



Perspectivas

ENTREVISTA SOBRE TENDENCIAS

La mirada de 360 grados

12/6/2024 , 15 min

Fundada en 2007, EcoVadis es ahora el proveedor líder mundial de evaluaciones de sostenibilidad. En la sede de París hablamos con Valérie Touchon, miembro desde el primer día del círculo directivo interno, acerca del modelo de negocio, el éxito y el futuro de la empresa de calificación, así como de su visión personal sobre la sostenibilidad.

FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN

Frank Reinhold

Sra. Touchon, desde 2021 usted ocupa el cargo recién creado de Chief Impact Officer en EcoVadis. ¿Cuáles son las responsabilidades de su cargo?

Mi principal responsabilidad en este puesto es potenciar el impacto que los clientes pueden lograr al utilizar nuestros productos y servicios. Además, en EcoVadis, soy responsable de la sostenibilidad, lo que incluye, entre otras cosas, nuestra propia huella de CO₂ y una política de compras sostenible. Esto es bastante interesante, ya que mi equipo y yo ahora debemos aplicar a nosotros mismos lo que transmitimos a nuestros clientes. Nos estamos dando cuenta de que las preguntas que planteamos no son tan fáciles de responder y que las medidas resultantes no son tan fáciles de implementar para nosotros. Esto me parece muy estimulante.

¿Qué la motivo como mujer desde el inicio a implicarse en una empresa que certifica que otras cumplen más o menos bien determinados requisitos de sostenibilidad?

Cuando comenzamos, la sostenibilidad ya era un tema importante, excepto en el área de compras. En mi trabajo como vendedora, noté que las empresas ya estaban preocupadas por su propio impacto ambiental y habían comenzado a analizar su huella de CO₂. Sin embargo, llevó mucho tiempo crear conciencia sobre el hecho de que entre el 50 y el 90 % de su presupuesto operativo se destinaba a productos y servicios de socios externos. Por supuesto, surgen muchas preguntas al respecto: ¿Hasta qué punto conozco a mis proveedores? ¿Cómo puedo asegurarme de que cumplen con la prohibición del trabajo infantil o de que no compran productos fabricados con los llamados minerales de conflicto¹? En ese momento, esas preocupaciones eran nuevas y rápidamente identificamos este vacío en el mercado. Me gustaba el espíritu pionero y la idea de ser parte de algo completamente nuevo. Y finalmente, las personas: desde el principio, reunimos a un equipo de colegas excepcionales que respetaban nuestros valores y nuestro compromiso, y que se dedicaban de manera práctica a la pregunta de cómo podríamos cambiar el mundo de una manera verdaderamente audaz y positiva.



Acerca de la Persona

VALÉRIE TOUCHON

De nacionalidad francesa, Valérie Touchon comenzó su carrera profesional como representante de ventas, luego como cazatalentos en el sector tecnológico, incluidos dos años en Polonia.

De vuelta en Francia, Valérie Touchon empezó a trabajar en EcoVadis en 2007 como una de las cinco primeras empleadas, responsable del nuevo negocio.

Desde 2014 dirige el Customer Success Team (Equipo de Éxito del Cliente), primero en París y después en Nueva York. Desde 2021, Touchon trabaja como Chief Impact Officer. Reside en París y San Francisco.

Cuando se refiere al área de compras ¿habla de los departamentos de compra tradicionales de las grandes empresas?

Exacto. Tenemos dos tipos de clientes: una categoría incluye a empresas multinacionales como BASF, Bayer, L'Oréal o Verizon, por nombrar solo algunas. Ofrecemos a los departamentos de compras de estas empresas la posibilidad de aportar transparencia a la sostenibilidad de su cadena de suministro. La segunda categoría son sus proveedores, con los cuales realizamos un análisis exhaustivo en contacto directo. Compartimos los resultados tanto con las empresas evaluadas como con las que solicitan la evaluación. Entonces, ambas partes pueden entablar un diálogo sobre cómo mejorar prácticas

específicas. Esto genera un circuito positivo. Esa es la idea original de EcoVadis: cambiar el negocio desde dentro de manera sostenible.

