

"La sostenibilidad no es opcional": Expertos minoristas dan la voz de alarma sobre la acción climática

La investigación 'Global Retail Voices' presenta perspectivas de los 50 líderes principales de la industria

A medida que la industria minorista continúa evolucionando, la sostenibilidad se ha convertido en un aspecto fundamental para las empresas de todo el mundo. En respuesta a esta tendencia creciente, Asendia, proveedor global de soluciones de comercio electrónico y correo, ha recopilado información de los principales expertos en ESG y sostenibilidad como parte de su iniciativa Global Retail Voices.

La investigación, que presenta a 50 figuras influyentes en el sector minorista y de comercio electrónico, incluye valiosas perspectivas sobre prácticas sostenibles de líderes de la industria. Estos expertos, que representan a algunas de las marcas más respetadas del mundo, comparten sus pensamientos sobre los desafíos y oportunidades en la implementación de estrategias ecológicas en las operaciones minoristas.

El sector de la moda de lujo se enfrenta a desafíos significativos en la adopción de prácticas sostenibles, dada su naturaleza tradicionalmente intensiva en recursos. Sin embargo, con estudios como el informe de Boston Consulting Group (BCG) y Comité Colbert muestran que aproximadamente el 65% de los consumidores de lujo tienen en cuenta las prácticas sostenibles de una marca antes de realizar una compra, la industria se enfrenta a una presión creciente para transformarse.

Florence Bulte, Directora de Sostenibilidad de Chalhoub Group aborda esta cuestión sin rodeos, enfatizando el papel crítico de la sostenibilidad en la transformación de la industria. Afirma: "la sostenibilidad es el latido de nuestras operaciones. Nuestro Informe de Circularidad subraya nuestro compromiso inquebrantable con los modelos de negocio sostenibles mientras nos esforzamos por alcanzar el Net Zero para 2040. En el dinámico sector de la moda, que representa aproximadamente el 10% de las emisiones globales de CO₂, adoptar iniciativas circulares no es opcional sino esencial.

El mercado de lujo del CCG, valorado en 480-500 millones de dólares en 2022 y creciendo un 15% anualmente, ejemplifica el cambio hacia la circularidad impulsado por el comportamiento consciente del consumidor y la adaptación global de las marcas de lujo. Esta tendencia refleja un cambio de paradigma significativo donde los responsables políticos, reguladores, marcas, minoristas y clientes deben alinearse para impulsar prácticas sostenibles. En Chalhoub Group, estamos aprovechando estos conocimientos para innovar y fortalecer nuestra estrategia y operaciones, asegurando que la sostenibilidad siga siendo el núcleo de nuestra ética empresarial".

El impulso hacia la sostenibilidad en la moda se extiende más allá de las iniciativas de las empresas individuales hasta los cambios de política en toda la industria. A medida que el sector minorista lidia

con su impacto ambiental, hay un reconocimiento creciente de que el cambio sistémico requiere más que acciones corporativas voluntarias. De hecho, un estudio reciente de IBM en colaboración con Oxford Economics encontró que solo el 30% de las empresas de moda han logrado un progreso significativo en sus objetivos de sostenibilidad, destacando la necesidad de marcos regulatorios más sólidos.

Dana Davis, consultora de moda y exdirectora de sostenibilidad en Mara Hoffman, destaca la importancia de la política en impulsar prácticas sostenibles: "La sostenibilidad debería impulsar el comportamiento de los consumidores y dar forma a las prácticas de la industria, pero actualmente lo que realmente necesitamos son políticas. Estas políticas no solo establecerían los estándares e incentivos para la innovación sostenible, sino que también garantizarían la responsabilidad, al tiempo que fomentarían un mercado donde los ciudadanos conscientes del medio ambiente y las empresas responsables puedan prosperar juntos".

