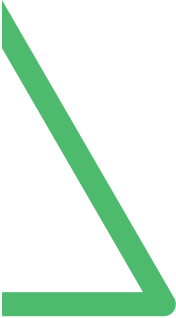




YO SOY  
COMERCIO  
SOSTENIBLE



¿Qué significa ser un pequeño comercio sostenible?





Tener en cuenta 3 dimensiones fundamentales en la gestión de mi comercio:

- La dimensión de gestión excelente (buen gobierno)
- La dimensión medioambiental
- La dimensión social (personas)





17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

ISO 26000: Asuntos de Consumidores  
 Grupos de interés: Grandes empresas  
 Sectores: Alimentación y Bebidas



# ODS17: “El secreto de la RSE y la Sostenibilidad está en el pequeño comercio”

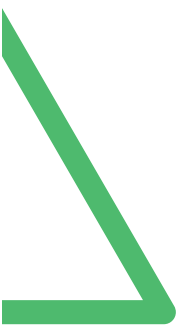
Ángeles Hernández, directora de Comunicación, Relaciones Públicas, Marketing y Responsabilidad Social de Mercavalencia

09-09-2021 | Corresponsables (@Corresponsables)



## Organizaciones Corresponsables

- Ebro** Ebro Foods  
Alimentación y Bebidas
- CGI** CGI Information Systems and Management Consultants España S.A  
Consultoría
- Accor**  
Turismo, Hoteles y Restauración
- Soltec**  
Energía e Infraestructuras
- Vegalsa-Eroski**  
Distribución y Gran Consumo
- Educo**  
Entidades No Lucrativas

