

# AUTOEVALUACIÓN EN SOSTENIBILIDAD PARA EL COMERCIO LOCAL



Guía de Comercio  
y Sostenibilidad

2025

## Índice

1. Primer paso: por qué una autoevaluación en sostenibilidad .....	3
2. Segundo paso: la autoevaluación en sostenibilidad .....	8
3. Tercer paso: después de la autoevaluación .....	18

# 1

## PRIMER PASO: POR QUÉ UNA AUTOEVALUACIÓN EN SOSTENIBILIDAD





La sostenibilidad es un factor de competitividad empresarial cada vez más importante que afecta por igual a todos los sectores y, en especial, a aquellos que tienen contacto directo con el público.

En este sentido, la cercanía del comercio local recoge la sensibilidad de las personas en temas relacionados con la sostenibilidad. Incluso la percepción del cliente del comercio local como un comercio “sostenible” frente al comercio online o las grandes superficies, suponen una importante ventaja competitiva para aquellos que sepan verla.

Por ello, aquel comercio local que no contemple determinados aspectos que demuestren su corresponsabilidad en la sostenibilidad, se encontrará con que la sociedad, es decir sus clientes, le darán la espalda.

Muchas veces, los comercios locales piensan que, por su actividad, por su tamaño, no se ven afectados por corrientes como el crecimiento de la demanda de productos y actividades más sostenible. Pero la sostenibilidad no es un factor que afecte exclusivamente a las grandes y medianas empresas, o a las industrias. La sostenibilidad no entiende ni del tamaño de las empresas ni de la naturaleza de la actividad que desarrolle. Por este motivo, el comercio local, con el fin de poder desarrollarse adecuadamente, necesita un momento de reflexión o autoevaluación en aquellos temas que componen la **sostenibilidad**.

La *sostenibilidad* es un enfoque que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer los recursos y posibilidades de las generaciones futuras. Se basa en tres pilares fundamentales:

- **Gobernanza/Económico:** Fomentar el crecimiento económico de manera eficiente, sin perjudicar el medio ambiente. Gobernar la empresa de manera ética y responsable.
- **Social:** Garantizar el bienestar y la equidad social, promoviendo condiciones de trabajo justas y comunidades saludables.
- **Ambiental:** Proteger los recursos naturales, reduciendo la huella ambiental y conservando los ecosistemas, a través de la prevención de la contaminación y evitando el impacto negativo a entorno. Ofrecer al mercado productos y servicios más sostenibles.

En definitiva la *sostenibilidad del comercio local* se perfila como un aspecto de suma relevancia. La apuesta por impulsar y fortalecer las actividades comerciales sostenibles a nivel local no solo contribuye al desarrollo económico

de una determinada población, sino que también fomenta la preservación del entorno del municipio donde se ubica y la creación de vínculos más cercanos entre productores, comercio y consumidores.

## Prácticas comerciales éticas y responsables

La sostenibilidad del comercio local se fundamenta en la promoción de prácticas comerciales éticas y responsables, que buscan reducir el impacto ambiental generado por las actividades económicas y generando un beneficio positivo a la sociedad donde se encuentra. Asimismo, impulsa la generación de empleo local, el apoyo a pequeños productores y artesanos, y la promoción de la cultura y tradiciones propias de cada ciudad y región.

En este sentido, es crucial sensibilizar a los clientes sobre la importancia de consumir de forma consciente y responsable, priorizando la adquisición de productos locales y de temporada. Esto no solo beneficia a los productores locales, sino que también contribuye a disminuir la huella ecológica y la huella de carbono, asociada al transporte de mercancías a larga distancia.

En resumen, la sostenibilidad del comercio local no solo representa una oportunidad para dinamizar la economía de las comunidades locales, sino que también constituye un pilar fundamental en la construcción de un modelo económico más justo, equitativo y respetuoso con el medio ambiente.