¿Cómo describiría de forma resumida el concepto de EcoVadis?

Mejora continua que produce un cambio real, a diferencia de un enfoque limitado a cumplir con reglas y normas que solo cumple con el mínimo exigido. Nuestra calificación sigue un concepto diferente: la sostenibilidad no tiene un objetivo final, ya que el listón siempre se coloca más alto. Por lo tanto, siempre hay algo que hacer en términos de medio ambiente, prácticas sociales y liderazgo ético. La puntuación de EcoVadis ofrece una primera visión de dónde se encuentran las empresas y hacia dónde podrían dirigirse. Estos conocimientos permiten a nuestros clientes seguir mejorando y avanzando continuamente.

Hablemos sobre cómo la tecnología respalda sus procesos de evaluación.

Evaluamos redes de proveedores integrales de empresas comprometidas con la mejora continua de su desempeño en sostenibilidad. Evaluamos alrededor de 1.000 corporaciones cuyos proveedores revisamos, por ejemplo, en la industria de bebidas, como Coca-Cola o Danone. Los proveedores evaluados, a su vez, deben preguntarse cuál es la situación de sus propias cadenas de suministro. Esto desencadena un efecto dominó positivo en el que hemos asesorado a más de 125.000 empresas hasta la fecha.

Para ello, la tecnología es nuestra columna vertebral. Estamos constantemente invirtiendo en la actualización de nuestras soluciones. Es importante no solo mantenernos al día con la gran cantidad de clientes evaluados, sino también adaptarnos a su madurez en constante evolución y al mercado en desarrollo

que está cada vez más regulado. Nuestro sistema de calificación debe ser lo suficientemente ágil para responder rápidamente a estas fuerzas dinámicas.

“En lugar del cumplimiento, es decir, simplemente cumplir con reglas y normativas, nuestro enfoque apunta a una mejora continua que genere un cambio real”.



Valérie Touchon
Chief Impact Officer, EcoVadis

Además de la puntuación de EcoVadis, ¿cuáles son los productos y servicios más importantes que ofrece?

Actualmente estamos evolucionando de una empresa monoproducto a una multiproducto, por lo que su pregunta llega exactamente en el momento adecuado.

Para lograr un impacto, debemos hacer dos cosas: en primer lugar, se trata de atraer al mayor número posible de empresas a nuestro ciclo de evaluación y mejora. En segundo lugar, si son parte de nuestra red, debemos brindarles datos e información para que puedan optimizar continuamente sus prácticas de sostenibilidad. Un producto en nuestra gama es IQ Plus, el cual nos permite evaluar el riesgo de sostenibilidad de decenas de miles de empresas. Para ello, una empresa global como Bayer nos proporciona una visión general de alrededor de 50.000 proveedores. De esta forma, alimentamos nuestro sistema, que puede prever el nivel de riesgo según una serie de criterios como la industria, el tamaño, la región y con la ayuda de todos los datos que hemos recopilado en los 16 años de nuestra existencia. Nuestro módulo de evaluación complementa este primer análisis de riesgo con un cuestionario que nos permite proporcionar resultados más detallados. Se trata de un proceso muy exhaustivo que abarca un total de 21 criterios en los cuatro ámbitos de medioambiente, social, ética y cadena de suministro. Tenemos en cuenta no solo los datos proporcionados por el proveedor, sino que también consideramos un enfoque de 360 grados que incluye la información de fuentes externas como ONGs, asociaciones industriales o entidades de certificación.

Recientemente también hemos desarrollado un módulo de calificación exclusivo para la huella de carbono, que incluye, por ejemplo, una calculadora de CO₂ con el que nuestros clientes pueden determinar su huella. En este contexto nuestro punto óptimo radica en dirigirnos a empresas que tienen un bajo nivel de madurez en la gestión del CO₂.

¿Cómo se mantiene el control sobre una empresa que crece tan rápidamente como EcoVadis?