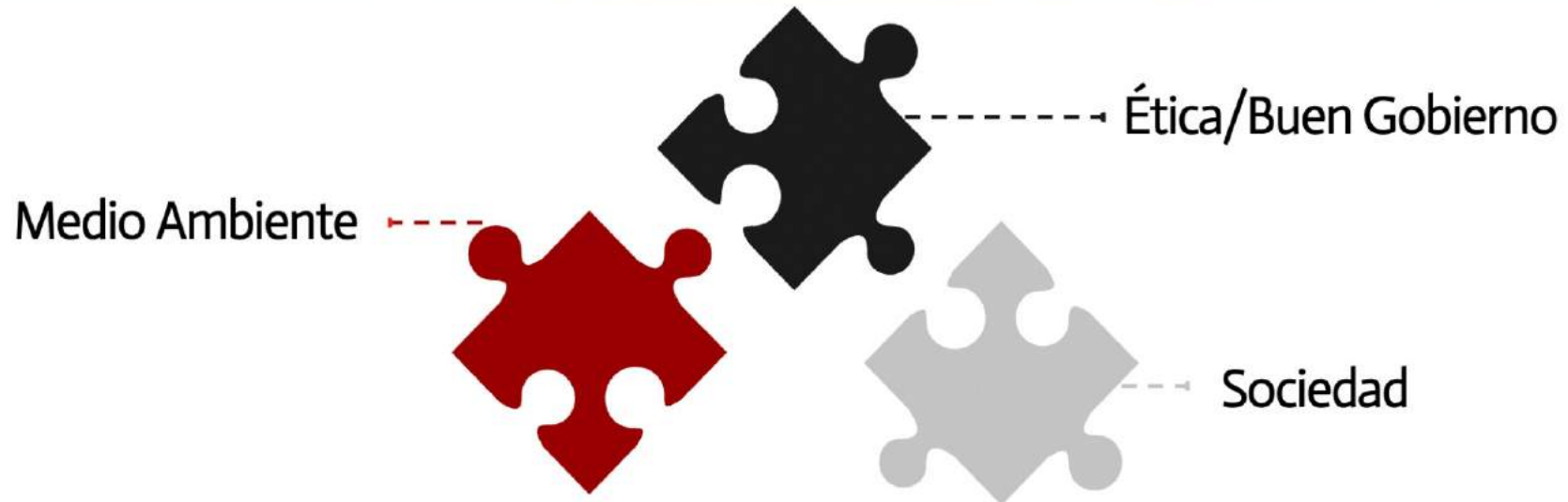






# Sostenibilidad

Triple dimensión





# La sostenibilidad como resultado

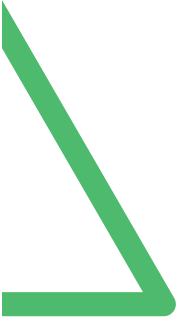
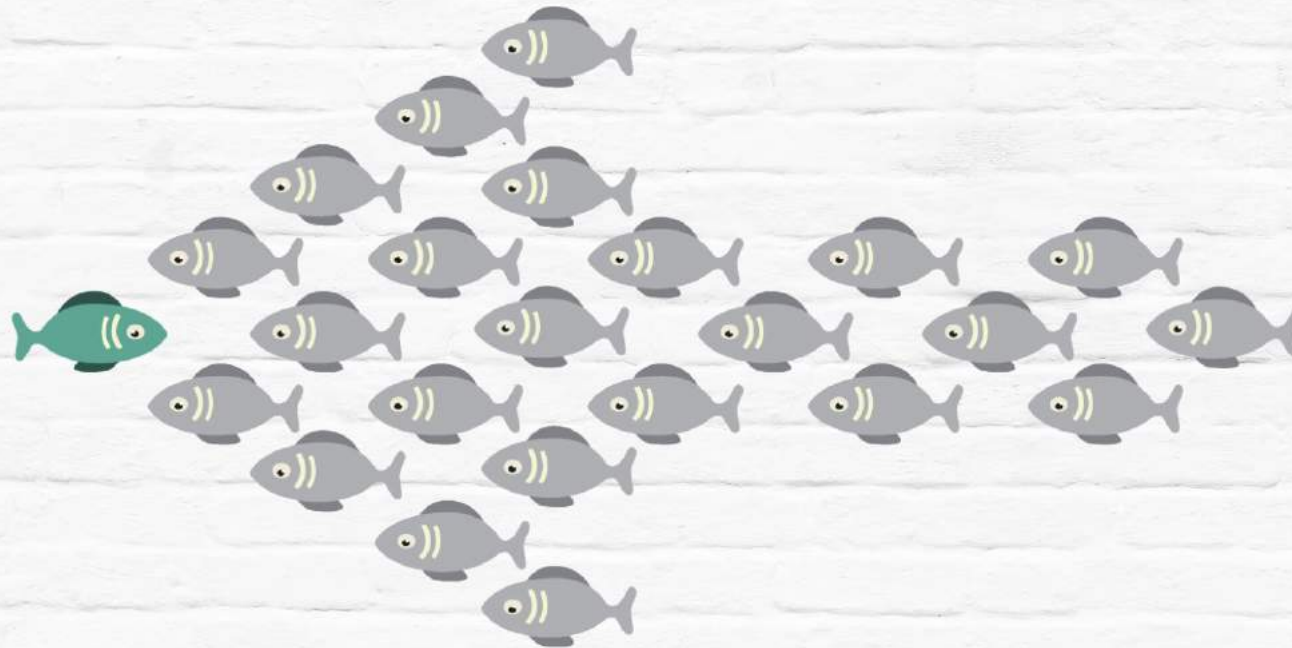
La sostenibilidad es el resultado que obtenemos al aplicar estos tres criterios a la gestión de nuestra empresa o pequeño comercio.





CLAVES DEL ÉXITO DE TU COMERCIO:

DIFERENCIACIÓN - ADAPTACIÓN - PROPÓSITO





# 1. DIFERENCIACIÓN

#hotdogprincess





# La "Marca" de tu comercio

- Una herramienta para mejorar tu negocio
- Potenciar el valor diferencial de tu marca: comercio local y sostenible
- La tarjeta de presentación de tu comercio





# Conóctete a ti mismo y a tu negocio

Algunas preguntas



¿CÓMO ME DEFINO?  
¿CÓMO DEFINES TU NEGOCIO?



¿QUÉ ME DISTINGUE?



¿QUÉ DICEN LOS DEMÁS  
DE MI?



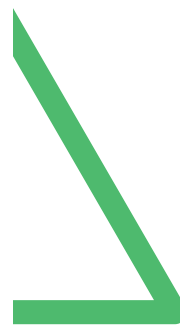
¿QUÉ ME GUSTA?



¿CUÁLES SON MIS  
FORTALEZAS Y DEBILIDADES?



¿CUÁL ES MI OBJETIVO?





# Análisis DAFO de tu Negocio





# Plantea la Propuesta de Valor de tu negocio

- ¿Qué puedes ofrecer?
- ¿Por qué el barrio, ciudad, comunidad es mejor por la presencia de tu comercio?