# Impactos más significativos del comercio local sostenible

Algunos de los impactos más significativos del comercio local sostenible son los siguientes:

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Reducción de emisiones de carbono:</b> Al minimizar la necesidad de transporte de larga distancia, el comercio local sostenible ayuda a reducir las emisiones de carbono asociadas con la logística de distribución de productos.</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Fomento de la equidad social:</b> Al favorecer a los pequeños productores y comerciantes locales, se promueve una distribución más equitativa de los beneficios económicos en la sociedad, no solo repartiendo beneficios a grandes empresas foráneas.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Promoción de la economía local:</b> Al apoyar a los productores y comerciantes locales, se fortalece la economía de la comunidad, generando empleo y fomentando la prosperidad económica a nivel local. Fomento del producto KM0.</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Reducción del impacto ambiental del municipio:</b> La generación de residuos y el consumo de recursos son capítulos muy importantes en la convivencia en una población. Los comercios locales deben colaborar en una adecuada separación y gestión de los residuos que producen, pudiendo utilizar envases y embalajes de menor impacto ambiental, reducir su consumo de electricidad y agua, así como otros materiales.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Preservación de la identidad cultural:</b> El comercio local sostenible es un canal óptimo para potenciar las prácticas tradicionales y productos regionales, lo que contribuye a preservar la identidad cultural y promover la diversidad.</li> </ul> |   |

En resumen, un *comercio local más sostenible* no solo beneficia a la economía local y al medio ambiente, sino que también fortalece los lazos comunitarios y promueve un estilo de vida más consciente y responsable, es decir, beneficia a la sociedad donde se ubica el comercio. Por todo esto, es importante fomentar y apoyar este tipo de iniciativas para construir un futuro más sostenible para todos.

## Impacto en la comunidad/sociedad:

- La sostenibilidad local tiene un impacto directo en la calidad de vida de los habitantes de una comunidad, ya que promueve la *creación de redes de colaboración* entre productores, comerciantes y consumidores.
- Al consumir productos locales, se apoya a pequeños negocios y emprendedores, lo que a su vez genera un *círculo virtuoso de crecimiento económico y social*.
- Al priorizar la producción local, se preservan las tradiciones culturales y se fomenta un sentido de *identidad y pertenencia en la comunidad*.



# 2

## SEGUNDO PASO: LA AUTOEVALUACIÓN EN SOSTENIBILIDAD



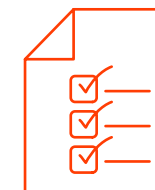
Como hemos podido descubrir, la *sostenibilidad* es un concepto que encierra muchos aspectos que afectan a la empresa: la gobernanza, la productividad, la relación con proveedores, competidores y resto de empresas donde se ubique; con clientes, trabajadores, el fomento del trabajo digno, la conciliación familiar, los derechos humanos; la relación con el entorno (consumo de agua, energía, materias primas, envases y embalajes, gestión de residuos...), la movilidad de los trabajadores, el modo de gestión de la calidad, de la seguridad; la interacción con la comunidad donde esté el comercio, implicación con acciones sociales, etc... Una gran cantidad de aspectos cotidianos y estratégicos que pueden favorecer el camino hacia la sostenibilidad. Por ello intentar tener un autodiagnóstico exhaustivo es complejo y poco eficaz.

En este cuaderno se propone un sencillo autodiagnóstico inicial que ayude a fijar las bases para que posteriormente, el comercio, pueda ir creciendo en preguntas/respuestas de otras consideraciones y así dirigir bien los esfuerzos que una empresa realiza en ser más sostenible. Lo importante es iniciar el proceso de reflexión para orientar de manera eficaz el esfuerzo que se haga.

Uno de los caminos para comenzar en un comercio a ser *más sostenible* es realizar una autoevaluación sobre la sostenibilidad.

Este ejercicio de *autodiagnóstico* simplificado ayudará al comercio a reconocer cuál es su situación inicial de partida. Es como una foto del comercio frente a determinados temas que determinan el grado de sostenibilidad de un comercio. Es un inicio para ir mejorando y ser *más sostenibles*.

La repetición anual del cuestionario permitirá ver cómo va evolucionando el *grado de madurez* en sostenibilidad.



# Cómo cumplimentar el autodiagnóstico.

El autodiagnóstico que se propone a continuación es un cuestionario dividido en tres módulos:

1. GOBERNANZA
2. GESTIÓN AMBIENTAL
3. ACCIÓN SOCIAL

Los dos primeros módulos o bloques tienen 17 preguntas cada uno y el tercero, acción social, 16. En total son 50 preguntas.

Este autodiagnóstico puede aplicarse en formato digital si se copia y se traslada a una "hoja de cálculo" tipo Excel o realizarlo imprimiéndolo y luego realizando los cálculos oportunos.