En promedio registramos un aumento anual de alrededor del 40 %, tanto en ventas como en el número de empresas evaluadas. Esto un verdadero desafío, pero no nos quejamos de ello. Hemos tenido mucha suerte con las personas que hemos contratado: todas muy dedicadas, eficientes y profesionales. En total, empleamos actualmente a un equipo de unas 1.700

personas en todo el mundo. Aunque esperamos flexibilidad y capacidad de trabajo, también damos gran importancia a un buen equilibrio entre la vida laboral y personal: este es un factor esencial de éxito. Y pronto hemos apostado por la globalización al convertir el inglés en nuestro idioma corporativo después de solo dos años. Aquí trabajan personas de más de 70 naciones y tenemos presencia en 12 países, incluyendo los Estados Unidos, Hong Kong, Singapur, Japón y Australia, por mencionar solo algunos, además de Europa, por supuesto.



↑
Una de las funciones de Touchon es evitar que las empresas utilicen EcoVadis como una máquina de lavado de imagen verde.



¿Cómo se distribuyen las empresas evaluadas por EcoVadis según regiones e industrias?

Quisiera señalar que, debido a la pandemia de COVID-19 y a los cambios geopolíticos, nuestro mundo, que hasta ahora era muy global, se ha vuelto más regional. Esto significa mucho trabajo para nuestros clientes, ya que necesitan reorganizar sus cadenas de suministro, lo cual, a su vez, resulta beneficioso para nosotros. Debido a nuestra historia, tenemos una fuerte presencia en Europa pero, al mismo tiempo, evaluamos numerosas empresas en China y en toda Asia, donde estamos experimentando un crecimiento muy dinámico. En EE. UU. estamos aumentando nuestra participación de mercado muy rápidamente. Aquí, la regulación a nivel federal es relativamente débil, lo que deja muchas cuestiones en manos de los estados individuales o de las propias empresas. Por lo tanto, el mapa es bastante heterogéneo: por ejemplo, California ha adoptado más o menos las futuras regulaciones de la UE sobre la debida diligencia y la divulgación en la cadena de suministro. Algunas empresas estadounidenses son más avanzadas en estos aspectos, ya que han reconocido que la transparencia es fundamental para su éxito. En África, EcoVadis aún no está activa, pero vemos un gran potencial futuro.

En su opinión, ¿qué cree que debe suceder para que ciertas industrias o regiones maduren?

En primer lugar, la regulación simplifica muchas cosas. En segundo lugar, los consumidores y la sociedad deben ejercer su autonomía para exigir ciertos comportamientos por parte de los fabricantes y el comercio. Y en tercer lugar, las propias empresas pueden tener un impacto enorme para cambiar las cosas para mejor, tan pronto como los efectos en cascada de su análisis de la cadena de suministro se hagan evidentes.

¿Cómo se garantizan estándares de evaluación uniformes a pesar de todas las diferencias en industrias y regiones?

Esto nos lleva de vuelta a nuestra metodología de calificación: realizamos análisis de relevancia para alrededor de 200 sectores y definimos benchmarks relevantes basados en las mejores prácticas para criterios como ética, condiciones laborales, prevención del trabajo infantil, emisiones de gases de efecto invernadero y gestión de residuos. Además, consideramos el tamaño de la empresa en la evaluación: cuanto más grande, mayor será el impacto y la responsabilidad. También cada país puede ser un factor: aunque existen regulaciones en todo el mundo, no siempre se aplican con el mismo rigor en todas partes. Por lo tanto, para algunos países agregamos criterios adicionales, como los relacionados con los derechos humanos. Como pilares fundamentales de nuestra metodología de calificación, utilizamos la norma ISO 26000², las directrices de GRI³ y las normas de la OIT⁴, así como otros estándares internacionales relevantes. Pero cuando evaluamos una empresa por primera vez, creamos un cuestionario específicamente adaptado a sus parámetros individuales. Detrás de nuestro proceso fluido hay un alto grado de complejidad.

“Lo que las empresas afirman como su contribución a un planeta y a una sociedad mejores suele ser sencillamente increíble”.

Valérie Touchon
Chief Impact Officer, EcoVadis

¿Existen límites en cuanto al grado de precisión y objetividad de sus evaluaciones y qué puede hacer para superarlas?