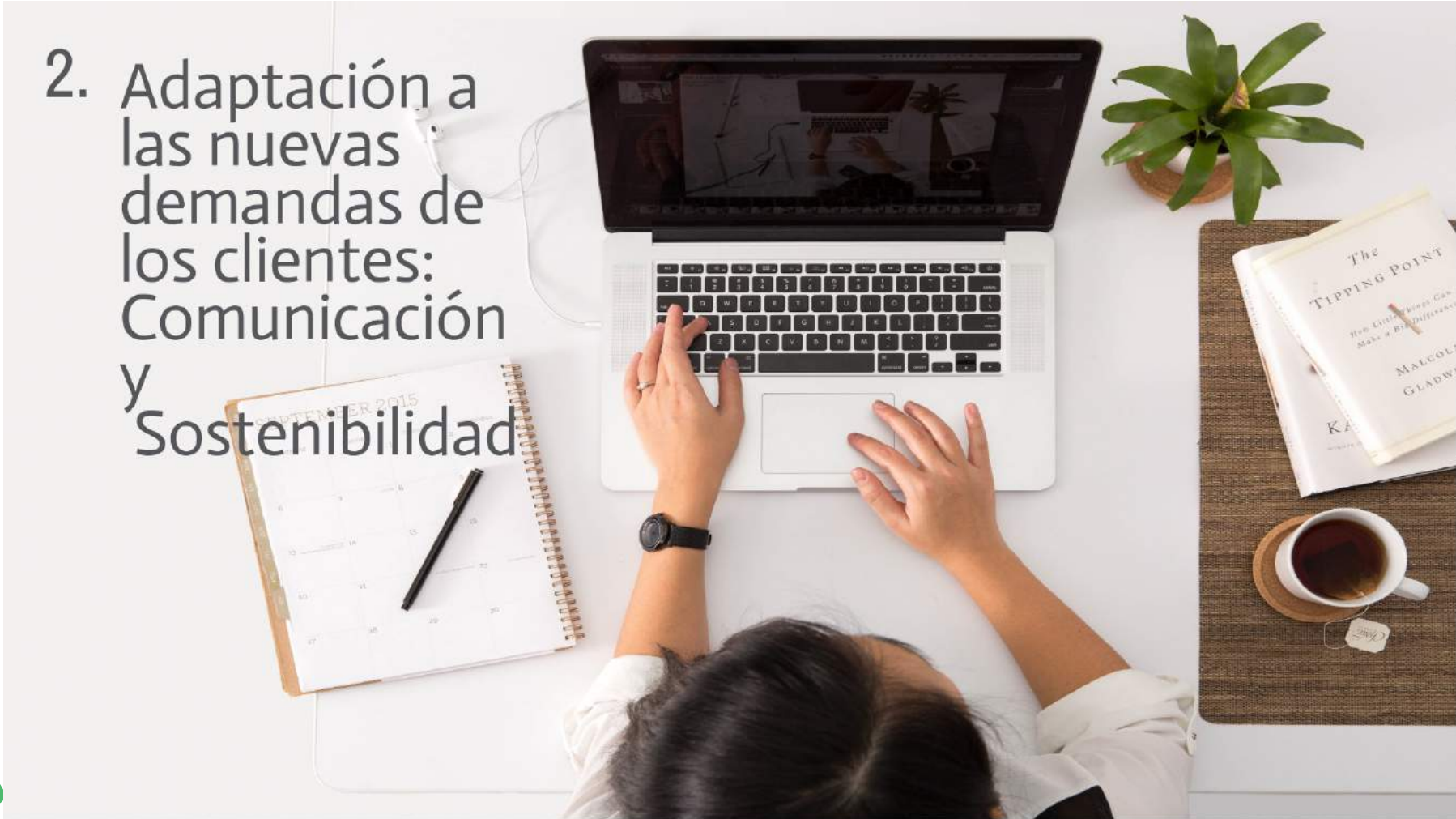
# “En un proyecto hiper especializado está el futuro del pequeño comercio”

Socks Market de Miguel Valero y Ángel Sánchez gana el Premio Impulsa que Cruz Roja otorga a aquellos negocios que han sabido reinventarse con la pandemia





## 2. Adaptación a las nuevas demandas de los clientes: Comunicación y Sostenibilidad





3.  
¿Cuál es tu objetivo,  
tu propósito,  
tu para qué?  
¿Y el de tu negocio?