El llamamiento de Davis a la intervención política refleja una tendencia más amplia en la industria, donde los líderes están buscando cada vez más marcos regulatorios para acelerar los esfuerzos de sostenibilidad. Con la industria de la moda responsable de un estimado del 4-10% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero anualmente, la necesidad de una acción coordinada nunca ha sido más urgente.

Otros líderes de la industria aparecen en el libro electrónico, incluyendo a David Hu, Jefe de Marketplace de Comercio Electrónico en Electrolux Group; y Marija Rompani, Directora de Sostenibilidad y Ética en John Lewis Partnership, por nombrar algunos.

Amy Collins, Head of CSR Engagement de Asendia, enfatiza la importancia de la sostenibilidad en el sector minorista, particularmente en lo que respecta a la logística: "El mundo del comercio minorista está adoptando la sostenibilidad, y está cambiando las reglas del juego para todos los involucrados en el transporte de productos a tu puerta. No se trata solo de entregar paquetes rápido, se trata de saber cuánto carbono se emite de cada paquete. Los minoristas están presionando para obtener información detallada sobre el impacto ambiental de sus envíos, y está manteniendo a las empresas de logística en alerta.

Pero aquí está la parte emocionante: todos estos desafíos están generando nuevas ideas. Estamos viendo formas ingeniosas de medir y reducir las emisiones. La conclusión es que ser ecológico no es solo bueno para el planeta. Se está volviendo esencial para que las empresas prosperen y mantengan a los clientes satisfechos en nuestro mundo conectado. Los compradores se preocupan por estas cosas, y las empresas inteligentes están escuchando".

Los expertos en sostenibilidad presentados en el libro electrónico Global Retail Voices son parte de un grupo más grande de 50 líderes de la industria seleccionados por su experiencia en diversas áreas, incluyendo marca, experiencia del cliente, producto, logística e innovación. El libro electrónico tiene como objetivo celebrar a las personas que impulsan el cambio positivo en la industria minorista mientras proporciona valiosas ideas para las empresas que buscan mejorar sus esfuerzos de sostenibilidad.

El proceso de selección para Global Retail Voices involucró una evaluación exhaustiva de la experiencia en la industria de cada individuo, influencia en redes sociales, logros profesionales e impacto general en el sector minorista. Este enfoque riguroso asegura que el libro electrónico represente un verdadero "quién es quién" del comercio minorista global.

"Seleccionados por sus contribuciones, estos individuos lideran colectivamente el sector", dijo Simon Batt, Director Ejecutivo de Asendia. "Desde líderes visionarios hasta pioneros en sostenibilidad y experiencia del cliente, Global Retail Voices muestra diversos talentos y aplaude logros notables. Esta iniciativa no se trata solo de reconocimiento, sino también de inspirar a otros, destacando el extraordinario trabajo que se está realizando en la industria".

Como un recurso único, Global Retail Voices reconoce y honra las notables contribuciones de estos líderes de la industria.

Para descargar el libro electrónico Global Retail Voices de forma gratuita, hacer clic aquí.

Sobre Asendia

Asendia es uno de los líderes mundiales en comercio electrónico y correo internacional, que entrega paquetería y documentos a más de 200 destinos en todo el mundo. Combinando la experiencia y los conocimientos de sus empresas fundadoras, La Poste y Swiss Post, Asendia reúne una gran cantidad de conocimientos internacionales y locales. La experiencia de Asendia es amplia y abarca diferentes aspectos del comercio electrónico, desde el software para tiendas online y la gestión de mercados hasta la logística internacional. Asendia está comprometida con la sostenibilidad, compensando todas las emisiones de carbono, incluida la recogida de primera milla, la entrega de última milla, las devoluciones y las emisiones de edificios, maquinaria y viajes de negocios. Asendia emplea a más de 1.500 personas en Europa, Reino Unido, Asia-Pacífico y Estados Unidos: una red global combinada con presencia local.

Datos de contacto:

Meg Duncombe
The Think Tank
07493989895

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

Categorías: [Nacional](#) [Ecología](#) [Sostenibilidad](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>