En nuestras evaluaciones somos muy exigentes. Por ejemplo, un equipo propio supervisa la calidad de nuestros servicios en términos de coherencia y precisión. Además, revisamos cada declaración de la empresa en busca de evidencias y documentación correspondiente. Esto también incluye una verificación adicional directa a través de entidades de certificación para determinar si un certificado aún está vigente o posiblemente ha caducado.

Aunque nuestro proceso de verificación es muy preciso: la perfección no existe. Nunca podemos estar 100% seguros de que una empresa efectivamente cumple con lo que afirma. El lavado de imagen verde es y sigue siendo un problema generalizado en este sentido. Y lo que las empresas afirman como su contribución a un planeta y una sociedad mejores suele ser sencillamente increíble.

¿Cómo se asegura de que sus clientes no utilicen su evaluación para hacer un lavado de imagen verde?

Contamos con un programa de reconocimiento con medallas, mediante el cual premiamos un nivel específico de evaluación. Como actualmente todo el mundo reclama sostenibilidad para sí mismos, debemos asegurarnos de que nuestros premios estén bien supervisados y solo recompensen a aquellos que demuestren prácticas sobresalientes. Para mantener la idea de mejora continua, esto requiere que nuestros estándares sean cada vez más estrictos. Y debemos defendernos de ser utilizados como una “lavado de imagen verde”, lo que sería devastador para nuestra reputación como proveedor líder de calificaciones de sostenibilidad.

Se trata de calidad, control y gobernanza. Para asegurar la mejor calidad posible y un alto nivel de imparcialidad, hemos separado nuestra área de evaluación del resto de la empresa, pero como

dije: no existe una certeza del 100%, incluso si invertimos mucho tiempo, recursos y dinero para minimizar el riesgo de realizar juicios erróneos.

En países como Alemania se discute lo inútil que es cambiar el propio comportamiento mientras en el resto del mundo se siguen produciendo residuos y emitiendo CO₂ como si no hubiera una crisis climática. ¿Cómo se enfrenta a estos escépticos y pesimistas?

Parte de nuestro trabajo es formar y convencer a la gente. Creemos firmemente que la economía cambiará y enfocándonos en las cadenas de suministro podemos multiplicar el efecto positivo de este cambio. Como ocurre con cualquier otro proyecto de transformación, hay un 10% que niega el cambio climático, mientras que otro 10 % dice que se deben tomar medidas de inmediato. El resto es en gran medida indiferente. Nuestro trabajo es cambiar eso lo mejor que podamos y convencer a la gente a hacer negocios de una manera más sostenible. Este es un objetivo a largo plazo y no estoy segura de que tengamos suficiente tiempo. Pero espero que una mayor regulación, especialmente en Europa, acelere este desarrollo al cambiar las reglas del juego.

Paneles solares en los tejados, lámparas LED en lugar de bombillas incandescentes, viajes de negocios en tren en lugar de avión, ¿son solo subterfugios? ¿Dónde ve palancas realmente efectivas para lograr avances significativos en la protección del clima?

De ninguna manera; cada contribución es necesaria y cada sector debe asumir su responsabilidad. Piense por ejemplo en la agricultura: si cambiamos lo que comemos y cómo cultivamos, cosechamos y envasamos nuestros alimentos, reduciremos significativamente las emisiones de metano. ¿Podemos practicar la agricultura regenerativa y utilizar materiales de embalaje más respetuosos con el medio ambiente o reciclables? Hay muchísimas cosas que las empresas y, en

última instancia, los individuos, pueden hacer si toman las decisiones y acciones correctas, tanto en el trabajo como en su vida personal.



↑

Valérie Touchon, Chief Impact Officer, conversa con el redactor de KHScompetence, Stuart J. Nessbach, en la sede de EcoVadis en el centro de París.

¿Qué consecuencia tiene en su modelo de negocio la nueva - Directiva de la UE sobre informes de sostenibilidad corporativa (CSRD), que hasta 2026 se espera que cuadruplique el número de empresas que informan?