# PROPÓSITO

"DECLARACIÓN  
DEFINITORIA DE LO QUE  
QUIERES CAMBIAR EN  
EL MUNDO"



WHY





### TUS CÍRCULOS DE ORO

- **POR QUÉ: TU PROPÓSITO**
- **CÓMO: LAS ACCIONES PARA REALIZAR TU PROPÓSITO**
- **QUÉ: EL RESULTADO/LO QUE HACES**

Tomado de Simon Sinek - Golden Circles





# Valores del pequeño comercio



**CALIDAD**



**PROFESIONALIDAD/CONOCIMIENTO  
DEL PRODUCTO**



**PROXIMIDAD**



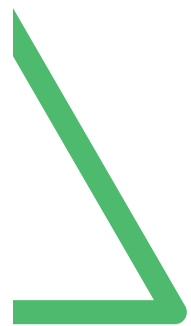
**COMPROMISO CIUDADANO**



**CONFIANZA/RELACIÓN  
PERSONAL**

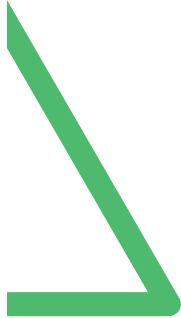


**APORTACIÓN DE VALOR LOCAL**





¿Cuáles son los grandes retos/problemas de nuestra ciudad/comunidad y cómo podemos contribuir desde el comercio y la hostelería?





Las empresas (de cualquier tamaño) han de preguntarse cómo pueden contribuir a resolver los grandes retos de la sociedad.

- ¿Qué tipo de comercio quieres ser?
- ¿Qué clase de barrio/ ciudad/sociedad quieres construir?

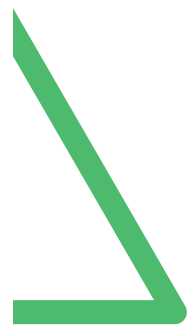






# ¿A quién te diriges?

- El consumidor consciente
- Los *slow buyers*





El consumidor  
consciente

El empleado  
consciente

El ciudadano  
consciente





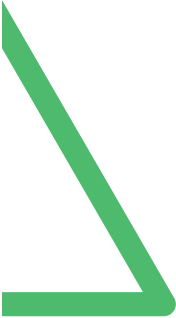
# La ciudadanía reclama un nuevo contrato social a las empresas: el beneficio no lo es todo

El manifiesto de 180 empresas estadounidenses comprometiéndose a respetar el medio ambiente responde a un creciente descontento



MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

Madrid · 15 SEP 2019 · 00:01 CEST





# EL EFECTO GRETA O EL PODER (POLÍTICO Y ECONÓMICO) DE LOS CONSUMIDORES CONSCIENTES

*Marcas con Valores presenta su nuevo estudio, 'El poder del consumidor-ciudadano', que destaca la capacidad de transformación del consumo responsable de los más jóvenes.*





¿Por dónde empiezo?