Las respuestas tienen un sistema de escala de 1 a 5:
1 = <b>Nunca</b>
2 = <b>Rara vez</b>
3 = <b>A veces</b>
4 = <b>Casi siempre</b>
5 = <b>Siempre</b>

La manera de proceder es muy sencilla. Se recomienda iniciar el proceso con una lectura pausada de las preguntas del primer bloque, reflexionar sobre la contestación a cada pregunta y, así, módulo por módulo.

1. *Responder* cada pregunta marcando un valor del 1 al 5 según la frecuencia o nivel de cumplimiento.

2. Al final de cada bloque, *sumar* los puntos para conocer el nivel de madurez. Obteniéndose la siguiente puntuación global. (puntuación obtenida / puntuación máxima)

- Gobernanza: \_\_\_\_ / 85
- Gestión ambiental: \_\_\_\_ / 85
- Acción social: \_\_\_\_ / 80
- **Total global: \_\_\_\_ / 250**

3. *Interpretar* la puntuación: En función del resultado obtenido se puede hacer una clasificación sencilla del grado de madurez:

- 0 - 30 % → **Nivel inicial**
- 31 - 60 % → **Nivel intermedio**
- 61 - 100 % → **Nivel avanzado**

De este modo, el comercio podrá calcular un puntaje total por bloque (gobernanza, gestión ambiental, acción social) y un puntaje global de sostenibilidad. Siempre con el objetivo final de tener un conocimiento de la situación inicial y por donde mejorar.

Al finalizar, se pueden asignar puntuaciones por bloque para identificar fortalezas y áreas de mejora. La sostenibilidad no es un estado que se tiene o no. La sostenibilidad es un proceso de mejora continua en los aspectos que anteriormente se han mencionado.

A continuación, se muestra el cuestionario, teniendo presente que las preguntas pueden adaptarse a la realidad de cada comercio, matizando alguna de ellas o incluso cambiando su redacción.

		NIVEL					
Nº	Pregunta	1. Nunca	2. Rara vez	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	TOTAL
GOBERNANZA							
1	Existe una Misión y visión definida que incluyen principios de sostenibilidad.						
2	Existe un código ético o de conducta.						
3	En las reuniones de dirección se plantean temas sobre sostenibilidad.						
4	Se comunican compromisos de sostenibilidad a clientes y proveedores.						
5	Se revisan periódicamente riesgos y oportunidades de sostenibilidad.						
6	Hay un responsable o equipo encargado de sostenibilidad.						
7	Se fomenta la participación de empleados en la toma de decisiones.						
8	Existen mecanismos anticorrupción y contra prácticas desteales.						
9	Hay canales para sugerencias o quejas de clientes y empleados.						

		NIVEL					
Nº	Pregunta	1. Nunca	2. Rara vez	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	TOTAL
GOBERNANZA							
10	Se elaboran informes o comunicados internos sobre sostenibilidad.						
11	Se incluyen criterios de sostenibilidad en decisiones estratégicas.						
12	Se evalúa a proveedores con criterios sociales y ambientales.						
13	Se cumple toda la normativa laboral y de seguridad vigente.						
14	Se ofrece formación continua a los empleados.						
15	Se participa en asociaciones o iniciativas sectoriales de sostenibilidad.						
16	Se da la igualdad salarial.						
17	Existe un plan de mejora continua en sostenibilidad.						

		NIVEL					
Nº	Pregunta	1. Nunca	2. Rara vez	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	TOTAL
GESTION AMBIENTAL							
18	Se mide periódicamente el consumo energético.						
19	Se han implantado medidas de eficiencia/ ahorro energético.						
20	Se utilizan energías renovables (total o parcialmente).						
21	Se mide y gestiona el consumo de agua.						
22	Se aplican medidas de ahorro de agua.						
23	Existen programas de reducción, reutilización y/o reciclaje de residuos.						
24	Se minimiza el uso de envases y embalajes de un solo uso.						
25	Se priorizan proveedores con embalajes sostenibles.						
26	Se han eliminado o reducido las bolsas de plástico.						