Para ser precisos, hay dos reglamentos de los que nos beneficiamos en gran medida. Uno se relaciona con el deber de obrar con diligencia en las cadenas de suministro. Esto tiene un impacto directo en nuestro negocio al exigir que las empresas analicen a sus socios en busca de aspectos ESG⁵ para crear transparencia en la cadena de valor. El segundo punto, el CSRD que usted mencionó, estipula explícitamente lo que las empresas deben revelar en función de su tamaño. Estas dos

leyes amplían significativamente el número de empresas obligadas a proporcionar información. Esto es tan bueno para nosotros como para nuestros competidores.

¿Dónde ve a EcoVadis dentro de 10 a 15 años, cuando cada vez más empresas hayan alcanzado el cero neto?

La sostenibilidad no se limita al cumplimiento. Es un viaje, y no creo que solucionemos el problema del cambio climático en 10 o 15 años. Esto por un lado. Por otro lado es que recientemente tuvimos una conversación muy interesante con los principales compradores de algunos de nuestros clientes más importantes. Presionan a sus proveedores para que revelen sus emisiones de gases de efecto invernadero y establezcan objetivos de reducción, aunque creen que sus esfuerzos solo tendrán éxito si logran que sus proveedores paguen salarios dignos a sus empleados. Después de todo, no es posible cambiar el comportamiento como consumidor ni la huella de CO₂ si no se dispone de suficiente dinero. Esto me pareció extremadamente progresista e inteligente, pero también valiente. Ya que si piden a sus proveedores que aumenten sueldos y salarios, en última instancia tendrán que pagar un precio más alto por sus bienes y servicios.

Así que ESG no se trata solo de que el CO₂ sea una carga mortal para la humanidad. Piense en los aspectos sociales del cambio climático: la gente se traslada de un lugar a otro, contrae enfermedades, todo está conectado con todo lo demás. Supongo que estaremos presentes mientras exista el mundo.

“Soy bastante optimista en cuanto a que el cambio no se puede detener una vez ha comenzado”.

Valérie Touchon
Chief Impact Officer, EcoVadis

A pesar de todo, ¿personalmente todavía tiene esperanzas para nuestro clima?

He leído el informe del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) y aunque estoy preocupada, también tengo esperanzas. A medida que adoptemos los cambios para mejorar, vemos que las cosas se están moviendo, pero no lo suficientemente rápido, eso es seguro. Sin embargo, soy bastante optimista en cuanto a que el cambio no se puede detener una vez que ha comenzado.

¿Qué significa la sostenibilidad para usted personalmente, y cómo ha cambiado su comportamiento al respecto en los últimos 15 años?

Provengo de la generación en la que la gente comía alimentos procesados y carne, también volaba de A a B sin pensarlo dos veces. Desde entonces ha llovido mucho: tuve tres hijos que ahora tienen 28, 26 y 23 años. Los tres son verdaderos activistas que han cambiado mi forma de ver ciertas cosas. Me incorporé a EcoVadis hace 16 años, donde aprendí muchas cosas sobre las que antes no estaba segura. Aquí he hablado con cientos de clientes a lo largo de los años y, por supuesto,

con la gente de la empresa. Muchos tienen la misma edad que mis hijos, y son igual de apasionados y comprometidos con todo lo que hacen. Esto me inspira cada día a desarrollarme más.

¹ *Minerales de conflicto = minerales de estaño, tántalio y wolframio, así como oro, que a menudo se extraen en condiciones problemáticas en la minería a pequeña escala de los países en desarrollo.*

² *ISO 26000 = guía para ayudar a las organizaciones a adoptar principios socialmente responsables.*

Directrices GRI = un lenguaje común para que las organizaciones comuniquen sus resultados económicos, ecológicos y sociales.

⁴ *Normas de la OIT = normas laborales y sociales internacionales en forma de recomendaciones sobre legislación laboral, condiciones de trabajo, protección laboral, etc.*

⁵ *ESG = Environmental, Social and Corporate Governance – Un instrumento de control en la industria financiera de la UE para evaluar inversiones sostenibles en términos de consideración de cuestiones ambientales, sociales y de sostenibilidad por parte de empresas y otras entidades.*