# Pasos en la gestión sostenible del comercio local

**01** COMPROMISO de  
manera interna y pública

**02** ANÁLISIS de la situación inicial  
Identificar "aliados"

**03** PLAN ESTRATÉGICO  
Objetivos y acciones concretas  
en las tres dimensiones

**04** COMUNICACIÓN



PERSONAS



MEDIO AMBIENTE



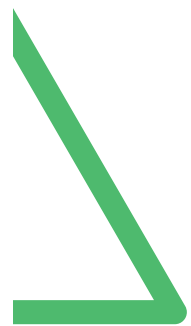
SOCIEDAD



SOSTENIBILIDAD



GLOCAL





# Impacto ambiental

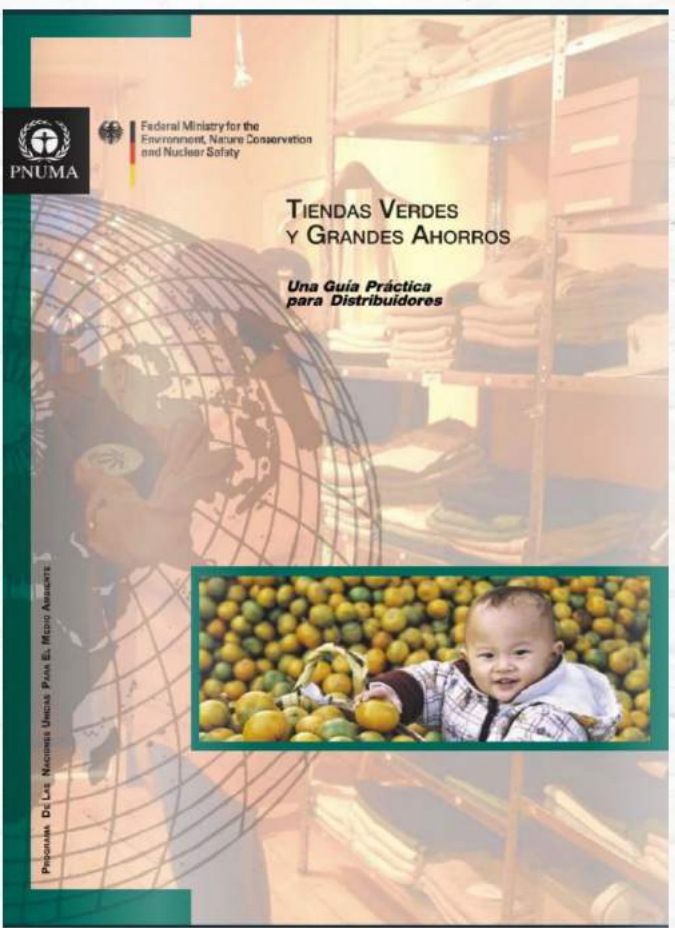


Earth.

No business model  
can survive  
without it.

Hay que cambiar el modelo  
y establecer prioridades





Una gestión sostenible implica la reducción de costes en determinados suministros (energía y agua principalmente), una reducción de costes en la gestión de residuos y una mejora de la imagen comercial que va a atraer a un nuevo tipo de consumidor: el consumidor socialmente responsable.







# Impacto social

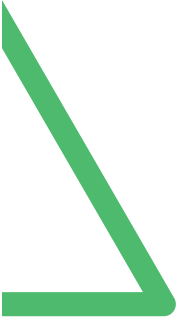
- Se puede generar un impacto social positivo y contribuir a la mejora de la ciudad y la comunidad desde la actividad comercial local.
- Es importante estar abierto a ofrecer oportunidades de empleo a personas "invisibles" para la sociedad, por pertenecer a colectivos vulnerables.
- Colaborar y establecer alianzas con entidades sociales pueden ofrecer una oportunidad que cambia vidas y que cambia el "talante" de nuestras ciudades.





## Impacto de Gobernanza: Gestión excelente

- Cumplimiento normativo
- Transparencia en la gestión
- Gestión basada en valores y principios éticos

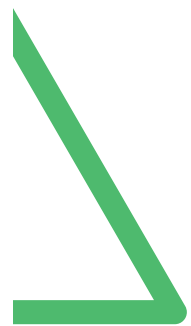




# Comunicación



- Altavoz de los valores de la sostenibilidad
- Atracción de nuevos clientes
- Formación y fidelización de los clientes de siempre





# Acciones

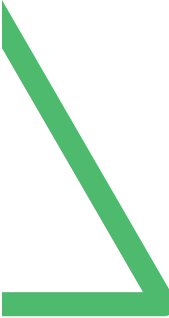
- Impulso de las nuevas tecnologías
- Economía circular
- Reducir el impacto medio ambiental
- Generar conciencia social: "Consumidor/cliente consciente"
- Empoderar a la comunidad local y a los colectivos en riesgo de exclusión
- Comercio inclusivo y accesible para todas las personas
- Promoción del entorno turístico y el Patrimonio cultural



# La nueva hoja de ruta para tu negocio

## **OBJETIVOS** DE DESARROLLO SOSTENIBLE

<b>1</b> FIN DE LA POBREZA 	<b>2</b> HAMBRE CERO 	<b>3</b> SALUD Y BIENESTAR 	<b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD 	<b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO 	<b>6</b> AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO 
<b>7</b> ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	<b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	<b>9</b> INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	<b>10</b> REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	<b>11</b> CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	<b>12</b> PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 
<b>13</b> ACCIÓN POR EL CLIMA 	<b>14</b> VIDA SUBMARINA 	<b>15</b> VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	<b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	<b>17</b> ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	





## 5 IDEAS PARA CONTRIBUIR CON LOS ODS



- Generar empleo inclusivo y de calidad en Burgos, promoviendo condiciones laborales justas en toda la cadena de valor.



- Apostar por otros proveedores locales y fomentar la producción y el consumo responsable y sostenible en nuestra ciudad.



- Minimizar el impacto ambiental de nuestra actividad.



- Comercio inclusivo y accesible para todas las personas.



- Hacer del comercio un vehículo de transmisión de valores de sostenibilidad para los ciudadanos.





La Sostenibilidad  
puede ser el elemento  
diferenciador de tu  
negocio, pero sobre  
todo transformador,  
generando un  
impacto social y  
medioambiental  
positivo





¿Se puede pedir más?

YO SOY  
COMERCIO  
SOSTENIBLE

# Gracias

Ana López de San Román

[www.lopezdesanroman.com](http://www.lopezdesanroman.com)

@anamasanro

**Cámara**  
Burgos



Ayuntamiento  
de Burgos



AGENDA  
2030  
BURGOS