

[WWW.ELESPANOL.COM](#)

Regenerar, innovar y movilizar: el liderazgo empresarial en la recta final de los ODS

<https://www.elespanol.com/enclave-ods/opinion/20260927/regenerar-innovar-movilizar-liderazgo-empresarial-r...>**Domingo, 27 septiembre 2026**

Este 25 de septiembre se cumplen 11 años de la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), lo que nos sitúa oficialmente en la cuenta atrás para el horizonte de 2030 . Por ello, 2026 supone todo un punto de inflexión donde las hojas de ruta a largo plazo deben dar paso a realidades tangibles. En esta recta final, el reto compartido por todos los actores es acelerar el paso para escalar y multiplicar el impacto que, juntos, hemos construido durante la última década. Para saber hacia dónde debemos remar en estos escasos cuatro años, es imprescindible evaluar con honestidad nuestro punto de situación. En la reciente apertura de las evaluaciones anuales, el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, lanzaba un mensaje muy claro: la dirección que tomemos hoy determinará si los progresos de la última década se consolidan o terminan por desmoronarse. Las cifras publicadas por la ONU respaldan esa sensación de urgencia. A día de hoy, apenas un 36% de las metas fijadas avanza a buen ritmo . Cerca de la mitad de los objetivos registra un progreso demasiado lento para cumplir los plazos estipulados. Más preocupante aún resulta comprobar que un 15% de los indicadores ha retrocedido a niveles inferiores a los que teníamos en 2015. Todo esto ocurre en un entorno global de gran complejidad, caracterizado por el impacto de los conflictos internacionales, el freno a la ayuda humanitaria y una crisis climática cada vez más palpable. Lejos de invitarnos al pesimismo, esta radiografía global debe actuar como el mayor catalizador de acción que hayamos tenido. Para el tejido corporativo, estos datos representan un mandato directo para ejercer un liderazgo transformador. El papel del sector privado en esta recta final exige un cambio de paradigma profundo. Ya no basta con intentar mitigar el daño o minimizar nuestra huella en el planeta ; la empresa debe comportarse como un acelerador que regenere activamente el entorno. Hacer realidad esta visión exige una gobernanza corporativa rigurosa y enfocada en la rendición de cuentas. Las políticas de sostenibilidad necesitan estar ancladas en el núcleo del modelo de negocio para materializar lo que denominamos excelencia dual: esa ecuación innegociable donde una compañía solo alcanza el verdadero éxito si es impecable con su entorno y las personas. Es a través de este enfoque, respaldado por decisiones de inversión valientes, como demostramos que es posible generar valor económico mientras se restaura de forma activa la salud del planeta. El entorno natural y fuente de nuestras materias primas es, precisamente, el punto de partida fundamental de esta regeneración. Devolver el equilibrio a los ecosistemas es un reto de tal magnitud que requiere inyecciones directas de capital privado . En L'Oréal Groupe abordamos esta responsabilidad a través del L'Oréal Fund for Nature Regeneration . Mediante inversión de impacto, apoyamos económicamente proyectos dedicados a la restauración de ecosistemas marinos y terrestres. Hemos comprobado sobre el terreno cómo recuperar la biodiversidad perdida genera simultáneamente oportunidades de empoderamiento y desarrollo para las comunidades locales que habitan esos entornos. Es la demostración práctica de cómo el músculo financiero de una empresa puede generar un retorno social y ambiental directo. Esa misma

voluntad de regeneración exige transformar de raíz nuestra manera de producir . Reducir la deuda ecológica solo es posible si convertimos la innovación en el verdadero motor de toda la cadena de valor, tejiendo alianzas estratégicas reales. Precisamente para implementar estos avances a gran escala, lanzamos el año pasado nuestra primera Aceleradora de Innovación Sostenible , respaldada por una inversión de 100 millones de euros en cinco años para siete áreas de innovación. Su objetivo es escalar las soluciones climáticas y de ecoeficiencia que definirán el futuro del sector. Toda esta transformación estructural tiene su prueba de fuego final en el mercado. El liderazgo corporativo debe servir para facilitarle las cosas al consumidor, integrándolo en el cambio hacia modelos de vida más respetuosos con el entorno. Desde L'Oréal Groupe, un objetivo prioritario en este sentido es lograr que, para el año 2030, el 100% de los plásticos de nuestros envases provenga de fuentes recicladas o de origen biológico. Esta transición ya está dejando resultados concretos. Gracias a la adaptación tecnológica de nuestros centros de fabricación en los últimos cinco años, hemos logrado multiplicar por 3,7 el número de opciones de recarga disponibles entre 2019 y 2024. El hecho de que algunas de nuestras fragancias más reconocidas a nivel mundial funcionen bajo este formato demuestra que cambiar los hábitos de consumo es totalmente factible cuando la industria ofrece alternativas accesibles y de calidad. Sin embargo, el esfuerzo industrial queda incompleto si el consumidor desconoce que estas alternativas existen. Las grandes corporaciones debemos utilizar nuestro enorme altavoz público para resolver una paradoja evidente: según datos de Kantar, aunque un 84% de las personas desea tomar decisiones de compra sostenibles , más de un 40% frena su intención por falta de visibilidad en los puntos de venta o por dudas sobre su funcionamiento. Asumir la responsabilidad de cerrar esta brecha de información es nuestra mayor oportunidad.

Precisamente para derribar esos obstáculos impulsamos campañas como

#ÚneteAlMovimientoRefill, una iniciativa con la que buscamos visibilizar la oferta de recargas de L'Oréal Groupe y demostrar de forma cercana que este gesto sostenible es sencillo y está al alcance de todos.. En definitiva, como he defendido a lo largo de estos años, el cuidado de nuestro planeta no admite esperas ni atajos. El sector privado cuenta con los recursos, la capacidad de innovación y la influencia para revertir las tendencias negativas. Ejercer este liderazgo proactivo y transparente es la única vía para garantizar que llegamos a 2030 cumpliendo las promesas que hicimos al mundo hace once años. *** Delia García es directora de Sostenibilidad e Impacto Positivo de L'Oréal Groupe España y Portugal.