		NIVEL					
Nº	Pregunta	1. Nunca	2. Rara vez	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	TOTAL
GESTION AMBIENTAL							
27	Se prioriza la compra de productos locales o de proximidad.						
28	Existe un plan para reducir las emisiones de CO <sub>2</sub> (logística, transporte).						
29	Se ha calculado la huella de carbono del comercio.						
30	Se usan productos de limpieza ecológicos.						
31	Se realizan campañas de sensibilización ambiental a clientes.						
32	Se promueve el consumo responsable en el punto de venta.						
33	Se tiene implantado un sistema de gestión ambiental tipo ISO.14001, EMAS..						
34	Se aplican criterios de economía circular en la gestión del negocio.						



		NIVEL					
Nº	Pregunta	1. Nunca	2. Rara vez	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	TOTAL
ACCIÓN SOCIAL							
35	Se ofrecen condiciones laborales justas y seguras.						
36	Se promueve la igualdad de género y la diversidad.						
37	Existen políticas contra la discriminación.						
38	Se ofrece formación para el desarrollo profesional.						
39	Se facilita la conciliación laboral y familiar.						
40	El comercio está en el <i>Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables</i>						
41	Se apoya a iniciativas comunitarias (donaciones, patrocinios, voluntariado).						
42	Se promueve el consumo responsable entre clientes.						
43	Se participa en ferias, talleres u otras actividades comunitarias.						

		NIVEL					
Nº	Pregunta	1. Nunca	2. Rara vez	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre	TOTAL
ACCIÓN SOCIAL							
44	Se fomenta la contratación de colectivos en riesgo de exclusión.						
45	Se colabora con ONG, asociaciones u organizaciones sociales.						
46	Existen programas de fidelización con enfoque social o ambiental.						
47	Se mide la satisfacción de clientes sobre la RSE del comercio.						
48	Se promueve el comercio justo o productos certificados.						
49	Se comunican las acciones sociales a la comunidad.						
50	Se establecen metas de impacto social a corto y largo plazo.						
	TOTAL						

# 3

## PASOS A SEGUIR DESPUÉS DE LA AUTOEVALUACIÓN



Si has cumplimentado el autodiagnóstico, ¡ya has dado un paso muy importante!

Cuando un comercio contesta por primera vez el *autodiagnóstico* puede ocurrir que la puntuación obtenida sea baja o muy baja. ¡Ánimo! Hay espacio de mejora.

Una puntuación media o baja sólo significa que el comercio puede mejorar. Comienza la ruta de la mejora, los pasos a seguir ya los tienes trazados. Iniciala de una manera adecuada, según la capacidad de tu comercio, paso a paso, pero no pares.

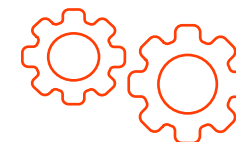
Para aquellos que han tenido una alta puntuación: ¡Enhorabuena! Seguro que también tienen espacios de mejora, ahondado en alguno de los aspectos que haya tenido una menor puntuación.

Aprovecha las 50 preguntas que se han planteado con el fin de trabajar líneas de mejora en Gobernanza, gestión ambiental y acción social. Es un buen inicio y plantea que acciones concretas puedes realizar.

## Descubre cómo implementar la sostenibilidad comercial en tu negocio

La sostenibilidad comercial es un aspecto cada vez más relevante en el mundo empresarial actual. La sociedad en general y en concreto los clientes, valoran muy positivamente a las empresas que realizan un esfuerzo en tener un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad a través de un gobierno responsable y ético de la empresa. Implementar prácticas sostenibles en un comercio no solo contribuye al cuidado del medio ambiente, sino que también puede generar beneficios económicos a medio plazo y mejorar la reputación de la empresa.

A continuación, se presentan algunas estrategias clave para incorporar la sostenibilidad en tu negocio, independientemente del tamaño y de la actividad económica:



<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Conocer el impacto ambiental:</b> El primer paso para implementar la sostenibilidad comercial es conocer que posibles impactos ambientales pueden causarse por las operaciones diarias de la empresa. Identificar áreas de mejora y establecer metas claras, ayudará a guiar las acciones y buenas prácticas hacia un modelo más sostenible.</li> </ul>	<a href="uploads/2023/01/Buenas_Practicas_Ambientales.pdf">uploads/2023/01/Buenas_Practicas_Ambientales.pdf</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Adoptar prácticas eco-amigables:</b> Una vez identificadas las áreas de mejora, es importante adoptar prácticas eco-amigables en todas las etapas del proceso comercial. Desde la selección de proveedores responsables hasta la optimización de los recursos energéticos, cada decisión debe estar alineada con los principios de sostenibilidad. Se recomienda leer la siguiente guía: <a href="https://www.camaravalencia.com/wp-content/">https://www.camaravalencia.com/wp-content/</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Formar al personal:</b> La implementación exitosa de la sostenibilidad comercial requiere el compromiso de todo el equipo. Formar e informar al personal sobre la importancia de las prácticas sostenibles y brindarles las herramientas necesarias para llevarlas a cabo es esencial para crear una cultura empresarial centrada en la sostenibilidad.</li> <li>● <b>Comunicar de manera transparente:</b> Una comunicación transparente sobre las iniciativas sostenibles de la empresa es fundamental para construir una relación de confianza con los clientes y la comunidad. Informar sobre los avances, logros y desafíos en materia de sostenibilidad ayuda a demostrar el compromiso real de la empresa con este enfoque.</li> </ul>

En resumen, la implementación de la sostenibilidad comercial en un negocio implica un enfoque de mejora continua que abarca desde la *evaluación inicial* hasta la *comunicación constante* con todas las partes interesadas. Al adoptar prácticas sostenibles, las empresas no solo contribuyen al bienestar del planeta, sino que también obtiene ventajas competitivas y fortalece su posición en el mercado.

La *sostenibilidad del comercio local* es un tema fundamental en la actualidad, que no solo impacta en la economía de una población, sino también en el medio ambiente y en la sociedad en su conjunto. Descubrir a fondo cómo funciona y cuál es su verdadero impacto es esencial para comprender la importancia de apoyar y promover este tipo de comercio. Es una labor de todos.

Al conocer en detalle la sostenibilidad del comercio local, podemos apreciar cómo cada compra que realizamos en negocios cercanos tiene un efecto directo en nuestra comunidad, fomentando el desarrollo económico local, la creación de empleo y la diversificación de productos y servicios. Asimismo, al optar por el comercio local, contribuimos a reducir la huella ambiental, al disminuir las emisiones de carbono asociadas al transporte de mercancías a larga distancia. Este comercio de proximidad, conlleva múltiples beneficios para los ciudadanos y el entorno de la población.

Es crucial que los *consumidores* se informen adecuadamente sobre este tema, verificando la autenticidad de la información que reciben y contrastando diferentes fuentes para obtener una visión más completa y objetiva. De esta manera, estaremos en capacidad de tomar decisiones más conscientes y responsables al apoyar el comercio local. Adquirir un servicio/producto exclusivamente por su precio puede generar un mayor impacto cuando esos productos o servicios no son sostenibles. Es *pan para hoy hambre para mañana*.

En definitiva, explorar la sostenibilidad del comercio local nos brinda una perspectiva más amplia sobre el impacto de nuestras acciones como consumidores y ciudadanos. No solo es cuestión de que la empresa deba ser más o menos sostenible, sino que de manera paralela clientes/empresas tengan un mismo objetivo: *ser más sostenibles*. Se necesitan la colaboración de ambos actores. Juntos harán realidad la sostenibilidad en una ciudad, sin olvidarse que la *administración* juega un papel fundamental para alcanzar el objetivo final, la de *catalizador*, facilitando a empresas y consumidores que vayan de manera conjunta.

## A modo de conclusión

Ahora que tienes una evaluación realizada, si tu puntuación ha sido media o si has iniciado un camino de mejora continua, haz visible tu trabajo. Una forma de visibilizarlo, distinguiéndote de la competencia es optar al *Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables* (<https://hisenda.gva.es/es/web/economia/registre-entitats-valencianes-socialment-responsables>).

Recordar que la **sostenibilidad** no es un *nivel de gestión empresarial* al cual se accede, sino que **es un camino que ayuda a mejorar la competitividad de los comercios** y a **preservar un entorno** que nos proporciona la posibilidad de vivir.

La sostenibilidad no es un final, es un camino. Comienza este camino que, sin duda, ayudará a tu comercio a mejorar su relación con la sociedad, el municipio y el medio ambiente.

Da el primer paso...

Cámara  
Valencia





Guía de Comercio y Sostenibilidad  
AUTOEVALUACIÓN EN SOSTENIBILIDAD  
PARA EL COMERCIO LOCAL

Cámara de Comercio de Valencia. C/Poeta Querol 15 - 46002 València  
[camaravalencia.com](http://camaravalencia.com)