

El Director de Sostenibilidad se consolida en España como cargo cercano al CEO, según SproutWorld

El Director de Sostenibilidad es un experto conocedor de la normativa, las innovaciones y la gestión de medidas ecológicas y sostenibles aplicables a su compañía

La sostenibilidad ha pasado de ser una tendencia para convertirse en una realidad. La sociedad está tan concienciada que no se trata sólo de una práctica para vender. Hoy en día tanto los clientes, proveedores como trabajadores exigen a las empresas un desarrollo sostenible hasta el punto de que cada vez es más habitual ver un cargo específico para estos temas dentro de la compañía: el Director de Sostenibilidad.

Desde SproutWorld (www.sproutworld.com), la empresa inventora de los lápices y maquillajes plantables, su CEO y fundador Michael Stausholm, lleva años asesorando y ayudando a empresas de todo el mundo a dar ese paso hacia un modelo sostenible y ecológico.

Según explica el fundador de SproutWorld, "hoy la sostenibilidad se eleva hasta la máxima prioridad para las empresas españolas. Ya no es una tendencia o una moda; se ha convertido en un tema central en cada parte de las compañías. No sólo en cómo se recicla el material de oficina, sino en el consumo cotidiano dentro de la empresa, la propia gestión, las relaciones con otras compañías, los suministros y cada paso que se da para seguir creciendo".

Así se ha ido haciendo imprescindible la figura de un experto en sostenibilidad que vele por todos estos aspectos en todas las áreas empresariales de la compañía. Se trata de una figura que debe conocer la normativa ecológica, las medidas que se deben tomar dentro de la empresa, las innovaciones disponibles y que además gestione todo lo relacionado con el modelo sostenible empresarial.

Datos obtenidos por SproutWorld revelan que 3 de cada 4 consumidores se decantan por compañías sostenibles incluso pagando más. Además el aumento del consumo de marcas que basan su producción en un desarrollo ecológico en todos los sectores hacen que las empresas conviertan la sostenibilidad en una de sus prioridades.

"La sociedad puede comprobar cómo el clima está cambiando. Altas temperaturas por encima de las medias habituales, ausencia de lluvias, y olas de frío que afectan directamente a nuestros hábitos de vida. Ya no es posible pasar por alto toda estas alteraciones producidas por la falta de conciencia medioambiental", explica Michael Stausholm.

El CSO en la empresa

Toda esta situación hace que las empresas se hayan adaptado y así surgió la figura empresarial del Director de Sostenibilidad o Chief Sustainability Officer (CSO). Un experto en sostenibilidad dentro de

la compañía. Un cargo enfocado expresamente en todas las medidas, control y gestión del medioambiente dentro de la compañía.

Son muchas las tareas que se deben desempeñar entorno a la sostenibilidad dentro de los negocios: control ecológico de proveedores, verificación de que se cumplen las medidas medioambientales, innovación ecológica, gestión de cada red, concienciación, materiales de trabajo, logística, consumo... etc.

Igual que ocurrió con otros cargos como el Director de tecnología o de marketing, hoy la figura del Director de Sostenibilidad se ha convertido en una necesidad para la compañía.

Y es que cada día es más habitual que otras empresas o los propios clientes soliciten o exijan por ejemplo los certificados reales de sostenibilidad.

"Las palabras son sólo palabras, pero las certificaciones son una prueba. El año pasado, el término greenwashing se generalizó y muchos medios comenzaron a indagar en las afirmaciones ecológicas tanto de empresas como de organizaciones. Por ejemplo, si dice que su producto es más amigable con el clima que otros, debe documentar lo que quiere decir", explica Michael Staulshom.

La figura del CSO se ha convertido en una prioridad entre las búsquedas de las principales compañías españolas que ven necesario contar con un profesional especializado en todas las tareas que rodean las medidas sostenibles y respetuosas con el medioambiente. Tanto para implementarlas, controlarlas como buscar innovaciones ecológicas adaptables a todos los procesos de negocio. Se trata de un cargo de responsabilidad que cada vez es más frecuente dentro del organigrama empresarial.

Michael Stausholm, empresario danés, comenzó su carrera en la industria naviera, trabajando para Mærsk y viajó a Indonesia en 1993, donde vivió durante 14 años. Entre 1996 y 2006 trabajó para empresas como Nike y Walmart ayudándolas a establecer procesos de producción textil más sostenibles y responsables. En 2013, Stausholm lanzó el lápiz Sprout en Dinamarca, un producto inventado por tres estudiantes del MIT en Boston, y fundó SproutWorld como empresa. La compañía ya ha vendido más de 52 millones de lápices plantables hasta el momento y tienen clientes como Coca Cola, Ikea, Marriott y Michelle Obama.

En 2020, SproutWorld fue nombrada la segunda empresa más innovadora de Europa por el medio de comunicación estadounidense Fast Company, y en 2021 Worth Media, con sede en Nueva York, incluyó a Michael Stausholm en la lista "Worthy 100" de 2021. La lista celebra a 100 empresarios que han identificado como usando su éxito e influencia para tener un impacto positivo en la sociedad. Son emprendedores motivados por un propósito que usan negocios para tener un impacto en la sociedad, el planeta y más allá.

Michael Stausholm es un reputado conferenciante sobre sostenibilidad en la empresa y ha concedido entrevistas a CNN Money, Forbes, Fortune, Huffington Post, Daily Mail, Business Insider, La

Repubblica, El Figaro, El País, Die Zeit y muchos más.

Datos de contacto:

SproutWorld

605065567

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Ecología](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>